
AP 2: Akteurbefragung

Ziele:

- Beschreibung des Akteurnetzes
(Hersteller, Importeure, Händler, Politiker)
 - Kennen der Bedürfnisse der Akteure
 - Mögliche Kooperationen aufzeigen
- **Fokus: Händler (E-Scooter und Nicht-E-Scooter Händler)**

AP 2: Akteurbefragung

- Befragung der E-Scooter-Händler im Rahmen einer interdisziplinären Forschungsarbeit von StudentInnen der IKAÖ
- Synthese bestehender Untersuchungen (2004, 2009, 2010)
- Empfehlungen

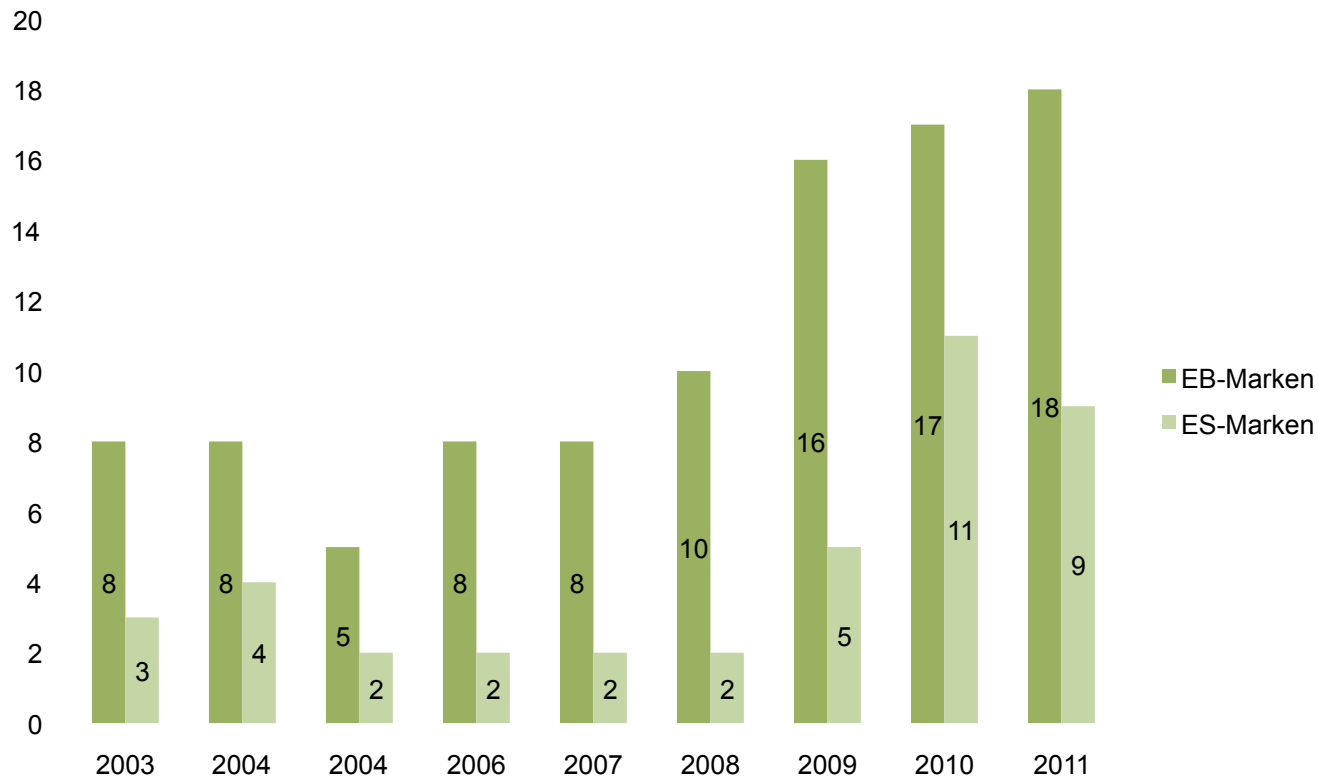
AP 2: Akteurbefragung: E-Scooter/Motorrad-Händler

Basis: 3 Händlerbefragungen (2004, 2009, 2010)

- Häfliger et al. (2004). Die Diffusion von Elektro-Scootern: Untersuchung des Vertriebs von E-Scooters im Raum Bern“, Studentische Arbeit, Uni BE.
- Leissing et al. (2010). Kommunikation im Diffusionsprozess von E-Sootern. Eine Untersuchung der absatzfördernden Kommunikation von HändlerInnen. Studentische Arbeit, Uni BE.
- Interface (2009). Erfolgskontrolle der Sonderschau „E-Scooter“ SwissMoto 2009, 18.-22. 2. 2009, Luzern.

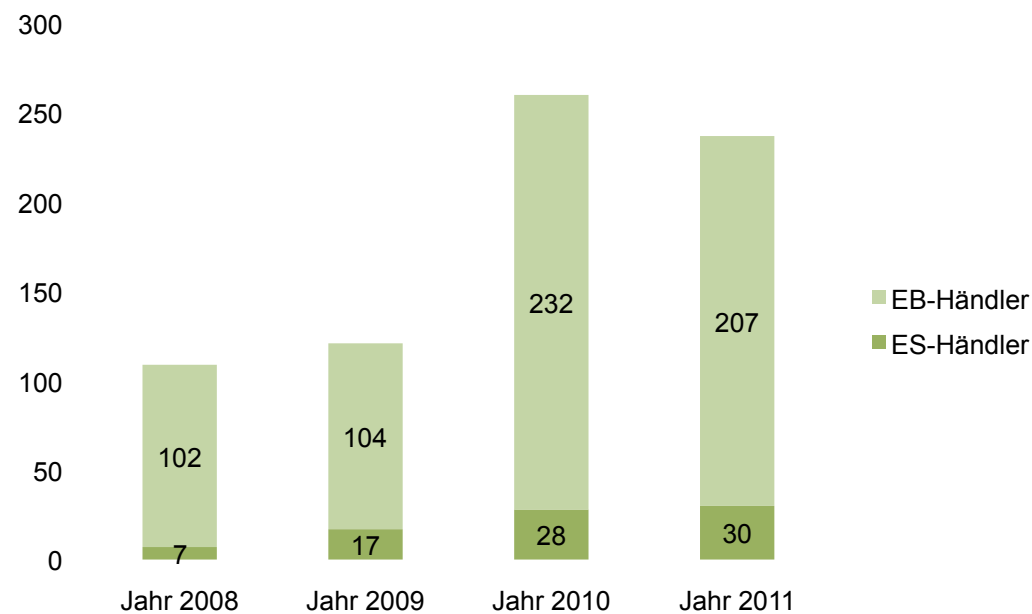
AP 2: Händlerbefragung: Synthese - Empfehlungen

- E-Scooter-Angebot im Programm NewRide: Zunahme seit 2009



AP 2: Händlerbefragung: Synthese – Empfehlungen

- E-Scooter-Händler im Programm NewRide: Zunahme seit 2009

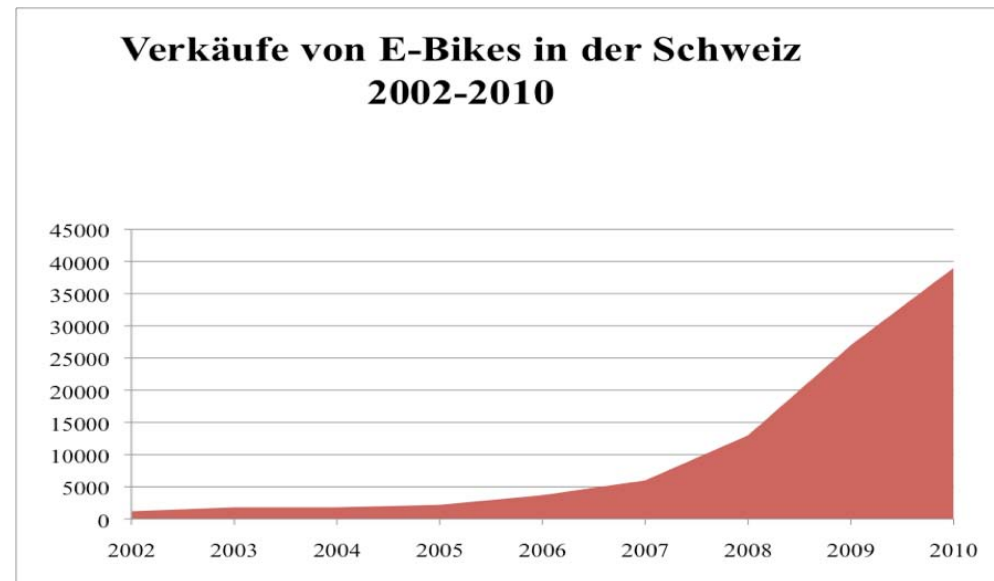


AP 2: Händlerbefragung: Synthese – Empfehlungen

- E-Bike Boom als positiver Stimulus

→ → *EB-Boom nutzen,*

um möglichst viele Händler über ES zu informieren.



AP 2: Händlerbefragung: Synthese - Empfehlungen

- Unterschiedliche E-Scooter-Anbieter:
 - Velohändler: EB und ES
 - Motorradhändler: ES
 - Händler, nur elektrische (2-, 3- oder 4-rädrige) Fahrzeuge
 - Garagisten, die ES
 - Grossverteiler (Coop, Jumbo, Landi, etc.).
 - Umweltbewusstsein
- → *Zielgruppengerechte Massnahmen formulieren, um breite Angebotsseite aufzubauen.*

AP 2: Händlerbefragung: Synthese - Empfehlungen

- Gründe für den Verkauf von ES (2004: N=10, 2010: N=20, offene Frage)

	Befragung 2004	Befragung 2010
Gründe für den Verkauf	Produkt (gute Leistung, einfache Bedienung)	Produkt hat Zukunftspotential
	Markt (> Nachfrage, > Kundensegment)	Vom Importeur zur Verfügung gestellt
	Umwelt und Innovation	Ökologische Gründe
		Sortimentsvergrößerung

→→ Wissensvermittlung (technologische Entwicklungen, Marktneuheiten, Veranstaltungen, etc.)

AP 2: Händlerbefragung: Synthese - Empfehlungen

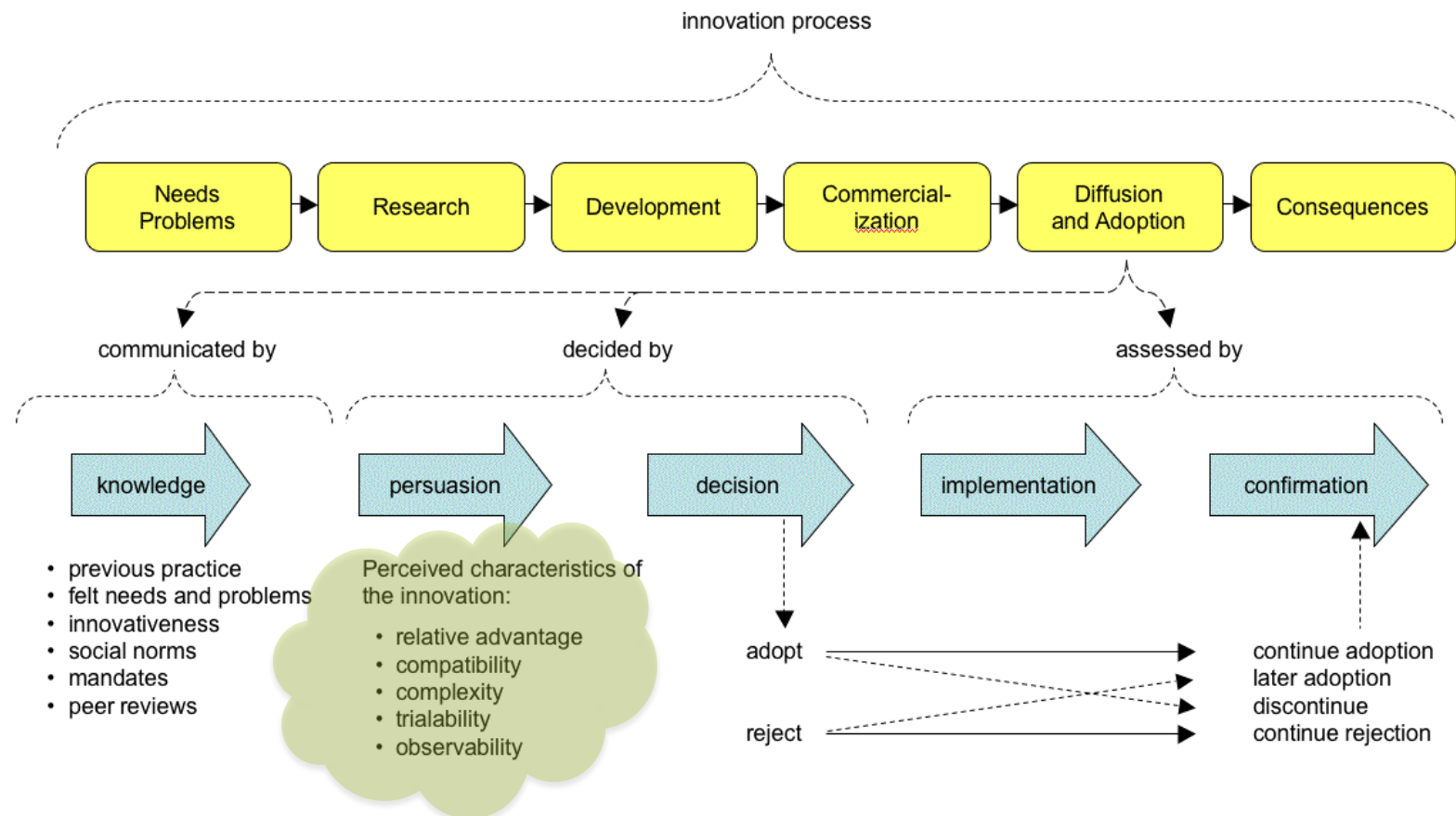
- Fördermassnahmen aus Sicht der Händler

(2004: N=10, 2010: N=20, offene Frage)

	Befragung 2004	Befragung 2010
Fördermassnahmen	Verbot Zweitaktmotoren	Produktop Optimierung, technische Weiterentwicklung
	Subventionierung	Allg. Fördermassnahmen (z.B. Subventionierung, höhere Benzinpreise, höhere Abgaben für Benzinscooter)
	Änderung der Gesetzgebung (z.B. höhere Benzinpreise, Abgassteuer für Benzinroller)	Mehr Werbung
	Produktop Optimierung	Mehr Unterstützung, Schulung für Händler

→ → *Bessere Information über Fördermassnahmen, Unterstützung in Bezug auf Werbung und Schulung*

AP 2: Händlerbefragung: Synthese



AP 2: Händlerbefragung: Synthese - Empfehlungen

- ✓ Kompatibilität
 - ✓ Komplexität
 - Testbarkeit (Ausstellungen, Werbung, etc.)
 - Beobachtbarkeit / Sichtbarkeit (z.B. Post-Flotte)
 - Relativer Vorteil (z.B. Lärm, CO2-Reduktion, Kosten)
- → *Ausstellungen mit Probefahrten durchführen,
Kommunikation und Information*

AP 2: Akteurbefragung: Händlerbefragung

Weiteres Vorgehen:

- Telefonische Befragung von Nicht-ES-Händlern in der Deutsch- und Westschweiz:
- Was braucht es, damit sie ES im Sortiment aufnehmen?

u^b

**^bUNIVERSITÄT
BERN**



AP 6: Nutzungsverhalten (Befragung der ES-Nutzer):

Ziele:

- Alltagseinsatz, Erfahrungen, Zuverlässigkeit und Sicherheit sind bekannt.
- Käufersicht auf mögliche Fördermassnahmen ist bekannt.
- Mobilitätsverhalten von ES-KäuferInnen ist bekannt.
- Zielgruppe für ES-KäuferInnen bestimmen.

AP 6: Nutzungsverhalten (Befragung der ES-Nutzer):

Methode:

- Fragebogen zum Mobilitätsverhalten für NutzerInnen (3 Monate nach Kauf/Einsatz)
- Tagebuch: Ereignisse und Stromverbrauch-Angaben (2x1 Monat, warm, kalt)

AP 6: Nutzungsverhalten (Befragung der ES-Nutzer):

Zusammenarbeit mit 9 ES-Regionen von NewRide:

- Finanzielle Unterstützung: 10% Anschaffungspreis, max. 1'000
- Bedingung: Mitmachen bei der Untersuchung vom fes

AP 6: Nutzungsverhalten (Befragung der ES-Nutzer):



AP 6: Nutzungsverhalten (Befragung der ES-Nutzer):

Abgabe Energiemessgeräte

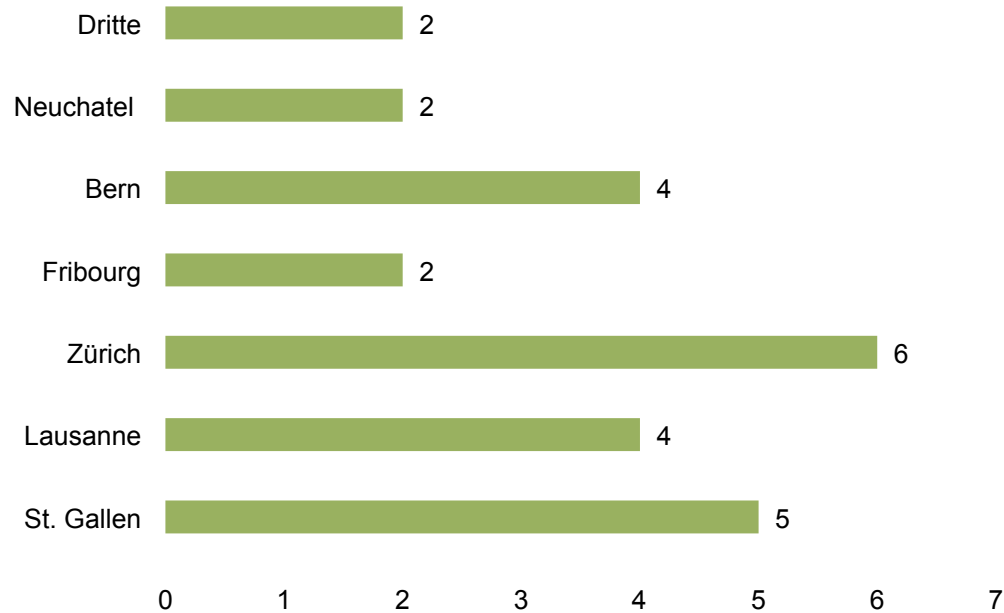


Ziel:

Sampel von N=300

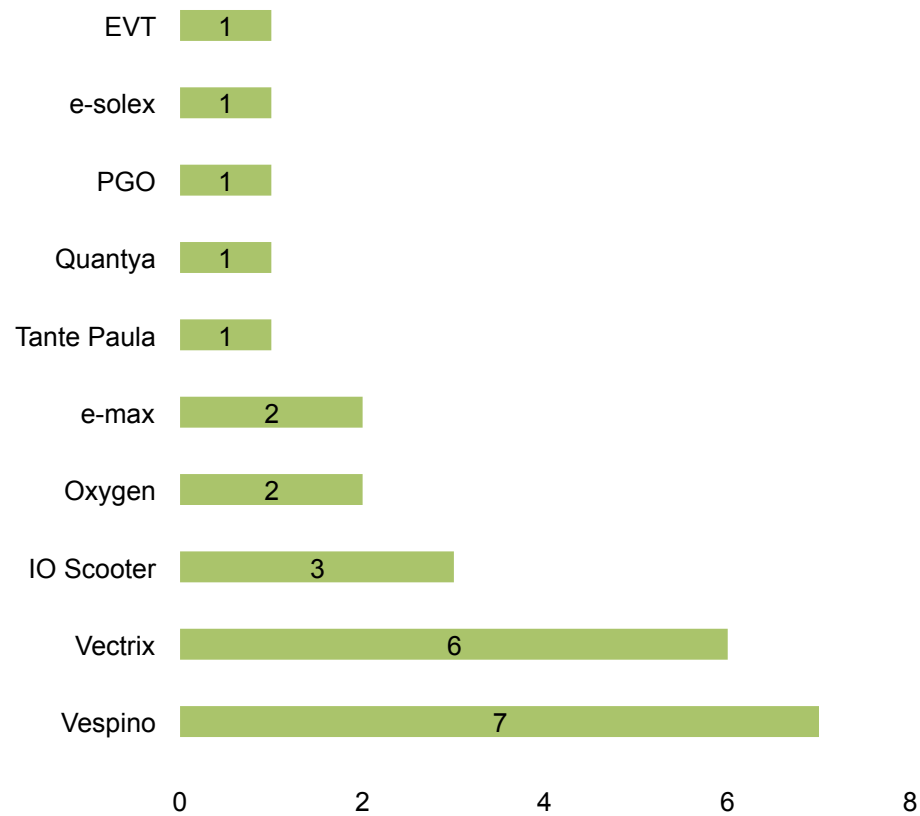
Aktueller Stand: N=20

AP 6: Nutzungsverhalten (Befragung der ES-Nutzer):



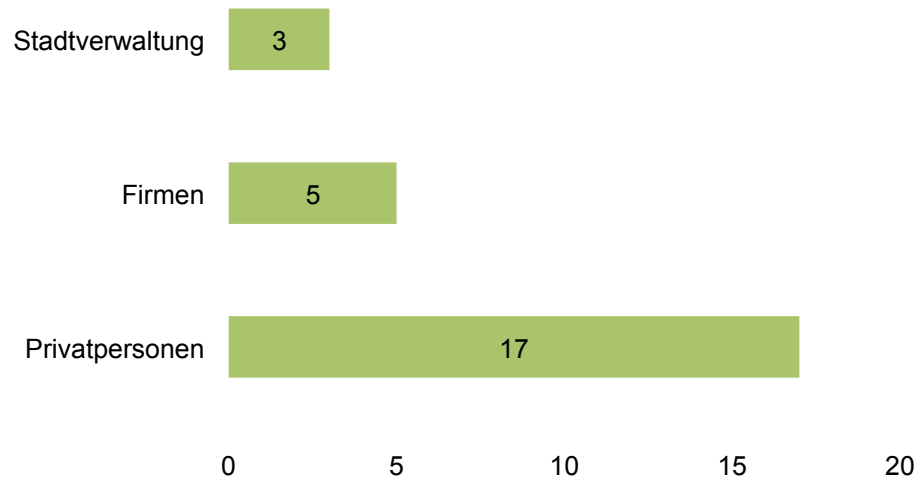
Anzahl bewilligte Fördergesuche nach E-Scooter Region (N=25)

AP 6: Nutzungsverhalten (Befragung der ES-Nutzer):



Anzahl verkaufte ES pro Marke (N=25)

AP 6: Nutzungsverhalten (Befragung der ES-Nutzer):



Alter: zw. 39 – 54 Jährige
(1 Person Jg. 1918)

Geschlecht: 90% Männer
10% Frauen

Wohnort: 86% Stadt
14% Agglomeration

u^b

**UNIVERSITÄT
BERN**



AP 6: Nutzungsverhalten (Befragung der ES-Nutzer):

u^b

**UNIVERSITÄT
BERN**



AP 6: Nutzungsverhalten (Befragung der ES-Nutzer):