

# I N T E R F A C E

## NACHBEFRAGUNG PROBEFAHRENDE SWISS-MOTO 2009

Eine Studie im Rahmen des Forschungsprojekts „E-Scooters“

Luzern, Mai 2010

Flurina Landis (Projektleitung)  
landis@interface-politikstudien.ch

Ueli Haefeli (Projektbegleitung)  
haefeli@interface-politikstudien.ch

INHALTSVERZEICHNIS

---

I	NACHBEFRAGUNG PROBEFAHRENDE	3
1.1	Datenlage und Beschreibung Rücklauf	3
1.2	Eindrücke Probefahrt 2009	4
1.3	Einfluss auf Kauf eines E-Scooters	5
1.4	Informationen zu E-Scooter	7
1.5	Einschätzung der Marktfähigkeit von E-Scooter	8
1.6	Newsletter NewRide	9
1.7	Bemerkungen	9
1.8	Fazit	11
	ANHANG: FRAGEBOGEN	13
	IMPRESSUM	16

---

## I NACHBEFRAGUNG PROBEFAHRENDE

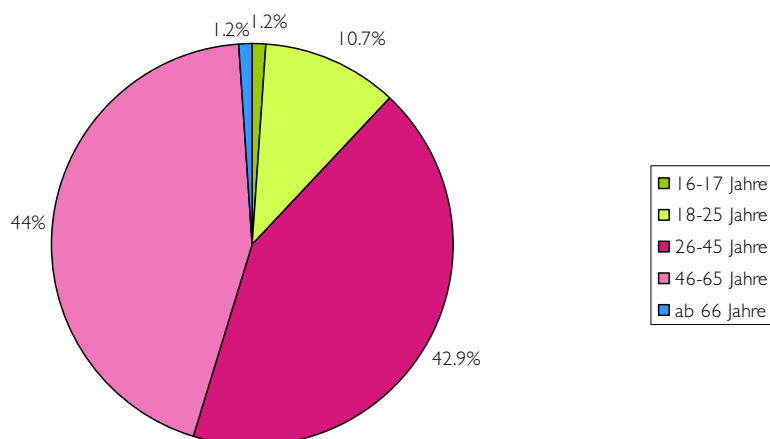
Im Rahmen des laufenden Forschungsprojekts „E-Scooters“<sup>1</sup> wurden die Langzeitwirkungen einer Probefahrt mit einem E-Scooter analysiert. Dafür wurden im April 2010 alle Personen angeschrieben, die an der SWISS-MOTO 2009 die Sonderausstellung „All Electric“ besucht und ein oder mehrere Elektrofahrzeuge (Elektro-Scooter) getestet haben. Sie wurden per Mail aufgefordert einen Fragebogen auszufüllen (vgl. Anhang), inkl. Reminder nach zwei Wochen.

### I.1 DATENLAGE UND BESCHREIBUNG RÜCKLAUF

Von den 1202 Personen, die an der SWISS-MOTO 2009 eine Probefahrt gemacht haben, haben damals 686 ihre Mailadresse angegeben.<sup>2</sup> Darunter waren 142 ungültige Adressen. Die effektive Ausgangszahl der angeschriebenen Personen kann somit mit 544 beziffert werden. Von den 544 Personen haben 86 Personen geantwortet, was einen Rücklauf von 16 Prozent ausmacht.<sup>3</sup>

Unter den 86 Antwortenden waren 83 männliche und drei weibliche Personen. Die Verteilung auf die Alterskategorien war wie folgt:

#### D I.1: Altersgruppen der befragten Personen



<sup>1</sup> Vgl. dazu <http://www.ika.ee.unibe.ch/forschung/e-scooter/index.html>.

<sup>2</sup> Bei der zentral angelegten Anmeldung zur Probefahrt mussten alle Personen ihre Koordinaten angeben, inkl. Überprüfung der Fahrausweise und Unterschrift bezüglich Haftungsausschluss. In diesem Rahmen wurden sie aufgefordert, ihre Mailadressen anzugeben.

<sup>3</sup> Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass sich in erster Linie diejenigen Personen an der Umfrage beteiligt haben, die den E-Scootern besonders positiv oder aber besonders negativ gegenüberstehen.

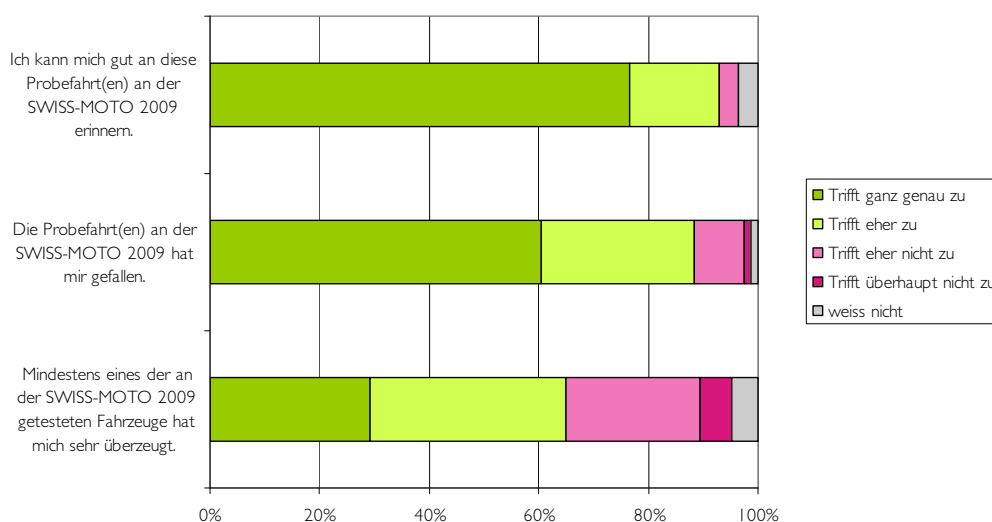
N=84 (zwei Personen ohne Angaben)

Von den 86 antwortenden Personen haben 81 angegebene als Besucher/-in, vier Personen als Händler und eine Person als Aussteller die SWISS-MOTO 2009 besucht zu haben.

## 1.2 EINDRÜCKE PROBEFAHRT 2009

Befragt zu Ihren Eindrücken zur Probefahrt 2009, gaben die befragten Personen folgendes an:

### D 1.2: Eindrücke Probefahrt 2009



N=86

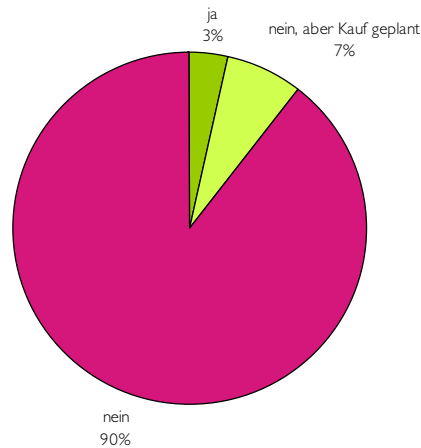
Drei Viertel der Probefahrenden von 2009 können sich ganz genau, 16 Prozent eher an die Probefahrt an der SWISS-MOTO 2009 erinnern. Knapp 90 Prozent geben an, dass Ihnen die Probefahrt an der SWISS-MOTO 2009 (eher) gefallen hat und knapp zwei Drittel (65.1 Prozent) finden, dass sie mindestens eines der an der SWISS-MOTO 2009 getesteten Fahrzeuge (eher) überzeugt hat.

Rund 30 Prozent der Besuchenden von 2009 gaben an, auch 2010 eine Probefahrt mit einem Elektro-Scooter an der SWISS-MOTO 2010 gemacht zu haben.

I.3 EINFLUSS AUF KAUF EINES E-SCOOTERS

Auf die Frage, ob sie seither einen Elektro-Scooter gekauft haben, wurde wie folgt geantwortet:

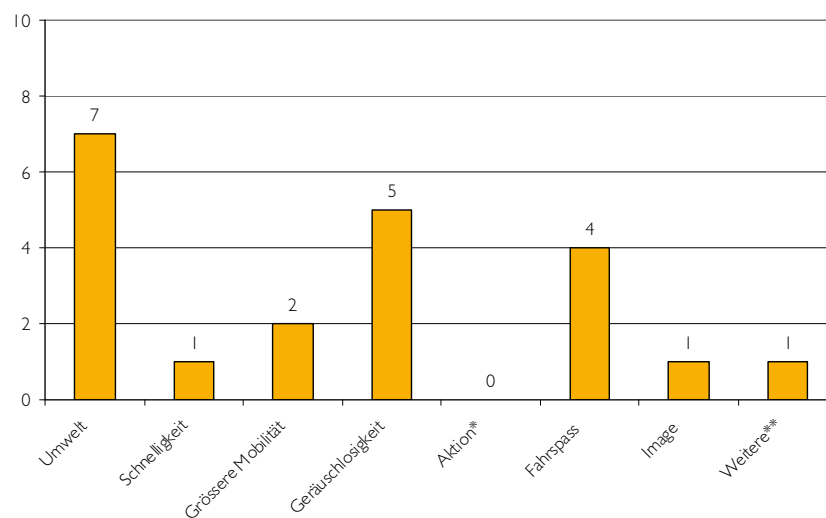
D I.3: Kauf E-Scooter



N=86

Drei Personen gaben an seither einen E-Scooter gekauft zu haben und sechs Personen gaben an, dass der Kauf eines E-Scooters geplant ist. Diese insgesamt neun Personen wurden gebeten, die zwei wichtigsten Gründe zu nennen die aus ihrer Sicht für den Kauf eines E-Scooters sprechen:

D I.4: Gründe für einen Kauf eines E-Scooters (Anzahl Nennungen)

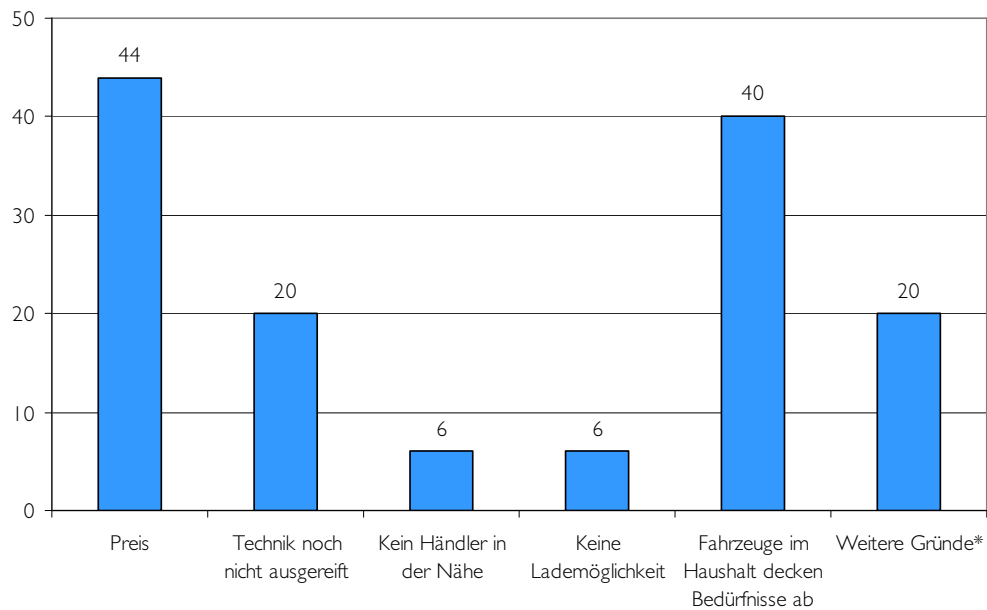


N= 9, Nennungen=21; \*finanzielle Unterstützung seitens Gemeinde. \*\* Besserer Wirkungsgrad des E-Motors im Vergleich zum Verbrennungsmotor

Der meist genannte Grund waren Überlegungen zur Umwelt (7 Nennungen), gefolgt von der Geräuschlosigkeit (5 Nennungen) und dem Fahrspass (4 Nennungen).

Die 77 Personen, die angaben, keinen E-Scooter gekauft und auch keinen Kauf geplant haben, gaben dafür folgende Gründe an:

**D 1.5: Gründe gegen einen Kauf eines E-Scooters (Anzahl Nennungen)**



N=77, 136 Nennungen, \* Zu kurzer Arbeitsweg oder Arbeitsweg mit ÖV, Lebensdauer und Kosten der Batterie, Fahrspass ist mit richtigem Motorrad grösser, Sound fehlt, zu langsam, Zulassung des Segways.

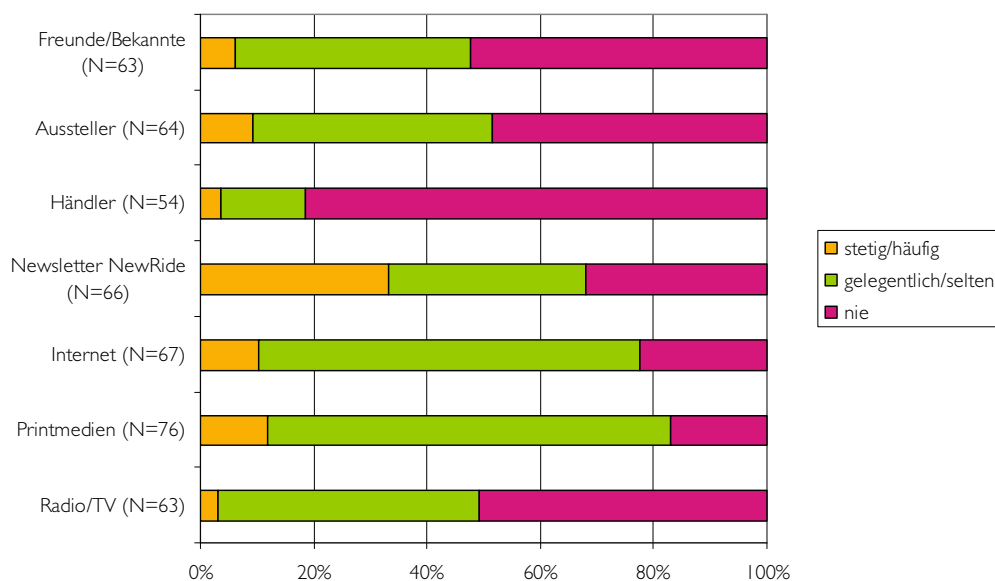
Als wichtigste Gründe, die gegen einen Kauf eines E-Scooters sprechen, wurden der Preis (44 Nennungen) und der fehlende Bedarf (40 Nennungen) genannt. 20 Nennungen gab es bei der noch nicht ausgereiften Technik (ungenügende Reichweite und Verarbeitung etc.).

20 Personen gaben zudem an, seither ein oder mehrere herkömmliche Motorräder/Roller gekauft zu haben.

## I.4 INFORMATIONEN ZU E-SCOOTER

Zur Frage ob sie seit der SWISS-MOTO 2009 etwas über Elektro-Scooter gehört hätten, äusserten sich die 86 befragten Personen wie folgt:

D I.6: Von wem seit SWISS-MOTO 2009 über E-Scooter informiert?

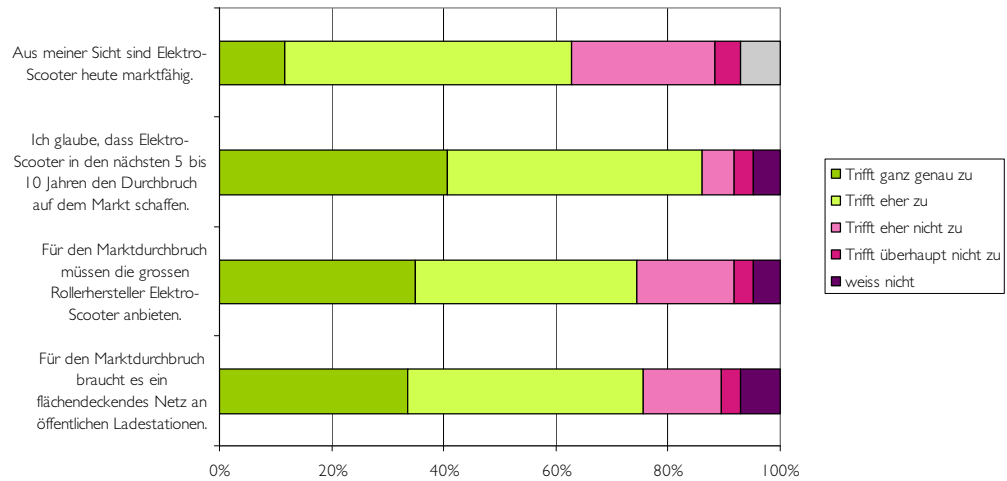


Einzig beim Newsletter von NewRide hat ein Drittel (33.3 Prozent) angegeben, dass sie stetig/häufig über E-Scooter informiert würden. Dieses Ergebnis erstaunt nicht, da mehr als die Hälfte der antwortenden Personen den Newsletter von NewRide erhält und entsprechend regelmässig informiert wird. Auffallend ist, dass 81.5 Prozent angeben, nie etwas von den Händlern über E-Scooter gehört zu haben. Über die Kanäle Printmedien und Internet gaben immerhin 71 Prozent, bzw. 67 Prozent der Antwortenden an gelegentlich über E-Scooter informiert worden zu sein.

## I.5 EINSCHÄTZUNG DER MARKTFÄHIGKEIT VON E-SCOOTER

Die 86 Befragten wurden zu einer Einschätzung der Marktfähigkeit der E-Scooters befragt und haben diese wie folgt bewertet:

### D I.7: Marktfähigkeit E-Scooter



N=86

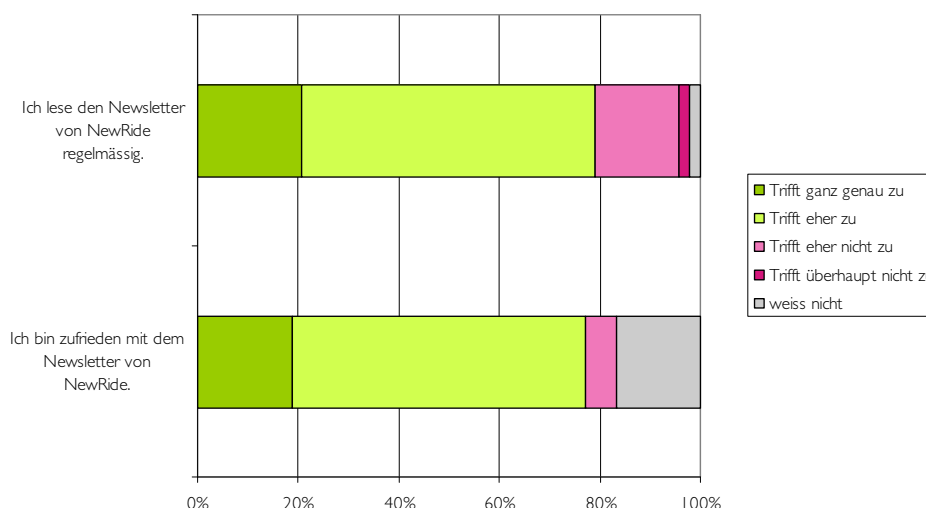
Aus der Sicht von knapp zwei Dritteln (62.8 Prozent) der Antwortenden sind E-Scooters heute bereits marktfähig. 86 Prozent glauben, dass E-Scooter in den nächsten fünf bis zehn Jahren den Durchbruch auf dem Markt schaffen werden und jeweils drei Viertel geben an, dass es für den Marktdurchbruch ein flächendeckendes Netz an öffentlichen Ladestationen braucht sowie dass die grossen Rollerhersteller E-Scooter anbieten müssten.



## I.6 NEWSLETTER NEWRIDE

55.8 Prozent (48 Personen) der befragten Personen geben an, den elektronischen Newsletter von NewRide zu erhalten. Die Fragen zum Newsletter beantworten sie wie folgt:

### D I.8: Newsletter NewRide



N=48

Von denjenigen Personen, die den Newsletter von NewRide erhalten, geben vier Fünftel an, den Newsletter (eher) regelmässig zu lesen. Drei Viertel sind ganz (18.8 Prozent) oder eher (58.3 Prozent) zufrieden mit dem Newsletter.

Von den 38 Personen, die angegeben haben den Newsletter von NewRide nicht zu erhalten, bekunden 26 Prozent (10 Personen) Interesse daran und würden den Newsletter in Zukunft gerne erhalten.

## I.7 BEMERKUNGEN

Die befragten Personen hatten zum Schluss die Möglichkeit allgemeine Bemerkungen zu platzieren. In der folgenden Tabelle sind ihre Aussagen festgehalten, wobei der grosse Teil Aspekte zu Kosten und Technik enthält.

### D I.9: Bemerkungen

Generelle Bemerkungen
Toll ist, dass die Akkus immer besser werden
Elektro-Scooter Ausstellung in Zürich Messe war sehr gut und wichtig. Mann kann verschiedene Varianten zusammen sehen und besser entscheiden
Das Probefahren hat mir sehr gut gefallen und ich empfehle es weiterzuführen. Habe übrigens daraufhin einen Vectrix gekauft
Label NewRide: Man hat gewisse Erwartungen an die Fahrzeuge die am Aktionsprogramm

NewRide mitmachen, jedoch musste ich raus finden, dass dieses Label keine qualitative Garantie für das Fahrzeug ist. Eine solche Organisation, die uns transparent aufzeigt, welche Fahrzeuge welche Leistungen erbringen können wäre für die Händler von grossem Nutzen
Ich fände es sinnvoll, wenn die Politik anfinde eine Standardisierung der Ladestationen sowie deren Verbreitung zu fördern
Super Organisation diese NewRide, weiter so
Kritische Punkte
Es fehlen E-Scooter mit guter Verarbeitung. Nur der Vectrix überzeugt. Der Vespino X9 ist zu teuer für den Grad der Verarbeitung
Ich halte die neuen E-Scooter zu überteuert verglichen mit den aktuellen Scootern
Der Roller den ich 2009 getestet habe hatte zu wenig Kraft. Das Cross-Rad hatte sehr viel Kraft, welche leider nicht zu dosieren war. Würde im Strassenverkehr nicht zurecht kommen.
Gegen den Kauf sprechen 3 Gründe:
1. Der hohe Preis
2. Die geringe Reichweite und
3. Die gedrosselte Höchstgeschwindigkeit
Die Probefahrt mit dem E-Scooter war sehr überzeugend
Die Anschaffungskosten und die Gedanken nach ca. 80000Km einen neuen Akku zu kaufen, sind jedoch abschreckend. Eine Möglichkeit wäre die Akkus zu mieten, somit würde ein Problem wegfallen
Die aktuellen Ersatzkosten/mögliche Ladezyklen der Batterien sind für viele noch eine Kaufhürde
Ich fahre mit einer Vectrix, das ist die beste Variante. Aber mit 14'000.- CHF entspricht das dem Preis eines kleinen Autos
Mit einer Ladung sollte mind. 100 - 150km erreicht werden
Die kleineren, günstigeren E-Roller sehen zu unprofessionell, fast „bastlerhaft“ aus und weisen kein schnittiges Design auf. Und die grösseren, gut aussehenden E-Roller sind viel zu teuer im Vergleich zu der beschränkten Reichweite (Batterien)
Die Elektro-Roller sollten eine Geschwindigkeit von etwa 80 km/h erreichen, sonst sind sie für mittlere Strecken (5 bis 30 km) ungeeignet
Es muss noch mehr ausgereift sein, mehr PS und mehr Händler
Der Vectrix Scooter ist der marktfähigste Roller am Markt, aber leider auch mit Abstand der Teuerste. Eine Subvention der Akkus z.B. würde hier ein Anreiz schaffen. Optimaler Preis-punkt muss unter 10'000.- liegen, damit dieser Roller den Durchbruch schaffen würde. Ein seriöser Importeur mit einem klar organisierten Händlernetz ist ebenfalls enorm wichtig. Ich selber sehe eine grosse Chance mit alternativen Antrieben, doch am Schluss ist auch der Preis-punkt wichtig
Für den Marktdurchbruch braucht es eine Verschärfung der gesetzlichen Umweltbestimmungen
Die Verarbeitungsqualität einiger Elektro-Fahrzeuge war bedenklich. Und dort, wo die Verarbeitung ok. war, war der Preis sehr hoch. Elektro-Scooter müssen, um erfolgreich zu sein, die Verarbeitungsqualität üblicher Japan-Roller haben und nicht mehr als ein Drittel mehr kosten als Verbrennungs-Roller
Ein E-Scooter für den Gebrauch in der städtischen Agglomeration ist jetzt schon alltagstauglich. Ich wünsche mir jedoch ein Gefährt mit grösserer Reichweite. Sobald ich mit einer Ladung ca. 100 km zurücklegen kann, wird solch ein Gefährt für mich interessant. Ich bin si-

cher, dass die Akku-Technologie in der nächsten Zukunft (ca. 3-5 Jahre) solch ein System ermöglichen könnte. Ein weiteres Problem: Zellen sind im Augenblick relativ teuer und können bis zu 50% der Gesamtkosten eines Systems ausmachen. Das wird sich mit zunehmender Verbreitung elektrifizierter Systeme vermutlich ändern

Elektroroller überzeugen leider noch nicht ganz wenn man betrachtet dass der Akku bis zu 1000mal geladen werden kann und die Reichweite für durchschnittliche Verhältnisse 1 Tag reicht und somit 1x pro Tag geladen werden muss, hat dieser eine Lebensdauer von ca. 2 1/2 Jahr und die Frage was der Akku als Ersatzteil kostet erübrigt sich. Es wird zuwenig in der Akkutechnologie Forschung investiert, aber aus Sicht der Erdölindustrie ist dies verständlich, diese zeigen wenig Interesse daran in Elektroforschung zu investieren, warum auch, solange noch Erdöl vorhanden ist

Verbesserungskritik an Elektrorollerhersteller: Ansprechverhalten mit dem Gas nicht solange verzögern. Bezüglich Leistung und Drehmoment kann man dem Elektromotor nichts vormachen, ist die Zukunft

Elektromobile sind kaum so umweltfreundlich, wie sie immer angepriesen werden, wenn man den Aufwand für die Stromerzeugung berücksichtigt. Problematisch sind ausserdem die sehr beschränkte Lebensdauer der Akkus und deren Preis. Was mir fehlt auf dem 2-Radmarkt ist ein innovatives Gerät für den Alltag auf Basis Benzin- oder Dieselmotor, das deutlich weniger als 2l/100 km konsumiert

## I.8 FAZIT

- Das *Publikum* war grossmehrheitlich männlich, d.h. mit den Probefahrten an der SWISS-MOTO 2010 ist die allfällige Zielgruppe Frauen kaum erreicht worden. Klar ist auch: Das Publikum der Probefahrten war vorwiegend im erwerbsfähigen Alter. Insbesondere stossen E-Scooter bisher bei RenterInnen auf weniger Interesse als E-Bikes. Überhaupt deuten die Ergebnisse darauf hin, dass sich die Zielgruppen von E-Scootern bzw. E-Bikes deutlich unterscheiden. Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass bei den E-Bikes in der Frühphase (early adopters) auch vor allem erwerbstätige Männer erreicht wurden. Darüber hinaus ist das Publikum der Swiss-Motos ein spezielles: Es ist anzunehmen, dass das Produkt E-Scooter auch für Personen attraktiv ist, welche nie eine „gewöhnliche“ Motorradausstellung besuchen.
- Das *Kosten-Nutzen-Verhältnis* der Produkte hat die Probefahrenden noch nicht überzeugt: die guten Produkte (mehrfach genannt wurde diesbezüglich Vectrix) sind (noch) zu teuer und die günstigeren Produkte wurden als qualitativ ungenügend beurteilt.
- Praktisch alle Probefahrenden (93 Prozent) konnten sich auch noch nach über einem Jahr an die *Probefahrt* 2009 erinnern. Knapp 90 Prozent bewerten die Probefahrt positiv und 30 Prozent geben sogar an, 2010 eine weitere Probefahrt an der SWISS-MOTO vorgenommen zu haben. Auch wenn die Sonderausstellung E-Scooter an der SWISS-MOTO in erster Linie als Informations- und Sensibilisierungsmassnahme gedacht ist, so hat sich jede/r zehnte Probefahrer/-in den Kauf eines E-Scooters überlegt (d.h. hat bisher einen gekauft oder aber plant einen Kauf). Die Probefahrten generieren also einen wichtigen Zusatznutzen für die Aussteller und sind für die Marktentwicklung sinnvoll.

- Als *Kaufgründe* wurden die Umwelt und die Geräuschlosigkeit genannt, zwei Kriterien die den E-Scooter klar von den herkömmlichen Rollern unterscheidet. Des Weiteren wurde der Fahrspass als Kaufgrund angegeben.
- Als Gründe *gegen den Kauf* eines E-Scooters wurden in erster Linie der Preis und der fehlende Bedarf genannt. Die Preisargumente basieren auf den Investitionskosten. Die Kommunikation sollte dahingehend verbessert werden, als das der längerfristigen Kostenrechnung eines E-Scooters, im Vergleich zu herkömmlichen Rollern, mehr Bedeutung zukommt. Bei den Personen die keinen (aktuellen) Bedarf an E-Scootern angegeben haben, kann hingegen ein Interesse an der Entwicklung der Technologie festgestellt und somit ein allfälliges Kaufinteresse in Zukunft nicht ausgeschlossen werden.
- *Information:* Wenige Probefahrende geben an stetig über die Technologie von E-Scootern informiert zu werden, d.h. die E-Scooter geniessen wenig Verankerung in den aktuellen Informationskanälen. Hingegen wird die Bedeutung des Newsletters von NewRide insofern bestätigt, als dass ein Drittel der Befragten angibt, über den Newsletter stetig informiert zu werden und weitere zehn Personen den Newsletter in Zukunft gerne erhalten würden.
- Bezüglich der *Marktfähigkeit* von E-Scootern bestehen heute noch gewisse Zweifel. Die Erwartungen für die Zukunft jedoch gehen in eine starke Verbesserung der Marktfähigkeit dieser Technologie. Zudem werden ein flächendeckendes Netz an öffentlichen Ladestationen sowie ein Angebots von E-Scootern durch Grosshersteller für den Marktdurchbruch als wichtig bewertet.

## ANHANG: FRAGEBOGEN

**Befragung Probefahrten SWISS-MOTO 2009!**

Sie haben an der SWISS-MOTO 2009 in Zürich Oerlikon die Halle 7 „All Electric“ besucht und ein oder mehrere Elektrofahrzeuge (Elektro-Scooter) getestet. Gerne würden wir von Ihnen erfahren, welche Spuren diese Probefahrt vor rund einem Jahr bei Ihnen hinterlassen hat.

Wir möchten Sie bitten, den folgenden Fragebogen auszufüllen und bis zum Montag **26. April 2010** an die E-Mail-Adresse [landis@interface-politikstudien.ch](mailto:landis@interface-politikstudien.ch) zu senden.

**Vielen Dank für Ihre wertvolle Unterstützung!**

**1) In welcher Funktion haben Sie die SWISS-MOTO 2009 besucht?**

	Bitte kreuzen Sie ein Antwortfeld an
a) Als Händler/in	<input type="checkbox"/>
b) Als Aussteller/in	<input type="checkbox"/>
c) Als Besucher/in	<input type="checkbox"/>
d) Als Anderes, nämlich: <input type="text"/>	<input type="checkbox"/>

**2) Wie stimmen Sie folgenden Aussagen zur SWISS-MOTO 2009 zu:**

	Trifft überhaupt nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft eher zu	Trifft ganz genau zu	Wissen nicht
a) Ich kann mich gut an diese Probefahrt(en) an der SWISS-MOTO 2009 erinnern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Die Probefahrt(en) an der SWISS-MOTO 2009 hat mir gefallen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Mindestens eines der an der SWISS-MOTO 2009 getesteten Fahrzeuge hat mich sehr überzeugt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Ich habe auch an der SWISS-MOTO 2010 eine Probefahrt mit einem Elektro-Scooter gemacht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**3) Haben Sie seither einen Elektro-Scooter gekauft?**

	Bitte kreuzen Sie ein Antwortfeld an
a) ja <i>☞ Frage 4a</i>	<input type="checkbox"/>
b) nein, aber Kauf in näherer Zukunft ist geplant <i>☞ Frage 4a</i>	<input type="checkbox"/>
c) nein <i>☞ Frage 4b</i>	<input type="checkbox"/>



4a) Welches waren resp. sind die Gründe für einen Kauf? (bitte wichtigste zwei Gründe nennen!)

- Umwelt
- Schnelligkeit
- Grössere Mobilität
- Geräuschlosigkeit
- Aktion / finanzielle Unterstützung seitens Gemeinde
- Fahrspass
- Image
- Weitere Gründe, nämlich:

4b) Welches waren resp. sind die Gründe gegen einen Kauf? (bitte wichtigste zwei Gründe nennen!)

- Preis
- Technik noch nicht ausgereift
- Kein Händler in der Nähe
- Keine Lademöglichkeit
- Die Fahrzeuge in meinem Haushalt decken meine Bedürfnisse genügend ab
- Weitere Gründe, nämlich:

5) Haben Sie seither ein oder mehr herkömmliche Motorräder/Roller gekauft?

	Bitte nur eine Antwort
a) ja	<input type="checkbox"/>
b) nein, aber Kauf in näherer Zukunft ist geplant	<input type="checkbox"/>
c) nein	<input type="checkbox"/>

6) Haben Sie seit der SWISS-MOTO 2009 etwas über Elektro-Scooter gehört?

	Stetig/ häufig	Gekennzeichnet/ selten	Nie
a) Radio, TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Printmedien (Zeitung, Fachzeitschriften etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) NewRide Newsletter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Durch Händler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Durch Aussteller der SWISS-MOTO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Durch Freunde und Bekannte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Andere, nämlich: <input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>


**7) Wie stimmen Sie folgenden Aussagen zur Marktfähigkeit der Elektro-Scooter zu:**

	Trimm überhaupt nicht	Trimmteiler nicht	Trimmteiler zi	Trimmganz gerade zi	Weder nicht
a) Aus meiner Sicht sind Elektro-Scooter heute marktfähig.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Ich glaube, dass Elektro-Scooter in den nächsten 5 bis 10 Jahren den Durchbruch auf dem Markt schaffen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Für den Marktdurchbruch müssen die grossen Rollerhersteller Elektro-Scooter anbieten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Für den Marktdurchbruch braucht es ein flächendeckendes Netz an öffentlichen Ladestationen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**8) Erhalten Sie den elektronischen Newsletter von NewRide?**

Ja	Nein
<input type="checkbox"/> Frage 8a	<input type="checkbox"/> Frage 8b

**8a: Falls ja...**

	Trimm überhaupt nicht	Trimmteiler nicht	Trimmteiler zi	Trimmganz gerade zi	Weder nicht
a) Ich lese den Newsletter von NewRide regelmässig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Ich bin zufrieden mit dem Newsletter von NewRide.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**8b: Falls nein...**

	Ja	Nein
a) Ich möchte mich in Zukunft mit dem elektronischen Newsletter von NewRide über technologische Entwicklungstendenzen, Marktneuheiten und Veranstaltungen informieren lassen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**9) Angaben zur Person**

	Mann	Frau
a) Geschlecht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Alter	Jahre	

**10) Allgemeine Bemerkungen (max. 1500 Zeichen)**


Wir danken Ihnen bestens für Ihre wertvolle Mitarbeit!

IMPRESSUM

---

INTERFACE  
Politikstudien Forschung Beratung  
Seidenhofstr. 12  
CH-6003 Luzern  
Tel +41 (0)41 226 04 26  
Fax +41 (0)41 226 04 36  
[www.interface-politikstudien.ch](http://www.interface-politikstudien.ch)

PROJEKTREFERENZ

Luzern, Mai 2010  
Projektnummer: 08-57