

Marzo 2006

Agence EcoCar

Rapport annuel 2005

Version definitive

Auteurs:

Anna Rota - Biadici, Fondazione VEL (rédaction générale)

Raffaele Domeniconi, Fondazione VEL

Dr. Susanne Wegmann, e'mobile

René Bautz, e'mobile

Heidi Hofmann, NewRide

Dr. Ueli Haefeli, NewRide

Serge Savary, gazmobile SA

Hans Wach, gazmobile SA

Agence EcoCar

c/o Fondazione VEL, via Angelo Maspoli 15, CH-6850 Mendrisio

Tel. 091 646 06 06, Fax 091 646 05 35 · ecocar@infovel.ch · www.ecocar.ch · www.energie-schweiz.ch

Index

1	Résumé	5
2	Évaluation quantitative et qualitative des activités et des résultats.....	5
2.1	Agence EcoCar	6
2.1.1	Projets communs	6
2.1.2	Autres projets.....	7
2.2	gazmobile SA.....	7
2.2.1	Messen	8
2.2.2	P&D-Projekte	9
2.2.3	Marketing	9
2.2.4	Ausstellungen / Events	10
2.2.5	Kommunikation	10
2.3	e'mobile.....	10
2.3.1	Kommunikation effiziente Fahrzeuge.....	10
2.3.2	EcoCar-Stand am Autosalon in Genf 2005	11
2.3.3	EcoCar-Expo	12
2.3.4	Informationsveranstaltungen	12
2.3.5	Info-Zentren.....	13
2.3.6	Evaluation / Koordination	13
2.3.7	Eingesetzte Mittel.....	13
2.4	Fondazione VEL	14
2.4.1	VEL EXPO TICINO	14
2.4.2	Eventi promozionali	14
2.4.3	Azioni di comunicazione e informazione.....	15
2.4.4	Promozione stazionamento e ricarica veicoli efficienti	15
2.4.5	A Scuola di Mobilità.....	15
2.4.6	Eco-consulenza flotte	15
2.4.7	Catalogo e promozione veicoli efficienti	15
2.5	NewRide.....	16
2.5.1	Gemeinden und Messen	16
2.5.2	Anbieter.....	17
2.5.3	Kommunikation	18
2.5.4	Anlässe mit Migros und Betriebe	18
2.5.5	Evaluation und Controlling	18
2.5.6	Sekretariat	19
2.5.7	Entwicklung der Verkaufszahlen.....	19
3	Perspectives.....	20
3.1	gazmobile SA.....	20
3.2	e'mobile.....	20
3.3	Fondazione VEL	20
3.4	NewRide.....	21
3.4.1	Trendwende: Das Angebot an Elektrozweiräder wird wieder breiter	21
3.4.2	Knappe Ressourcen.....	21
3.4.3	Weiterführung der bisherigen Aktivitäten	21
3.4.4	Schwerpunkt Westschweiz	21
3.4.5	Schwerpunktthema Gesundheit.....	21
3.4.6	Neugestaltung Homepage	22

4	Divers.....	22
5	Adresses de contact.....	22

1 Résumé

En général on peut affirmer que les activités de promotion des véhicules efficients confiés de SuisseEnergie à l'agence EcoCar pour l'année 2005 ont eu une bonne réussite. Surtout au niveau des manifestations le succès a été évident, avec un nombre de participations bien supérieur au prévu, surtout en ce qui concerne les Roadshows de NewRide, mais aussi en ce qui concerne le nombre de visiteurs des différentes manifestations.

Il y a eu quelques projets qui ne se sont pas déroulés complètement selon les prévisions, mais qui ont été en général balancés au niveau des activités et des dépenses par les projets de succès. Plusieurs objectifs qualitatifs ainsi que quantitatifs pour 2005 ont été obtenus, comme on peut le constater en lisant le chapitre 2.

Dans le plan annuel on avait prévu de favoriser l'immatriculation de 5'000 véhicules efficients en 2005. Cet objectif a été pleinement obtenu et même dépassé, car on compte quelque 5'600 véhicules efficients qui ont été immatriculés, et cela sans calculer la totalité des véhicules efficients à essence et diesel. Il s'agit d'une réduction énergétique de plus de 320 TJ et d'une réduction des émissions de CO₂ de plus de 30'000 tonnes, selon la base de calcul d'EcoCar sur laquelle se basaient les objectifs du plan annuel 2005.

En ce qui concerne les stations de remplissage de gaz naturel, par contre, seulement la moitié des 20 nouvelles stations ont été inaugurées en 2005, à cause de lenteur bureaucratique de différents types, mais parmi ces stations on compte l'importante première station au Tessin, qui permet d'ouvrir le marché des véhicules à gaz naturel même dans cette région.

Les différents objectifs qualitatifs ont été en général remplis. Il faut surtout constater que le degré de sensibilisation de la population suisse à l'égard de l'impact des véhicules et de la mobilité sur l'environnement est de plus en plus fort. Et cela évidemment aussi grâce à toutes les actions et les mesures proposées par EcoCar et ses partenaires.

L'agence EcoCar a eu en total des dépenses de CHF 6 millions, dont CHF 1,6 millions au maximum seront financés par l'OFEN. La contribution prévue de l'OFEN correspond à 26,6% du total, un pourcentage bien inférieur au 40% maximal défini dans le contrat. La partie restante est financée par les partenaires de l'agence (ou bien dans le cas du Rallye21 par l'organisation organisatrice), à travers des prestations propres, prestations de tiers (surtout revendeurs et importateurs ainsi que l'industrie gazière et d'électricité) et par le financement d'autres entités, surtout les Communes et Cantons, mais aussi des sponsors privés.

2 Évaluation quantitative et qualitative des activités et des résultats

EcoCar a réalisé différents projets en 2005, pour une dépense totale de six millions de francs, auxquelles SuisseEnergie contribue avec CHF 1,6 million au maximum, ce qui correspond au 26,6% du montant total. Les différents projets ont été réalisés presque dans leur totalité, à part quelques exceptions qui ont été compensées par une surcharge d'autres projets.

Par rapport aux objectifs quantitatifs, qu'on avait établi lors du plan annuel, les résultats sont les suivants:

- ◆ Environ 5'600 immatriculation de véhicules efficients en 2005 (données des importateurs/producteurs sur la base des données de l'OFROU et des contributions VEL2) – prévu dans le plan annuel étaient 5'000 véhicules:
 - ◆ Près de 1'400 véhicules hybrides (Prius, RX400 h, Civic IMA) et plus de 50 véhicules électriques (MES-DEA, Twike, City-el, Citroën)
 - ◆ environ 800 véhicules à gaz naturel
 - ◆ environ 2'200 e-bikes
 - ◆ en plus 60 véhicules efficients à essence et diesel ont encore pu profiter des contributions à l'achat du Projet VEL2 au Tessin, qui sont terminés déjà en avril 2005. Il faut ajouter environ 1000 véhicules de la catégorie A ou B dans la Suisse allemande et romande, soit un quart de tous ces véhicules immatriculés en 2005.

Il s'agit d'une réduction énergétique totale de plus de 320 TJ et d'une réduction des émissions de CO₂ de plus de 30'000 tonnes.

- ◆ 10 nouvelles stations de remplissage de gaz naturel ont été mises en service en 2005, dont la première au Tessin, qui a été ouverte en juin 2005.

2.1 Agence EcoCar

L'agence EcoCar a géré des projets propres qui ont été réalisés par les quatre partenaires en commun et il y a eu un projet de tiers qui a été financé par EcoCar.

2.1.1 Projets communs

En 2005 l'agence EcoCar a été créée et donc cette année a aussi nécessité d'un grand effort supplémentaire pour l'organisation de l'agence et du travail synergique. On n'a donc pas encore pu profiter pleinement des synergies et on n'avait pas prévu un budget spécifique pour des projets en commun. En conséquence, pour contribuer au 40% du financement de ces activités avec des dépenses totales de CHF 64'500 on a utilisé le montant de 25'500.- CHF nommé en tant que réserve lors du budget annexe au plan annuel.

- ◆ Journée des parlementaires:
EcoCar a pensé d'organiser une journée de sensibilisation pour les parlementaires fédéraux, lors d'une session du Parlement à Berne. Cette journée en fin des comptes a été renvoyée à 2007, mais cela après un travail antérieur de préparation et d'étude de la situation et de vérification de différentes possibilités qui a évidemment déjà demandé des prestations propres et de tiers.
- ◆ Site Internet www.ecocar.ch
Ce site a été préparé et développé dans l'automne 2005 et a été mis en ligne en janvier 2006. Cet instrument électronique permet d'identifier l'agence EcoCar comme une unité du point de vu de la communication. Le site est très simple et sert surtout de base pour présenter EcoCar et renvoyer directement l'internaute chez le site des partenaires le plus approprié pour l'information recherchée.
- ◆ Actions de communication
Lors de la fondation de l'agence EcoCar on a préparé et distribué un communiqué de presse de présentation en trois langues. En plus au cours de l'année on a préparé quelques articles sur l'agence et on a fait un exposé lors d'une rencontre des partenaires de SuisseEnergie.

- ◆ **Modèle d'efficacité**
Toujours suite au fait que l'agence a été créée en 2005, le travail commun tout au long de l'année a également été consacré pour le développement du modèle pour le calcul de l'efficacité de nos mesures, avec INFRAS. Les heures de travail dédiées à cette tâche ont été bien nombreuses, car, en prévision du contrat cadre 2006-2010, il fallait rendre plus consistante et cohérente l'analyse de l'efficacité de l'ensemble des activités de EcoCar. Entretemps, on a élaboré des bases pour permettre une évaluation comparative des projets d'EcoCar.
- ◆ **TVA**
La question de l'assujettissement à la TVA à également requis un travail consistant, qui n'avait pas été prévu. La question n'est toujours pas encore claire.
- ◆ **Autres projets**
Au cours de l'année on a discuté et évalué d'autres possibles projets, qui n'ont toutefois pas été réalisés.

2.1.2 **Autres projets**

Der Event Rallye21 wurde am 17. / 18. Juni 2005 durchgeführt. Die angepeilten Ziele wurden mit Hilfe von folgenden Massnahmen umgesetzt:

1. Inszenierung und Durchführung einer Effizienzmeisterschaft mit den genannten Fahrzeugen (alles Serienfahrzeuge) mit der Teilnahme von 480 Personen aus Wirtschaft, Politik, Prominenz und der Allgemeinheit,
2. Innovationsshow mit Gewichtung Innovation auf Konzeptfahrzeugen mit Lifestyle (Rinspeed Senso) oder herausragenden ökologischen Leistungen (PAC-Car),
3. Information, Moderation vor Ort durch Radiofrau Mona Vetsch, Zeitungsbeilage und breite Medienpartnerschaft mit Basel 1, DRS3, Basler Zeitung,
4. Einbezug von über 20 Prominenten aus Showbiz und Politik mit Betonung von Lifestyle. Regional, lokal sehr gute Ausstrahlung / national stark u.a. mit Sonntagsblick. Eine detaillierte Wirkungsanalyse wurde beim Bundesamt für Energie beantragt, aber nicht bewilligt. Da der Event auch 2006 durchgeführt und die Sponsoren zu einem grossen Teil ihre erneute Beteiligung zugesagt haben, ist von einer guten Wirkung auszugehen.

Le projet Rallye21 a été soutenu par l'OFEN avec CHF 20'000.-, et pour le reste (CHF 310'000) par des sponsors en grande partie et par d'autres contributions de Cantons et communes.

Gazmobile, e'mobile et NewRide ont participé au Rallye21 par leur propres projets. Ils ont évalué l'impact de cet évènement comme principalement régional.

2.2 gazmobile SA

Aufgrund der Statistik ergibt sich per Ende 2005 folgender Ziel-IST-Vergleich:

	Ziel:	IST
Anzahl Erdgasfahrzeuge in Verkehr:	2000	ca. 1900
Anzahl Tankstellen in Betrieb:	70	ca. 60

Bezüglich Fahrzeugzulassungen wurde das Jahresziel fast erreicht. Dies ist insofern auch positiv zu beurteilen, weil im 2005 infolge Modellwechsel wichtige Fahrzeugmodelle, wie z. B. der Opel Zafira 1.6 CNG vorübergehend nicht erhältlich waren. Bei den Tankstellen ergaben sich teilweise

erhebliche Verzögerungen infolge Kredit- und Baubewilligungen sowie teilweise auch längere Vertragsverhandlungen mit den Tankstellenbetreibern. Auch wirkte sich die erhebliche Verzögerung bei der Bewilligung der Treibstoffsteuerermässigung auf Ebene des Bundesrates bremsend aus.

Von den im vorliegenden Bericht präsentierten und abgerechneten Projekten sind nur etwa 10% der Aufwendungen eigener Personalaufwand, seitens BfE werden nach Abzug der MWSt max. CHF 420'000.- beigetragen. Der Rest wird von gasmobil bzw. von schweizerischen Gasversorgungsunternehmen im Auftrag der gasmobil finanziert. Damit ergibt sich folgende Zusammenstellung:

◆ Personalaufwand gasmobil (ca. 10%):	130'000.-
◆ Beiträge BfE (32,6%):	420'000.-
◆ Beiträge gasmobil /GVU's	736'000.-
Total:	1'286'000.-

2.2.1 Messen

Die Messen in Genf und Zürich stiessen auf reges Interesse der Besucher und Medien. Das Standpersonal war ständig belegt mit Fragen beantworten und Informationen und Unterlagen an Interessierte abzugeben.

- ◆ Autosalon 2005: 2 Auftritte mit Erdgasfahrzeugen (detaillierter Bericht zur Verfügung)
 - ◆ Gasmobil/Rinspeed: Trilogie mit Senso, Ford Maverick 4x4 Green Power und Opel Astra TNG (Prototyp) in optisch abgestimmter Form (siehe Bericht gasmobil)
 - ◆ Erdgasfahrzeuge auf dem EcoCar-Stand: Im Auftrag der e'mobile wurden von gasmobil in Zusammenarbeit mit den Importeuren folgende käufliche Erdgasfahrzeuge ausgestellt: Mercedes NGT, Volvo S60 + Fiat Multipla Bipower (Bericht und Abrechnung über e'mobile)



Der Autosalon Genf erreichte mit knapp 750'000 Besuchern einen neuen Rekord. Die Besucherfrequenz und das Interesse an Erdgasfahrzeugen auf beidem Messeständen war gross. Unter den käuflichen Erdgasfahrzeugen interessierte vor allem der Mercedes NGT und der Ford Maverick 4x4 Green Power. Der Opel Astra TNG mit Turbo-Erdgasmotor erzeugte vor allem in Fachkreisen Interesse.

- ◆ Auto Zürich: (detaillierter Bericht zur Verfügung)

An der 19. Auto Zürich war gasmobil zusammen mit ihrem regionalen Partner Erdgas Ostschweiz AG als Co-Sponsor präsent. Die Erdgasfahrzeugausstellung direkt im Bereich des Haupteingangs umfasste insgesamt 10 Erdgasfahrzeuge verschiedener Marken, darunter als Premiere auch ein Toyota Prius in Erdgasversion aus der Westschweiz. Als besondere Attraktion übernahmen die Verkehrsbetriebe Glatttal mit einem EEV-Erdgasbus

aus Olten den Shuttledienst zwischen Parking und Messeingang. Dieser Beitrag wurde von der Gasverbund Mittelland AG zusammen mit der Erdgas Zürich gesponsert. Die Resonanz der Besucher und Medien war überdurchschnittlich gut, was zeigt, dass solche regionalen Messeauftritte besonders attraktiv und wichtig sind. Insgesamt wurden an den Messen ca. 60'000 Besucher registriert.

- ◆ Auto Basel: (zur Info, wird nicht abgerechnet)
Obwohl aus Budgetgründen nicht im Rahmen von EcoCar abgerechnet, verzeichnete auch die 2. Auto Basel ein reges Interesse. Auch dort war gasmobil zusammen mit GVM und IWB Co-Sponsor des Veranstalters und präsentierte eine Erdgasfahrzeugausstellung direkt am Haupteingang zur Messe. Hervorzuheben ist auch die sehr gute Zusammenarbeit mit den regionalen Autohändlern. Insgesamt wurden ca. 30'000 Besucher registriert.

2.2.2 P&D-Projekte

Ein detaillierter Bericht ist zur Verfügung.

- ◆ Aufbau eines Opel Astra TNG (neues Modell mit 1.4 l Erdgasturbomotor) zusammen mit Opel Schweiz, dem Hersteller Opel OSV und der Engineeringfirma BRA, Schweinfurt:

Der Opel Astra TNG mit Turbo-Erdgasmotor erzeugte vor allem in Fachkreisen Interesse und war nach dem Autosalon Genf inzwischen auch schon in Deutschland an der AMI, Leipzig und an der IAA in Frankfurt präsent. Im Sept. 05 (Nr. 37/2005) wurde zu diesem Fahrzeug ein Testbericht in der Automobilrevue präsentiert. Opel studiert zurzeit insbesondere die in allen Belangen sehr interessante Option Turbo-Motor für Opel Erdgasfahrzeuge. Insofern hat das Ausstellungsmodell wie anvisiert einen Prozess zur Weiterentwicklung der Erdgasfahrzeuge bei Opel angestossen.

- ◆ Aufbau eines Ausstellungsfahrzeuges auf Basis des Ford Maverick Green Power zusammen mit Ford Schweiz und Rinspeed:

Das Interesse am ersten käuflichen 4x4 Erdgasfahrzeug ist in der Schweiz sehr gross. Zurzeit bestehen aber noch Lieferschwierigkeiten, da Ford Schweiz vom Bestelleingang für Erdgasfahrzeuge völlig überrascht wurde.

2.2.3 Marketing

Ein detaillierter Bericht ist zur Verfügung

- ◆ 1-jähriger Versuch beim TCS mit 26 Erdgasfahrzeugen im Juni 05 abgeschlossen:
Der einjährige Fahrversuch beim TCS war eine wichtige Aktion. Einerseits attestiert der TCS aus seiner neutralen Sicht dem Erdgasfahrzeug gute Noten, andererseits wurden auch Mängel erkannt, so z. B. die ungenügende Standardisierung der Tankstellenbedienung sowie knappe Motorleistung bei einigen getesteten Fahrzeugen. Die 26 Gebrauchtfahrzeuge waren zudem noch vor Abschluss des Fahrtests bereits verkauft, was bestätigt, dass gebrauchte Erdgasfahrzeuge sehr gesucht sind.
- ◆ Die Einweihung der Erdgas-Tankstelle auf dem TCS-Center in Volketswil erfolgte in enger Zusammenarbeit mit der lokalen TCS-Sektion und den Autohändlern.

Solche lokalen Einweihungsanlässe finden während des Jahres an zahlreichen Orten statt und stellen einen wichtigen Marketingbeitrag dar.

2.2.4 Ausstellungen / Events

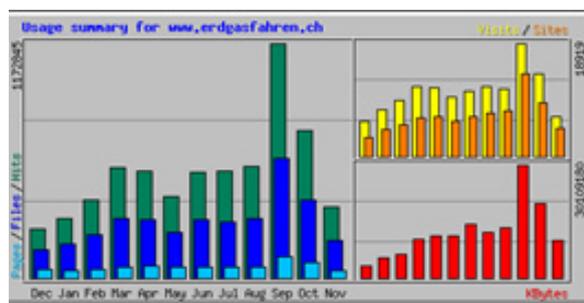
Rallye21 Erdgasfahrzeugausstellung und Rallye mit Erdgas- und Hybridfahrzeugen vom 17./ 18. Juni 05: ca. 8'400 Besucher. Die Medienresonanz war sehr gut, die Besucherzahl hat sich gegenüber dem Vorjahr verdoppelt, ist aber immer noch zu niedrig. Diesbezüglich muss im nächsten Jahr vor allem der Standort an einen attraktiveren Platz in Basel verlegt werden.

2.2.5 Kommunikation

Internet, Fachpresse, Inserate + Plakataktionen laufend übers ganze Jahr:

Der Internetauftritt von www.erdgasfahren.ch bzw. www.vehiculeagaz.ch wird durchwegs positiv beurteilt. Insbesondere die laufende Aktualisierung der Erdgas-Tankstellen und die Übersicht über das Erdgas-Fahrzeugangebot werden geschätzt.

Die Trefferstatistik der Website verzeichnete im Monat Sept. 05, als die Benzin- und Dieselpreise neue Höchstwerte erreichten, einen erheblichen Anstieg. Eine Entwicklung, die auch durch die Besucherzahl an der Auto Zürich bestätigt wurde.



Inzwischen gibt es auch eine Zusammenarbeit mit car4you für Internetunterstützung von Erdgas-Gebrauchtfahrzeugen.

2.3 e'mobile

2.3.1 Kommunikation effiziente Fahrzeuge

Mittels der Promotion der laufend aktualisierten Webseite, dem E-Mail-Versand von sechs Ausgaben eines Newsletters und von zwei Ausgaben der EcoCar-News wurde die Erhöhung des Bekanntheitsgrades der energieeffizienten Fahrzeuge und insbesondere solcher mit alternativen Antriebssystemen und Treibstoffen bezweckt.

Die Zahl der Webseitenbesuche hat sich mit 183'521 gegenüber dem Vorjahr (85'284 Besuche) mehr als verdoppelt. Die Zahl der unterschiedlichen Besucher ist von 53'802 im 2004 auf 97'231 gestiegen. Die getroffenen Massnahmen bewirkten offensichtlich eine breitere Bekanntheit der Webseite, womit ein wichtiges Ziel planmässig erreicht worden ist. Sowohl auf Deutsch als auch auf Französisch ist das Fahrzeugangebot die meist besuchte Rubrik gefolgt vom Bereich zu den Treibstoffen. Dies ist ein deutliches Indiz dafür, dass die Bekanntheit von verbrauchs- und emissionsarmen Fahrzeugen und alternativen Treibstoffen wie angestrebt verbessert werden konnte.

Eine erste Version der Beschaffungsempfehlung unter Berücksichtigung von ökologischen Aspekten für öffentliche Verwaltungen als neues, auf der Webseite angebotenes Instrument ist im Herbst 2005 planmässig auf der Webseite aufgeschaltet und ein Prospekt zur Promotion des Instruments Ende Jahr fertig gestellt worden. Ihre Wirkung wird die Beschaffungsempfehlung jedoch erst ab 2006 entfalten.

Der EcoCar-Newsletter stösst weiterhin auf ein wachsendes Echo. Die November-Ausgabe wurde an knapp 1'000 Adressen verschickt. Insgesamt sind wie geplant sechs Ausgaben je auf Deutsch und Französisch publiziert worden. Mit 3'500 verschickten Exemplaren ist die Gesamtauflage etwas höher als geplant (3'000 Exemplare). Der Newsletter trägt unter anderem nachweislich dazu bei, dass die Veranstaltungen bei einem interessierten Publikum besser bekannt sind, was sich etwa in der überregionalen Herkunft der Teilnehmenden von regionalen Veranstaltungen wie beispielsweise dem e'mobile-Hilton-Apéro in Basel zeigte. Er hat ausserdem mehrere Veranstaltungshinweise in den Medien ausgelöst. Die Aktualisierung der Adressdatei ist zeitlich jedoch ziemlich aufwändig.

Mit sieben Inseraten wurde das Plansoll von sechs Inseraten mehr als erfüllt. Eines dieser Inserate wurde auf Deutsch, Französisch und Italienisch publiziert, die anderen auf Deutsch und Französisch. EcoCar-News wurden nur eine anstatt der geplanten zwei Ausgaben publiziert. Die vor dem Autosalon 2005 auf Deutsch und Französisch publizierten EcoCar-News mit der Marktübersicht sind jedoch auf über Erwarten grosses Interesse gestossen, so dass sie in der 2. Jahreshälfte in beiden Sprachen nachgedruckt werden mussten.

2.3.2 EcoCar-Stand am Autosalon in Genf 2005



Auf dem 231,5 m² grossen Stand am Autosalon in Genf 2005 wurden drei Erdgas-, zwei Hybridfahrzeuge und ein Elektrofahrzeug ausgestellt. Mit der La Jamais Contente diente ein historisches Elektrofahrzeug als Blickfang. Zudem wurde in einem separaten Bereich zur Energieetikette für Personenwagen informiert und auf einem Plasmabildschirm die einzelnen alternativen Antriebssysteme erklärt. Das Projekt wurde in enger Zusammenarbeit mit gasmobil und weiteren Vertretern der Gasindustrie durchgeführt. Neben den

Fahrzeugherstellern und EnergieSchweiz inkl. energieEtikette haben gasmobil, die Stromwirtschaft, VEL2 und diverse Verbandsmitglieder das Projekt unterstützt.

Die durch die Präsenz am Autosalon erzielte Wirkung entspricht weitgehend den Erwartungen. Insbesondere hat es sich gezeigt, dass der Stand dank Kontinuität besser bekannt ist, was sich in einer Verdreifachung der Kontakte und vermehrt gezielten Fragen zu den ausgestellten Fahrzeugen zeigte. Ausserdem bestätigte es sich, dass die La Jamais Contente ein guter Blickfang war und Salonbesucher auf den Stand führte, die sich nicht speziell für effiziente Fahrzeuge interessieren. Damit liess sich der Besucherkreis spürbar ausdehnen. Zudem erlaubte sie es, das Medienecho zu verbessern.

Entsprechend der wachsenden Palette vor allem der Erdgasfahrzeuge wäre es wünschenswert gewesen, eine grössere Standfläche zur Verfügung zu haben. Dies hätte es unter anderem auch erlaubt, den DVD mit den verschiedenen am Stand vertretenen alternativen Antriebssystemen attraktiver zu präsentieren.

2.3.3 EcoCar-Expo

EcoCar-Expo ist eine Serie von Marken übergreifenden Ausstellungen von Hybrid-, Erdgas- und Elektrofahrzeugen mit Probefahrgelegenheiten.

EcoCar-Expos eignen sich als Attraktion an regionalen Multimarken- und an Gewerbeausstellungen. Geplant war die Durchführung von zehn EcoCar-Expos, womit 50'000 Personen erreicht werden sollten. Tatsächlich durchgeführt worden sind 13 EcoCar-Expos (davon 3 in der Westschweiz), wobei mit der Luga zusätzlich eine 10-tägige Veranstaltung durchgeführt wurde. Letzteres war wesentlich für ein deutlich höheres Gesamtbudget verantwortlich. Die Zahl der erreichten Personen wird auf die budgetierten 50'000 Personen geschätzt. Insgesamt wurden 1'222 Probefahrten durchgeführt, pro Ausstellungstag 32. Dieser Durchschnittswert konnte gegenüber dem Vorjahr um die Hälfte erhöht werden. Als Gründe werden eine bessere Auswahl der Anlässe und eine bessere Kommunikation im Vorfeld der Anlässe vermutet. Insgesamt ermittelte der Argus etwa 100 Medienberichte und Veranstaltungshinweise.



Die Kombination Ausstellung / Probefahrten hat sich bewährt. Probefahrten sind eine attraktive Form der Informationsvermittlung und geeignet, Berührungängste abzubauen. Dies hat sich vor allem bei Erdgasfahrzeugen bestätigt, wie Kommentare wie «die lassen sich tatsächlich wie normale Autos fahren» zeigen. Der Werbeeffect war insbesondere an grossen Publikumsanlässen gross. Die Sensibilisierung für Energiefragen gelang vor allem bei Autoshow (als Kontrast zu den Neuwagenausstellungen) sowie an den fünf Ausstellungen, an denen weitere Mobilitätspartner wie beispielsweise NewRide auftraten. Die Händler sind nach wie vor die Schwachstelle im Marketing. Dank EcoCar-Expo hat zwar der eine oder andere sein Engagement erhöht, aber das Niveau ist allgemein noch tief. Nicht selten bieten die EcoCar-Expos einen ersten Kontakt mit dem Erdgas- oder Hybridfahrzeug der vertretenen Marke.

Nicht immer ist es gelungen, lokale Partner zu finden (Behörden, Erdgasversorger). Dies hatte zwei Hauptgründe: Entweder erachten die potenziellen Partner Probefahrten nicht als sinnvoll, oder die Erdgasversorger wollen ausschliesslich Erdgasfahrzeuge unterstützen und nicht indirekt auch Hybrid- und Elektrofahrzeuge.

2.3.4 Informationsveranstaltungen

Mit den sechs Informationsveranstaltungen (darunter eine 2-tägige Veranstaltung in der Westschweiz und die Beteiligung am VEL EXPO TICINO in Lugano), welche e'mobile organisiert oder sich als Partner beteiligt hat, konnte die breite Öffentlichkeit auf effiziente Fahrzeuge aufmerksam gemacht und mit den Probefahrten Berührungängste abgebaut werden. Das Interesse der Partner, nächstes Jahr eine Veranstaltung wiederum im gleichen oder ähnlichen Rahmen durchzuführen, ist ein Hinweis auf die Zufriedenheit der Partner. Als zum Teil schwierig erwies sich die Medienarbeit, in welcher es in einzelnen Projekten wünschenswert gewesen wäre, wenn e'mobile als Partner und Ansprechstelle im Bereich effiziente Fahrzeuge ein stärkeres Gewicht erhalten hätte.

Weniger Probefahrten als in den Vorjahren sind während dem VEL EXPO TICINO durchgeführt worden. Dies widerspiegelt sich bei e'mobile auch in der Gesamtzahl der Besucher aller Informationsveranstaltungen, die mit 500 Personen unter den geplanten 600 liegt. Hier nicht mitgezählt sind die Besucher der VEL EXPO TICINO, die keine Probefahrt mit einem Auto gemacht haben.

Die Wirkung von Partneranlässen, an welchen e'mobile nicht als Hauptpartner mitarbeitet, ist für den Verband eine begrenzte trotz zum Teil erheblichem Aufwand. Dies gilt vor allem für Anlässe mit einer grösseren Zahl von Partnern mit grösserem finanziellem Engagement und entsprechend stärkerer Präsenz wie beispielsweise der Rallye21. Partner sollen in Zukunft nach Möglichkeit zwar weiterhin mit Informations- und Ausstellungsmaterial unterstützt werden. Es sollen zukünftig jedoch schwergewichtig Informationsveranstaltungen durchgeführt werden, bei welchen e'mobile die Federführung hat.

2.3.5 Info-Zentren

Alle Info-Zentren inkl. Kontaktstelle in Genf haben an mehreren überregionalen Anlässen teilgenommen, womit diese in ihrer Region als Anlaufstelle für Fragen zu energieeffizienten Fahrzeugen bekannt gemacht worden sind. Bei allen Stellen ist in der zweiten Jahreshälfte die Zahl der Anfragen zu Fahrzeugen mit alternativem Antrieb gestiegen. Insgesamt ist mit 1'720 Beratungen das Ziel von 1'500 übertroffen worden. Diese fanden zudem häufiger in einer vergleichsweise späten Phase des Kaufprozesses statt, was sich in den gestellten Detailfragen zeigte. Vor allem in der Deutschschweiz zeigt sich eine anhaltende Nachfrage nach Elektrofahrzeugen, die jedoch immer weniger gedeckt werden kann, da die Modellpalette bei den Mehrspurfahrzeugen sehr begrenzt ist.

Bei den Verantwortlichen für die Info-Zentren resp. der Kontaktstelle in Genf zeigte sich ein Bedürfnis nach zusätzlichen Hintergrundinformationen. Mit einer jährlichen Informationsveranstaltung und regelmässiger Information über E-Mail sollen die Verantwortlichen der regionalen Infozentren besser über neuste Entwicklungen und laufende Projekte informiert sowie stärker in die Verbandsaktivitäten eingebunden werden.

2.3.6 Evaluation / Koordination

Im Bereich der Koordination / Evaluation standen die Ermittlung von besonders wirkungsvollen Massnahmen, die Verbesserung der Wirkung einzelner Massnahmen und die vermehrte Nutzung von Synergien im Vordergrund. Neben den Partnern der Agentur EcoCar, ergaben sich auch mit Energiestadt viel versprechende Synergien, die ein besonderes Interesse an der Beschaffungsempfehlung zeigt und bereits bei deren Entwicklung mitgearbeitet hat. Als besonders wirkungsvoll erweist sich der elektronisch verschickte EcoCar-Newsletter, worauf unter anderem der starke Anstieg der Webseitenbesuche hindeutet.

In allen Projekten wurde die Promotion der EnergieEtikette integriert. Die EcoCar-Expo an der Luga in Luzern diente als Plattform zur Lancierung der Aktion Klima-Bonus. Auf ein grösseres Interesse als in den Vorjahren ist der TCS-Verbrauchskatalog an Ausstellungen, Informationsveranstaltungen und bei den Info-Zentren resp. der Kontaktstelle gestossen.

2.3.7 Eingesetzte Mittel

EnergieSchweiz trägt die budgetierten CHF 400'000 an den Gesamtaufwand für alle Projekte von e'mobile von knapp CHF 1,5 Mio. bei. Dies entspricht 27% des Gesamtaufwands. Die Kantone BS, BL und LU haben Beiträge von gut CHF 34'000.- und die Gemeinden Muttenz, Riehen und Luzern CHF 8'000 an die Projekte bezahlt. Die Geldmittel Dritter inkl. Einnahmen in den Projekten und Sponsorengelder belaufen sich auf ein Total von gut CHF 253'000 für alle Projekte. Mehr als die Hälfte dieser Geldmittel sind von den Importeuren als Kostenbeteiligung für die EcoCar-Expos und den EcoCar-Stand am Autosalon in Genf bezahlt worden. Die restlichen Geldmittel Dritter gehen auf die Energieversorger (Erdgas und Elektrizität) zurück.

Die Eigenleistungen der Projektnehmer (knapp CHF 107'000) und jene von Dritten entsprechen einem Gesamtwert für alle Projekte von über 780'000. Hier nicht eingerechnet ist der

Koordinationsaufwand inkl. Abklärungen zur Evaluation und Wirkungsanalyse für die Agentur EcoCar und der Aufwand für die gemeinsamen Projekte der Agenturpartner.

2.4 Fondazione VEL

Il 2005 per la Fondazione VEL è stato un anno particolare dal punto di vista delle attività e della promozione, a causa della fine del Progetto VEL2 e della conseguente fine dell'erogazione dei contributi finanziari all'acquisto. Questo fatto ha parzialmente fermato nello slancio alcuni progetti che potranno essere ripresi a tutti gli effetti nel 2006, quando InfoVEL partirà con la promozione basata su un concetto nuovo su tutti i fronti.

Dei CHF 1'188'201. di costo complessivo avuti nel 2005 dalla Fondazione VEL per i progetti intrapresi nell'ambito di EcoCar, CHF 345'000 sono coperti dal contributo finanziario dell'Ufficio Federale per l'Energia, corrispondendo circa al 29% del finanziamento. Un'ampia parte del finanziamento è da attribuire a prestazioni di terzi, in particolare di rivenditori, ma anche di docenti ed altri. La parte rimanente è da attribuire ad enti pubblici (Canton Ticino ed alcuni Comuni) e alcuni sponsor privati, che hanno finanziato in alcuni casi specificatamente un determinato progetto, in altri casi hanno finanziato in generale il Progetto VEL2. Per semplificare quindi la suddivisione, questi finanziamenti sono di conseguenza solitamente indicati quali prestazioni proprie, perché provengono dal budget complessivo del Progetto.

2.4.1 VEL EXPO TICINO

Nel 2005 la Fondazione VEL ha organizzato la quarta edizione di VEL EXPO TICINO, dal 8 all'11 settembre 2005 a Lugano. La manifestazione ha riscontrato un ottimo successo, malgrado sia stata presentata per la prima volta con un allestimento logistico innovativo e malgrado i contributi all'acquisto fossero già terminati. Ha presentato diverse novità come la PAC-Car II in prima ticinese, i veicoli elettrici della Melex in prima svizzera ed anche due prime mondiali: la Fiat Panda elettrificata con batteria ZEBRA dalla MES-DEA di Stabio e la prima moto da freestyle elettrica Quantya, prodotta dalla ditta ticinese Division48. Ci sono stati oltre 8'000 visitatori, dei quali moltissimi allievi di scuole ticinesi che



hanno approfittato delle molto apprezzate visite guidate. Si trattava della manifestazione principale del Progetto VEL2 e, visto il successo del 2005, sarà riproposta anche l'anno prossimo.

2.4.2 Eventi promozionali

Durante il corso del 2005 abbiamo presenziato a 8 diverse manifestazioni locali di vario genere e con tipi di pubblico diversi, presentandoci con uno stand informativo e solitamente mettendo a disposizione, con la collaborazione dei rivenditori locali, dei veicoli efficienti da provare. In particolare abbiamo puntato sui veicoli a gas naturale, data l'attualità dell'apertura della prima stazione di rifornimento in Ticino, e dei nuovi veicoli elettrici della ditta ticinese MES-DEA di Stabio.

Le persone erano generalmente interessate e in molti si sono dimostrati già sensibili al tema degli impatti della mobilità. Come sempre è stata apprezzata la possibilità di vedere da vicino e provare i veicoli efficienti, senza alcuna pressione all'acquisto.

In tutte queste occasioni sono stati promossi i veicoli efficienti e l'etichettaEnergia, così come un'integrazione con altre forme di mobilità sostenibile.

2.4.3 Azioni di comunicazione e informazione

Le attività di comunicazione e di informazione si sono svolte regolarmente, senza subire l'influenza della fine dei contributi finanziari all'acquisto, dato che il concomitante rincaro del petrolio ha contribuito a mantenere alta la sensibilità e l'attenzione della popolazione nei confronti della mobilità sostenibile e quindi dei veicoli efficienti. A testimonianza di questo il numero di visite mensili del sito internet www.infovel.ch è costantemente aumentato nel 2005, arrivando a oltre 10'000 unità mensili. Sono apparsi nel 2005 ben 110 articoli dove è stato almeno citato il Progetto VEL2 o una delle sue attività, mantenendo quindi intatta la media di due articoli a settimana avuta nel corso degli anni centrali del Progetto e superando quindi le aspettative per il 2005.

2.4.4 Promozione stazionamento e ricarica veicoli efficienti

Il progetto del nuovo sistema di gestione della rete dei punti di ricarica pubblici per i veicoli elettrici, denominato RiParTI (Ricariche Parcheggi Ticino) è partito ad inizio 2005 senza intoppi e con soddisfazione degli utenti. Per quanto riguarda invece la promozione di tutti i tipi di veicoli efficienti tramite agevolazioni nei parcheggi, questo progetto per il 2005 è rimasto applicato unicamente a Lugano ma dove diventa sempre più utilizzato ed apprezzato, quindi per il 2006 è prevista una promozione molto più attiva di questa promozione presso anche altri Comuni ticinesi, con la concezione e la sperimentazione di un modello applicabile a più Comuni.

2.4.5 A Scuola di Mobilità

Il programma didattico *A Scuola di Mobilità* è stato affinato e testato in classi pilota nel corso del 2005, così che si sono potuti effettuare degli ulteriori miglioramenti ed ora il kit didattico è pronto per essere lanciato nelle varie sedi. Questa presentazione passa al 2006, in quanto le prove e le varie fasi di realizzazione hanno comportato dei tempi e costi maggiori che non hanno permesso di mantenere la tempistica prevista.



2.4.6 Eco-consulenza flotte

Il progetto di eco-consulenza per flotte ha subito la transizione dovuta alla fine dei contributi finanziari all'acquisto. Per questo motivo non ha potuto essere realizzato come previsto. Tuttavia, i gestori di flotte rimangono un obiettivo importante e la promozione in questo senso si è confermata efficace ed importante, quindi nel 2006 questo progetto sarà riproposto rimodellato per il nuovo Centro di Competenze per la Mobilità Sostenibile.

2.4.7 Catalogo e promozione veicoli efficienti

Il catalogo veicoli è stato realizzato come previsto nelle sue due versioni (per 3-4 ruote e per 2 ruote). E' stato prodotto in un'unica edizione perché la fine del Progetto VEL2 a metà anno non rendeva saggia la spesa di una nuova edizione in questa fase di transizione. La parte del progetto che prevedeva azioni di sostegno ai rivenditori più motivati non è invece stata realizzata secondo le previsioni, in quanto la fine dei contributi finanziari all'acquisto ha bloccato, almeno temporaneamente lo slancio e l'entusiasmo. Per il 2006 sono previste delle misure nuove che, inserite nell'intero nuovo concetto di promozione di InfoVEL, potranno essere attivate in modo migliore e sicuramente efficace.

2.5 NewRide

2005 hatte NewRide Ausgaben in der Höhe von rund CHF 1,147 Mio. Der grösste Teil der Kosten fiel in den Projekten „Events und lokale Anlässe“ (CHF 575'000) und „NewRide Ausstellungen und Messen 2005“ (CHF 220'000) an. Die Kosten für die dazugehörige Kommunikation und Koordination beliefen sich auf CHF 205'000. Der Aufwand für das Projekt „Marketing und Werbung“ lag bei rund CHF 120'000 und für die Evaluation/Wirkungsanalyse/Berichterstattung bei CHF 27'000. Der Anteil vom BFE an der Gesamtfinanzierung beträgt mit CHF 340'000 rund 29%. Der Rest wurde unter anderem von den NewRide-Gemeinden, Herstellern und Importeuren, Betrieben (vor allem Migrosbetriebe in der Deutschschweiz) sowie den NewRide-Händlern finanziert.

Die Aktivitäten im Berichtsjahr werden im Folgenden nach Ressorts dargestellt.

2.5.1 Gemeinden und Messen

Insgesamt beteiligten sich 28 Gemeinden an NewRide. Erfreulich ist, dass NewRide in mittlerweile fünf Westschweizer Gemeinden Fuss fassen konnte (vgl. Abbildung 1).

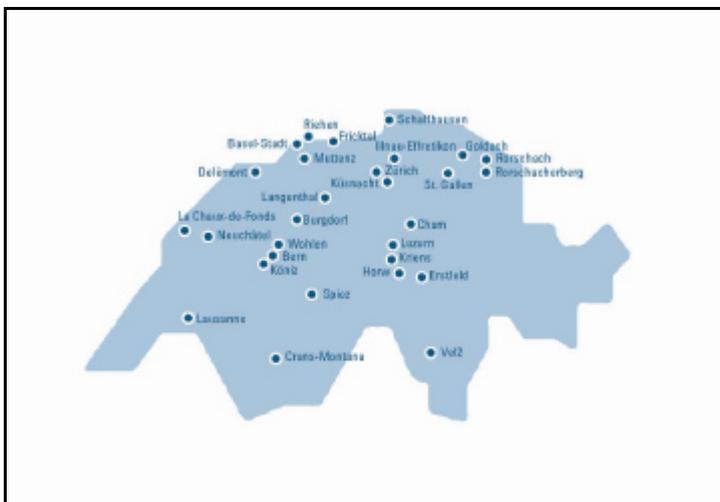


Abbildung 1: Karte der NewRide Gemeinden (Stand Februar 2006)

Zu den wichtigsten NewRide-Produkten gehört weiterhin die RoadShow, eine einfache mobile Elektro-Zweirad-Ausstellung mit Gelegenheit zu Probefahrten, welche Interessierten samt Betreuungspersonal zur Verfügung steht. Für NewRide-Gemeinden ist diese Dienstleistung gratis.

Die Ziele im Bereich RoadShow wurden 2005 wesentlich übertroffen. An über 170 Tagen fand eine RoadShow statt, vorgesehen gewesen waren lediglich 50! Dies zeigt das ungebrochene Interesse an dieser Dienstleistung. Der grösste Teil der RoadShows wurde in der Zusammenarbeit mit den NewRide-Gemeinden organisiert (ca. 100 Anlässe). Während 39 Tagen war NewRide an überregionalen Messen mit der RoadShow präsent. Diese Messen waren: Basler Muba im Februar, St. Galler Zweirad Arena im März, Luzerner LUGA im Mai, Neuchâtel Expo im Oktober und Schweizer Hausbau- und Minergie-Messe (Bern) im Dezember.

Es wurde wie in den Vorjahren ein Prospekt mit allen Produkten und Händlern erstellt (Auflage Deutsch: 15'000, Französisch: 5'000). Darüber hinaus wurden zwei Gemeindetreffen durchgeführt und eine intensive telefonische Beratungstätigkeit der Gemeinden gepflegt.



Abbildung 2: NewRide Roadshow in Lausanne

2.5.2 Anbieter

Die Betreuung der Anbieter (Hersteller, Importeure und Händler) gehört nach wie vor zu den wichtigsten Aufgabengebieten von NewRide. In den Vorjahren kamen immer wieder unerfahrene Anbieter auf den Markt, welche sich trotz der Unterstützung durch NewRide nicht etablieren konnten. Im Verlauf des Jahres 2004 hat die Programmleitung zusammen mit den Herstellern und Importeuren Qualitätskriterien als Aufnahmebedingung ins Förderprogramm NewRide gesucht. Hinsichtlich Fahrzeugqualität konnten keine quantitativen Merkmale gefunden werden, welche die Anforderungen des Schweizer Marktes zuverlässig widerspiegeln. Bezüglich Vertriebskonzept wurde neu eine Mindestzahl von 10 Verkaufsstellen in der Schweiz (im ersten Jahr 5) gefordert.

Aufgrund des Rückgangs im Fahrzeugangebot (von 8 auf 5 Marken, siehe Abschnitt 2.5.7) nahm auch die Dichte des Händlernetzes ab. 2005 beteiligten sich 79 Händler aktiv am Förderprogramm, 16% weniger als im Vorjahr. Sie bezahlten einen Jahresbeitrag von 80 Franken und erhielten dafür vielfältige Gegenleistungen. Neben der allgemeinen Basisunterstützung in der Kommunikation sind folgende Dienstleistungsangebote von NewRide erwähnenswert:

- ◆ Weiterbildung: Am NewRide-Händlerstag am Bildungszentrum Zofingen erhielten die rund 20 Teilnehmenden Hintergrundinformationen zu den Themen „Elektro-Technik am Elektro-Zweirad“, „Lithium-Batterien“ und „Marketing für Elektro-Zweiräder“. Am Nachmittag lernten die Händlerinnen und Händler die Produkte des NewRide-Fahrzeugangebotes in verschiedenen Workshops vertieft kennen, vor allem auch diejenigen, welche sie noch nicht in ihrem Sortiment führten.
- ◆ NewRide-Händlerwettbewerb: Bereits zum dritten Mal unterstützte NewRide originelle Marketing-Aktionen von Händlern in einem Wettbewerb mit finanziellen Beiträgen. Am Jahresende wurden die besten Aktionen zusätzlich prämiert.
- ◆ Testmiete-Gutscheine: An offiziellen NewRide-Anlässen erhalten Kaufinteressierte einen Testmietegutschein für eine kostenlose zweitägige Probefahrt, welcher bei einem NewRide-Händler eingelöst werden kann. Die Erfahrung zeigt, dass zwar nur ein kleiner Teil dieser Gutscheine eingelöst werden, dass aber rund die Hälfte davon zu einem Kauf führen.
- ◆ Roadshow: Nicht nur Gemeinden, auch Händler können die NewRide-Roadshow (siehe Abschnitt 2.5.1) mieten (CHF 100.-- pro Tag).

Insgesamt konnten die Zielsetzungen in diesem Ressort erreicht werden. Wünschbar gewesen wäre eine stärkere Beteiligung der Händler am Wettbewerb.

2.5.3 Kommunikation

Die Reduktion des Budgets für die Medienarbeit wirkte sich vor allem auf die Kapazitäten zur individuellen Kontaktpflege mit Redaktionen aus. Dies ist ein Grund für die tiefere Reichweite der NewRide-Informationskampagne 2005, der andere liegt darin begründet, dass die 2004 publizierten Medienbeiträge ausserordentlich umfangreich waren, weshalb ein Rückgang ohnehin zu erwarten war (vgl. Tabelle 1).

Gesamthaft blieb aber das (vergleichsweise gute) Verhältnis von rund 1 Mio. Leser/-innen pro 1000 Franken Budget für die Medienarbeit bestehen. Dabei sind selbstverständlich längst nicht alle Artikel direkt auf die NewRide-Medienarbeit zurückzuführen. Diese versteht sich auch als Infrastrukturleistung für alle Ressorts und Partner (Gemeinden, Anbieter). Entsprechend tauchen Elemente der Medienarbeit auch in Produkten der Partner auf und werden von diesen selbständig weiter verarbeitet (beispielsweise Schwerpunkt-Dossier Gesundheit oder Fotoserie Opernsänger). Diese Produkte (z.B. PR-Instrumente der Partner, Inserate) sind hier nicht berücksichtigt.

Im Detail wurden folgende Werte erzielt:¹

	2003	2004	2005
Leser(innen)kontakte	21,3 Mio.	47,5 Mio.	37,0 Mio.
davon mit Bild	10,3 Mio.	24,4 Mio.	16,4 Mio.
Gesamtauflage Print	7,1 Mio.	15,9 Mio.	12,0 Mio.
Anzahl Printartikel	108	331	287

Tabella 1: NewRide in den PrintMedien 2003-2005

Das Interesse an der Homepage hat weiter zugenommen, gegenüber 2004 um etwa zehn Prozent. 2005 fanden über 110'000 Besuche statt.

2.5.4 Anlässe mit Migros und Betriebe

Mit dem Migros-Genossenschafts-Bund in Zürich wurden 2005 14 RoadShows durchgeführt. Im Mittelpunkt standen einerseits die in den migroseigenen sportXX-Geschäften verkauften „max“ (Einkaufscaddy, der gleichzeitig als Veloanhänger eingesetzt werden kann) sowie andererseits natürlich die E-Bikes aus dem Programm NewRide. Die Bilanz dieser Anlässe fällt insgesamt positiv aus, wenn auch nicht alle Anlässe erfolgreich waren. Als wichtigste Erfolgsfaktoren kristallisierten sich heraus: Wetter, Standort nahe den Kundenströmen, Ankündigung durch Lautsprecher im Geschäft und das „Gumpischloss“ für Kinder.

Zusätzlich wurde je ein Anlass im PSI-Villigen sowie mit Swiss-Re durchgeführt.

2.5.5 Evaluation und Controlling

Im Rahmen der internen Evaluation wurden zusätzlich zum laufenden EnergieSchweiz-Reporting folgende Schwerpunkte gesetzt:

1. Kurz-Evaluation Betriebsanlässe: Im Rahmen des Programms NewRide zur Förderung elektrischer Zweiräder wurden seit 2001 bei insgesamt 32 Betrieben Anlässe mit Probefahren

¹ Die folgende Zusammenstellung ist eine Hochrechnung aufgrund der Daten Januar bis Oktober 2005. Ein Systemwechsel fand statt, da aus Spargründen Artikel aus den Tessiner Zeitungen nicht mehr mit Argus erfasst werden. Die Zahlen für 2004 liegen daher entsprechend tiefer als in den bisherigen Berichten. Betrachtungsraum ist nun durchwegs die deutsch- und französischsprachige Schweiz. Erfassungskriterium: Erwähnung von NewRide oder von Produkten, die von NewRide anerkannt sind. Hinzu kommen Beiträge in den elektronischen Medien, die zu erfassen bedeutend aufwändiger und damit ineffizient wäre, da die Auswertung der Medienarbeit bereits so 10% des Medienbudgets ausmacht.

durchgeführt. Über die direkten und indirekten Wirkungen dieser Anlässe ist wenig bekannt. Im Mai 2005 wurden deshalb Interviews mit Vertretern von insgesamt 16 Betrieben durchgeführt. Dabei zeigte sich, dass das Kosten-Nutzen-Verhältnis von NewRide-Betriebsanlässen in der Regel deutlich schlechter ist als für die Auftritte an grossen Messen. Deshalb wurde beschlossen, Betriebsanlässe in der heutigen Form nur noch bei Betrieben mit sehr vielen Mitarbeitenden (ungefähr ab 500) durchzuführen. Ein Interesse des Betriebes über die eigene Imagepflege oder die unverbindliche Sensibilisierung für die Problematik hinaus ist aber unabdingbare Voraussetzung. Die Betriebe müssen klare Zielsetzungen formulieren und sich auch an den Kosten des Anlasses beteiligen oder alternativ den Absatz einer bestimmten Zahl Fahrzeuge garantieren.

2. Kurz Evaluation Gemeinde-Projekte: Seit 2001 arbeitet NewRide mit rund 30 Deutsch- und Westschweizer Gemeinden und Städten zusammen, um die Diffusion von Elektro-Zweirädern zu fördern. Um die Zusammenarbeit von NewRide mit den Gemeinden/Städten verbessern zu können, wurden im Winter 2005/06 16 Gemeinde-Vertreter/-innen interviewt. Die Resultate zeigen, dass die Gemeinden die Produkte von NewRide schätzen und die Zusammenarbeit mit dem NewRide-Sekretariat gut klappt. Die Gemeinden betonten darüber hinaus die entscheidende Bedeutung der finanziellen Unterstützung durch NewRide für die Akzeptanzschaffung gegenüber den Gemeindebehörden und der Bevölkerung. Dies gilt insbesondere für Spezialprojekte, deren Finanzierung für die Zukunft nicht gesichert ist.

2.5.6 Sekretariat

Das Sekretariat von NewRide führte 2005 die folgende Arbeiten aus:

- ◆ Buchhaltung des Programms,
- ◆ Dokumentation des Programms,
- ◆ Ansprechstelle für Dritte (Beratung von E-Bike/E-Scooter-Besitzer/-innen, Informationen an diverse weitere Personenkreise).

2.5.7 Entwicklung der Verkaufszahlen

Die Verkäufe konnten gegenüber dem Vorjahr um schätzungsweise gut 20% auf ca. 2200 gesteigert werden (vgl. Abbildung 3). Gleichzeitig und bedauerlicherweise schrumpfte das Angebot an Fahrzeugen im Jahr 2005: Einerseits wurde die Produktion von drei Marken (Tour de Suisse, Malaguti und Peugeot), welche bisher im NewRide-Angebot waren, eingestellt und andererseits kamen keine neuen Produkte dazu, u. a. weil die Aufnahmebedingungen verschärft wurden.

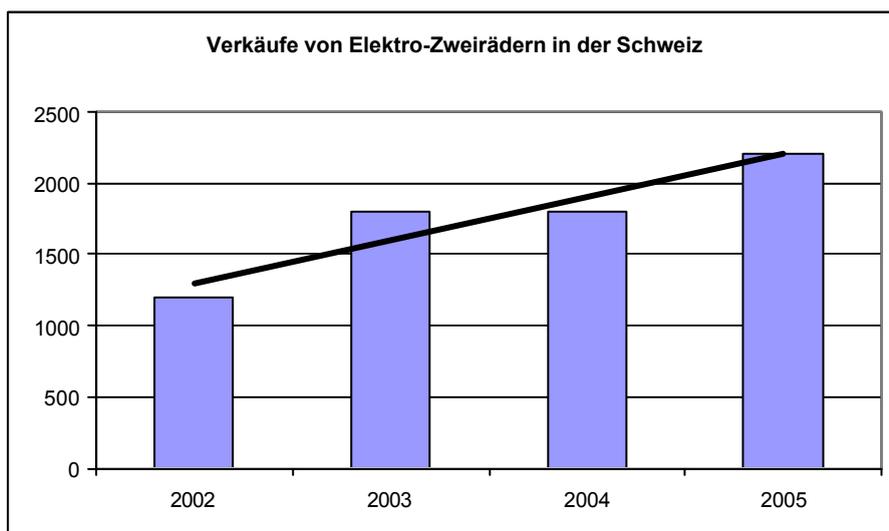


Abbildung 3: Absatzzahlen E-Bikes/E-Scooters in der Schweiz 2002-2005

3 Perspectives

Jusqu'à la fin de l'année 2010 EcoCar souhaite contribuer à l'immatriculation de 88'000 véhicules efficients, qui permettent d'épargner environ 550 millions de kWh et 600'000 tonnes de CO₂. En outre, avec ses activités EcoCar contribue en général à sensibiliser les personnes envers la nécessité d'adopter des habitudes de mobilité ainsi que même s'il n'achètent peut-être pas toute de suite un véhicule efficient, ils vont le faire lors qu'ils décident de changer leur voiture.

3.1 gazmobile SA

Bei den Marketingarbeiten steht die Fortführung des Auftritts an den Automessen in Genf, Zürich und Basel sowie an den kleineren Autoausstellungen möglichst in Zusammenarbeit mit der Autobranche im Vordergrund. Weiterhin erfolgt auch die laufende Aktualisierung der Website von gasmobil in Deutsch und Französisch sowie im Laufe des 2006 auch in Italienisch.

Bei den P&D-Projekten stehen vor allem gemeinsame Projekte mit Autoherstellern zwecks quantitativer und qualitativer Verbesserung des Erdgasfahrzeugangebotes im Fokus.

Zielgruppen für Erdgas und Biogasfahrer sind vor allem Flotten und mit zunehmender Verbesserung des Fahrzeugangebotes ein immer breiterer Kundenkreis bei den privaten Autofahrern.

3.2 e'mobile

Das Schwergewicht der Aktivitäten von e'mobile wird 2006 wiederum beim Auftritt am Autosalon in Genf, bei den EcoCar-Expos, der Informationsvermittlung über die Webseite und den elektronischen Newsletter sowie die Beratungen durch die Geschäftsstelle in Bern und die Info-Zentren resp. die Kontaktstelle in Genf liegen. Am Autosalon in Genf soll zusammen mit gasmobil erreicht werden, dass eine grössere Standfläche zugeteilt wird. Die EcoCar-Expos sollen noch verstärkt als Plattform für Rahmenveranstaltungen namentlich zur Beschaffungsempfehlung dienen. Ferner sollen zusätzliche Dienstleitungen entwickelt werden, mit welchen der Handel verstärkt unterstützt und für die besonders verbrauchs- und emissionsarmen Fahrzeuge interessiert werden können. Bei den Informationsveranstaltungen wird das Schwergewicht vermehrt auf selber organisierte Anlässe gelegt. Ausserdem wird eine verstärkte Einbindung der Verbandsmitglieder in einzelne Projekte angestrebt.

3.3 Fondazione VEL

Dal punto di vista qualitativo, la Fondazione VEL si propone di aumentare la sensibilità dei cittadini, delle autorità politiche e della pubblica amministrazione a favore di una mobilità più sostenibile. In particolare intendiamo influenzare maggiormente il processo d'acquisto di un'automobile e favorire un minor uso dell'automobile per ridurre la percorrenza annua media.

In particolare per il 2006 un punto focale importante sarà la comunicazione per lanciare il nuovo Centro di Competenze per la Mobilità Sostenibile e le sue attività. Si penserà quindi ad una nuova strategia per la promozione dei veicoli efficienti in Ticino, dopo la fine dei contributi finanziari all'acquisto ed in previsione dei nuovi eco-incentivi sulla tassa di circolazione che potrebbero

entrare in vigore dal 2007. La manifestazione principale per la promozione dei veicoli efficienti sarà VEL EXPO TICINO, giunta alla quinta edizione.

3.4 NewRide

Nach wie vor werden die Aktivitäten von NewRide von den betroffenen Akteuren als unverzichtbar bezeichnet, um eine langfristige Etablierung des Elektro-Zweirad-Sektors in der Schweiz gewährleisten zu können.

In den Abschnitten 3.4.1 und 3.4.2 wird die Entwicklung der Rahmenbedingungen abgeschätzt, die weiteren Abschnitte stellen die wichtigsten Pläne von NewRide für 2006 vor.

3.4.1 Trendwende: Das Angebot an Elektrozeiräder wird wieder breiter

Der Trend zur Schrumpfung des Angebots an Elektro-Zweirädern konnte aufgehalten werden. Das NewRide-Fahrzeugangebot 2006 wartet mit mehreren spektakulären Neuheiten von Elektrozeirädern auf. Neu auf dem Schweizer Markt sind der kanadische Hersteller BionX und das holländische Sparta Ion. Als Ergänzung zur erfolgreichen C-Reihe bietet Biketec mit der T-Reihe 28-Zoll-Tourenräder mit noch stärkerer elektrischer Tretunterstützung an.

3.4.2 Knappe Ressourcen

Für 2006 stehen NewRide weniger Mittel von EnergieSchweiz zur Verfügung. Gleichzeitig sind die Zahl und die Ansprüche der Ansprechpartner (Anbieter, Gemeinden) gestiegen. Im Einzelnen brachte das die folgenden Probleme mit sich:

- ◆ Da die definitiv zur Verfügung stehenden Bundesmittel erst spät bekannt waren, musste mit immer neuen provisorischen Budgets gearbeitet werden. Der entsprechende Aufwand stieg.
- ◆ Die fehlende Planungssicherheit musste gegen aussen kommuniziert werden, was bei Gemeinden und Anbietern teilweise Verunsicherung und Frustration auslöste.

3.4.3 Weiterführung der bisherigen Aktivitäten

Die Kernaktivitäten von NewRide (RoadShow, Betreuung der Gemeinden und Anbieter, Kommunikation usw.) sollen weitergeführt werden, teilweise aufgrund der Budgetrestriktionen allerdings in stark eingeschränktem Umfang.

3.4.4 Schwerpunkt Westschweiz

Die Präsenz von NewRide in der Westschweiz soll verstärkt werden. Dazu wurde eine Zusammenarbeit mit Rémy Zinder und Yaëlle Berrebi (Commune de Neuchâtel) initiiert. Ziel: Mehr Gemeinden und Händler in der französischsprachigen Schweiz.

3.4.5 Schwerpunktthema Gesundheit

Gemäss einer neueren Studie des Bundesamts für Gesundheit erspart der Einsatz von E-Bikes infolge vermehrter Bewegung Kosten im Gesundheitswesen (Behandlungskosten und Krankheitstage), welche ungefähr dem Anschaffungspreis eines durchschnittlichen E-Bikes entsprechen! (Quelle http://www.apug.ch/files/Vw_Nutzen_APUG.pdf) Nicht zuletzt aus diesem Grund soll das Thema Gesundheit 2006 einen Schwerpunkt der Kommunikation bilden. Geplant sind ein entsprechender Flyer und die verstärkte Zusammenarbeit mit den bisherigen Partnern Pro

Senectute, Adipositas-Stiftung, MS Gesellschaft, Herzzentrum Bern, Slow Ups, sofern dies die verfügbaren Mittel erlauben.



Abbildung 4: Opernsänger Rado Hanak bereitet der Heimweg die „Schliifi“ hinauf nach Witikon sichtlich Spass

3.4.6 Neugestaltung Homepage

Die Umgestaltung der Homepage für 2006 verfolgt zwei Ziele: Erstens wird das System – für den User nicht unmittelbar sichtbar – so verändert, dass die Seiten rascher und flexibler verändert werden können. Zweitens wird die News-Seite durch die Schaffung von Archiv-Seiten entlastet und damit übersichtlicher.

4 Divers

EcoCar a différentes idées de projets de caractère P&D, voués à la promotion des véhicules efficients. Ces projets ont été présentés à l'Office Fédéral de l'Energie pour une contribution au financement en 2006.

5 Adresses de contact

L'agence EcoCar a son siège auprès de la Fondazione VEL à Mendrisio, qui en gère le secrétariat. La personne qui s'occupe de la coordination est Madame Anna Rota – Biadici. EcoCar est administrée par un comité, dont le président en 2005 a été Monsieur René Bautz de'mobile. En 2006 le Président est Monsieur Hans Wach de gazmobile SA. A partir du début 2006 EcoCar a également un site Internet commun, www.ecocar.ch.

Pour différents projets présentés il y a des rapports détaillés à disposition sur requête, en plus des formulaires correctement remplis pour le système MIS.

Adresses des quatre organisations membres de l'agence EcoCar:

