



Vom Aufbruch der Wenigen zum Umbruch der Gesellschaft

Mit der Verbreitung der Elektromobilität rückt Versorgungssicherheit ins Zentrum

Projektteam

Lukas Golder: Co-Leiter

Cloé Jans: Leiterin operatives Geschäft

Aaron Venetz: Politikwissenschaftler

Olga Jenzer: Politikwissenschaftlerin

Adriana Pepe: Politikwissenschaftlerin

Daniel Bohn: Projektmitarbeiter

Roland Rey: Administration

Bern, 04.10.2021

Publikation: in Abstimmung mit dem TCS

Inhaltsverzeichnis

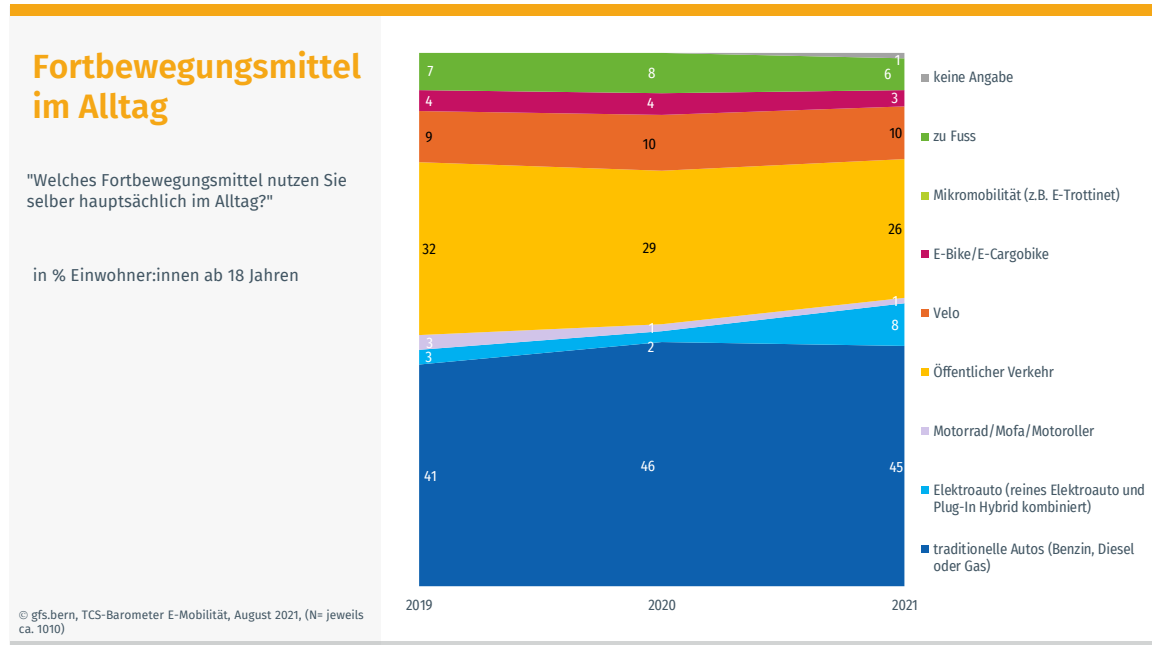
1	AKTUELLES UND ZUKÜNFTIGES MOBILITÄTSVERHALTEN	4
1.1	Potenzial Elektromobilität	7
2	POLITISCHE FORDERUNGEN	11
3	INFORMATIONSSSTAND UND DIENSTLEISTUNGEN	16
4	TREIBER VON E-MOBILITÄT	18
5	HÜRDEN FÜR E-MOBILITÄT	20
6	SYNTHESE	23
7	ANHANG	25
7.1	Datenbasis	25
7.2	gfs.bern-Team	26

1 Aktuelles und zukünftiges Mobilitätsverhalten

Das (konventionelle) Auto bleibt auch 2021 das meistgebrauchte Fortbewegungsmittel im Alltag der Bewohner:innen der Schweiz. Nachdem die Nutzungszahlen für Autos zwischen 2019 und 2020 angestiegen sind, bleiben sie dieses Jahr weitgehend konstant. Eine klare Zunahme ist dagegen beim Anteil Personen zu beobachten, die mit einem Elektroauto unterwegs sind. Im Vergleich zum letzten Jahr hat sich dieser Anteil gar vervierfacht (von 2% auf 8%). Von diesen 8 Prozent sind im Übrigen 4 Prozent Hybrid-Autos und 4 Prozent reine Elektroautos. Der (motorisierte) Individualverkehr wird somit in den letzten zwei Jahren somit breiter genutzt, als dies 2019 der Fall war. Erneut abgenommen hat die Nutzung des öffentlichen Verkehrs.

Die Corona-Pandemie, die auch das Mobilitätsverhalten der Bevölkerung beeinflusst hat, dürfte ein wichtiger Treiber für diese Entwicklung sein. Die anhaltende Diskussion rund um eine nachhaltigere Mobilität und die immer zugänglichere Elektromobilität ein zweiter Treiber.

Grafik 1

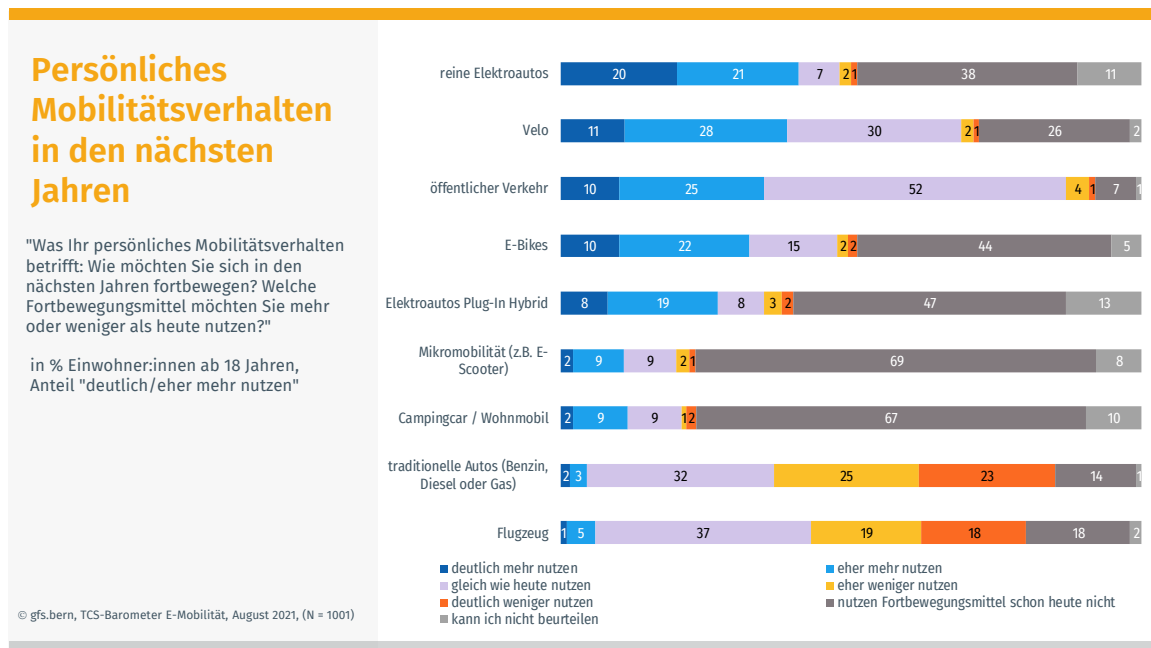


Die Bevölkerung der Schweiz möchte ihren Fokus in Zukunft auf nachhaltige Verkehrsträger setzen. Reine Elektroautos (41%), Velos (39%), ÖV (35%), E-Bikes (32%) oder hybride Elektroautos (27%) stehen besonders hoch im Kurs, für eine stärkere Nutzung in den nächsten Jahren.

Genau umgekehrt sieht es bei konventionell angetriebenen Verkehrsträgern – wie traditionelle Autos oder auch Flugzeuge – aus, die die Bevölkerung in Zukunft mehrheitlich weniger nutzen möchte.

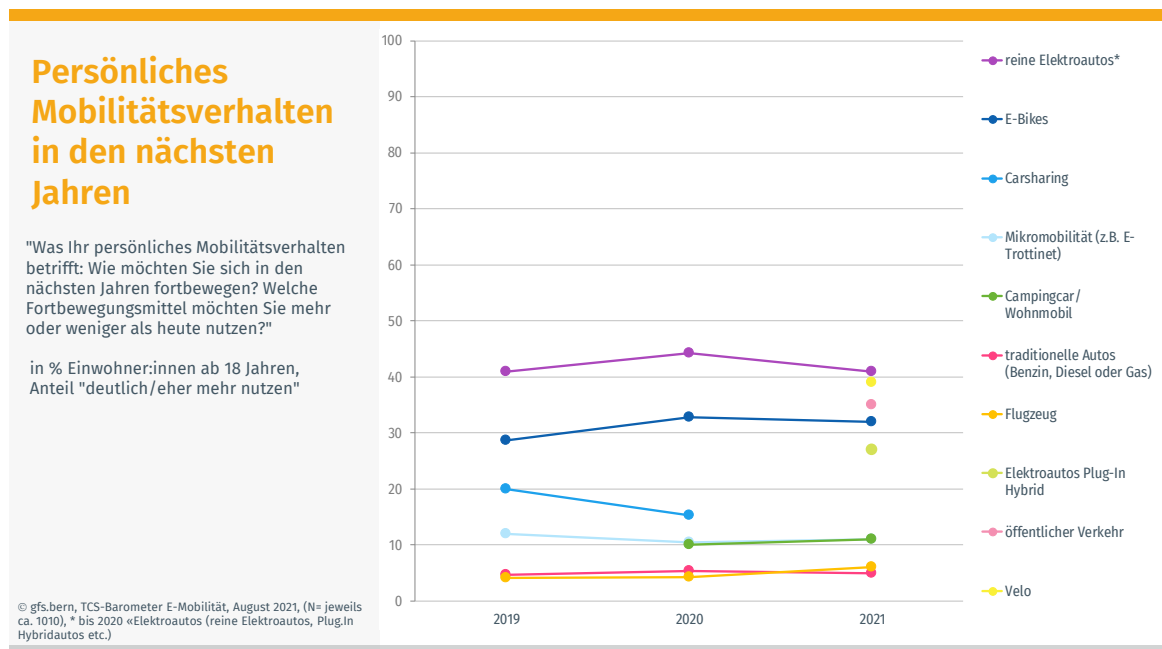
Mobilitätsformen wie Scooter oder Campingcars dürften zudem auch in Zukunft eine Randerscheinung bleiben, da sehr viele Leute angeben, diese Verkehrsform nicht zu nutzen und dies wohl auch in Zukunft nicht zu tun.

Grafik 2



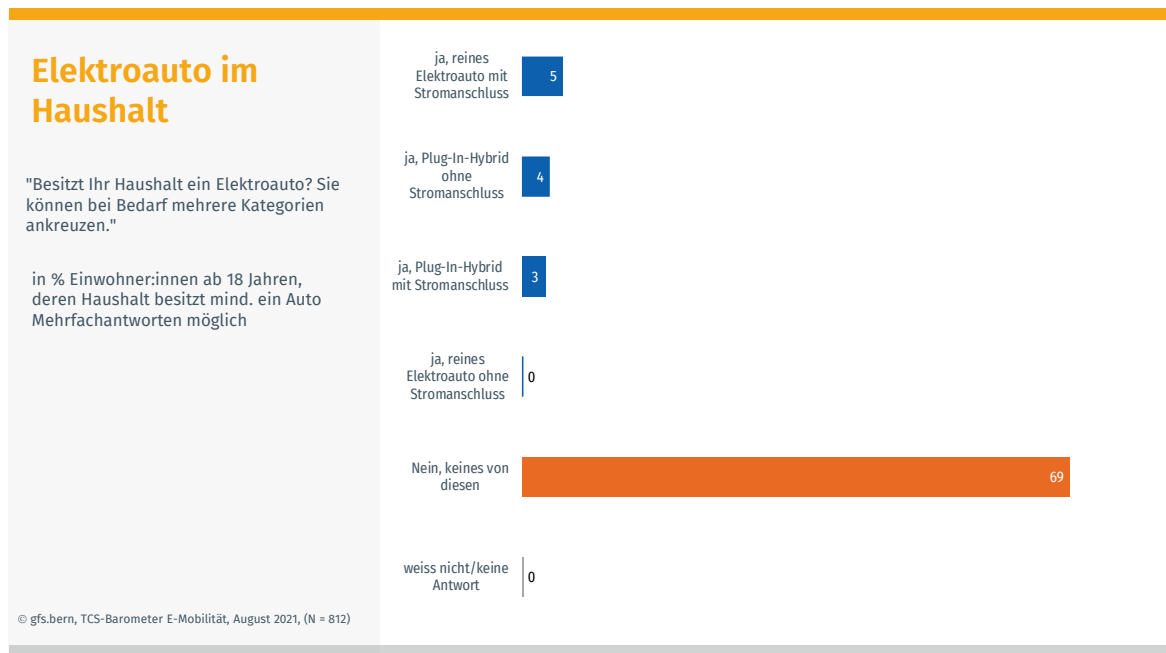
Während sich im letzten Befragungsjahr der Graben zwischen traditioneller Fortbewegung und der Elektromobilität vertieft hat, ist aktuell keine weitere Polarisierung der Verkehrsträger zu beobachten. Zwar nimmt der Anteil Personen, die sich in den nächsten Jahren möglichst viel mit reinen Elektroautos fortbewegen möchten, im Vergleich zu 2020 eher wieder etwas ab. Es kommen jedoch fast 30 Prozent dazu, die gerne mehr mit einem Hybridauto unterwegs sein möchten.

Grafik 3



5 Prozent der Einwohner:innen der Schweiz, deren Haushalt mindestens ein Auto besitzt, verfügen über ein reines Elektroauto mit Stromanschluss. Der Anteil, der über ein reines Elektroauto ohne Stromanschluss verfügt, liegt unter 1 Prozent. Insgesamt 7 Prozent verfügen zudem über ein Plug-In Hybrid mit oder ohne Stromanschluss.

Grafik 4



Profil der Personen, die über ein Elektroauto mit Stromanschluss verfügen:

- Im Vergleich zu Frauen (4%), geben Männer (7%) häufiger an, über ein reines Elektroauto mit Stromanschluss zu verfügen.
- In Haushalten mit zwei Autos (11%) oder drei Autos (14%) ist der Anteil von Elektroautos mit Stromanschluss besonders hoch.
- Dasselbe gilt für Personen mit einem Haushaltseinkommen von über 9'000 Franken pro Monat (10%).

Die untenstehende Auswertung zeigt, Besitzer:innen von reinen Elektroautos oder Hybriden mit Stromanschluss fast ausschliesslich in einem Eigenheim leben. Personen, die zur Miete sind, sind in diesen Gruppen praktisch nicht vertreten. Bei den Plug-In Hybriden ohne Stromanschluss sind Mieter:innen und Hausbesitzer:innen ähnlich vertreten.

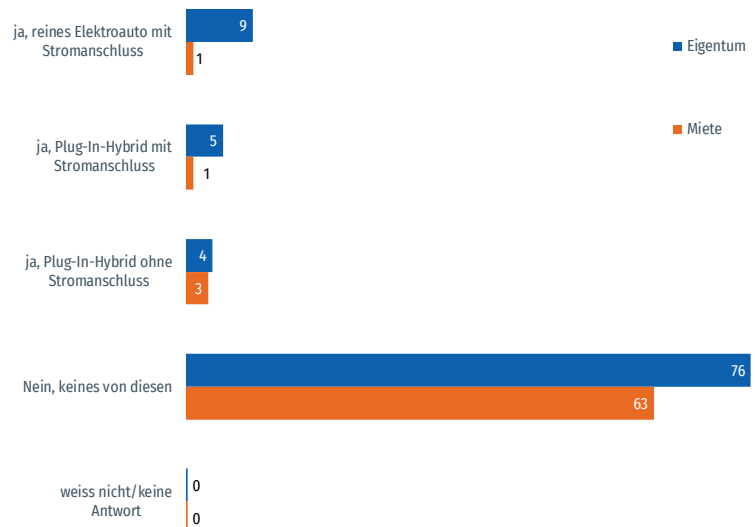
Grafik 5

Elektroauto im Haushalt nach Wohnsituation

"Besitzt Ihr Haushalt ein Elektroauto? Sie können bei Bedarf mehrere Kategorien ankreuzen."

in % Einwohner:innen ab 18 Jahren, deren Haushalt besitzt mind. ein Auto
Mehrfachantworten möglich,

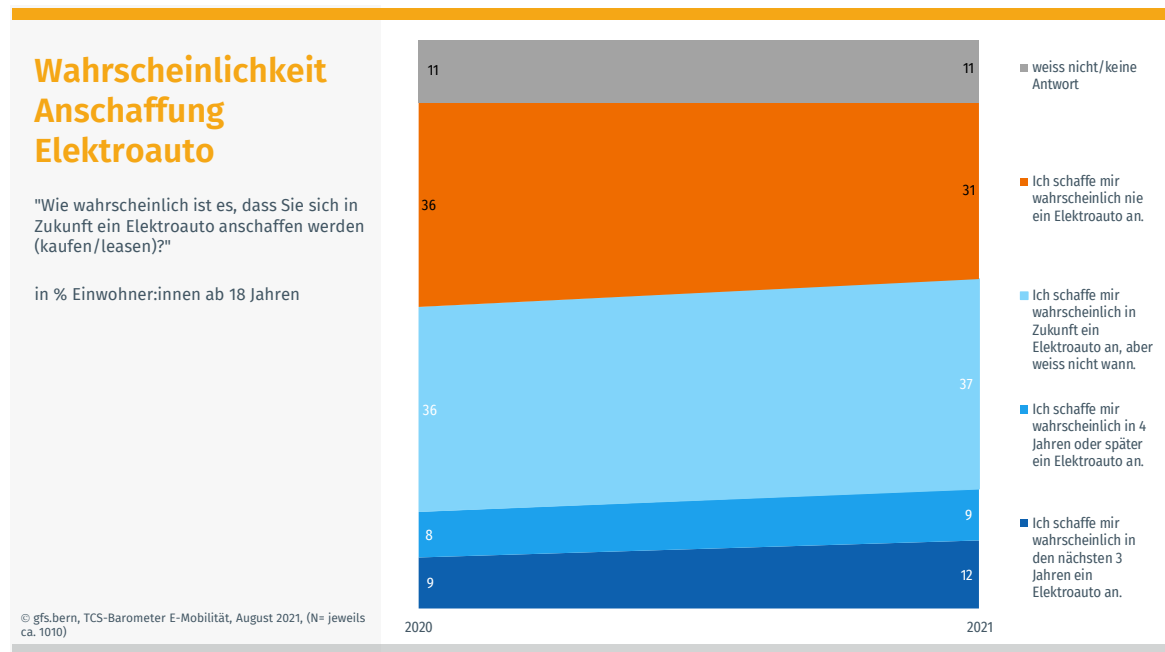
© gfs.bern, TCS-Barometer E-Mobilität, August 2021, (n = 477)



1.1 Potenzial Elektromobilität

Immer mehr Leute gehen davon aus, dass sie sich in Zukunft ein Elektroauto anschaffen werden. Dabei steigt insbesondere der Anteil jener, der dies in den nächsten drei Jahren zu tun gedenkt (+ 3%-Punkte). Das Lager derjenigen, die zur Elektromobilität kategorisch nein sagen, ist dagegen um 5 Prozentpunkte gesunken.

Grafik 6



Die Kaufbereitschaft für ein Elektroauto ist einerseits eine Frage der Generation. Die Bereitschaft, auf eine neue Technologie zu setzen, ist nicht in allen Alterskategorien gegeben (oder notwendig). Andererseits spielen auch die verfügbaren finanziellen Mittel eine Rolle.

Bei den Jüngsten ist es jedenfalls für eine Mehrheit von 66 Prozent klar, dass sie in Zukunft ein Elektroauto haben werden. Sie gehen aber von einem Zeithorizont aus, der weiter als die nächsten drei Jahre in die Zukunft geht.

Bei den 40- bis 64-Jährigen sind es 59 Prozent, die sich ein Elektroauto anschaffen möchten. Der Anteil, der dies innerhalb der nächsten drei Jahre tun möchte, ist aber doppelt so hoch wie bei den Jüngsten.

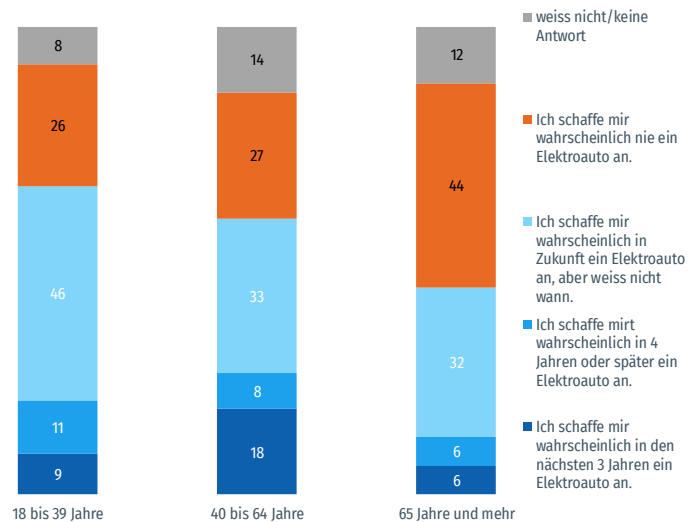
Personen über 65 Jahre gehen zwar in viel grösserem Ausmass als Jüngere davon aus, sich nie ein Elektroauto anzuschaffen; aber auch dort finden sich 44 Prozent, die sich in der nächsten Zeit von konventionell betriebenen Autos verabschieden möchten.

Grafik 7

Wahrscheinlichkeit Kauf Elektroauto nach Alter

"Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich in Zukunft ein Elektroauto anschaffen werden (kaufen/leasen)?"

in % Einwohner:innen ab 18 Jahren



© gfs.bern, TCS-Barometer E-Mobilität, August 2021, (n = 1001)

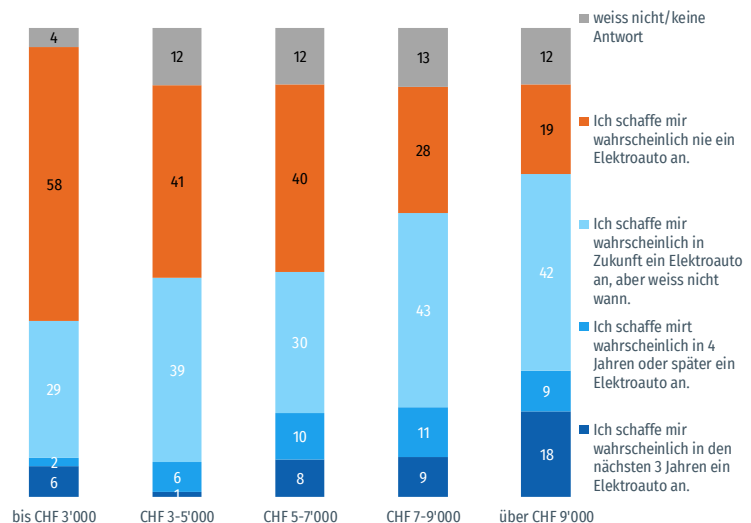
Je höher das Einkommen, desto grösser ist die Bereitschaft, sich in Zukunft – auch in näherer Zukunft – ein Elektroauto anzuschaffen. Bei Personen mit einem Einkommen bis zu 3'000 Franken ist der Anteil, der sich (Stand heute) nie ein Elektroauto zutun möchte rund dreimal so hoch wie bei Personen mit einem Einkommen über 9'000 Franken.

Grafik 8

Wahrscheinlichkeit Kauf Elektroauto nach Einkommen

"Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich in Zukunft ein Elektroauto anschaffen werden (kaufen/leasen)?"

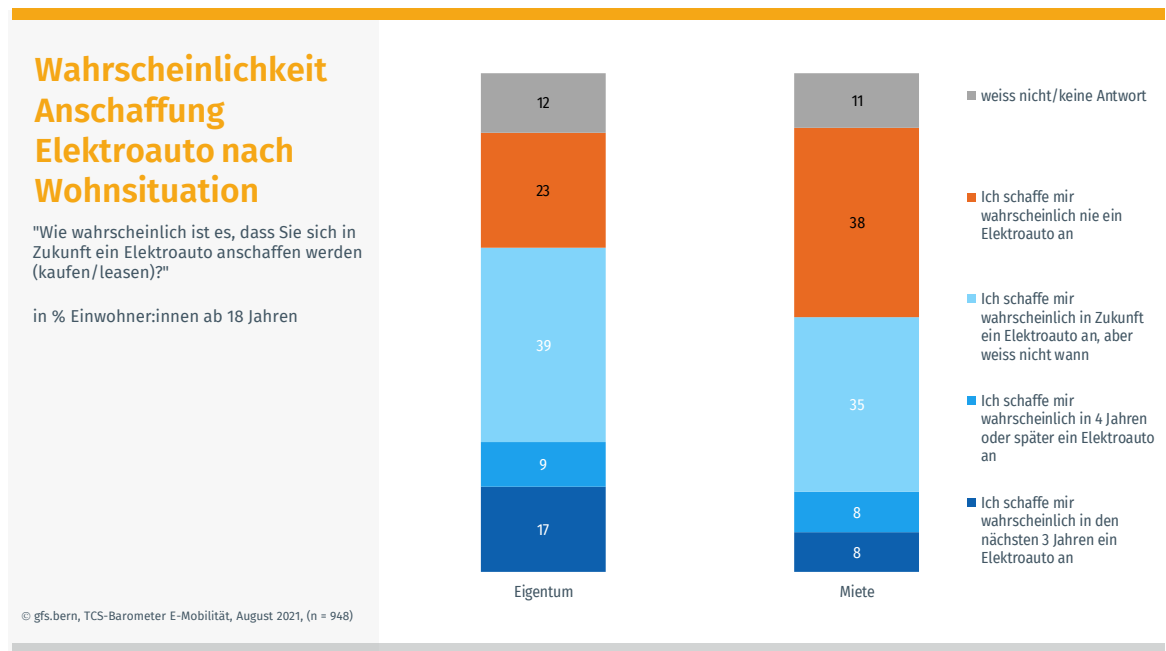
in % Einwohner:innen ab 18 Jahren



© gfs.bern, TCS-Barometer E-Mobilität, August 2021, (n = 1001)

Ebenfalls ein wichtiger Faktor für die Wahrscheinlichkeit, sich in Zukunft ein Elektroauto anzuschaffen, ist die eigene Wohnsituation. Wie bereits ersichtlich bei den Personen, die bereits heute ein Elektroauto haben, sind es primär die Personen mit Wohneigentum, die in den kommenden Jahren auf Elektromobilität setzen möchten. Bei Personen, die zur Miete sind, ist die Wahrscheinlichkeit deutlich tiefer.

Grafik 9

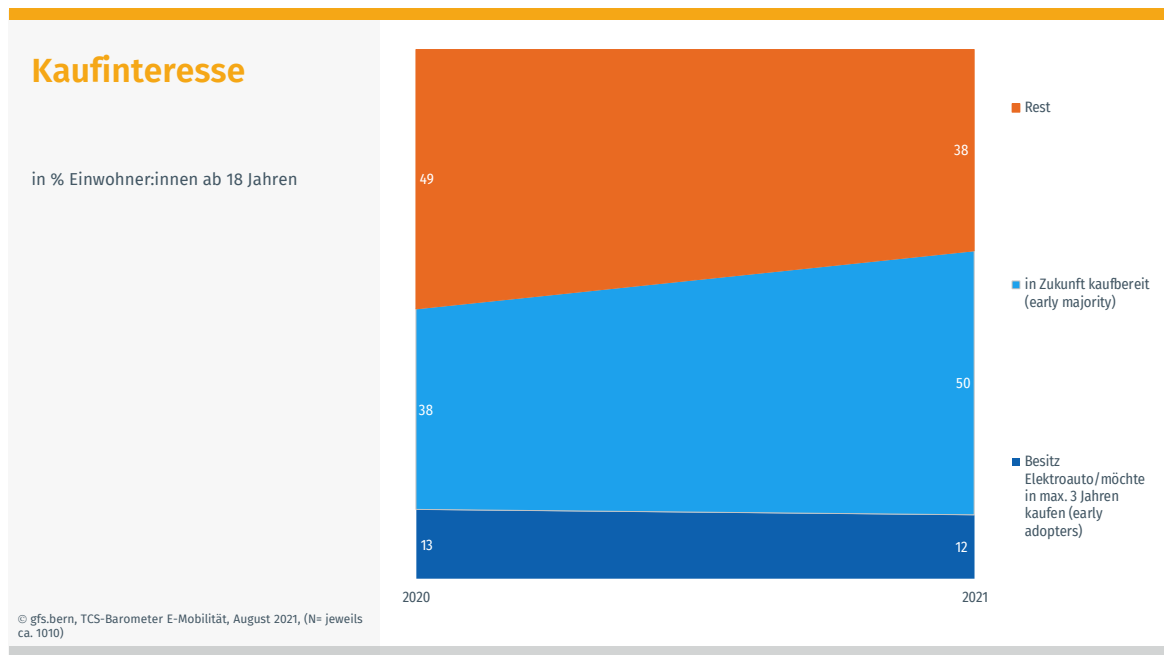


Gemäss der sogenannten Diffusionstheorie des Kommunikationswissenschaftlers Everett Rogers folgt die Einführung neuer Technologien oder Innovationen stets demselben Muster und wird in einem ersten Schritt von sogenannten **"INNOVATORS"** und **"EARLY ADOPTERS"** aufgenommen. Diese machen zusammen jeweils um die 15 Prozent der Gesamtbevölkerung aus. **"innovators"** stellen den kleineren Anteil an dieser Gruppe (rund 2 bis 3 %) und zeichnen sich dadurch aus, stets die ersten sein zu wollen. Die **"early adopters"** dagegen wollen ebenso zu den Pionieren einer Entwicklung dazugehören, sind aber weniger risikobereit.¹

Im Vergleich zum letzten Befragungsjahr bleibt der Anteil dieser Pioniergruppe mit 12 Prozent der Gesamtbevölkerung weitgehend konstant. Was sich jedoch verändert, ist die Gruppe derjenigen, die in Zukunft bereit sind, ein Elektroauto zu kaufen. Diese Gruppe wird gemäss Rogers Überlegungen als die **"EARLY MAJORITY"** bezeichnet. Es ist diese Gruppe, die der Elektromobilität zum Durchbruch als Verkehrsmittel der Zukunft für die breite Masse verhelfen wird. Dass die Gruppe der Kaufbereiten demnach innert Jahresfrist so stark gestiegen ist, zeigt, dass der Diffusionsprozess, wie von Rogers angedacht, effektiv im Gange ist.

¹ <https://onlinemarketing.de/lexikon/definition-diffusionstheorie-nach-rogers>

Grafik 10



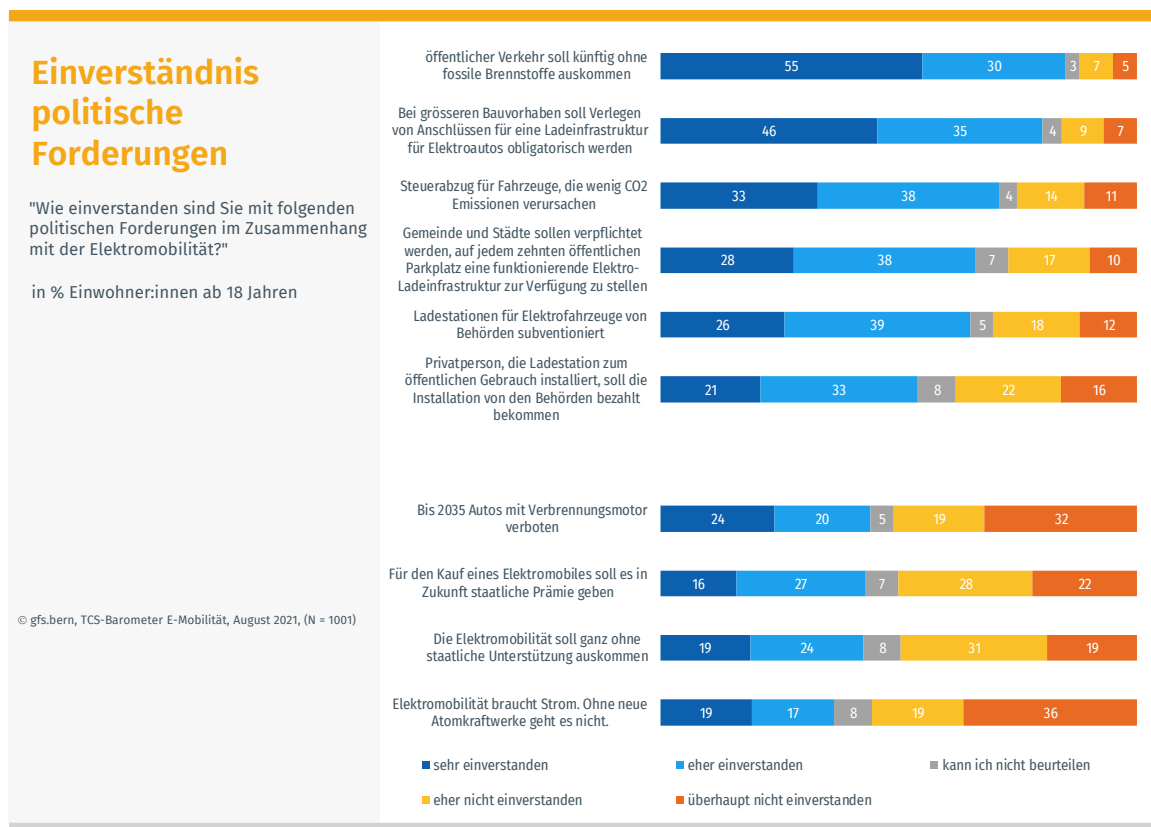
2 Politische Forderungen

Die Bevölkerung der Schweiz ist dezidiert der Meinung, dass der öffentliche Verkehr in Zukunft ohne fossile Brennstoffe auskommen soll und dass das Einplanen von Anschlüssen für die Ladeinfrastruktur für Elektroautos bei künftigen grossen Bauvorhaben obligatorisch sein soll. Ebenfalls im Prinzip mehrheitsfähig ist ein Steuerabzug für Fahrzeuge, die nur wenig CO₂-Emissionen verursachen.

Dass Gemeinden und Städte in Zukunft ebenfalls ein Stück weit in die Pflicht genommen werden und auf öffentlichen Parkplätzen eine Ladeinfrastruktur verfügbar machen sollen und/oder die Behörden eine solche subventioniert, stösst in der Tendenz bei einer Mehrheit ebenfalls auf Zustimmung. Dass Privatpersonen, die öffentlich zugängliche Ladestationen installieren, diese von den Behörden bezahlt bekommen sollen, ist zwar (knapp) noch mehrheitsfähig, der Widerstand ist aber bereits etwas grösser. Hier geben nämlich 38 Prozent an, dass sie mit dieser politischen Forderung nicht einverstanden sind.

Keine Mehrheiten finden sich für ein Verbot des Verbrennungsmotors bis 2035 oder für den Bau neuer Atomkraftwerke, um die Versorgungssicherheit mit Strom zu garantieren. An staatlichen Prämien für den Kauf eines Elektromobiles auf der einen Seite, wie auch auf dem kompletten Ausbleiben jeglicher staatlicher Unterstützung auf der anderen Seite scheiden sich die Geister. In beiden Fällen sind die Befürworter:innen- und Gegner:innen Gruppen ähnlich gross.

Grafik 11

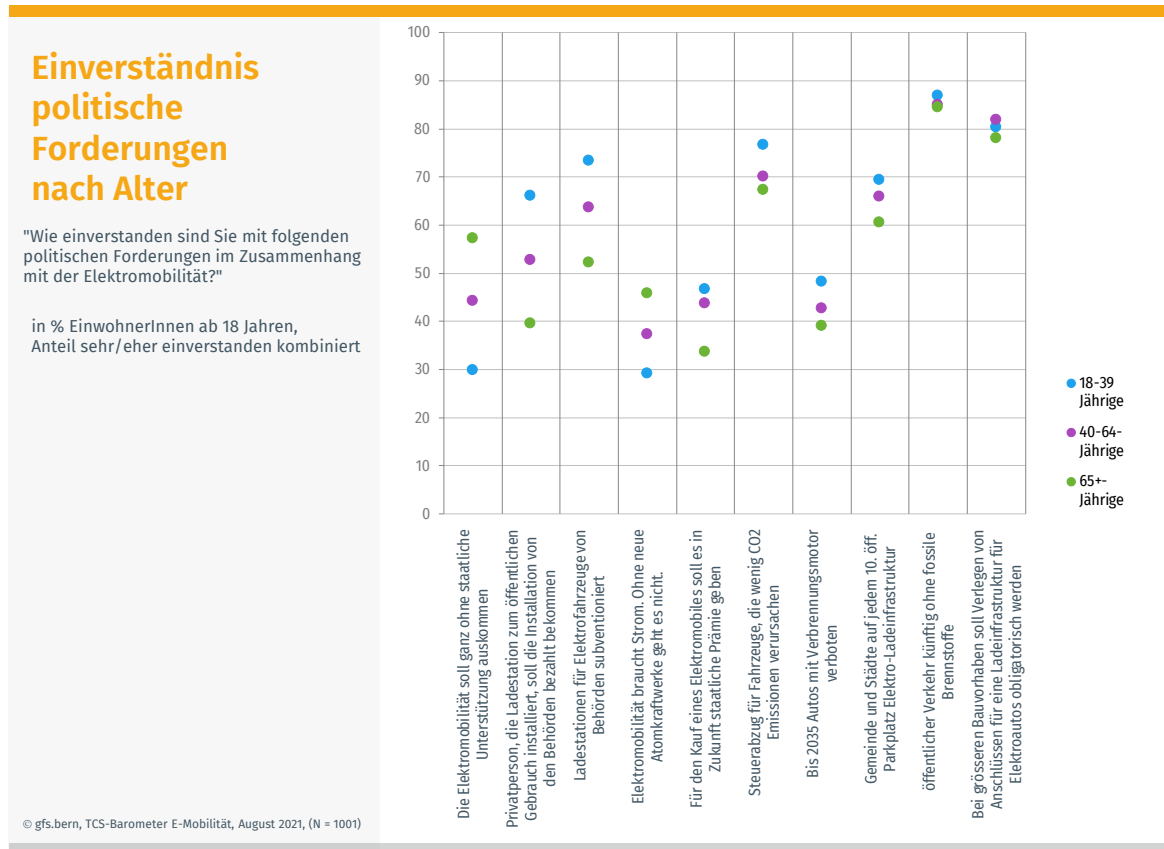


Zwischen den Bewohner:innen der Schweiz unterschiedlicher Altersgruppen bestehen zuweilen grosse Unterschiede in ihrer Unterstützung der politischen Forderungen im Zusammenhang mit der Elektromobilität. Die untenstehende Auswertung bildet die abgefragten Forderungen entsprechend der Differenz in der Zustimmung zwischen den Generationen ab. Der grösste Unterschied zwischen den jüngsten und den ältesten Befragten findet sich in der Frage, ob die Elektromobilität ganz ohne staatliche Unterstützung auskommen soll oder nicht. Während die Jüngsten dezidiert nicht dieser Meinung sind, wird diese Forderung von einer Mehrheit der Ältesten unterstützt. Am grössten ist die Einigkeit der Generationen dagegen darüber, dass Anschlüsse für Elektroautos bei grossen Bauvorhaben in Zukunft obligatorisch sein sollen.

Jüngere Personen sind gegenüber Forderungen, die monetäre Auswirkungen haben, sehr viel offener als ältere Personen. Sie wollen, dass Privatpersonen die Installation von Ladestationen zum öffentlichen Gebrauch bezahlt bekommen oder solche von Behörden mindestens subventioniert werden. Auch staatliche Prämien für den Kauf eines Elektroautos oder Steuerabzüge erfreuen sich bei den Jüngeren deutlich höherer Beliebtheit als bei den Älteren. Bei den Pensionär:innen dagegen ist die Ansicht, dass es ohne neue Atomkraftwerke nicht geht, deutlich stärker verbreitet.

Bewohner:innen mittleren Alters (40–64-Jahre) finden sich in praktisch allen Fällen auch effektiv in der Mitte zwischen den Jüngsten und den Ältesten, was ihre Meinung zu den politischen Forderungen betrifft.

Grafik 12



Während staatliche Prämien für den Kauf eines Elektromobiles in der lateinischen Schweiz knapp mehrheitsfähig sind, ist das in der Deutschschweiz nicht der Fall. Auch Steuerabzüge oder Subventionen für Ladestationen finden in der Westschweiz und im Tessin mehr Unterstützung als im deutschen Teil der Schweiz.

Forderungen, welche die Gemeinden und Städte in die Pflicht nehmen, Vorschriften für Bauvorhaben machen oder auch einen ÖV ohne fossile Brennstoffe vorsehen, sind in der Westschweiz beliebter als im Tessin oder in der Deutschschweiz.

Während die Forderung nach dem Bau neuer Atomkraftwerke zur Sicherstellung der Versorgung der Elektroautos die Generationen klar spaltet, herrscht in dieser Frage zwischen den einzelnen Landesteilen grosse Einigkeit.

Auch nach Wohnsituation und Siedlungsart variiert die Zustimmung zu den verschiedenen politischen Forderungen. Personen, die in eigenen Häusern/in Wohneigentum wohnen, unterstützen die Einführung einer staatlichen Prämie oder die Subvention von Ladestationen stärker als Personen, die in einer Mietwohnung leben. Umgekehrt finden Steuerabzüge oder der Ausbau öffentlicher Ladestationen bei Mieter:innen mehr Anklang.

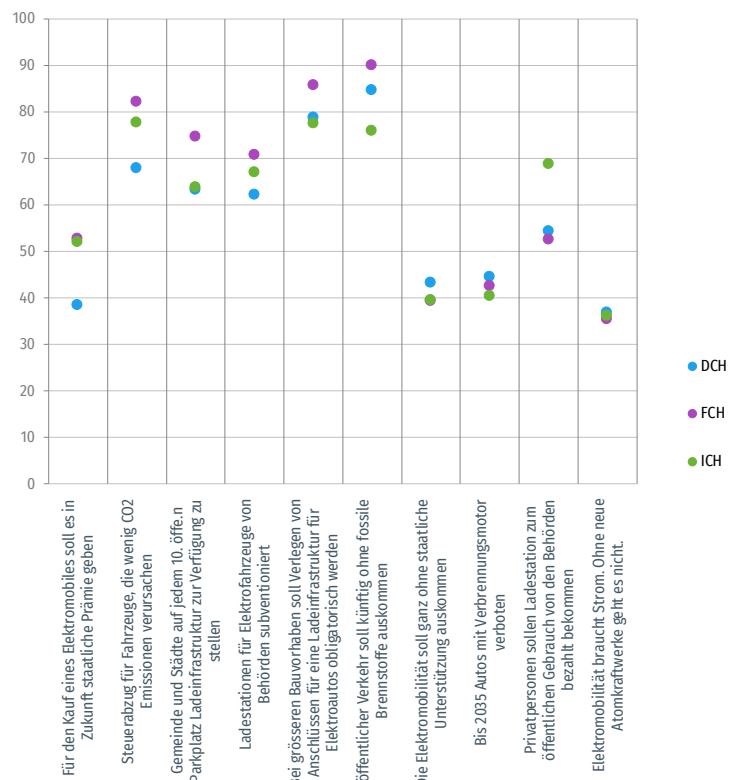
Grafik 13

Einverständnis politische Forderungen nach Sprachregion

"Wie einverstanden sind Sie mit folgenden politischen Forderungen im Zusammenhang mit der Elektromobilität?"

in % EinwohnerInnen ab 18 Jahren, Anteil sehr/eher einverstanden kombiniert

© gfs.bern, TCS-Barometer E-Mobilität, August 2021, (N = 1001)



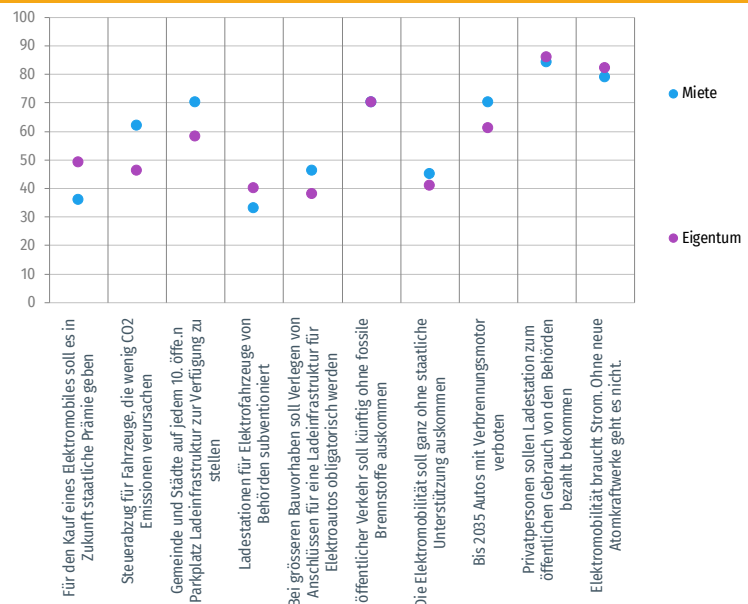
Grafik 14

Einverständnis politische Forderungen nach Wohnsituation

"Wie einverstanden sind Sie mit folgenden politischen Forderungen im Zusammenhang mit der Elektromobilität?"

in % Einwohner:innen ab 18 Jahren, Anteil sehr/eher einverstanden kombiniert

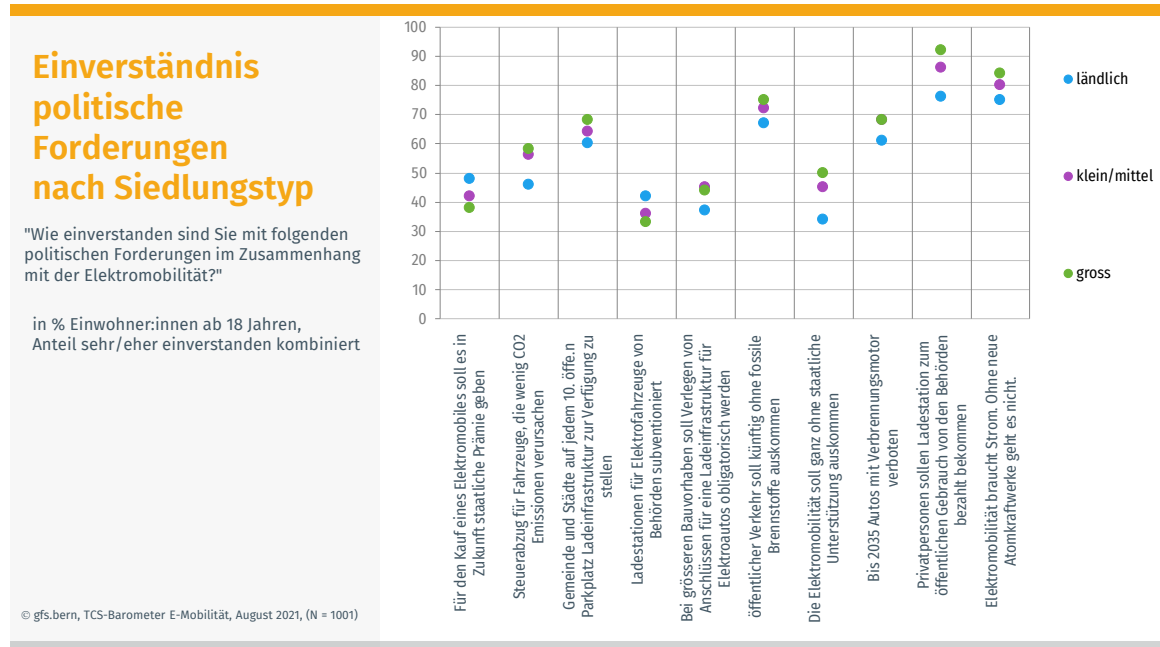
© gfs.bern, TCS-Barometer E-Mobilität, August 2021, (N = 1001)



Zwischen urbanen und ländlichen Regionen sind die Unterschiede in der Zustimmung am grössten, wenn es um die Frage geht, ob Elektromobilität grundsätzlich ohne staatliche Unterstützung auskommen soll, ob Steuerabzüge geltend gemacht werden können und ob Privatpersonen Ladestationen zum öffentlichen Gebrauch finanziert bekommen

sollen. Bei der Frage nach dem grundsätzlichen Verbot von Verbrennungsmotoren hingegen ist die Zustimmung in den grossen und in den kleinen/mittleren Agglomerationen gleich gross. Auf dem Land ist man etwas weniger für diese relativ weitreichende Massnahme, in der Grundhaltung ist man jedoch auf derselben Seite, wie die dichter besiedelten Regionen.

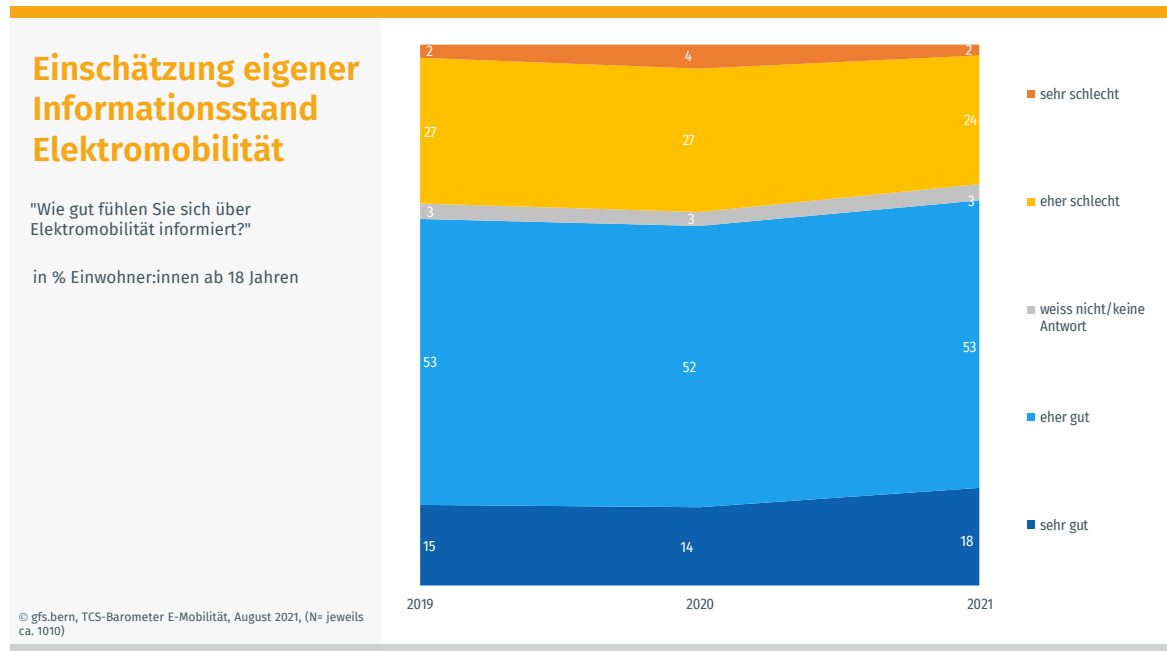
Grafik 15



3 Informationsstand und Dienstleistungen

Der Informationsstand der Bevölkerung zum Thema Elektromobilität steigt über die Zeit an. Im Vergleich zu den beiden Vorjahren geben rund 5 Prozent der Bevölkerung mehr an, sich sehr oder eher gut zum Thema Elektromobilität informiert zu fühlen. Der Anstieg in der Informiertheit ist dabei in (fast) allen soziodemografischen Gruppen zu beobachten, besonders ausgeprägt fällt er jedoch bei Männern und bei jüngeren Leuten aus.

Grafik 16



Welche Informationsquellen für Neuigkeiten rund um Elektromobilität häufig konsultiert werden und welche weniger zentral sind, bleibt über die Jahre relativ konstant. Die redaktionellen Medien (Online, Print, TV) werden auch 2021 am häufigsten genannt, wenn es um News im Zusammenhang mit Elektromobilität geht. An zweiter Stelle – nach einem klaren Anstieg 2020 nun konstant – liegen Freund und Bekannte. Am dritthäufigsten schliesslich wendet man sich an den eigenen Garagisten/die eigene Garagistin, gefolgt von (unabhängigen) Mobilitätsexpert:innen (20%).

Energieberater:innen, Behörden oder Events sind hingegen in der Bevölkerung keine der primären Informationsquellen zum Thema.

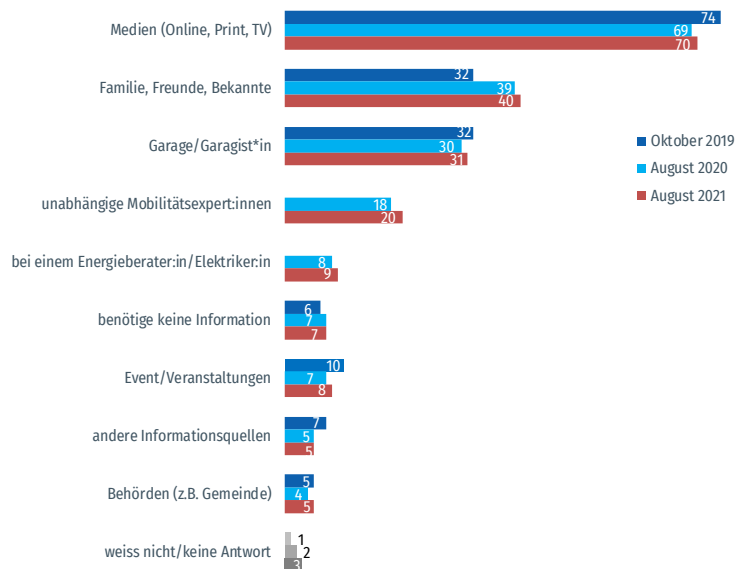
Grafik 17

Informationsquellen zu Elektromobilität oder Elektroautos

"Wo informieren Sie sich, wenn Sie mehr über Elektromobilität oder Elektroautos erfahren möchten? Sie können bei Bedarf mehrere Kategorien ankreuzen."

in % Einwohner:innen ab 18 Jahren, Mehrfachantworten möglich

© gfs.bern, TCS-Barometer E-Mobilität, August 2021, (N= jeweils ca. 1010)



Je älter eine Person ist, desto eher vertraut sie auf den Garagisten/die Garagistin als Informationsquelle. In der Generation der Pensionär:innen, ist die Garage des Vertrauens die zweitwichtigste Anlaufstelle für Fragen und somit auch wichtiger als das unmittelbare Umfeld von Freunden und Familien. In allen anderen Generationen ist das nicht der Fall. Das gilt insbesondere bei den Jüngsten. Die Generation "E-Commerce", die mehr als alle anderen gewöhnt ist, Käufe im Internet zu tätigen und als Digital Natives gewöhnt ist, selber nach Informationen zu suchen, stützt sich neben Medien, Freunden und Familien ebenso gerne auf unabhängige Mobilitätsexpert:innen und konsultiert auch lieber Energieberater:innen, als das in anderen Generationen der Fall ist.

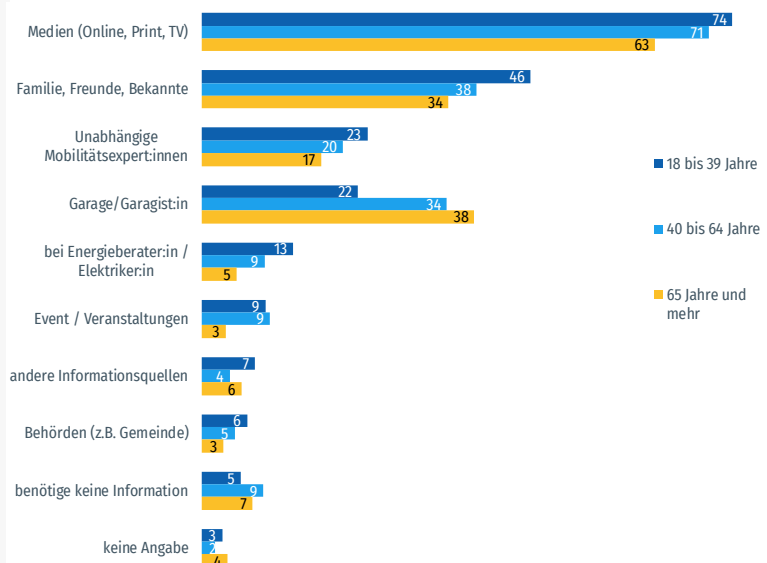
Grafik 18

Informationsquellen zu Elektromobilität oder Elektroautos nach Alter

"Wo informieren Sie sich, wenn Sie mehr über Elektromobilität oder Elektroautos erfahren möchten?"

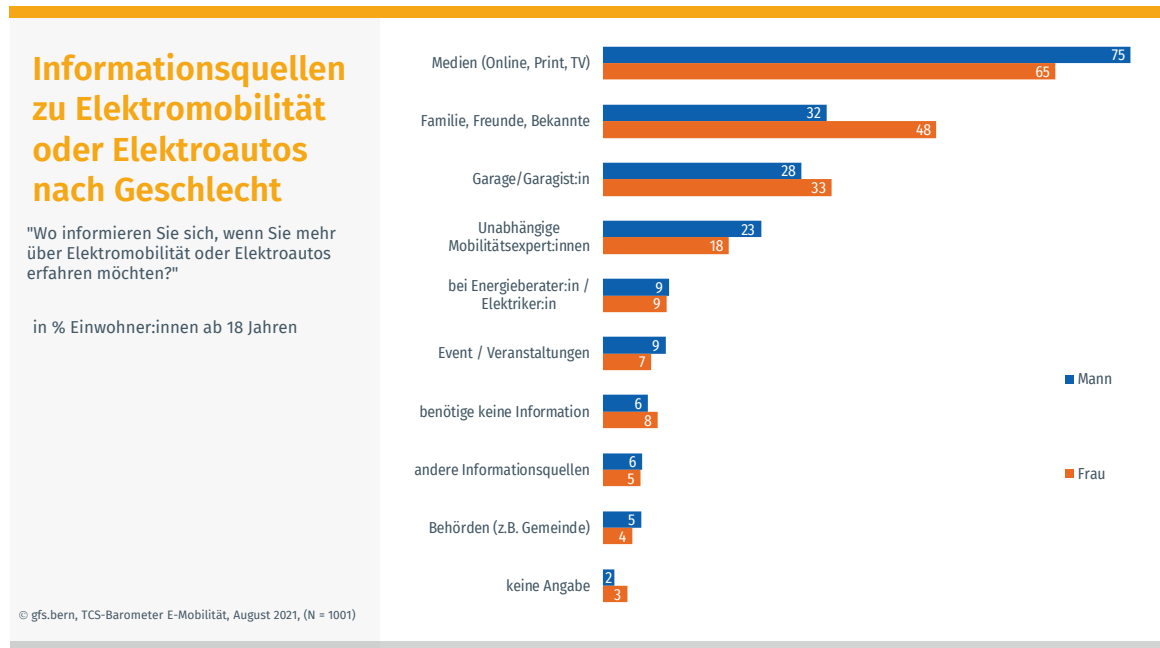
in % Einwohner:innen ab 18 Jahren

© gfs.bern, TCS-Barometer E-Mobilität, August 2021, (n = 1001)



Auch zwischen den Geschlechtern besteht ein beträchtlicher Unterschied im Informationsverhalten. Männer scheinen sich ihre Informationen im grösseren Ausmass aus unabhängigen, neutralen und unpersönlichen Quellen zu besorgen – etwa aus den Medien oder von unabhängigen Expert:innen. Frauen dagegen stützen sich häufiger auf persönliche Empfehlungen ab – sei es aus dem eigenen Umfeld oder vom Garagisten/der Garagistin.

Grafik 19



4 Treiber von E-Mobilität

Überlegungen rund ums Klima stellen konstant den wichtigsten Grund für den Kauf eines Elektroautos dar. Mit 65 bis 67 Prozent wird dieses Argument in den letzten drei Jahren fast doppelt so häufig genannt wie jedes andere. Am zweitwichtigsten (und mit deutlichem Anstieg dieses Jahr) ist der grundsätzliche Glaube daran, dass diese Form der Mobilität die Zukunft ist.

Es fällt auf, dass dieses Jahr insbesondere technische Gründe besonders Auftrieb erhalten in den Überlegungen zum Kauf eines Elektroautos: Die geringen Lärmemissionen (+3% Punkte) und die Verfügbarkeit von ausreichend Ladestationen (+3% Punkte) etwa.

Auch ökonomische Argumente (preisliche Überlegungen, Steuerbefreiung, Subventionen) werden wichtiger allerdings in geringerem Ausmass.

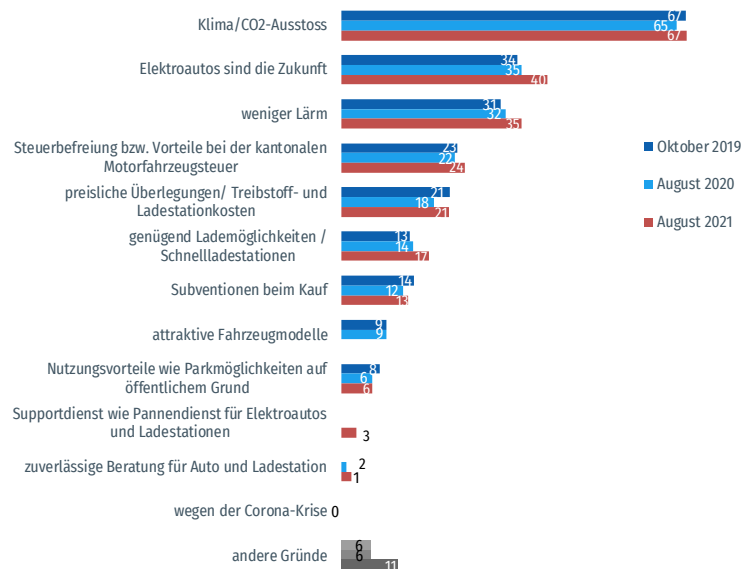
Grafik 20

Gründe für den Kauf eines Elektroautos

"Welche Gründe sprechen aus heutiger Sicht für Sie persönlich eher für den Kauf eines Elektroautos? Sie können mehrere Gründe angeben."

in % Einwohner:innen ab 18 Jahren, Mehrfachantworten möglich

© gfs.bern, TCS-Barometer E-Mobilität, August 2020, (N= jeweils ca. 1010)



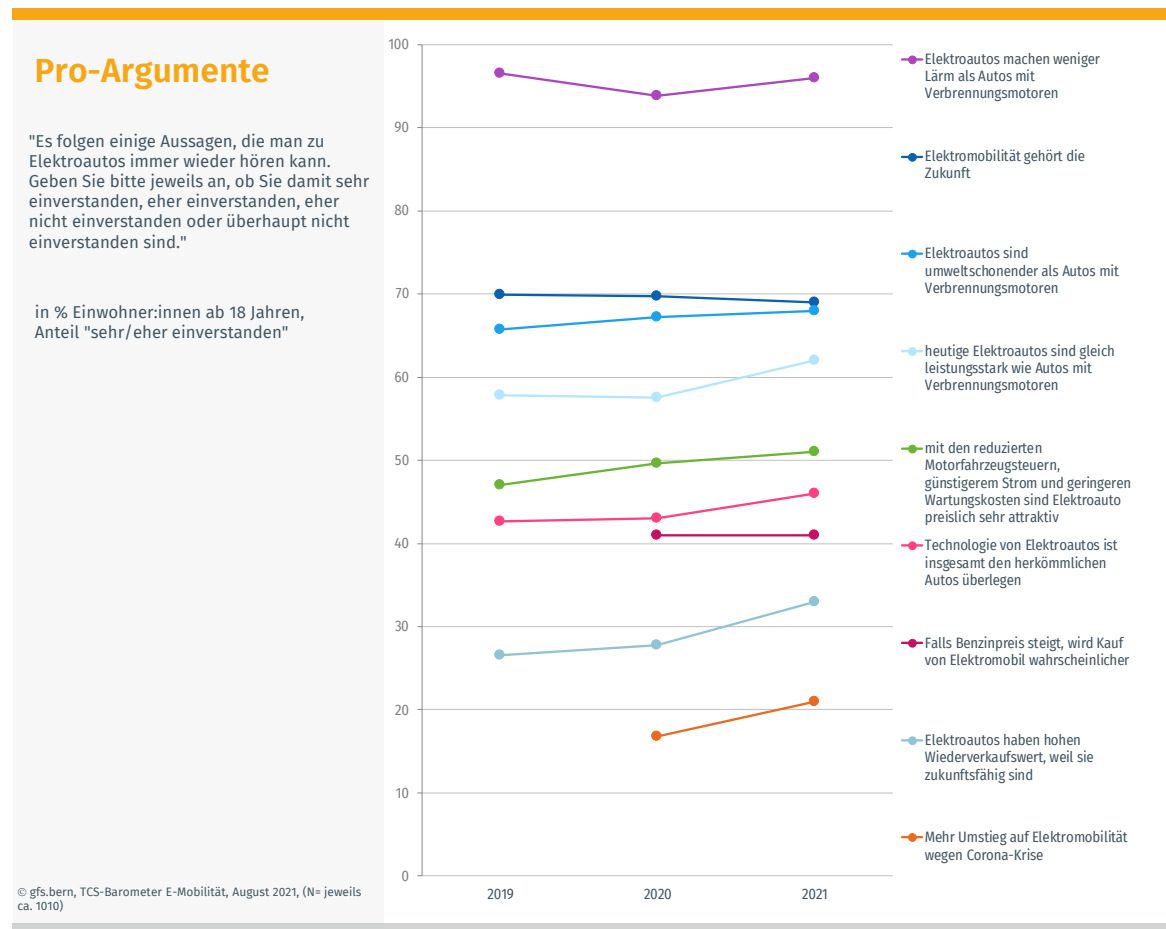
Die Reihenfolge der abgefragten Argumente zum Thema Elektromobilität bleibt über die Jahre dieselbe: am meisten Unterstützung erhält das Argument, dass Elektroautos nur wenig Lärm machen. Der Wiederverkaufswert hingegen steht auch 2021 weiterhin nicht im Vordergrund. Allerdings gewinnt gerade dieses Argument deutlich an Zustimmung im Vergleich zum letzten Jahr.

Ganz allgemein scheinen 2021 mehr Leute als in der Vergangenheit von der Leistungsfähigkeit von Elektroautos überzeugt zu sein. Neben der breiteren Zustimmung zum hohen Wiederverkaufswert eines Elektromobils sind deutlich mehr Leute der Meinung, dass Elektroautos gleich leistungsstark sind wie Autos mit Verbrennungsmotoren. Gegen die Hälfte der Bevölkerung ist zudem der Meinung, dass die Technologie von Elektroautos derjenigen von herkömmlichen Autos überlegen ist.

Im Vergleich mit der ersten Befragung im Jahr 2019 sehen auch deutlich mehr Bewohner:innen der Schweiz die preislichen Vorteile von Elektroautos. Diese Überlegungen werden dabei primär von der Verfügbarkeit von günstigem Strom, geringen Wartungskosten und reduzierten Motorfahrzeugsteuern getrieben. Der sich verändernde Benzinpreis steht dagegen weniger im Vordergrund. Dort sind die Meinungen im Vergleich zum letzten Jahr konstant.

Zwar ist die Zustimmung zum Argument, dass den Aufstieg der Elektromobilität mit der Corona-Krise (und dem sich so verändernden Mobilitätsverhalten) in den Zusammenhang bringt, die geringste. Im Vergleich zum letzten Jahr sind jedoch deutlich mehr Leute (über 20%) der Meinung, dass die Pandemie den Umstieg vorantreibt.

Grafik 21



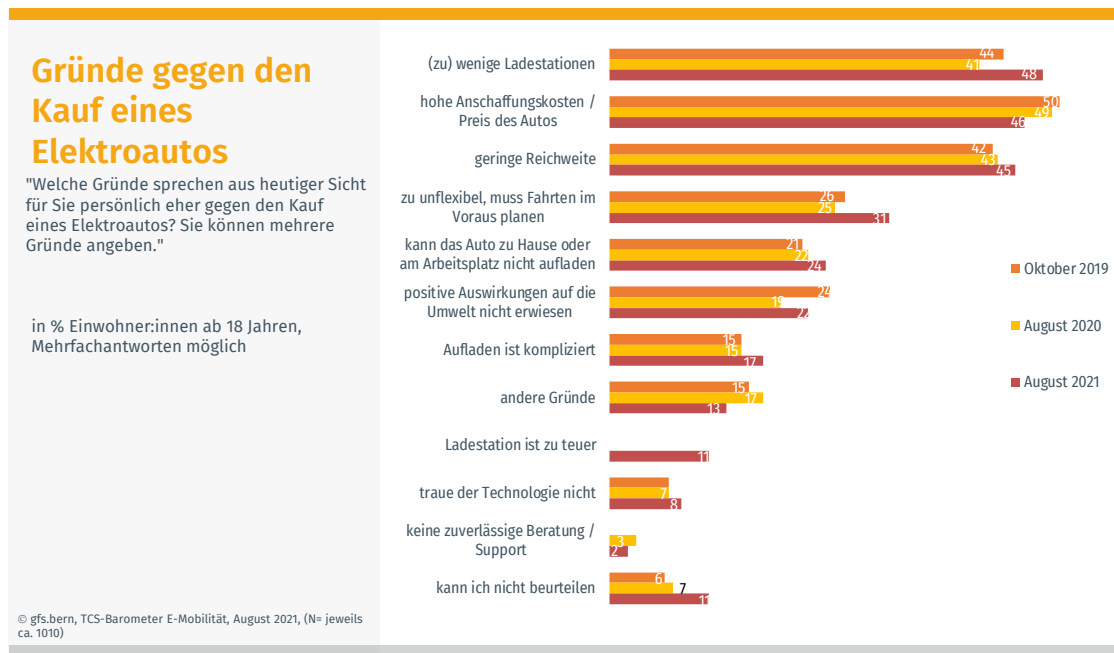
5 Hürden für E-Mobilität

Mit der sukzessiven Verschiebung von der Wahrnehmung des Elektroautos als Spielzeug einiger Technikverrückten hin zum potenziellen Verkehrsmittel der breiten Masse verschiebt sich auch die Abwägung der Gründe für und gegen den Kauf: Faktoren wie die Sorge um die Verfügbarkeit der Ladestationen, die geringe Reichweite oder die Notwendigkeit Fahrten im Voraus zu planen (und die damit einhergehende Unflexibilität) werden wichtiger.

Die hohen Anschaffungskosten bleiben zwar an zweiter Stelle und somit eine beträchtliche Hürde für die schnellere Verbreitung von Elektroautos. Der Anteil Bewohner:innen der Schweiz, die Kostenfragen jedoch als konkreten Grund nennen, nimmt im Laufe der letzten drei Jahre kontinuierlich ab.

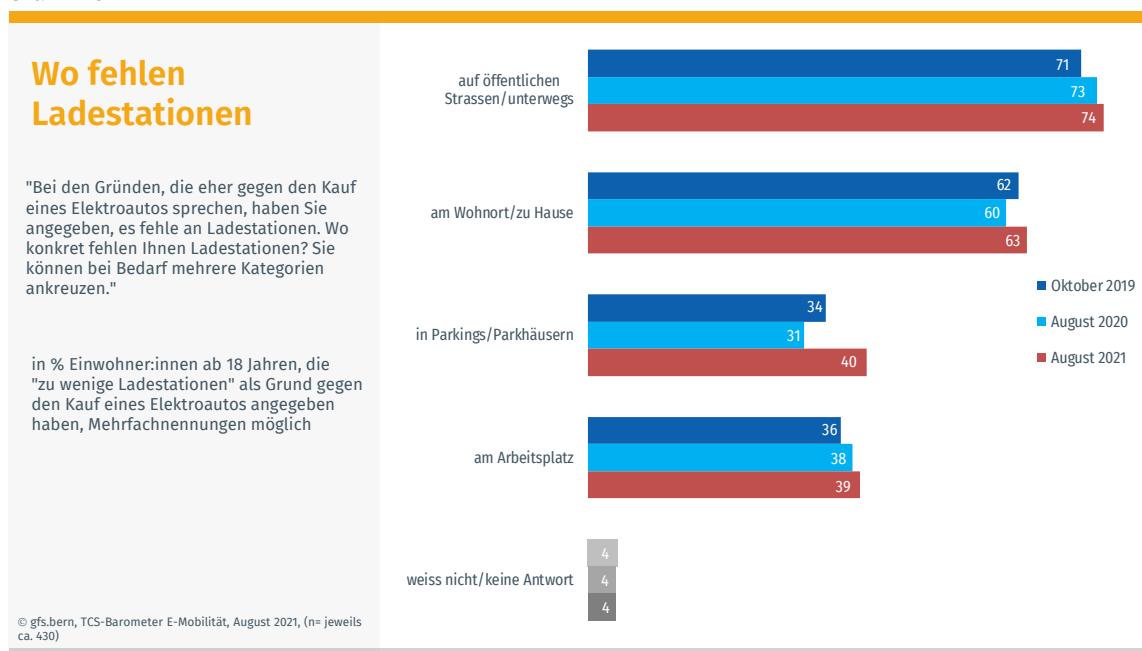
Über alle Gründe gesehen kann man somit sagen, dass logistische Hürden stärker in den Vordergrund rücken, während die Kostenfrage etwas an Bedeutung verliert.

Grafik 22



Die vermehrte Aufmerksamkeit rund um die Verfügbarkeit von Ladestationen führt dazu, dass deren Fehlen auch häufiger wahrgenommen wird. Das ist sowohl im öffentlichen Raum aber auch am eigenen Wohnort, in Parkhäusern und am Arbeitsplatz der Fall.

Grafik 23



Das wichtigste Argument gegen den Kauf eines Elektroautos ist und bleibt über drei Jahre die geringe Dichte an Ladestationen. Im Zeitverlauf fällt jedoch auf, dass die Contra-Argumente gegen die Elektromobilität eher an Zustimmung verlieren als dass sie von breiteren Teilen der Bevölkerung unterstützt werden.

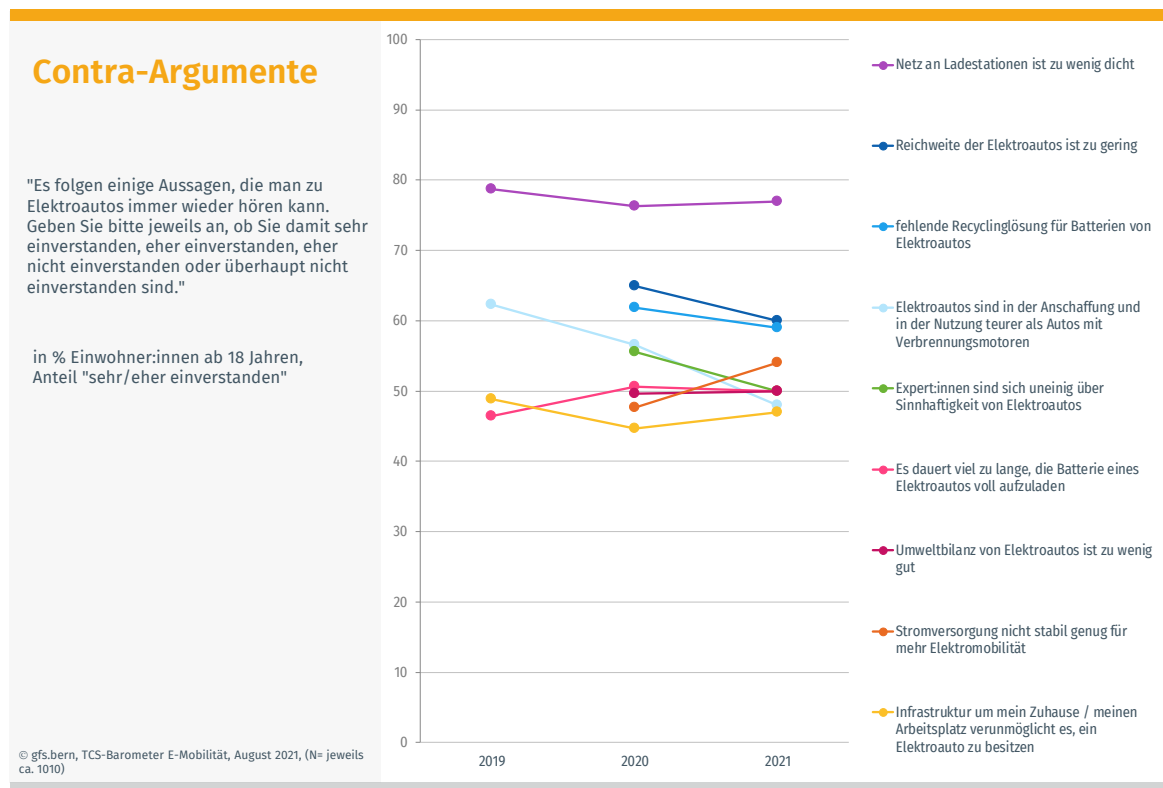
Konkret nimmt der Anteil Bewohner:innen der Schweiz ab, die der Meinung sind, dass die Reichweite von Elektroautos zu gering sei, die fehlende Recycling Lösungen oder

auch die hohen Anschaffungskosten im Vergleich zu Autos mit Verbrennungsmotoren bemängeln. Auch die Sinnhaftigkeit der Elektroautos generell, wie sie von Expert:innen dargelegt wird, wird weniger angezweifelt.

Im Vergleich zum letzten Jahr gibt es jedoch deutlich mehr Leute, die unsicher darüber sind, ob die Stromversorgung stabil genug sei, um die Mobilität mit noch mehr Elektroautos sicherzustellen. Dieser Zuwachs dürfte auch von den aktuellen politischen Diskussionen rund um die Anbindung an den Strommarkt der EU und die Szenarien einer generellen Versorgungslücke im Winter zu deuten sein.

Leicht zugenommen hat schliesslich auch der Anteil Personen, die aufgrund der fehlenden Infrastruktur bei sich zu Hause oder am Arbeitsplatz in ihrer Wahrnehmung kein Elektroauto besitzen können.

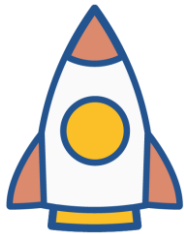
Grafik 24



6 Synthese

In Thesenform fassen wir die Erkenntnisse des TCS-Barometers E-Mobilität wie folgt zusammen:

VOM AUFBRUCH DER WENIGEN ZUM UMBRUCH DER GESELLSCHAFT



Eine wachsende Mehrheit der Bevölkerung in der Schweiz glaubt an die Zukunft der Elektromobilität. Zwar ist erst ein kleiner Teil der Bevölkerung effektiv mit einem Elektroauto unterwegs, auf kleinem Niveau wächst dieser Anteil jedoch sehr schnell an. Angetrieben von ideologisch motivierten jüngeren Leuten ohne Berührungsängste mit Technologien der Zukunft und von Personen mit hohem Einkommen und mehreren Autos, diffundiert die Elektromobilität in die Mitte der Gesellschaft. Der Bevölkerungsanteil, welcher mit Elektroautos gar nichts anfangen kann schrumpft zunehmend.

VERSORGUNGSSICHERHEIT STEHT IM ZENTRUM



Mit der Verbreitung der Elektromobilität rückt die Versorgungssicherheit ins Zentrum. Neben der Diskussion um die Frage der Verfügbarkeit von Ladestationen beschäftigt die Bevölkerung auch das Thema der Stromknappheit. Die aktuellen Entwicklungen rund um die Ausgestaltung der Beziehungen zwischen der Schweiz und der EU befeuern diese Bedenken.

GENERATIONENKONFLIKT BEI POLITISCHEN FORDERUNGEN



Die politische Förderung der Rahmenbedingungen für die breite Nutzung der Elektromobilität in der Schweiz ist mit einem Generationenkonflikt konfrontiert. Jüngere Leute wollen eine aktive Politik sehen, die auch auf monetäre Anreize oder gar Verbote zurückgreift. Ältere Generationen sind für solche Vorstösse kaum zu gewinnen, stellen Versorgungssicherheit zuweilen auch vor Nachhaltigkeit und sind gegenüber einer staatlichen Unterstützung generell skeptischer.

UNTERSCHIEDLICHE QUELLEN FÜR UNTERSCHIEDLICHE ABSICHTEN



Im Vergleich zum letzten Jahr steigt der Informationsstand der Bevölkerung zur Elektromobilität an. Die Medien bleiben dabei die wichtigste Informationsquelle, gefolgt vom persönlichen Umfeld oder auch Expert:innen. Während sich jüngere Leute aus generellem Interesse ihre Informationen zum Thema aus unterschiedlichsten Quellen holen, spielt der Garagist/die Garagistin bei älteren Leuten eine wichtigere Rolle – wohl auch, weil dort Kaufabsichten konkreter sind.



LOGISTISCHE TREIBER UND HÜRDEN RÜCKEN INS ZENTRUM

Mit der sukzessiven Verschiebung von der Wahrnehmung des Elektroautos als Spielzeug einiger Technikverrückten hin zum potenziellen Verkehrsmittel der breiten Masse verschiebt sich auch die Abwägung der Gründe für und gegen den Kauf: Die Nachhaltigkeit und ideologische Überlegungen bleiben das Leitmotiv, logistische Faktoren wie das Netz an Ladestationen oder die Reichweite rücken nun jedoch ins Zentrum. Je vertrauter die Bevölkerung mit der Elektromobilität ist, desto weniger fallen Vorbehalte bei Kosten und Preis ins Gewicht.

7 Anhang

7.1 Datenbasis

Die Ergebnisse des TCS-Barometer E-Mobilität basieren auf einer schweizweiten Befragung von 1'001 Einwohnerinnen und Einwohnern ab 18 Jahren. Die Teilnehmenden wurden aus dem Onlinepanel polittrends.ch des Forschungsinstituts gfs.bern rekrutiert. Die Repräsentativität der Daten wurde durch Quotierung und Gewichtungsverfahren sichergestellt. Befragt wurde zwischen dem 24.08. und dem 08.09.2021.

Über die technischen Eckwerte dieser Umfrage orientiert die nachstehende Übersicht:

Tabelle 1: Methodische Details

Auftraggeber	TCS Touring Club Schweiz
Grundgesamtheit	Einwohnerinnen und Einwohner ab 18 Jahren
Datenerhebung	online
Art der Stichprobenziehung	Selbstselektion aus Onlinepanel von gfs.bern
Befragungszeitraum	24.08-08.09.2021
Stichprobengrösse	Total Befragte CH N = 1'001
Stichprobenfehler	±3.2 Prozent bei 50/50 und 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit

©gfs.bern, TCS-Barometer E-Mobilität, Oktober 2021

7.2 gfs.bern-Team

LUKAS GOLDER

Co-Leiter und Präsident des Verwaltungsrats gfs.bern, Politik- und Medienwissenschaftler, MAS FH in Communication Management, NDS HF Chief Digital Officer, Dozent an der Hochschule Luzern und dem KPM Universität Bern

✉ lukas.golder@gfsbern.ch



Schwerpunkte:

Integrierte Kommunikations- und Kampagnenanalysen, Image- und Reputationsanalysen, Medienanalysen / Medienwirkungsanalysen, Jugendforschung und gesellschaftlicher Wandel, Abstimmungen, Wahlen, Modernisierung des Staates, gesundheitspolitische Reformen

Publikationen in Sammelbänden, Fachmagazinen, Tagespresse und im Internet

CLOÉ JANS

Leiterin operatives Geschäft, Politikwissenschaftlerin

✉ cloe.jans@gfsbern.ch



Schwerpunkte:

Image- und Reputationsanalysen, Jugend- und Gesellschaftsforschung, Abstimmungen / Kampagnen / Wahlen, Issue Monitoring / Begleitforschung politische Themen, Medienanalysen, Gesundheitspolitische Reformen und Fragen, Qualitative Methoden

ADRIANA PEPE

Praktikantin Projektleitung, Politikwissenschaftlerin

✉ adriana.pepe@gfsbern.ch



Schwerpunkte:

Gesellschaftsforschung, direkte Demokratie, Abstimmungen, Energiepolitik



AARON VENETZ

Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Politikwissenschaftler

✉ aaron.venetz@gfsbern.ch

Schwerpunkte:

Datenmodellierungen, qualitative Methoden, Recherchen, Datenanalyse, Programmierungen, Medienanalysen, Visualisierungen



OLGA JENZER

Praktikantin Data Science und Politikanalyse

✉ olga.jenzer@gfsbern.ch

Schwerpunkte:

Datenanalyse, Quantitative und qualitative Methoden, Visualisierungen, Recherchen



DANIEL BOHN

Projektmitarbeiter, Fachinformatiker Anwendungsentwicklung

✉ daniel.bohn@gfsbern.ch

Schwerpunkte:

Quantitative und qualitative Datenanalyse, Datenaufbereitung, Visualisierung



ROLAND REY

Mitarbeiter Administration

✉ roland.rey@gfsbern.ch

Schwerpunkte:

Desktop-Publishing, Visualisierungen, Projektadministration, Vortragsadministration

gfs.bern ag
Effingerstrasse 14
CH – 3011 Bern
+41 31 311 08 06
info@gfsbern.ch
www.gfsbern.ch

Das Forschungsinstitut gfs.bern ist Mitglied des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung und garantiert, dass keine Interviews mit offenen oder verdeckten Werbe-, Verkaufs- oder Bestellabsichten durchgeführt werden.

Mehr Infos unter www.schweizermarktforschung.ch

 **SWISS INSIGHTS**
Institute Member

 **gfs.bern**
Menschen. Meinungen. Märkte.