

Geschäftsstelle NewRide:
c/o IKAÖ Interfakultäre Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie
Universität Bern, Schanzeneckstrasse 1, Postfach 8573, 3001 Bern
Info@newride.ch

Jahresbericht NewRide 2006

Zusammenfassung aus dem „Jahresbericht der Agentur EcoCar 2006“¹

1. Durchgeführte Aktivitäten

Die einzelnen Projekte konnten planungsgemäss umgesetzt werden. Insgesamt beteiligten sich 32 Deutsch- und Westschweizer Gemeinden, 9 Hersteller/Importeure und rund 70 Händler an NewRide 2006



1.1. Ausstellungen und Messen 2006

NewRide war im Jahr 2006 an 40 Messetagen präsent: Muba in Basel, OFFA in St. Gallen, Luga in Luzern und an der Expo in Neuchâtel. Die Messen waren sehr gut besuchte Events und überall konnte die ganze NewRide Fahrzeugpalette präsentiert und zur Probe gefahren werden. Die Messen werden von den Herstellern und Importeuren sowie von den lokalen Händlern sehr geschätzt. Insgesamt wurden zahlreiche Fahrzeuge direkt verkauft oder viele Interessierte gingen anschliessend bei den Händlern vorbei.

¹ Der Jahresbericht der Agentur EcoCar 2006 kann unter info@newride.ch bestellt werden.

Übersicht 1: Massnahmen der Ausstellungen und Messen

Massnahmen	budgetiert	effektiv
Muba, Veranstaltungen	1/Jahr	1
Muba, Besucher	2'500/Jahr	5'000
Offa, Veranstaltungen	1/Jahr	1
Offa, Besucher	2'000/Jahr	4'000
Luga, Veranstaltungen	1/Jahr	1
Luga, Besucher	2'000/Jahr	1'650
Expo Neuchâtel, Veranstaltungen	1/Jahr	1
Expo Neuchâtel, Besucher	3'000	3'500

1.2. Events und lokale Anlässe

Im Jahr 2006 wurde an rund 134 Tagen eine RoadShow durchgeführt (Vergleich 2005: 150 RoadShows). An diesen 134 RoadShow Tagen wurden 65'460 Besucher (vgl. 2005: 21'400) gezählt und über 5'408 Testfahrten unternommen (vgl. 2005: 4'100). Das Ziel der Anzahl Besucher im Bereich RoadShow wurden 2006 übertroffen. Im 2006 konnten folglich rund 3 x so viele Besucher an den RoadShows angesprochen werden als im Vorjahr und so wurde auch das Jahresziel von 20'000 Besuchern voll und ganz übertroffen. Diese Zunahme stellt eine erfreuliche Entwicklung dar und es zeigt sich, dass die RoadShow an Attraktivität zulegen konnte.

An den 134 RoadShow Tagen standen insgesamt 1509 Testfahrzeuge im Einsatz und es wurden total über 3000 Testmietegutscheine abgegeben. Mit diesen Gutscheinen können Kaufinteressierte ein E-Bike oder E-Scooter gratis während zwei Tagen bei allen NewRide Händlern in der Schweiz mieten. Der Gutschein bringt somit dem NewRide Händler neue Kunden.


Übersicht 2: Massnahmen der Events und lokalen Anlässe

Massnahmen	budgetiert	effektiv
RoadShows, Veranstaltungen	150/Jahr	134
Besucher	20'000/Jahr	65'460

1.3. Kommunikation

Die geplanten Aktivitäten konnten durchgeführt werden und die Ziele wurden erreicht. Als einzige Ausnahme ist hier der elektronische Newsletter aufzuführen. Hier wurde im Verlauf des Jahres anstelle von vier Beiträgen nur zwei verschickt, da bereits viele News und Informationen den verschiedenen Partnern direkt per Mail weitergeleitet wurden. Für das kommende Jahr wird die Anzahl Newsletter aus diesem Grund reduziert.

Übersicht 3: Massnahmen der Kommunikation

Massnahmen	budgetiert	effektiv
Broschüren, Informationsmittel erstellt	20000/Jahr	20'000
Broschüren, vertriebene Exemplare	20000/Jahr	17'000
Gesundheitsflyer, Informationsmittel erstellt	500/Jahr	500
Gesundheitsflyer, vertriebene Exemplare	500/Jahr	300
Internet, Informationsmittel erstellt	1/Jahr	1
Internet, Visits	100'000/Jahr	120'000
Medienarbeit, Beiträge	200/Jahr	200
Medienarbeit, Vertriebene Auflage	200	22 Mio/Jahr
Medienarbeit, Vertriebene Auflage Leserinnen nach WEMF*	200	22 Mio/Jahr 66 Mio/Jahr
Newsletter erstellt	4/Jahr	2
Newsletter, Abonnenten	300/Jahr	400
Koordination Anbieter, Informationsmittel erstellt	2/Jahr	2
Koordination Anbieter, Abonnenten	10/Jahr	9
Koordination Gemeinden, Informationsmittel erstellt	2/Jahr	2
Koordination Gemeinden, Abonnenten	32/Jahr	32

* WEMF erfasst regelmässig mit repräsentativen Stichproben, welche Publikation in der Schweiz von wie vielen Personen im Verhältnis zur Auflage gelesen wird. Diese Werte gelten in der Werbewirtschaft als Massstab und ermöglichen eine gute Vergleichbarkeit der effektiven Reichweiten. Da die Werte je nach Medium etwas differieren, wäre eine exakte Berechnung der WEMF-Werte unverhältnismässig aufwendig. Wir haben daher einige Stichproben exakt berechnet und dabei Durchschnittswerte von jeweils ziemlich präzise 3 Leser(innen) pro verkauftes Exemplar erhalten. Wir rechnen daher mit einer Präzision von +/-5% mit diesem Wert.

1.4. Marketing und Werbung

Die Marketing-Aktion der NewRide Händler haben sich im Moment vier Händler angemeldet. Die Aktionen der Händler waren im Vergleich zum letzten Jahr viel aufwändiger und grösser (z.B. ein Reparaturbus mit E-Bike-Ersatzfahrrädern, E-Bike Touren mit anschliessender Käsedegustationen, E-Bike Touren auf der Herzroute im Emmental etc.). Auch stiess die NewRide Weiterbildung auf positives Echo und wurde von 30 Personen besucht.

Übersicht 4: Massnahmen des Marketings und der Werbung

Mesure	prévu	effectif
Medienarbeit, Inserate	20/Jahr	23
Medienarbeit, vertriebene Exemplare	20/Jahr	23
Marketing-Aktionen Händler, Inserate	5/Jahr	4
Marketing-Aktionen Händler	5/Jahr	4
Weiterbildung Händler, Tagung	1/Jahr	1
Weiterbildung Händler, Abonnenten	20/Jahr	30

1.5. Koordination und Evaluation

Die alljährliche Evaluation der NewRide RoadShows zeigt ein steigendes Interesse in der Bevölkerung. Zusätzlich zur Evaluation der RoadShow wurde eine Umfrage/Befragung bei allen NewRide Anbietern durchgeführt: alle NewRide Hersteller/Importeure sowie die NewRide Händler wurden zu den Aktivitäten im Jahr 2006 befragt. Die Auswertung diente zur fortlaufenden Optimierung der NewRide Aktivitäten sowie zur verbesserten Zusammenarbeit mit den Anbietern.

2. Ausblick NewRide 2007

NewRide wird sich im Jahr 2007 hauptsächlich auf die Durchführung der RoadShows sowie auf die Kommunikation (Medienartikeln, Internet, Broschüren) konzentrieren. Die RoadShows werden aufgrund der im Herbst 2006 durchgeführten Evaluation verbessert und die Zusammenarbeit mit den NewRide Händlern soll intensiviert werden. Weiter soll die NewRide-Tätigkeit in der Westschweiz ausgeweitet und intensiviert werden (für das Jahr 2007 konnten drei neue NewRide Gemeinden akquiriert werden, so dass insgesamt acht NewRide Gemeinden aus der Romandie vertreten sind!).

3. Weitere Projekte von NewRide

NewRide hat im Jahr 2006 einen E-Bike Reichweitentest durchgeführt und verfolgte das Ziel, ein Modell zu erstellen, das die spezifische Reichweite jedes E-Bike Types nach Nutzungsbedürfnis feststellt. Im 2006 wurden verschiedene Parameter getestet, auf deren Grundlage Tests für die Entwicklung des Modells durchgeführt werden kann. Zusammen mit NewRide wurden einige Veranstaltungen lanciert bei denen aufgezeigt werden konnte, dass für jedes E-Bike die Netto-Leistung und die Reichweite in Abhängigkeit der bei der Fahrt eingesetzten menschlichen Energie berechnet werden kann. Im Weiteren führte eine Gruppe Studierende der Allgemeinen Ökologie der Universität Bern eine halbjährige Projektarbeit zur Wirkung der NewRide Promotionskampagnen durch. Die Arbeit wurde von H. Hofmann (NewRide) betreut. Die Ergebnisse sowie diverse Verbesserungsvorschläge dieser vergleichenden Studie zur Förderung von E-Bikes wurden den Gemeindevertretern mitgeteilt. Die Studie wird im 2007 publiziert. Als weiteren Elektro-Zweirad Beitrag, der ausserhalb des BFE zustande kam, ist eine im Jahr 2006 abgeschlossene Masterarbeit im Rahmen der Umweltwissenschaften der Fernuniversität Hagen (D) über den Einsatz von E-Bikes und E-Scooters in der Schweiz.

Auskünfte:

NewRide

Heidi Hofmann, coordinatrice

c/o IKAÖ, Uni Bern, Schanzeneckstrasse 1, 3001 Bern

Tél: 031 631 39 25 Fax: 031 631 87 33 www.newride.ch

heidi.hofmann@ikaoe.unibe.ch / info@newride.ch