

Elektromobilität in der Praxis

Endbericht

Programmsteuerung:

Klima- und Energiefonds

Programmabwicklung:

Kommunalkredit Public Consulting GmbH (KPC)

1 Projektdaten

Projekttitel	E-PendlerInnen – Pedelecs als Schlüssel zur nachhaltigen Veränderung der Mobilitätsgewohnheiten	
Projektnummer	KR18EPOK14459	
Programm	Elektromobilität in der Praxis Ausschreibung 2018	
Beauftragter	Österreichische Energieagentur – Austrian Energy Agency (AEA) Projektleitung: Kerstin Schilcher	
Projektpartner	Regionalmanagement Burgenland GmbH (vertreten durch die Mobilitätszentrale Burgenland) Verband der Sportartikelerzeuger und Sportausrüster Österreichs (VSSÖ)	
Projektstart und Dauer	Projektstart: 01.02.2019	Dauer: 12 Monate

Synopsis: Elektrofahräder bzw. Pedelecs sind ein vielversprechender Weg, um den Einsatz konventioneller Autos zu reduzieren, da sie für viele Alltagsfahrten geeignet sind. Insbesondere für PendlerInnen bieten sie ein großes Potenzial, den derzeitigen Modal Split auf nachhaltigere Verkehrsmittel zu verlagern. Eine große Herausforderung in diesem Zusammenhang ist jedoch die Veränderung der Gewohnheiten der Menschen, da das individuelle Mobilitätsverhalten stark von Routinen getrieben ist. Dieses Ziel stand im Mittelpunkt der Kampagne "e-Radl – Frischluft tanken", die im Rahmen dieses Projekts durchgeführt wurde. Zielgruppe der Kampagne waren PendlerInnen im Burgenland. Die TeilnehmerInnen hatten dabei die Möglichkeit, ein Pedelec zwei Wochen lang kostenlos zu testen. Voraussetzung dafür war der Verzicht auf die

Nutzung ihres Autos für diesen Zeitraum durch die symbolische Versiegelung ihrer Autoschlüssel in einem Kuvert. Die Kampagne wurde von einer wissenschaftlichen Bewertung begleitet, in deren Rahmen unter anderem die langfristigen Auswirkungen der Kampagne auf die mobilitätsbezogenen Assoziationen der TeilnehmerInnen gemessen wurden. Insgesamt wurden drei Onlineumfragen mit den TesterInnen durchgeführt (jeweils eine zur Registrierung, direkt nach der individuellen Testphase und ca. fünf Monate nach dem persönlichen Pedelec-Test), um ihre Wahrnehmungen und Einstellungen vor der Kampagne zu erfassen und mögliche langfristige Veränderungen feststellen zu können. Das Projekt hat gezeigt, dass es möglich ist, durch Kampagnen wie „e-Radl“ Menschen dazu zu motivieren, ihr Mobilitätsverhalten umzustellen, in neue Technologien zu investieren und ihre Wahrnehmungen und Einstellungen auch langfristig zu verändern. Besonders zugänglich waren Personen, die bereits vor dem Projekt bereit waren, ihr Mobilitätsverhalten anzupassen und eine latente Kaufabsicht aufwiesen. Auch die allgemein hohe Zufriedenheit der TeilnehmerInnen und die relativ hohe Anzahl an Personen, welche sich in den Monaten nach ihrem Test ein Pedelec kauften, sprechen dafür, dass ähnliche Kampagnen einen wichtigen Beitrag dazu leisten können, den Umstieg auf Elektromobilität weiter zu fördern.

2 Inhaltliche Beschreibung des Projektes

2.1 Kurzfassung

Pedelecs sind ein vielversprechender Weg, um die Pkw-Nutzung zu reduzieren, da sie für viele Alltagsfahrten geeignet sind. Insbesondere für PendlerInnen bieten sie großes Potenzial, Mobilität nachhaltiger zu gestalten. Eine große Herausforderung ist jedoch die Veränderung von Mobilitätsroutinen, da das individuelle Mobilitätsverhalten stark habituell geprägt ist. Dieses Ziel stand im Mittelpunkt der Kampagne „e-Radl – Frischluft tanken“, die vom Klima- und Energiefonds im Rahmen des Programms „Elektromobilität in der Praxis 2018“ unterstützt und von der Österreichischen Energieagentur in Zusammenarbeit mit der Mobilitätszentrale Burgenland und dem Verband der Sportartikelerzeuger und Sportausrüster Österreichs (VSSÖ) durchgeführt wurde. Zielgruppe waren PendlerInnen im Burgenland. Die TeilnehmerInnen hatten die Möglichkeit, ein E-Bike zwei Wochen lang kostenlos zu testen. Voraussetzung dafür war der Verzicht auf die Nutzung ihres Autos durch die symbolische Versiegelung ihrer Autoschlüssel in einem Kuvert.

- Die Kampagne zielte auf Personen ab, die ihr **Mobilitätsverhalten ändern wollen** und nach Möglichkeiten suchen, diesen Plan in die Praxis umzusetzen. Ihnen soll mit **dem Pedelec eine Alternative zum Pkw** aufgezeigt werden. Daher wurden TeilnehmerInnen nicht mit einer Zufallsstichprobe rekrutiert. Stattdessen wurde mit einem „Voluntary Sampling“ auf verschiedene Arten (ORF-Beiträge, Mobilitätszentrale, Social Media etc.) freiwillige TeilnehmerInnen gesucht.
- **Die direkten und indirekten Wirkungen auf das Mobilitätsverhalten und die Einstellungen wurden mit drei Onlineumfragen erfasst**, je eine zur Registrierung, eine im Anschluss an die Testphase und eine im längeren zeitlichen Abstand nach der Aktion. Bei der Auswertung wurden nur Personen berücksichtigt, die an der Vorher-Erhebung und mindestens einer weiteren Erhebung teilgenommen haben. Das gilt für 81 Personen.
- Insgesamt nahmen **98 Personen** an der Testphase teil, ursprünglich ging man von nur ca. 70 TeilnehmerInnen aus. Die Erwartungen wurden also weit übertroffen. Die TeilnehmerInnen waren überwiegend Männer (67 %) im mittleren Alter (Mittelwert von 48 Jahren), wobei die jüngste teilnehmende Person 18 Jahre alt war und die älteste 70.
- **Die Befragten waren überwiegend Pkw-orientiert**: 58 % gaben an, in den zwei Wochen vor der ersten Erhebung ihr Auto (fast) täglich als LenkerIn genutzt zu haben. **Das Fahrrad war kein dominierendes Verkehrsmittel**, da es von 41 % der Befragten nur sporadisch bzw. von 37 % gar nicht verwendet wurde. Besonders der Arbeitsweg wurde von den TeilnehmerInnen primär mit dem Pkw zurückgelegt. 91 % gaben an, diesen üblicherweise mit dem Pkw zurückzulegen. Die durchschnittliche Arbeitsweglänge lag bei 15,6 km, der Median bei 10 km. 62 % der Befragten waren bereits vor der Testphase einmal auch mit dem Fahrrad zur Arbeit gefahren, was verdeutlicht, dass eine grundsätzliche Möglichkeit der Radnutzung für den Arbeitsweg für viele Menschen besteht, aber Hindernisse vorliegen, welche einen Umstieg vom Pkw auf das Rad verhindern.

- Nutzung des Pedelecs während der Kampagne: Während der Kampagne haben alle Personen das Pedelec verwendet. **24 % haben während ihres zweiwöchigen Tests mehr als 10 Arbeitswege mit dem Pedelec zurückgelegt und nutzten es somit fast täglich.** 13 % nutzten es 6- bis 10-mal für den Weg zur Arbeit bzw. Ausbildungsstätte. Des Weiteren wurde das Pedelec sehr häufig für **Radtouren** (12 % über 10-mal und 24 % 6- bis 10-mal) und für Wege im Zusammenhang mit **Freizeitaktivitäten** (9 % häufiger als 10-mal und 15 % 6- bis 10-mal) genutzt. Auch bei **Einkäufen** wurde es während des zweiwöchigen Testzeitraums von über 70 % der TeilnehmerInnen mehrfach (mind. zweimal) verwendet.
- Eingesparte Kilometer: Insgesamt wurden in einer sehr konservativen Schätzung durch die Testphase **mindestens 6.000 Pkw-Kilometer alleine auf Arbeitswegen eingespart.**
- Bewusstseinsseffekt: Es wurden in allen drei Befragungen spontane Assoziationen von Wegzwecken mit Verkehrsmitteln erfasst. In der kurz- und längerfristigen Perspektive lässt sich klar nachweisen, dass sich für **viele Wegzwecke die Wahrnehmung des Pedelecs als optimales Verkehrsmittel deutlich verbessert hat.** Das gilt insbesondere für Wegzwecke in einem mittleren Entfernungsbereich (Besuch der nächsten Stadt, Ausflug zum Badensee), aber auch für Wege, bei denen kleinere Dinge transportiert werden (etwas in der Postfiliale abholen, Einkauf im Supermarkt). **Diese Veränderung der Wahrnehmung geht vor allem zulasten des Pkws.**
- Einschätzung von Pedelecs: **Die Testphase hatte positive Wirkungen auf die Einschätzung von Pedelecs.** Vor der Testphase wurden Erwartungen bezüglich Pedelecs erfasst. Die Mehrheit erwartete insbesondere, dass ihnen das Pedelec-Fahren Spaß machen werde. Nach der Testphase stieg der Anteil derjenigen Personen, denen das Fahren sehr viel Spaß gemacht hatte, weiter an. **Auch das Sicherheitsgefühl der TeilnehmerInnen hinsichtlich der Nutzung eines Pedelecs konnte durch die Testphase besonders gesteigert werden.** In der langfristigen Betrachtung fiel die Bewertung der Zeitersparnis durch die Pedelec-Nutzung positiver aus.
- Durchgeführte Käufe: Die Testphase führte insbesondere dazu, latente Kaufabsichten zu aktivieren. **18 Personen gaben an, nach der Testphase ein Pedelec gekauft zu haben** (27 % der TeilnehmerInnen mit gültigen Antworten). Davon hatten 5 Personen vor der Testphase schon eine klare Kaufabsicht, 10 eine eher vage Kaufabsicht (eher ja) und 3 eher keine Kaufabsicht.
- Die TeilnehmerInnen waren in Summe sehr zufrieden mit der Testphase. **87 % gaben an, dass sie wieder an „e-Radl“ teilnehmen würden.** 88 % empfanden auch die Betreuung durch ihren Fahrradhändler als sehr gut und wären bereit, bei diesem einzukaufen. Somit stellen solche Aktionen ebenfalls eine gute Möglichkeit für Stakeholder dar, Kontakt zu potenziellen Kunden aufzubauen.
- **Das Projekt hat gezeigt, dass es möglich ist, durch Kampagnen wie „e-Radl“ Menschen dazu zu motivieren, ihr Mobilitätsverhalten umzustellen,** in neue Technologien zu investieren und ihre Wahrnehmungen und Einstellungen auch langfristig zu verändern. Besonders zugänglich waren Personen, die bereits vor dem Projekt bereit waren, ihr Mobilitätsverhalten anzupassen und eine latente Kaufabsicht aufwiesen. Auch die allgemein hohe Zufriedenheit der TeilnehmerInnen und die relativ hohe Anzahl an Personen, welche sich in den Monaten nach ihrem Test ein Pedelec kauften sprechen dafür, dass ähnliche Kampagnen einen wichtigen Beitrag dazu leisten können den Umstieg auf Elektromobilität weiter zu fördern.

- Die umfangreiche Nutzung der bereitgestellten Pedelecs für Arbeitswege zeigt, dass hier **großes Potenzial herrscht, einen Umstieg von konventionellen Pkw auf alternative Verkehrsmittel wie Pedelecs weiter voranzutreiben**, vor allem unter Berücksichtigung des Umstandes, dass österreichweit 40 % der Pkw-Wege kürzer als 5 km sind und 60 % kürzer als 10 km – ein Bereich, der mit dem Pedelec gut zurückgelegt werden kann.
- **Prinzipiell können solche Aktionen österreichweit durchgeführt werden.** Es ist jedoch ausschlaggebend, geeignete Projektpartner an Bord zu holen, die einerseits das Hintergrundwissen und die Kapazitäten für die organisatorische Abwicklung der Kampagne aufweisen und andererseits aber auch eine enge Zusammenarbeit mit der Industrie und dem Handel gewährleisten können. Darüber hinaus ist es wichtig, Partner als Ansprechpartner vor Ort zu haben, um möglichst viele Personen zu erreichen und TeilnehmerInnen bei Problemstellungen unterstützen zu können.

2.2 Projektinhalte und Resultate

2.2.1 Ausgangssituation / Motivation

Ohne Mobilitätswende sind die Pariser Klimaziele nicht erreichbar. Pedelecs sind der perfekte Einstieg in die E-Mobilität: Sie stellen eine vielversprechende Alternative zum konventionell betriebenen Pkw dar und bieten neben den geringeren Emissionen auch weitere Vorteile, wie die Förderung der Gesundheit, die Entlastung des Verkehrs und ihre hohe Energieeffizienz. Der Marktanteil von Pedelecs ist steigend und lag im Jahr 2018 bereits bei 33 % aller verkauften Fahrräder, sodass der Gesamtbestand in Österreich mittlerweile bei ca. 500.000 liegt. Die am stärksten verkauften Modelle sind mittlerweile Citybikes, gefolgt von Mountainbikes. Der Anteil der mit dem Fahrrad zurückgelegten Wege an Werktagen beträgt lediglich rund 6 %. Ziel der raschen Marktdurchdringung von Pedelecs kann es jedoch nicht sein, Wege, welche bisher mit konventionellen Fahrrädern bzw. Muskelkraft bewältigt wurden, mit Pedelecs zu ersetzen, sondern jene Wege, welche mit einem Pkw mit Verbrennungsmotor zurückgelegt werden.

Daher müssen einer der zentralen Ansatzpunkte die Alltagsfahrten, insbesondere der Weg in die Arbeit, sein. Die Zielgruppe der PendlerInnen ist insbesondere deshalb schwer zu erreichen, da Gewohnheiten bzw. Routinen eine sehr wichtige Rolle spielen. Eine besondere Bedeutung bei der Änderung von Mobilitätsroutinen nehmen sogenannte Schlüsselmomente ein. Dabei kann es sich um grundlegende Änderungen der Lebenssituation wie eine Übersiedelung oder den Wechsel des Arbeitsplatzes handeln. Dazu können prinzipiell auch temporäre oder kleinteilige Adaptionen der Rahmenbedingungen des Mobilitätsverhaltens zählen wie beispielsweise eine etwas länger dauernde Reparatur eines Pkws. Alltagshandlungen, wie der tägliche Weg zur Arbeit, sind habitualisiert und eine kritische Reflexion findet selten ohne konkreten Anlass statt. Dadurch wird es zusätzlich erschwert, NutzerInnen von alternativen Transportmitteln zu überzeugen.

Gerade weil die BurgenländerInnen häufiger und weiter pendeln als andere, ist hier ein großes Potenzial für Pedelecs erkennbar, da diese gerade das Bewältigen längerer Strecken erleichtern und das Fahrrad in Kombination mit dem öffentlichen Verkehr eine bedeutende Rolle spielen kann. Bisher ist das Burgenland bei der Nutzung des Fahrrades für Arbeitswege mit 4 % jedoch das Schlusslicht von Österreich.

Dabei kann gerade im Burgenland Bike & Ride die mit dem MIV (motorisierten Individualverkehr) assoziierten Platzprobleme lösen: Sowohl aus NutzerInnensicht wie Gemeinsicht ist die Parkplatzsuche bei Bahnhöfen und Haltestellen keineswegs optimal. Weiters bietet das Pedelec gegenüber dem Muskelkraft-betriebenen Fahrrad Vorteile hinsichtlich der Reichweite (längere Wege werden auch für weniger sportliche NutzerInnen möglich) und hinsichtlich des Komforts (z. B. weniger Anstrengung, erleichterte Mitnahme größerer Lasten). Das Pedelec bietet also gerade in diesem Zusammenhang sowohl gegenüber dem konventionellen Fahrrad wie auch gegenüber Pkws (unabhängig vom Antrieb) Vorteile. Gegenüber anderen Formen der E-Mobilität, insbesondere rein batteriebetriebenen Pkw, sind Pedelecs mit keinen Reichweitenproblemen assoziiert und bieten einen günstigen Einstieg in die E-Mobilität. Pedelecs eignen sich daher hervorragend, um NutzerInnen von den Vorteilen der Elektromobilität in der Praxis zu überzeugen.

2.2.2 Projektziele

Das zentrale Element des Projektes „E-PendlerInnen“ war die Medienkampagne und Testphase „e-Radl – Frischluft tanken“¹, mit der mehrere Zielsetzungen verbunden sind. Im Vordergrund stand dabei das Ziel, Elektromobilität zu fördern, um vor allem das große Potenzial, welches die Zielgruppe der PendlerInnen birgt, ausschöpfen zu können und die Akzeptanz von Pedelecs als alternativem Transportmittel für den Arbeitsweg voranzutreiben. Direkt damit verknüpft war das Vorhaben, Informationen bezüglich der Nutzung von elektrisch betriebenen Fahrrädern und ihrer Vorteile zu verbreiten (Emissionseinsparungen, geringere körperliche Anstrengung beim Fahren, Entlastung des Verkehrs etc.) und Elektromobilität im Allgemeinen emotional positiv zu besetzen. Dadurch sollten mögliche Vorurteile oder gar Fehlinformationen der potenziellen NutzerInnen ausgeräumt und ihr Interesse an diesen Produkten gefördert bzw. aktiviert werden. So können beispielsweise NutzerInnen durch den regelmäßigen Einsatz von Pedelecs – welche auch ohne Akku betrieben werden können – erkennen, dass die Ladeproblematik im praktischen Betrieb kaum von Relevanz ist.

Die Testphase richtete sich vorrangig an PendlerInnen, die ihre Berufswege überwiegend oder ausschließlich mit dem Pkw zurücklegen. Für die Wahl dieser Zielgruppe sprechen verschiedene Überlegungen:

- Ökonomisch ist es für Haushalte mit mehreren Pkws und Personen mit Pkw-Führerschein unsinnig, einen Pkw während der Arbeitszeit für andere Nutzungen zu blockieren. Wenn der Arbeitsweg nicht mit dem Pkw zurückgelegt wird, kann oft ein Pkw eingespart werden.
- Wegbezogen bieten sich Pedelecs für die Nutzung auf Arbeitswegen an, da in der Regel weder Sachen noch weitere Personen transportiert werden müssen.
- Physiologisch betrachtet ist es für Stoffwechsel und Kreislauf und in der Folge auch die Konzentration vorteilhaft, den Tag mit einer moderaten körperlichen Aktivität zu beginnen.
- Ökologisch betrachtet tragen die durch Pkw-Pendlerwege hervorgerufenen CO₂-Emissionen einen relevanten Teil zu den Gesamtemissionen des Verkehrssystems bei, das wiederum für mehr als ein Viertel der Gesamtemissionen Österreichs verantwortlich ist.

Dieses Vorhaben ermöglichte es den TeilnehmerInnen, Barrieren für E-Mobilität abzubauen, Vorurteile zu hinterfragen, praktische Erfahrungen zu sammeln, Vorteile – gegebenenfalls aber auch Nachteile – zu erfahren und eine fundierte Entscheidung zum Kauf eines Pedelecs zu treffen. In der Konsequenz kann dies dazu führen, individuelle Mobilitätsroutinen aufzubrechen, die Elektrifizierung des Verkehrssystems zu fördern und damit die Nachhaltigkeit des Mobilitätssystems zu erhöhen. Das Projekt zielt somit auf einen direkten Verhaltenseffekt und einen indirekten Bewusstseins-effekt ab.

Eine weitere Zielsetzung des Projektes war die gezielte Förderung der freiwilligen Teilnahme von Frauen, da in mehreren vorangegangenen und themenverwandten Projekten unter den TeilnehmerInnen der Männeranteil stets überwog. Hierdurch sollte ein möglichst gleichmäßiges Geschlechterverhältnis unter den TesterInnen angestrebt werden.

¹ Da die Kampagne im Zentrum dieses Projektes stand, erfolgt die Referenz auf das Projekt ab dieser Stelle unter der einheitlichen Bezeichnung „e-Radl“

Im Rahmen des Projektes gelang es jedoch leider nicht ein komplett ausgewogenes Verhältnis zwischen männlichen und weiblichen TeilnehmerInnen zu erreichen, da aufgrund des „Voluntary Sampling“-Ansatzes die Teilnahme freiwillig war und das Team somit bis auf Disseminationsaktivitäten keine Möglichkeit hatte die Teilnahme von Frauen zu fördern. Zusätzlich wurden im Rahmen der Testphase Onlinebefragungen durchgeführt, mit den Zielen, einerseits das aktuelle Mobilitätsverhalten der ProbandInnen zu erheben und andererseits zu evaluieren, wie sich die Teilnahme an der Testphase auf die Einstellungen der TesterInnen ausgewirkt hatte. Die Kommunikationsstrategie des Projektes sollte ebenfalls dazu dienen, die Sichtbarkeit der Förderprogramme des Klima- und Energiefonds bspw. durch die mediale Kampagne zu unterstützen.

Kurzgefasst waren die Ziele des Projektes:

- ✓ Durchführung von einer 12-wöchigen Testphase in Partnergemeinden über das Burgenland verteilt
- ✓ 70 PendlerInnen testen Pedelecs für jeweils zwei Wochen und verzichten im selben Zeitraum auf ihr Auto
- ✓ Anstreben eines möglichst ausgeglichenen Geschlechterverhältnisses, um die Testgruppe möglichst ausgewogen zu gestalten (minimaler Frauenanteil von 30 %)
- ✓ Messung der Verhaltensänderung bei den ProbandInnen mit Hilfe von Onlineumfragen
- ✓ Stärkung von Bike & Ride im Burgenland
- ✓ Förderung der Verbreitung elektrisch betriebener Transportmittel über die Testregion hinaus durch die Erstellung einer Toolbox für den Rollout ähnlicher Aktionen in Österreich
- ✓ Spezifische Barrieren für die Nutzung von Pedelecs für den Einsatz bei PendlerInnen identifizieren
- ✓ Sichtbarkeit vom Klima- und Energiefonds im Burgenland, vor allem im ländlichen Raum, stärken
- ✓ Regionale Medien berichten über das Programm Elektromobilität in der Praxis und treiben somit die Marktdurchdringung von E-Mobilität über das Projekt hinaus voran
- ✓ MultiplikatorInnen und NutzerInnen im Burgenland werden über die Vorteile der E-Mobilität informiert

2.2.3 Tätigkeiten im Rahmen des Projektes inklusive methodischem Zugang

Um das Potenzial in Österreich, welches hinsichtlich des möglichen Umstiegs von PendlerInnen auf das Pedelec vorhanden ist, in der Praxis zu erforschen, wurde im Rahmen dieses Projektes ermittelt, ob durch einen temporären Schlüsselmoment in Form einer niederschweligen Testmöglichkeit von Pedelecs für festgelegte Zeiträume eine Veränderung im Mobilitätsverhalten der PendlerInnen im Burgenland festgestellt werden konnte und ob sie zu einem Umstieg vom Auto auf das Pedelec motiviert werden konnten. Hervorzuheben ist, dass der Fokus von „e-Radl“ auf herkömmlichen Pedelecs lag. Diese gewährleisteten eine niedrigere Teilnahmeschwelle als S-Pedelecs, da deren Nutzung mit zusätzlichen Auflagen verbunden ist. Dadurch konnte im Rahmen dieses Projektes eine größere Zielgruppe angesprochen werden.

Durch die Zusammenarbeit mit dem VSSÖ wurde nicht nur die Reichweite des Projektes zusätzlich gestärkt, sondern durch dessen Know-how und bereitgestellte Ressourcen auch eine positive Nutzererfahrung für die ProbandInnen sichergestellt.

Ein temporäres Schlüsselmoment im oben angeführten Sinn wurde in der im Rahmen von „E-PendlerInnen“ durchgeführten Medienkampagne und Testphase „e-Radl“ simuliert. Die zugrunde liegende Medienkampagne diente dazu, sowohl wichtige Informationen bezüglich der Vorteile von Elektromobilität, im Speziellen der Nutzung von Pedelecs im Vergleich zur Nutzung von fossil betriebenen Pkws, als auch allgemeine Informationen über das Projekt und die Teilnahmevoraussetzungen zu verbreiten, um dadurch letztendlich die Marktdurchdringung von Elektrofahrzeugen und das Bewusstsein der Bevölkerung für die Elektromobilität zu fördern.

Die Auswahl von Burgenland als Zielbundesland basierte auf dem bereits beschriebenen hohen Potenzial an PendlerInnen, welche durch dieses Projekt angesprochen werden können, und dem Fakt, dass bereits 2013 die burgenländische Stromautarkie erreicht wurde, wobei die burgenländische Stromproduktion zu 100 % auf erneuerbarer Energie basiert. Im Jahr 2016 wurde im Burgenland bereits 33 % mehr Strom erzeugt, als tatsächlich verbraucht wurde. Ein höherer Elektrifizierungsgrad durch eine breitflächige Nutzung von elektrisch betriebenen Transportmitteln könnte dazu beitragen, den Überschuss zu reduzieren und beispielsweise durch angepasstes Ladeverhalten Erzeugungsspitzen abzufangen.

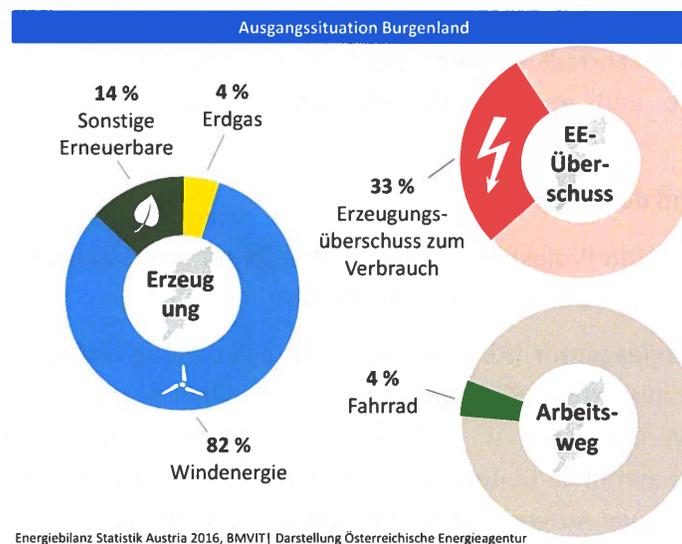


Abbildung 1: Ausgangssituation in Burgenland

Als Zielregionen des Projektes wurden interessierte Gemeinden des Burgenlandes ausgewählt. Die Gemeinden waren über das gesamte Burgenland verteilt, damit die unterschiedlichen Gegebenheiten (z. B. gute Zuganbindungen im Norden vs. keine Anbindung im Süden, unterschiedliche Nähe zu urbanen Zentren) berücksichtigt werden konnten. Die Mobilitätszentrale Burgenland übernahm die Hauptverantwortung für den Aspekt der Dissemination. Sie griff dabei auf ihre bereits vorhandenen Ressourcen und Kommunikationskanäle zurück.

Aufgrund der im Jahr 2014 beschlossenen „Gesamtverkehrsstrategie Burgenland“ sind bereits verschiedene Maßnahmen in Planung, um den Radverkehr zu fördern. „e-Radl“ konnte sich hier optimal eingliedern und bspw. Kick-off-Veranstaltungen anderer Projekte der Mobilitätszentrale Burgenland nutzen, um die lokale Bevölkerung auf die Testphase aufmerksam zu machen und Menschen zur Teilnahme zu motivieren. Darüber hinaus wurde mit dem VSSÖ ein Projektpartner ins Konsortium aufgenommen, der die Bereitstellung von hochqualitativen Test-Pedelecs gewährleisten konnte. Die Einbindung des VSSÖ sichert auch, dass nach Projektende der Sportfachhandel als wichtiger Multiplikator weiter zur Verfügung steht. Gerade der Sportfachhandel profitiert von der größeren Marktdurchdringung von Pedelecs insbesondere für Alltagswege, da dadurch eine Reihe von Zusatzkäufen ausgelöst werden (Regenbekleidung, hochwertige Taschen usw.).

Das Kernelement von „e-Radl“ war die zwölfwöchige Testphase (April 2019 bis Juli 2019). Während dieser Zeit bekamen die TeilnehmerInnen für zwei Wochen ein Pedelec zur Verfügung gestellt. Ursprünglich war hierbei vorgesehen, dass sie hierfür ihren Autoschlüssel gegen das Pedelec „eintauschen“ müssen. Um jedoch eine zu hohe Teilnahmehürde zu vermeiden, wurden die Autoschlüssel der TeilnehmerInnen stattdessen bei der Abholung ihrer Testräder symbolisch in einem Kuvert versiegelt und wieder an die BesitzerInnen übergeben. Die Bereitstellung der Pedelecs wurde in Zusammenarbeit mit der Herstellerindustrie abgewickelt. Für die Testphase wurden Kooperationen mit lokalen Fachhändlern eingegangen, welche die Fahrräder vor Ort zur Verfügung gestellt bekamen. Bei den Partnerhändlern handelte es sich um „Michi Knopf“ in Mattersburg, „Zweirad Goga“ in Oberwart, „FahrRad Migschitz“ in Rust und „Radsport Waldherr“ in Podersdorf. Bei der Übernahme eines Fahrrads erhielten die ProbandInnen auch eine kurze Einführung in die Nutzung eines Pedelec und ebenso Informationen hinsichtlich der Verkehrssicherheit von Elektrofahrrädern.

Ablauf der Testphase und der Erhebung

Die Abwicklung des gesamten Projektes basierte im Prinzip auf drei Säulen, für welche jeweils eins der drei Konsortiumsmitglieder primär verantwortlich war:

Die **Österreichische Energieagentur (AEA)** war für die Projektleitung und damit für das allgemeine Projektmanagement verantwortlich. Sie organisierte regelmäßige Meetings und Telefonkonferenzen des Konsortiums. Des Weiteren war sie auch für die Koordination der gesamten Testphase, das Management der TeilnehmerInnen (Zuteilung, Kontaktaufnahme und Terminvergabe etc.) sowie die Konzeption, Durchführung und Auswertung der geplanten Onlinebefragungen verantwortlich.

Die **Mobilitätszentrale Burgenland** war für sämtliche Disseminationsaktivitäten direkt im Burgenland verantwortlich. Dazu zählten beispielsweise der Kontakt zum ORF Burgenland, die Organisation von Medienbeiträgen zum Projekt und die Vorstellung von „e-Radl“ bei mobilitätsbezogenen Events, um potenzielle TeilnehmerInnen auf die Kampagne und Testphase aufmerksam zu machen.

Außerdem fungierte die Mobilitätszentrale als Ansprechpartner vor Ort für TeilnehmerInnen oder auch am Projekt interessierte Personen.

Der **Verband der Sportartikelhersteller und Sportausrüster Österreichs (VSSÖ)** war als Interessensvertretung des Sportfachhandels primär für den Kontakt mit den vier Partnerhändlern und der Pedelec-Industrie verantwortlich.

Er organisierte die Bereitstellung von 16 Pedelecs, welche die Industrie kostenlos für das Projekt zur Verfügung stellte, koordinierte die Zulieferung an die einzelnen Händler und diente als Bindeglied zwischen ihnen und dem Konsortium.

Die Teilnahme an der Testphase der Kampagne war grundsätzlich freiwillig und setzte an der intrinsischen Motivation der TeilnehmerInnen an. Die Auswahl basierte somit nicht auf einer Zufallsstichprobe, die Ergebnisse sind daher nicht repräsentativ für die Bevölkerung des Burgenlandes und können weder gewichtet noch hochgerechnet werden. Es wurde auch kein finanzieller Anreiz für die Teilnahme gewährt. Stattdessen wurde ein „Voluntary Sampling“-Ansatz zur Rekrutierung der TeilnehmerInnen umgesetzt. Dabei wurden mit möglichst vielen unterschiedlichen Ansätzen freiwillige TeilnehmerInnen gesucht. Bei diesem Rekrutierungsansatz haben die TeilnehmerInnen in der Regel einen Bezug oder ein Interesse am Untersuchungsgegenstand. „e-Radl“ setzte hier an, um diese Personen dabei zu unterstützen, ihre Mobilitätsroutinen zu hinterfragen und zu ändern, und ihnen eine Hilfestellung bzw. Ermutigung für ihre Entscheidung zu bieten.

Die Anmeldung zur Testphase von „e-radl“ war prinzipiell für alle interessierten Personen online zugänglich. Bei der Anmeldung mussten die InteressentInnen jedoch auch verpflichtend an der ersten Befragung teilnehmen. Über die Abfrage einiger Faktoren, wie bspw. den Besitz eines Führerscheins/Pkws, das Heimatbundesland, ob die Fähigkeit, Fahrrad zu fahren, vorhanden ist und ob die Person eventuell bereits ein Pedelec besitzt, wurde sichergestellt, dass nur prinzipiell geeignete Personen die Anmeldung auch abschließen konnten.

Bei der Anmeldung zur Testphase mussten die TeilnehmerInnen angeben, bei welchem der vier bei „e-Radl“ mitwirkenden Händlern sie ihr Pedelec abholen möchten, und einen Wunschtermin aus den verfügbaren Optionen auswählen. Um eine bestmögliche Abwicklung zu gewährleisten, wurde der Zeitrahmen der Testphase (13.04.2019 bis 06.07.2019) in fixe Zwei-Wochen-Blöcke aufgeteilt, in denen die TeilnehmerInnen ihr Pedelec testen konnten, wodurch sich alle zwei Wochen die nächste Welle an TesterInnen mit der Aktuellen abwechselte. Basierend auf diesen Angaben und den verfügbaren Pedelec-Modellen erfolgte eine Zuteilung der angemeldeten Personen in chronologischer Reihenfolge (abhängig vom Anmeldezeitpunkt) auf die einzelnen Standorte und Testwellen. Sobald ein/e TeilnehmerIn zugeteilt war, wurde diese/r per E-Mail über den Händler, Starttermin und weitere Details zum Ablauf der Testphase informiert und dazu aufgefordert, den Termin zu bestätigen oder um eine Alternative zu bitten. Die TeilnehmerInnen hatten daraufhin zwei Wochen Zeit sich zurückzumelden, ansonsten wurde die nächste Person, welche sich für denselben Händler und Zeitraum angemeldet hatte, eingeteilt. Innerhalb dieser zwei Wochen wurde nach sieben Tagen eine nochmalige Erinnerung an die TeilnehmerInnen versendet, welche sich noch nicht gemeldet hatten. Dieser Prozess wurde so lange fortgesetzt, bis sämtliche verfügbaren Räder in allen Standorten vergeben waren bzw. alle dort angemeldeten Personen fix eingeteilt wurden. An der Testphase haben insgesamt 98 Personen teilgenommen. Ursprünglich ging man nur von bis zu ca. 70 TeilnehmerInnen aus, die Erwartungen wurden also weit übertroffen.

Der Onlinezugang zur ersten Befragung wurde am 11.03.2019 geöffnet. Bereits nach drei Tagen, am 14.03.2019, waren die verfügbaren Kapazitäten bei zwei der vier Händler komplett ausgeschöpft. Ursprünglich war mit der Herstellerindustrie vereinbart worden, für den gesamten Zeitraum der Testphase 16 Pedelecs zur Verfügung zu stellen.

Der VSSÖ, als für die Beschaffung der Test-Pedelecs verantwortlicher Partner, organisierte daher eine Aufstockung der verfügbaren Räder von 16 auf insgesamt 21 Stück. Der Großteil dieser Räder waren Citybikes, jedoch waren auch drei E-Lastenräder darunter. Die TeilnehmerInnen hatten bei ihrer Anmeldung die Möglichkeit anzugeben, ob sie ein E-Lastenrad bevorzugen würden. Die drei Lastenräder wurden über die zwei Händler zur Verfügung gestellt, bei denen die Nachfrage nach diesen Modellen besonders groß war. Die letzte Registrierung einer Person, die ein Pedelec zugeteilt bekommen konnte, erfolgte am 21.03.2019. Die zweite Befragung wurde in mehreren Wellen durchgeführt, da alle TeilnehmerInnen den Link zum Onlinefragebogen stets direkt nach Beendigung ihrer individuellen Testphase erhalten haben. Der erste externe Zugriff erfolgte am 03.05.2019, der letzte Zugriff am 12.07.2019. Die abschließende Befragung wurde am 27.11.2019 geöffnet. Der letzte gültige Zugriff erfolgte am 18.12.2019.

Erhebungskonzept und -inhalte

Um die direkten und indirekten Wirkungen der Testphase zu identifizieren und um Ansatzpunkte für eine Weiterentwicklung vergleichbarer Projekte zur Förderung des Fahrradfahrens im Allgemeinen sowie der Pedelec-Nutzung im Speziellen zu erhalten, wurde ein umfangreiches Befragungskonzept entwickelt und umgesetzt. Es umfasste drei Befragungen mit jeweils spezifischer Zielsetzung und dementsprechend unterschiedlichen Fragestellungen (siehe Abbildung 2).

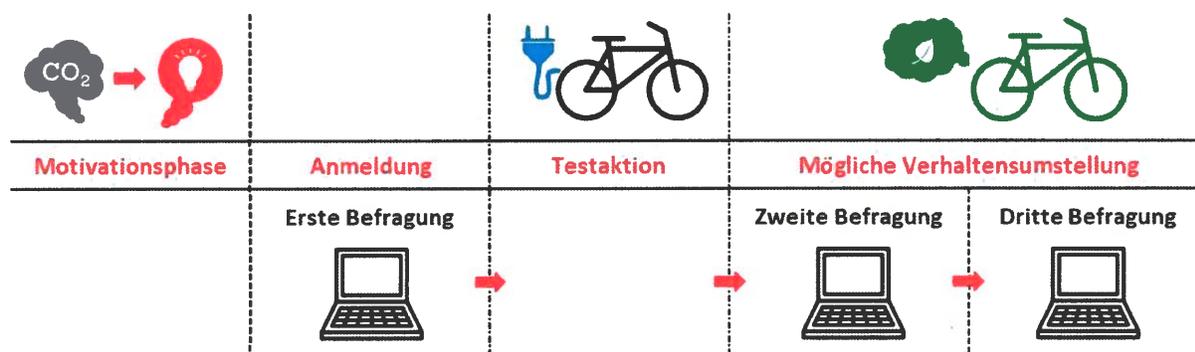


Abbildung 2: Ablauf der Testphase und der Datenerhebung

Die **erste Befragung** (oder auch Vorher-Befragung) wurde im Rahmen der Anmeldung vor dem Start der Testphase online durchgeführt. Sie thematisierte das allgemeine Mobilitätsverhalten inklusive der Verfügbarkeit verschiedener Verkehrsmittel und allgemeine Angaben zum Arbeitsweg, mobilitäts- und umweltbezogene Einstellungen und Gründe für die Teilnahme an der Testphase.

Die **zweite Befragung** (bzw. erste Nachher-Befragung) wurde zeitnah nach der Rückgabe des Pedelecs online durchgeführt. Sie zielte auf die Identifizierung unmittelbarer Verhaltens- und Einstellungsänderungen ab und thematisierte die Zufriedenheit mit der Testphase, Intentionen für die Veränderung des Mobilitätsverhaltens, identifizierte Barrieren für aktive Mobilität und diesbezügliche Lösungsvorschläge und mobilitäts- und umweltbezogene Einstellungen.

Die **dritte Befragung** (zweite Nachher-Befragung) war fünf bis acht Monate nach dem Ende der Testphase angesetzt (je nach Teilnahme der einzelnen TeilnehmerInnen). Zu diesem Zeitpunkt sollten sich Einstellungsänderungen auch im Kauf eines Pedelecs und in Verhaltensumstellungen ausgewirkt haben. Daneben wurden wiederum die mobilitäts- und umweltbezogenen Einstellungen erhoben.

Bestimmte Fragenkomplexe wurden wiederholt, um Veränderungen im Zeitverlauf identifizieren zu können.

Mit den Erhebungen sollten drei forschungsleitende Fragen beantwortet werden:

- Hat die Testphase einen Effekt auf die Nutzung von Pedelecs?
- Hat die Testphase einen Effekt auf die Wahrnehmung von Pedelecs?
- Welche Barrieren gibt es gegenüber aktiver Mobilität und insbesondere der Nutzung von Pedelecs und wie können diese überwunden werden?

Effekt auf die Nutzung von Pedelecs

Ziel von „e-Radl“ war es, Vorteile von Pedelecs erfahrbar zu machen und dadurch zur Mobilitätswende beizutragen. Lehrbuchgemäß müsste dazu das Mobilitätsverhalten über einen längeren Zeitraum vor und nach der Testphase erfasst werden. Dies war im Rahmen dieser Erhebung nicht möglich. Stattdessen wurden Änderungen von Besitz und der Nutzung, aber auch Kauf- und Nutzungsabsicht im Verlauf der drei Onlineerhebungen erfasst. Dies umfasste nicht nur eigene Pedelecs der TeilnehmerInnen, sondern auch E-Pkws im Haushaltskontext.

Effekt auf die Wahrnehmung von Pedelecs

Eine Kampagne wie „e-Radl“ kann unmittelbare Verhaltenseffekte bedingen, sie kann aber auch die Wahrnehmung oder Einstellungen ändern, was erst in einer längerfristigen Perspektive verhaltensrelevant werden kann. Zudem können Einstellungsänderungen sich über Gespräche im privaten oder beruflichen Umfeld als Multiplikator-Effekt auswirken.

Um die Wirkungen auf die Wahrnehmung von Pedelecs zu identifizieren, wurden entsprechend einem Vorher-Nachher-Vergleich Fragen zur Wahrnehmung von Pedelecs in der Vorher-Befragung und in der ersten und der zweiten Nachher-Befragung wiederholt.

Dabei handelt es sich zum einen um einen Fragenblock zur individuellen Wahrnehmung von Pedelecs in Kategorien wie der Wirkung des Pedelecs auf das Wohlbefinden oder seine Einsatzmöglichkeiten. In der Nachher-Befragung wurden einige dieser Fragen auf die persönliche Erfahrung bezogen (Vorher: „Die Nutzung des e-Bikes spart Geld“; Nachher: „Ich habe durch die Nutzung des e-Bikes Geld gespart“). Dadurch sind die Antworten im Zeitvergleich direkt vergleichbar, sie beinhalten aber dennoch individuelle Lerneffekte und Erfahrungen.

Zum anderen versuchte ein zweiter Fragenblock, mobilitätsbezogene habituelle Assoziationen offenzulegen und durch die Wiederholung der Fragen in den Erhebungen diesbezügliche Änderungen aufzudecken. Dazu wurden die TeilnehmerInnen gebeten, für verschiedene Situationen das Verkehrsmittel zu nennen, das ihnen bei dieser Aktivität spontan einfällt. Kategorien sind beispielsweise „Im nächsten Supermarkt einkaufen“, „Etwas in der nächsten Postfiliale abholen“ oder „Jemanden in der eigenen Ortschaft besuchen“ (Verplanken et al., 1994). Aus den genannten Verkehrsmitteln lassen sich Mobilitätspräferenzen ableiten, die ein guter Indikator für Mobilitätsgewohnheiten sind.

Barrieren gegenüber aktiver Mobilität und Pedelecs

Studien zeigen, dass hochwertige Fahrradinfrastruktur ein entscheidender Faktor für die Fahrradnutzung ist. Dies gilt auch für Pedelecs – wenn es keine Möglichkeit gibt, sie sicher zu nutzen, abzustellen und zu laden, wird ihr volles Potenzial nicht genutzt.

Die TeilnehmerInnen wurden daher als lokale ExpertInnen gebeten, ihre Erfahrungen mit der Pedelec-Nutzung insbesondere hinsichtlich Probleme und Verbesserungsmöglichkeiten aufzuzeigen.

Probleme, Hindernisse und Verbesserungsvorschläge zur Förderung der Fahrradnutzung und insbesondere der Nutzung von Pedelecs wurden auf verschiedene Arten erfasst:

- In der zweiten und dritten Befragung konnten Angaben zu Problemen und Verbesserungsvorschlägen hinsichtlich der Fahrrad-/ Pedelec-Nutzung gemacht werden. Dies ermöglicht es, weg- und situationsspezifische Problemlagen zu identifizieren (bspw. ungenügende Abstellmöglichkeiten am Bahnhof, Witterungseinflüsse ...).
- In der ersten Befragung wurde nach Gründen gefragt, die bisher gegen den Kauf eines Pedelecs gesprochen haben.
- In beiden Nachher-Befragungen wurden Nachteile des Pedelecs im Allgemeinen und spezifische Nachteile für Arbeitswege thematisiert.

Die Fragebögen umfassten Fragen zur Erhebung objektiver Merkmale und subjektiver Einstellungen, Werthaltungen sowie Einschätzungen und dienten dazu, die TeilnehmerInnen zu charakterisieren und gruppenspezifische Wirkungen der Testphase zu identifizieren. Dies umfasst:

- Haushaltskontext und soziodemografische Merkmale: Haushaltsgröße, Alter, Geschlecht usw.
- Mobilitätsverhalten: Besitz und Nutzung verschiedener Verkehrsmittel; dies ermöglicht auch die Untersuchung des Ausmaßes multimodalen Mobilitätsverhaltens
- Arbeitsplatz und Arbeitsweg: Länge des Arbeitsweges, Möglichkeit zur Gleitzeit, üblicherweise verwendetes Verkehrsmittel, Fahrradinfrastruktur auf dem Arbeitsweg
- Art und Intensität der Pedelec-Nutzung während der Testphase: Wegzwecke und Charakteristika der Fahrten, die mit dem Pedelec durchgeführt wurden, etwa der Wochentag, das Wetter, kombinierte oder ersetzte Verkehrsmittel

Zusätzlich wurden Fragen zur Kampagne („Wie haben Sie von der Testaktion erfahren?“...) und zur Organisation des Leihvorgangs gestellt. Da „e-Rad!“ eine wissenschaftliche Begleitforschung umfasst, der Kern des Projekts aber die Testphase zur Mobilitätsverhaltensbeeinflussung ist, musste bei der Entwicklung der Fragebögen der Informationsbedarf gegen den Aufwand der TeilnehmerInnen abgewogen werden. Dementsprechend wurde beispielsweise auf die ursprünglich geplante Erstellung detaillierter Wegetagebücher oder GPS-Messungen verzichtet, um eine möglichst geringe Teilnahmeschwelle zu bieten und so viele Personen wie möglich zur Teilnahme an der Aktion zu motivieren.

2.2.4 Beschreibung der Resultate und Meilensteine (vgl. Arbeitspakete der Einreichung)

Im nächsten Abschnitt werden die Ergebnisse der Auswertung der drei Onlinebefragungen beschrieben. Die Durchführung, Analyse und Bereitstellung der Umfrageergebnisse entspricht den in AP 1 der Einreichung definierten Milestones M 1.1 bis M 1.4.

Auch die Durchführung des Gewinnspiels, welches in Kooperation mit den vier Partnerhändlern organisiert wurde, wurde durchgeführt (M 1.3).

Dabei wurde an alle TeilnehmerInnen kommuniziert, dass diejenigen, welche alle drei Onlinebefragungen abschließen, automatisch am Gewinnspiel teilnehmen. Als Preis wurde ein Gutschein des jeweiligen Händlers an je eine/n Gewinner/in bei dem Händler verlost, bei welchem er oder sie teilgenommen hatte.

Tabelle 1: Meilensteine, Ergebnisse und Deliverables AP 1 „Erhebung des Mobilitätsverhaltens der TeilnehmerInnen“

M 1.1	Auswertung der Pre-Trial-Umfrageergebnisse abgeschlossen
M 1.2	Auswertung der Post-Trial-Umfrageergebnisse abgeschlossen
M 1.3	Gewinnspiel abgewickelt
M 1.4	Auswertung der finalen Umfrageergebnisse abgeschlossen
D 1.1	Bericht „Ergebnisse der Onlineumfragen“

Im Rahmen von AP 2 wurde die Durchführung der Testphase abgewickelt. Die ursprünglich angepeilte TeilnehmerInnenzahl von 70 Personen konnte letztendlich mit 98 weit übertroffen werden. Auch das Feedback der TeilnehmerInnen, welches im Rahmen der Onlinebefragungen erhoben wurde, fiel äußerst positiv aus. So gaben fast alle TeilnehmerInnen an, dass sie nochmals an „e-Radl“ teilnehmen würden, und ca. 20 % der TeilnehmerInnen hatten sich in den Monaten nach der Testphase sogar ein Pedelec gekauft. Details zu diesen Ergebnissen finden sich in der Beschreibung der Auswertungsergebnisse in Abschnitt **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden..** Im Rahmen des Projektes wurden ebenfalls verschiedene Informationsmaterialien sowohl für die teilnehmenden Händler als auch die TeilnehmerInnen an der Testphase entwickelt, welche als Teil der Toolbox als Vorlage die Umsetzung ähnlicher Projekte unterstützen sollen.

Tabelle 2: Meilensteine, Ergebnisse und Deliverables AP 2 „Organisation und Durchführung der Testaktion“

M 2.1	Bereitstellung der Pedelecs durch Zusammenarbeit mit Händlern und der Industrie gesichert
M 2.2	Informations- und Aufklärungsmaterialien für Verleiher erstellt
M 2.3	Testaktion abgeschlossen
D 2.1	Kompodium „Informations- und Aufklärungsmaterialien“

In AP 3 wurde die Umsetzung der Disseminationsaktivitäten festgelegt. Hierbei wurde eine Vielzahl verschiedener Maßnahmen erfolgreich umgesetzt, wie bspw. Medienbeiträge in Print- und Onlinemedien, ein Fernsehbeitrag im ORF Burgenland und auch Beiträge über das Projekt und die Testphase im Radio Burgenland. Im Rahmen des Projektes wurden auch unterschiedliche Informationsmaterialien erstellt und eine Landing-Page eingerichtet, auf welcher sich interessierte Personen näher über das Projekt informieren und die Anmeldung zur Testphase durchführen konnten.

Dank der vielfältigen Kombination verschiedener Kommunikationsaktivitäten und dem kontinuierlichen Einsatz der Mobilitätszentrale im Burgenland als Sprachrohr des Projektes konnte die ursprünglich geplante Anzahl an TeilnehmerInnen wie oben bereits erwähnt weit übertroffen werden.

Gegen Ende der Projektlaufzeit wurde auch ein Testimonial-Video produziert, in welchem einige TeilnehmerInnen ihre Eindrücke und Erfahrungen schildern und das von allen Projektpartnern online beworben und geteilt wurde, um die positiven Rückmeldungen und Erfahrungen der TeilnehmerInnen so vielen Personen wie möglich zugänglich zu machen und dadurch auch über die Projektlaufzeit hinaus Menschen zur Nutzung von Pedelecs zu motivieren.

Das Projekt wurde auch für den Mobilitätspreis des Verkehrsclubs Österreich im Jahr 2019 nominiert und in der Kategorie „Aktive Mobilität“ unter die Top-5-Projekte gereiht, was den Erfolg der Kampagne und das allgemeine Interesse an dem Konzept nochmals verdeutlicht. Das Projekt wurde auch auf dem Radgipfel 2019 in Form einer Posterpräsentation vorgestellt. Auf dem Radgipfel 2020 werden die Endergebnisse des Projektes in Form eines Beitrags nochmals an die Öffentlichkeit kommuniziert, das Interesse am Projekt ist also nach wie vor ungebrochen. Die Ergebnisse der finalen Auswertung der Umfrageergebnisse werden auch, wie bei der Einreichung in AP 3 beschrieben, an Handel und Industrie kommuniziert, um das Verständnis für die Gruppe der PendlerInnen weiter zu schärfen, dazu beizutragen, diese zu einer relevanten Zielgruppe zu machen und somit das noch ungenutzte Potenzial hinsichtlich eines Umstiegs auf die E-Mobilität weiter zu fördern. Des Weiteren werden alle im Laufe des Projektes entwickelten Materialien und Dokumente in Form einer Toolbox öffentlich zur Verfügung gestellt, um die Durchführung ähnlicher Projekte in anderen Regionen Österreichs mittels der bereits fertiggestellten Materialien zu unterstützen.

Tabelle 3: Meilensteine, Ergebnisse und Deliverables AP 3 „Kommunikation & Dissemination“

M 3.1	Entwicklung der Kommunikationsstrategie abgeschlossen
M 3.2	Landing-Page eingerichtet
M 3.3	Infomaterialien (z. B. FAQs) für die TeilnehmerInnen fertiggestellt
M 3.4	Infomaterialien für die Multiplikatoren fertiggestellt
M 3.5	Toolbox für Rollout in Österreich ist fertiggestellt
D 3.1	Inforeportagen und Testimonials
D 3.2	Toolbox

Die Österreichische Energieagentur war für das allgemeine Projektmanagement in „e-Rad!“ verantwortlich, welches in AP 4 geregelt wurde. Die AEA führte für die kontinuierliche Planung und Kontrolle der Projektaktivitäten regelmäßig Koordinationsmeetings und Telefonkonferenzen mit den Projektpartnern durch und ergänzte diese Maßnahmen durch regelmäßige Kommunikation via E-Mail und Telefon. Die Erstellung von Meetingprotokollen und des Endberichts des Projektes oblag ebenfalls der Österreichischen Energieagentur. Es traten im Laufe des Projektes zwar kleinere Probleme bei der Abwicklung der Testphase auf, im Großen und Ganzen verlief die Durchführung jedoch zufriedenstellend und auch das Feedback der TeilnehmerInnen war ausgesprochen positiv.

Tabelle 4: Meilensteine, Ergebnisse und Deliverables AP 4 „Projektmanagement“

M 4.1	Kick-off-Meeting durchgeführt
M 4.2	Endbericht fertiggestellt
D 4.1	Meetingprotokolle
D 4.2	Endbericht

2.2.4.1 Ergebnisse aus der Auswertung der Onlineerhebungen

Insgesamt 172 Personen haben mindestens eine Frage der ersten Befragung beantwortet. 12 Personen haben der anonymisierten Verwendung der erhobenen Daten nicht zugestimmt. 13 Personen gehörten nicht zur Zielgruppe: Drei Personen konnten nicht berücksichtigt werden, da sie kein Fahrrad fahren können, neun Personen besaßen bereits ein Pedelec und eine Person hatte keinen Führerschein.

Insgesamt 22 Personen haben den Fragebogen nicht vollständig ausgefüllt und konnten daher bezüglich der Zuteilung eines Pedelecs nicht kontaktiert werden. 28 Personen konnte kein Pedelec zugeteilt werden – entweder da zu den der Zielperson möglichen Terminen die Nachfrage nach Pedelecs das Angebot überstieg oder da der Kontakt von der Zielperson abgebrochen wurde. Insgesamt 97 Personen haben die erste Befragung abgeschlossen und ein Pedelec getestet. Eine weitere Person nahm nach persönlicher Anfrage an der Testphase, aber nicht an der Befragung, teil.

Ziel der vorliegenden Auswertung ist es, die Wirkung der Testphase auf Mobilitätsverhalten und Einstellungen in einem breiten Sinne zu analysieren. Daher werden im Folgenden nur Angaben von Personen berücksichtigt, die an mindestens zwei Befragungen teilgenommen haben. Dies ermöglicht einen Vorher-Nachher-Vergleich. Von den 97 Personen haben 16 nur an der ersten Befragung teilgenommen. Demnach beträgt der Stichprobenumfang für die folgenden Auswertungen 81 Personen (bzw. 83,5 % der gesamten Teilnehmerzahl).

Mehr als ein Viertel der TeilnehmerInnen (27 %) interessierte sich auch für ein E-Lastenrad. 59 Personen hatten daran kein Interesse.

Soziodemografische Charakteristika

81 Personen haben an mindestens zwei Befragungen teilgenommen. Ihre soziodemografischen Eigenschaften sind:

- Wohnsitz: 80 Personen haben eine Wohnsitzadresse im Burgenland angegeben, eine Person eine Adresse in Wien.
- Alter: Die jüngste teilnehmende Person war 18 Jahre, die älteste 70 Jahre alt. Median und Mittelwert der Altersverteilung lagen bei 48 Jahren.
- Geschlecht: 67 % der TeilnehmerInnen waren männlich, ein Drittel weiblich. Männliche TeilnehmerInnen waren im Schnitt etwas jünger (Männer: 47,4 Jahre; Frauen: 48,6 Jahre).

- **Erwerbstätigkeit:** 69 Personen gaben an, erwerbstätig zu sein. Zwei Personen sind in Ausbildung (inkl. Schule und Studium). Zehn Personen gaben an, zwar keine Arbeits- oder Ausbildungspendlerwege zu haben, aber aus anderen Gründen (nicht bezahlte Tätigkeiten) regelmäßige Wege durchzuführen – sie gehören daher zur Zielgruppe. Diese zehn Personen sind deutlich häufiger weiblich (60 %) und älter (57,2 Jahre) als der Durchschnitt der Stichprobe.
- **Haushaltsgröße:** Die TeilnehmerInnen leben im Durchschnitt mit 2,3 anderen Personen zusammen in einem Haushalt. Der größte Haushalt umfasst sechs Personen, drei Haushalte sind 1-Personen-Haushalte. Im Durchschnitt haben 1,1 Personen im Haushalt keinen eigenen Führerschein.

Die TeilnehmerInnen sind somit (für ihre Alterskohorten) überdurchschnittlich gut gebildet, häufiger erwerbstätig und größtenteils männlich.

Mobilitätsverhalten der TeilnehmerInnen

- **Verfügbarkeit von Verkehrsmitteln:**
 - Auswahlkriterien für die TeilnehmerInnen waren Führerscheinbesitz und kein Besitz eines Pedelecs. Dementsprechend haben alle TeilnehmerInnen einen Motorrad- oder Pkw-Führerschein und niemand ein Pedelec.
 - Die TeilnehmerInnen leben in Haushalten, die im Schnitt 2,3 Pkws besitzen. Lediglich ein Haushalt besitzt keinen Pkw. 17 Haushalte besitzen einen Pkw, 63 Haushalte mehr als einen Pkw – zwei Haushalte sogar sechs Pkws (maximaler Wert). In 35 % der Haushalte hat jede Person mit Führerscheinbesitz rechnerisch einen eigenen Pkw zur Verfügung. 31 % der Haushalte haben mehr Pkws als Haushaltsmitglieder. In 30 % der Haushalte teilen sich die Haushaltsmitglieder einen oder mehrere Pkws.
 - Sieben Personen haben eine Monats- oder Jahreskarte für öffentliche Verkehrsmittel (9 %).
 - Vier Personen (5 %) gaben an, kein eigenes Fahrrad zu besitzen.
 - Fast 60 % der Befragten überlegen, für sich selbst ein neues Fahrrad zu kaufen. 11 % haben klare Kaufabsichten, 48 % tendieren dazu, 19 % tendieren eher nicht dazu und 22 % haben absehbar keine Kaufintention. Dies ist insofern von Relevanz, da ein erklärtes Ziel der Testphase ist, in einer mittelfristigen Perspektive die Nutzung von Pedelecs zu fördern.
- **Übliche Verkehrsmittelnutzung:** Um das übliche Mobilitätsverhalten zu erfassen, wurden die TeilnehmerInnen gefragt, an wie vielen Tagen sie in den letzten zwei Wochen vor der ersten Erhebung verschiedene Verkehrsmittel genutzt hatten (Abbildung 3). In den Antworten spiegelt sich die Verfügbarkeit der Verkehrsmittel wider:

- Die Befragten sind überwiegend Pkw-orientiert: 58 % der Befragten gaben an, (fast) täglich einen Pkw als LenkerIn genutzt zu haben. Weitere 8 % antworteten mit „an 7–10 Tagen“. Lediglich zwei Personen gaben an, in den zwei Wochen den Pkw als LenkerIn nicht verwendet zu haben. 58 % der Befragten waren mindestens einmal als Pkw-MitfahrerIn unterwegs; der Modus dieser Verteilung liegt in der Kategorie „An 2–3 Tagen“ bei 33 %.
- Öffentliche Verkehrsmittel werden nur eingeschränkt verwendet: 4 % der Befragten benutzten an mindestens jedem zweiten Tag Bus oder Bahn. 79 % gaben an, in den zwei Wochen öffentliche Verkehrsmittel nicht verwendet zu haben.
- Das Fahrrad ist für viele TeilnehmerInnen ein wichtiges, aber kein dominierendes Verkehrsmittel: 37 % der Befragten gaben an, in den zwei Wochen das Fahrrad nicht verwendet zu haben. 55 % haben das Fahrrad zumindest sporadisch („an einem Tag“: 14 %) oder anlassbezogen („An 2–3 Tagen“: 27 %, „An 4–6 Tagen“: 15 %) verwendet. Bei der Interpretation ist zu berücksichtigen, dass der Zeitraum vor der ersten Befragung klimatisch kein günstiger Zeitraum für die Fahrradnutzung war.
- Pedelecs sind kein übliches Verkehrsmittel: Eine Person gab an, an einem Tag ein Pedelec verwendet zu haben. Dies liegt auch an der Auswahl der Zielgruppe.
- Fast jeder Weg enthält Teilstrecken, die zu Fuß bewältigt wurden. Um die Aussagekraft der Antworten zu erhöhen, wurde nach Tagen gefragt, an denen die Befragten Strecken mit einer Länge von mehr als 500 Metern pro Richtung zu Fuß zurückgelegt haben. 30 % der Befragten hatten (fast) täglich solche Wege, während 11 % angaben, keinen einzigen solchen Weg zu Fuß zurückgelegt zu haben.

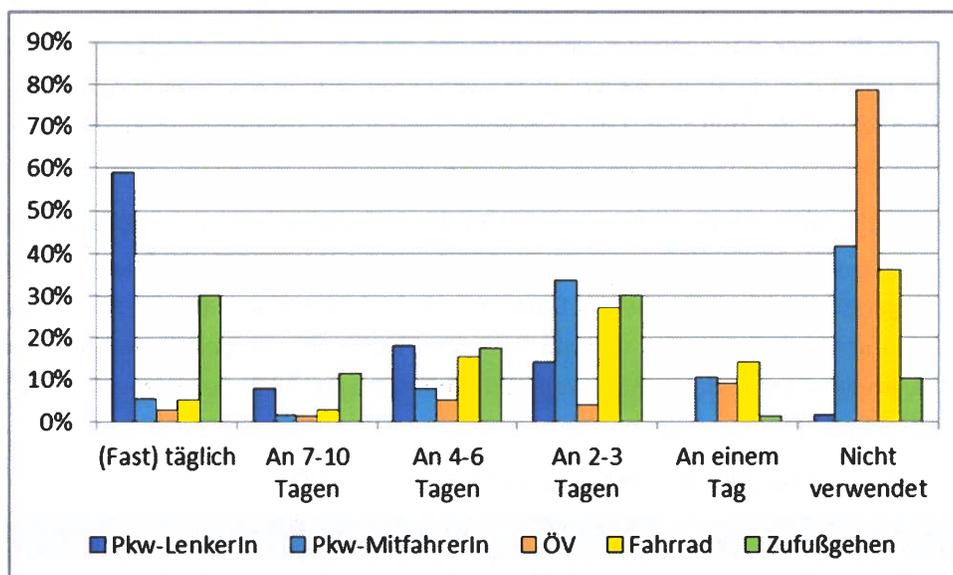


Abbildung 3: Mobilitätsverhalten in den zwei Wochen vor der ersten Befragung (n = 81 Personen)

Multimodales Mobilitätsverhalten bezeichnet die Verwendung verschiedener Verkehrsmittel in einem bestimmten Zeitraum. Aus den Angaben der TeilnehmerInnen ließ sich ein Überblick über multimodales Mobilitätsverhalten ableiten (siehe Abbildung 3). Für die Auswertung wurden die Mobilitätsoptionen „Pkw-LenkerIn“ und „Pkw-MitfahrerIn“ zusammengefasst und die Kategorie „Zufußgehen“ nicht berücksichtigt.

Entsprechend dieser Abgrenzung gilt:

- 25 Personen haben ein monomodales Mobilitätsverhalten, sie haben nur eine Mobilitätsoption genutzt. Bei 24 Personen war dies der Pkw, eine Person hat nur das Rad genutzt.
- 55 Personen weisen ein multimodales Mobilitätsverhalten auf, wobei elf Personen die drei Verkehrsmittel „Pkw“, „Fahrrad“ und „öffentlicher Verkehr“ mindestens einmal verwendet haben. 44 Personen haben zwei Verkehrsmittel verwendet – alle haben dabei den Pkw genutzt, 38 zusätzlich das Fahrrad und sechs zusätzlich öffentliche Verkehrsmittel.

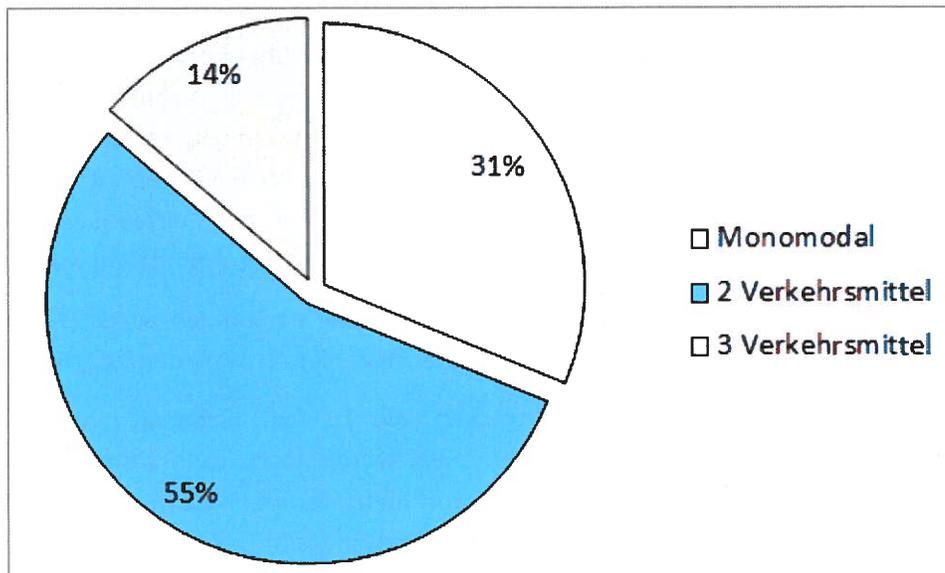


Abbildung 4: Multimodalität: Verwendete Mobilitätsoptionen ohne Zufußgehen (n = 81 Personen)

Es zeigt sich, dass der Pkw das Mobilitätsverhalten der TeilnehmerInnen prägt. Die Verkehrsmittel des Umweltverbundes (ÖV, Fahrrad) haben im Status quo eher eine ergänzende Funktion, nur eine Person ist ausschließlich mit dem Fahrrad unterwegs. Wenn ein zweites Verkehrsmittel verwendet wird, ist dies eher das Fahrrad und nur im begrenzten Ausmaß der öffentliche Verkehr.

Von besonderer Relevanz sind im Kontext von „e-Radl“ die Arbeitswege. Der mittlere Arbeitsweg – dies umfasst auch die Wege zur Ausbildung sowie die als sonstige relevante, regelmäßige Verpflichtung angegebene Tätigkeit – ist im Durchschnitt 15,6 Kilometer lang. Hierbei zeigt sich eine linkssteile Verteilung mit vielen kurzen und mittleren und wenig sehr langen Entfernungen von bis zu 100 Kilometern. Im Median ist der Arbeitsweg 10 Kilometer lang, 80 % der Wege sind kürzer als 20 Kilometer (siehe Tabelle 5).

Tabelle 5: Längenverteilung (Perzentile) der Arbeitswege (einfache Strecke, km)(n = 78 Personen)

Perzentil									
10 %	20 %	30 %	40 %	50 %	60 %	70 %	80 %	90 %	100 %
1,5	2	4,28	7	10	12	14,9	20	45	100

Trotz dieser kurzen Entfernungen, die eine Verwendung aktiver Verkehrsmittel möglich erscheinen lassen, wird auf einem typischen Pendlerweg überwiegend der Pkw verwendet. 91 % der Befragten verwenden üblicherweise den Pkw. In der Regel wird der Pkw als LenkerIn verwendet – drei Personen gaben an, als Pkw-MitfahrerIn zum Arbeitsplatz zu kommen.

Von diesen 91 % bzw. den 72 Personen verwenden 69 auf einem typischen Arbeitsweg ausschließlich den Pkw, drei Personen verwenden ein zweites Verkehrsmittel (Park & Ride bzw. Kombination aus Fahrrad und Pkw). Je 5 % der Wege werden mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder dem Fahrrad als einziges oder kombiniertes Verkehrsmittel (intermodale Wege) durchgeführt. Eine Person erreicht den Arbeitsplatz zu Fuß.

Im Kontrast dazu haben 62 % der Befragten angegeben, schon einmal mit dem Fahrrad zur Arbeit gefahren zu sein. Dies verdeutlicht, dass es vielen grundsätzlich möglich wäre, den Arbeitsplatz per Fahrrad bzw. Pedelec zu erreichen, aber es Barrieren gegenüber der Nutzung dieser Verkehrsmittel auf Pendlerwegen gibt.

Einstellungen

- „Haben Sie Erfahrungen mit E-Bikes?“: Fast 50 % der für die genauere Auswertung berücksichtigten TeilnehmerInnen (33 von 81 Personen) gaben an, schon mindestens einmal ein Pedelec verwendet zu haben. Zwei Personen haben schon oft Pedelecs verwendet. Personen mit eigener Erfahrung in der Nutzung von Pedelecs sind etwas seltener weiblich (29 % verglichen mit 33 % in der gesamten Stichprobe), entsprechen ansonsten aber in ihren soziodemografischen Eigenschaften und ihrem Mobilitätsverhalten dem Durchschnitt: Sie sind im Schnitt 47,7 Jahre alt (Stichprobe: 48 Jahre) und haben durchschnittlich oft eine ÖV-Karte (9 %; Stichprobe: 9 %). Ihr Fahrradbesitz ist leicht unterdurchschnittlich: 9 % haben kein eigenes Fahrrad, unter allen Befragten sind es 5 %.
- „Planen Sie in nächster Zeit, ein E-Bike zur eigenen Nutzung zu kaufen?“: 71 % der Befragten antworteten auf diese Frage mit „Eher ja“ (60 %) oder „Ja“ (11 %). Lediglich 5 % antworteten mit „Nein“. Letzteres ist naheliegend, da die Teilnahme an der Testphase für die TeilnehmerInnen durchaus mit Aufwand verbunden ist – ein Aufwand, der ohne jedes Kaufinteresse wohl nicht in Kauf genommen werden würde. Dies entspricht auch der Zielsetzung der Testphase.
- 79 Personen beantworteten die Frage, warum sie an der Testphase teilnehmen wollen. Sie gaben 127 Gründe an. Die häufigste Nennung war die Absicht, das eigene Mobilitätsverhalten zu ändern (46 Nennungen). 42 Personen gaben als Grund an, unverbindlich ein Pedelec testen zu wollen, 36 Personen äußerten eine mögliche Kaufabsicht als Teilnahmegrund. Die Testphase ist dann eine Möglichkeit, persönliche Erfahrungen zu sammeln.

Rahmenbedingungen für stärkere Nutzung von E-Mobilität

Die Befragten interessierten sich (überwiegend) für E-Mobilität. 41 Befragte beantworteten die entsprechende Frage mit „Ja“, 35 Personen mit „Eher ja“ und fünf Personen mit „Eher nein“. Interesse kann nicht generell mit Zustimmung gleichgesetzt werden, es zeigt aber, dass dem Thema Relevanz zugemessen wird.

Auf die Frage, was sie bisher vom Kauf eines Pedelecs abgehalten hat, haben 79 Personen in der ersten Befragung 95 Gründe angeführt. Am häufigsten wurde der Kaufpreis (41 Nennungen) genannt. An zweiter Stelle folgt die Kategorie „Hat sich einfach noch nicht ergeben“, mit der die TeilnehmerInnen angeben konnten, dass ein ausschlaggebender Grund, gegebenenfalls aber auch ein überzeugendes Argument für einen Kauf fehlte.

Weitere Gründe waren unklare technische Anforderungen (5 Nennungen), „kein Interesse“ (4 Nennungen) oder eine Präferenz für klassische Fahrräder (6 Nennungen). Vereinzelt genannte Gründe waren die Länge vieler Wege oder das Wetter. Unterteilt nach dem Grad der in der ersten Befragung artikulierten Kaufabsicht eines Pedelecs zeigen sich teils deutlich divergierende Ergebnisse. Der Kaufpreis spielt insbesondere bei Personen, die klar keine Kaufabsicht haben und bei Personen mit Kaufabsicht eine Rolle als Barriere (siehe Tabelle 6). Mit zunehmend geringerer Kaufabsicht gewinnt die Präferenz für ein normales Fahrrad dagegen an Relevanz. Die unklaren technischen Anforderungen sind in den beiden mittleren Kategorien der Kaufabsicht relevant, was auf weiteren Informationsbedarf hinweist.

Tabelle 6: Barrieren für den Kauf eines Pedelecs in Abhängigkeit vom Ausmaß der Kaufbereitschaft (n = 81 Personen)

Barriere für den Kauf	Nennungen (Anzahl)	Anteil der Personen, die diesen Grund anführten, unterteilt nach Kaufabsicht				
		Alle	Ja	Eher ja	Eher nein	Nein
Kein Interesse	4	5 %	0 %	0 %	16 %	25 %
Kaufpreis	41	51 %	56 %	54 %	32 %	75 %
Unklare technische Anforderungen	5	6 %	0 %	8 %	5 %	0 %
Hat sich einfach nicht ergeben	33	41 %	67 %	42 %	37 %	0 %
Bevorzuge normales Fahrrad	6	7 %	0	2 %	16 %	25 %

Eine mögliche Barriere für eine stärkere Nutzung von Pedelecs ist, dass sich regelmäßige Wege, insbesondere die Pendlerwege, nicht für die Nutzung mit Pedelecs eignen. 62 % der Befragten sind schon mindestens einmal mit dem Fahrrad zur Arbeit gefahren, allerdings nutzen nur 5 % das Fahrrad auf einem typischen Arbeitsweg. Die Möglichkeit, mit dem Fahrrad zum Ausbildungs-/Arbeitsplatz zu gelangen, wird aber mit einer Gesamtnote von 2,2 gut bewertet (siehe Abbildung 5).

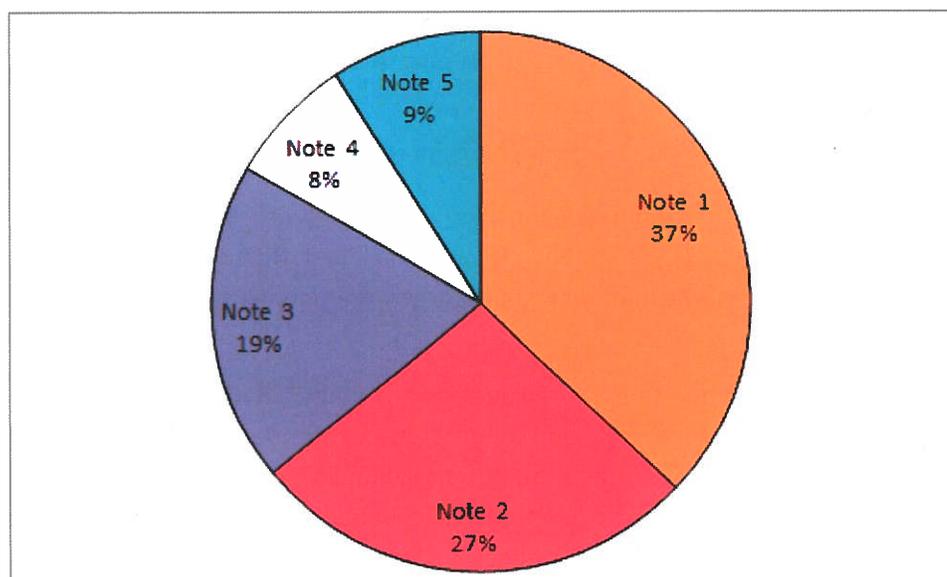


Abbildung 5: Bewertung der Eignung des Arbeitsweges für die Nutzung mit dem Fahrrad in Schulnoten (n = 78 Antworten)

Auf die Frage nach wahrgenommenen Barrieren für die Nutzung des Fahrrads auf dem Arbeitsweg wurden 127 Gründe angeführt. Jede zweite Person (41 Personen) nannte einen Grund, 19 Personen zwei Gründe und 16 Personen mindestens drei Gründe. Die angeführten Gründe können danach, ob ein Pedelec zu einer Verbesserung der Situation beitragen kann, in folgende Aspekte gruppiert werden:

- Aspekte, bei denen das Pedelec keinen Beitrag leisten kann: fehlende (8 Nennungen) oder schlechte Infrastruktur (11 Nennungen) inklusive fehlender Dusch- oder Abstellmöglichkeiten am Arbeitsplatz, das Wetter (5 Nennungen), der Transport von Sachen oder Personen (17 Nennungen) sowie die Notwendigkeit, einen Pkw aus dienstlichen Gründen zu nutzen (4 Nennungen)
- Insgesamt 79 Nennungen betreffen Aspekte, bei denen ein Pedelec die Entscheidung zugunsten der Fahrradnutzung potenziell begünstigen kann. Dies sind die Länge des Arbeitswegs (21 Nennungen – davon sechs mit einer Länge des Arbeitsweges von maximal zehn Kilometern), das Relief (28 Nennungen) und die Tatsache, dass die Person nicht verschwitzt am Arbeitsort ankommen will (30 Nennungen).
- „Ich will nicht Fahrrad fahren“: Diese Antwort wurde von keiner Person gewählt.

Das Fehlen einer sicheren Abstellmöglichkeit ist ein limitierender Faktor für den Kauf von Pedelecs. Diesbezüglich gaben jedoch alle Beteiligten an, dass sie ein Fahrrad zu Hause sicher abstellen können. 88 % der Befragten können dies auch am Arbeitsplatz, 6 % wissen das nicht.

Ein zweiter limitierender Faktor kann der Zugang zu Ladeinfrastruktur sein. Im Gegensatz zu E-Pkws ist ein ausreichend schnelles und sicheres Laden keine Frage der Infrastruktur. 97 % der Befragten gaben an, ein Pedelec zu Hause laden zu können. Eine Person verneinte diese Möglichkeit und drei Personen waren sich diesbezüglich nicht sicher. Da keine technischen Vorkehrungen benötigt werden, um ein Pedelec zu laden, kann dies vielmehr als Unkenntnis der technischen Anforderungen verstanden werden. Im Gegensatz dazu gaben nur 66 % der Befragten an, dass sie ein Pedelec am Arbeitsplatz aufladen könnten, 22 % wissen nicht, ob eine solche Möglichkeit angeboten wird. Dies ist nicht nur eine technische Frage, sondern umfasst auch rechtliche und finanzielle Aspekte.

Nutzung der Pedelecs während der Testphase

Um den Aufwand für die Befragten zu begrenzen, wurden keine Wegetagebücher erstellt, sondern retrospektive Fragen zum Ausmaß der Nutzung der Pedelecs gestellt – dabei wurden Ausgänge erhoben, also Hin- und Rückwege nur einfach gezählt. Alle 67 Personen mit einer gültigen Antwort auf diese Fragestellung gaben an, das Pedelec mindestens einmal im Rahmen der Testphase genutzt zu haben. Von ihnen haben vier das Pedelec nur für einen Wegzweck verwendet. Dies waren je einmal der Weg zum Arbeitsplatz und dienstliche Fahrten sowie zweimal Fahrradtouren. Im Durchschnitt wurden die Pedelecs für 3,9 von sechs möglichen Wegzwecken verwendet.

Tabelle 7: Wegzwecke der Pedelec-Nutzung während der Testphase (n = 67 Personen)

	Arbeit/ Ausbildung		Dienstlich	Einkaufen	Fahrrad- tour	Freizeit	Transport v. Sachen/ Personen
Ja, (fast) täglich	24 %	13 %	10 %	12 %	9 %	9 %	
Ja, häufig (6–10 Ausgänge)	13 %	4 %	16 %	24 %	15 %	6 %	
Ja, mehrfach (2–5 Ausgänge)	19 %	7 %	48 %	37 %	31 %	27 %	
Ja, einmal	9 %	16 %	7 %	13 %	13 %	6 %	
Nein	34 %	58 %	18 %	13 %	31 %	52 %	

Die Häufigkeitsangabe lässt sich in einen Wertebereich der Anzahl der Ausgänge umwandeln. Demnach ergibt sich das Minimum aus der Untergrenze der Kategorie (etwa „Ja, häufig“ entspricht dann sechs Ausgängen in zwei Wochen), das Maximum aus der Obergrenze, der Mittelwert als Durchschnitt von Minimum und Maximum. Die Kategorie „fast täglich“ wird mit 11, 13 und 15 Ausgängen in zwei Wochen angesetzt.

Bei der Interpretation muss eine gewisse Unschärfe der Antworten berücksichtigt werden. Insbesondere können die verschiedenen Antworten nicht miteinander verschnitten werden (etwa Angabe zum Wegzweck und dem andernfalls verwendeten Verkehrsmittel).

Bei Verwendung dieser Faktoren sind Pendlerwege sowohl bei angenommenen Minima als auch im Durchschnitt der dominante Wegzweck (siehe Tabelle 8). Lediglich bei stets angenommenen Maxima erreichen Fahrradtouren eine etwas höhere Anzahl an Ausgängen. Freizeitfahrten als Fahrten zu einem Ziel aus Gründen der Erholung, etwa zum Sport oder zur Kontaktpflege, wurden seltener durchgeführt. Dabei ist zu berücksichtigen, dass nicht alle Wegzwecke gleich häufig sind – viele Personen haben beispielsweise nur wenige oder keine dienstlichen Fahrten. Dementsprechend gilt, dass – unter Berücksichtigung der Häufigkeit der Pendlerwege pro Woche – 31 % der 67 antwortenden Personen (fast) alle Pendlerwege mit dem Pedelec zurückgelegt haben.

Tabelle 8: Anzahl der Ausgänge mit dem Pedelec während der Testphase je Wegzweck (n = 67 Personen)

	Minimum	Mittelwert	Maximum
Fahrradtour	243	329	414
Pendlerwege	262	332	401
Einkaufen	212	296	380
Freizeit	177	241	304
Transport von Personen oder Sachen	130	177	224
Dienstliche Wege	138	170	201
Anzahl aller Ausgänge mit dem Pedelec	1.162	1.543	1.924

Jede Person hat im Durchschnitt 23 Ausgänge mit dem Pedelec durchgeführt. Das entspricht mehr als 1,5 Ausgängen je Tag – das rechnerische Minimum liegt bei 17 Ausgängen, immer noch mehr als ein Ausgang je Tag. Die Pedelecs wurden somit sehr intensiv genutzt.

Insbesondere die hohe Anzahl von Fahrradtouren (im Durchschnitt 2,4 je Person und Woche) deutet auf intensive Tests der Einsetzbarkeit der Pedelecs hin.

In der Befragung wurden weitere Nutzungsmuster während der Testphase erfasst. Durch die Testphase wurden Wege induziert, also zusätzlich durchgeführt. Das ist systemimmanent bei einer Testphase. Lediglich 30 % der Befragten gab an, keinen zusätzlichen Weg wegen des Pedelecs durchgeführt zu haben. 15 % hatten einen solchen Weg und somit 55 % mehrere induzierte Wege. Bei Verwendung der mittleren Faktoren handelt es sich um 120 Wege pro Woche.

Die Zielsetzung von „e-Radl“ war, das Pedelec als Alternative zum Pkw zu testen. Dementsprechend wurden vor allem Pkw-Fahrten ersetzt. Bei Verwendung der mittleren Faktoren können 376 Wege identifiziert werden, die andernfalls mit dem Pkw durchgeführt worden wären. Nur 7 % der Befragten gaben an, keine Fahrt mit dem Pedelec durchgeführt zu haben, für die sie andernfalls den Pkw verwendet hätten. 10 % hatten lediglich eine solche Fahrt. Demnach haben 83 % mehrfach den Pkw stehen lassen, um stattdessen das Pedelec zu nutzen. Häufig wurde aber auch das normale Fahrrad ersetzt.

Der Bezug der Pedelec-Nutzung zu öffentlichen Verkehrsmitteln ist ambivalent. Mehrere Personen gaben an, das Pedelec und öffentliche Verkehrsmittel – durchaus auch häufiger – kombiniert zu haben.

Dagegen wäre auch – gemessen am geringen Ausmaß der ÖV-Nutzung der TeilnehmerInnen – ein relevanter Teil der Pedelec-Wege andernfalls mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurückgelegt worden.

Tabelle 9: Mit dem Pedelec kombinierte oder ersetzte Verkehrsmittel während der Testphase [Anzahl der Ausgänge in zwei Wochen] (n = 67 Personen)

	Induzierte Wege	Pedelec ersetzte Fahrrad	Pedelec ersetzte Auto	Pedelec ersetzte ÖV	Pedelec mit ÖV kombiniert
Minimum	175	163	280	41	19
Mittelwert	238	221	376	56	29
Maximum	300	279	472	70	38

Aus Ergebnissen von Mobilitätserhebungen wie „Österreich Unterwegs“ kann der Modal Split und die mittlere Entfernung je Wegzweck abgeleitet werden. Daraus kann mit der erfassten Anzahl der Ausgänge die Veränderung der Pkw-Fahrleistung und darauf aufbauend die ökologischen Wirkungen der Testphase abgeschätzt werden. Aufgrund der mit diesem Vorgehen verbundenen Ungenauigkeiten wird darauf verzichtet. Stattdessen wird ausschließlich für die Pendlerwege die ökologische Wirksamkeit der Testphase berechnet. Dazu wird die Angabe zur Länge des Arbeitsweges aus der ersten Erhebung herangezogen. Berücksichtigt werden nur Wege, die üblicherweise mit dem Pkw durchgeführt werden. Wege als Pkw-MitfahrerIn werden mit dem Faktor 1/3 gewichtet. Mit den zuvor beschriebenen Werten für die Umwandlung der Häufigkeitsangaben in Zahlenangaben für die Anzahl der Ausgänge lässt sich die Änderung der Verkehrsmittelwahl auf Arbeitswegen vom Pkw zum Pedelec berechnen. Dabei wird in der Kategorie „(fast) täglich“ die Häufigkeit der Durchführung der Pendlerwege einbezogen. Dadurch ist es möglich, für die einzelnen TeilnehmerInnen auf Basis ihrer Angaben zu ihren Pendlerwegen und der Wirkung der Testphase die auf Pendlerwegen eingesparten Pkw-Kilometer zu berechnen. Der resultierende Bereich liegt zwischen 4.800 und 6.300 Pkw-Kilometern in zwei Wochen für die 67 TeilnehmerInnen, bei einem Mittelwert von 5.600 Pkw-Kilometern.

Wenn angenommen wird, dass alle 98 TeilnehmerInnen an der Testphase ihr Mobilitätsverhalten so angepasst haben wie diese 67 Personen, kann die eingesparte Pkw-Fahrleistung um den Faktor 1,5 auf 7.100 bis 9.200 Kilometer hochgerechnet werden. Basierend auf einem Anteil von Benzin-Pkws von 44 % in der österreichischen Pkw-Flotte (Statistik Austria, 2020) und einem realen Durchschnittsverbrauch von 7,0 Liter je 100 Kilometer sowie üblichen Emissionsfaktoren (BMNT, 2018) kann daraus geschlossen werden, dass in der zweiwöchigen Testphase alleine auf Pendlerwegen 1,2 Tonnen bis 1,6 Tonnen CO₂-Emissionen vermieden wurden.

Wirkungen der Testphase

In der zweiten Erhebung wurden die Zufriedenheit der TeilnehmerInnen mit den Pedelecs und allfällige Probleme mit offenen Antworten und einer Bewertungsfrage erfasst. Dazu kam eine 7-stufige Likert-Skala zur Anwendung, bei welcher eine Auswahl von 7 Punkten einer vollständigen Zustimmung entspricht. Die allgemeine Zufriedenheit mit dem getesteten Pedelec betrug 5,7. Probleme beim Fahren wurde mit dem Wert 1,9, Probleme beim Laden mit dem Wert 1,1 bewertet. Die Zufriedenheit ist somit sehr hoch, vereinzelt kam es zu Problemen beim Fahren des Pedelecs, nicht aber beim Laden.

Tabelle 10: Zufriedenheit mit dem Pedelec

	Zufriedenheit mit Pedelec	Probleme beim Fahren	Probleme beim Laden
Minimum	1,0	1,0	1,0
Mittelwert	5,7	1,9	1,1
Maximum	7,0	7,0	4,0

Im Rahmen der Bewertungsskala wurden auch weitere Faktoren erhoben. So wurden die TeilnehmerInnen in der Vorher-Befragung gebeten einzuschätzen, wie viel Spaß ihnen das Pedelec-Fahren voraussichtlich machen würde. Die Einschätzung war bereits zu diesem Zeitpunkt größtenteils sehr positiv und betrug im Mittel 6,2. Im Rahmen der nachfolgenden Befragungen konnte dennoch eine leichte Steigerung verzeichnet werden, die TeilnehmerInnen bewerteten den Spaß mit dem Pedelec im Durchschnitt mit 6,5 von 7 Punkten. Zwischen der zweiten und dritten Befragung ergaben sich hierbei nur sehr marginale Unterschiede, die Bewertung des Spaßes blieb also selbst nach mehreren Monaten größtenteils konstant. Eine fast identische Entwicklung zeigte die Beurteilung der Möglichkeit des Pedelecs als Ergänzung zu öffentlichen Verkehrsmitteln. Auch hier stieg die ursprüngliche durchschnittliche Bewertung von 6,2 auf 6,5 an und blieb während beider Nachher-Befragungen auf demselben Niveau.

Bei der Einschätzung der Zeitersparnis durch die Pedelec-Nutzung zeigt sich eine unterschiedliche Entwicklung. Bei der ersten Onlinebefragung wurde diese von den Teilnehmerinnen im Durchschnitt mit 4,7 bewertet, bei der ersten Nachbefragung sank dieser Wert aber auf ca. 4,0 ab. Die Teilnahme an der Testphase scheint mehreren TeilnehmerInnen also verdeutlicht zu haben, dass sie die mögliche Zeitersparnis durch ein Pedelec überschätzt hatten. Etwa ein Viertel der Personen, welche die Zeitersparnis nach ihrem Test negativer bewerteten, hatten diese ursprünglich mit 7,0 Punkten versehen, der restliche Teil hatten sie größtenteils in der ersten Befragung mit 4–5 bewertet.

In der letzten Befragung wurde die eingesparte Zeit durch das Pedelec-Fahren dann jedoch mit einem Mittelwert von 5,0 wieder positiver bewertet, was möglicherweise auf den nun größeren zeitlichen Abstand zum Test und die damit einhergehende schwächere Prägung durch die Erfahrungen während der Testphase zurückzuführen ist.

Die Aussage, dass das Pedelec unabhängiger vom Pkw macht, wurde in der ersten Befragung von den TeilnehmerInnen, welche an mindestens zwei Befragungen teilgenommen haben, durchschnittlich mit 5,7 bewertet. In den folgenden Befragungen nahm dieser Wert leicht ab. Diejenigen Personen, die an allen drei Umfragen teilnahmen, bewerteten diesen Aspekt in den beiden späteren Befragungen im Durchschnitt mit 5,5 etwas schlechter als ursprünglich. Berücksichtigt man nur die Personen, die an der ersten und zweiten Umfrage teilnahmen, betrug die Bewertung in der Befragung direkt nach ihrem Pedelec-Test nur 5,3. Ein möglicher Grund hierfür könnte sein, dass die TeilnehmerInnen durch ihre Erfahrungen festgestellt haben, dass es verschiedene Situationen gibt, in denen die Nutzung des Pedelecs sich schwieriger herausgestellt hat als ursprünglich angenommen. So gab es während der gesamten Testphase beispielsweise mehrere Schlechtwetterperioden, welche das Radfahren in dieser Zeit erschwert haben. Dennoch ist festzuhalten, dass die Differenz nur relativ gering ist und die Bewertung der Unabhängigkeit vom Pkw durch das Pedelec auch nach der Testphase weitgehend positiv ist.

Wahrnehmung von Pedelecs

Die Testphase bot den TeilnehmerInnen die Möglichkeit, unverbindlich ein Pedelec auf seine Praxistauglichkeit zu testen. Dadurch sollte auch eine Wirkung auf die Wahrnehmung von Elektromobilität erzielt werden. Zur Messung der Wahrnehmung wurden in allen drei Befragungen identische Fragen zur Verkehrsmittelwahl in spezifischen Situationen gestellt. Die Befragten sollten möglichst spontan antworten, welches Verkehrsmittel sie verwenden würden, um diese Tätigkeit auszuüben bzw. den entsprechenden Ort zu erreichen. Die neun Kategorien bzw. Wegzwecke waren:

- Jemanden am Bahnhof abholen
- Jemanden in der nächsten Stadt besuchen
- Einen Ausflug zum Badensee machen
- Zur Arbeit pendeln
- Einen Waldspaziergang machen
- Eine Sporteinrichtung aufsuchen
- Im nächsten Supermarkt einkaufen
- Etwas in der Postfiliale abholen
- Jemanden in der eigenen Ortschaft besuchen

Mögliche Verkehrsmittel waren „Bus/Bahn“, „Pkw/Motorrad“, „E-Bike“, „Fahrrad“, „zu Fuß“ und „Sonstige“. Bei der Auswertung ist zu beachten, dass die Befragten wussten, dass die Befragung E-Mobilität thematisiert. Ein gewisser Anteil sozial erwünschter Antworten war daher zu erwarten und führt zu einer überproportional häufigen Nennung der Kategorie „E-Bike“. Dies entspricht durchaus der Eigenart der Frage, da die Personen richtigerweise in der Fragensituation eher an Pedelec als an andere Verkehrsmittel denken.

Relevanter als die gesamte Anzahl der Nennung der einzelnen Verkehrsmittel ist daher die Veränderung der Nennung zwischen den Erhebungen und Unterschiede zwischen den Kategorien. Vor der Auswertung wurden die Antworten so gewichtet, dass die unterschiedliche Anzahl der gesamten Antworten in den einzelnen Erhebungen ausgeglichen wurde. Die Antworten sind nur partiell mit den Angaben zum Mobilitätsverhalten vergleichbar, da sich die Häufigkeit der Wegzwecke unterscheiden. Beispielsweise ist der Besuch des Badesees kein prioritärer Wegzweck für viele Personen – bei der Fragenart geht es aber auch um die Erfassung spontaner Assoziationen.

In der ersten Erhebung vor der Testphase sind ausgeprägt Pkw-affine Tätigkeiten „Jemanden am Bahnhof abholen“ (95 % der Nennungen) und „Jemanden in der nächsten Stadt besuchen“ (75 % der Nennungen). Die Kategorienbezeichnungen suggerieren den Transport von Personen bzw. eine höhere Entfernung, weswegen der Einkauf im Supermarkt, das Pendeln zum Arbeitsplatz und der Ausflug zum Badensee ebenfalls eher mit der Nutzung des Pkw verknüpft sind (38 % – 47 % der Nennungen). Öffentliche Verkehrsmittel spielen ausschließlich bei der Fahrt zur Arbeit (11 %) und der Fahrt in die nächste Stadt (12 %) eine Rolle. Das Zufußgehen dominiert bei Waldspaziergängen – demnach wird nicht mit dem Pkw ein Ausgangsort aufgesucht. Bei allen anderen Kategorien werden niedrige und mittlere Werte erreicht (häufigste Nennung: „Jemanden in der eigenen Ortschaft besuchen“: 27 %). Die Fahrradnutzung erreicht in verschiedenen Kategorien hohe Werte – die häufigste Kategorie ist der Besuch des Badesees.

Das Pedelec wird – gemessen an der tatsächlichen Verwendung – sehr oft genannt. Fast ein Viertel der Nennungen entfällt darauf. Häufigste Kategorien sind der Weg zur Postfiliale und zum Badensee, der Besuch einer Person in der eigenen Ortschaft, der Einkauf im Supermarkt und die Fahrt zu einer Sporteinrichtung. Für den Weg zum Waldspaziergang, die Fahrt in die nächste Stadt und zum Bahnhof wird das Pedelec dagegen kaum in Erwägung gezogen.

Übereinstimmend mit den Angaben zum Mobilitätsverhalten gilt:

- Die regelmäßigen Wege zum Arbeitsplatz und zum Supermarkt sowie Wege mit einer höheren Entfernung (Besuch der nächsten Stadt, Bahnhof) werden überwiegend mit dem Pkw durchgeführt. Bei anderen Wegzwecken dominieren aktive Verkehrsmittel, sie sind aber seltener.
- Öffentliche Verkehrsmittel spielen für die TeilnehmerInnen weder im angegebenen Mobilitätsverhalten noch in der Frage nach der spontanen Angabe eines zu verwendenden Verkehrsmittels eine Rolle.
- Bestimmte Wegzwecke mit einer geringen durchschnittlichen Entfernung wurden in der Frage zum Mobilitätsverhalten nicht erfasst, da anzunehmen ist, dass die Entfernung geringer als 500 Meter ist. Diese Wege werden überwiegend zu Fuß zurückgelegt.

In der zweiten Befragung gibt es relevante Verschiebungen zwischen den Verkehrsmitteln bei einzelnen Wegzwecken (siehe Tabelle 11). In der Tabelle geben die Zahlenwerte die Veränderung der Häufigkeit der Nennung des Verkehrsmittels für einen Wegzweck an. Beispielsweise nannten zehn zusätzliche Personen das Pedelec als Verkehrsmittel, das spontan mit dem Besuch einer Person in der nächsten Stadt assoziiert wird. Der Vergleich der einzelnen Kategorien zeigt – mit Ausnahme der Kategorie „Jemanden am Bahnhof abholen“ und eingeschränkt für die Kategorien „Zur Arbeit pendeln“ und „Jemanden in der eigenen Ortschaft besuchen“ – eine hohe Veränderungsdynamik weg vom Pkw/Motorrad und dem Zufußgehen hin zur Nutzung des Pedelecs.

Das Pedelec wird in allen Kategorien häufiger genannt. Zweistellige absolute Zuwächse in der Anzahl der Nennungen ergeben sich für „Fahrt zum Badesee“, „Besuch einer Sporteinrichtung“, „Jemanden in der nächsten Stadt besuchen“ und „Einkauf im nächsten Supermarkt“. Relativ betrachtet sind die Zuwächse in den Kategorien „Waldspaziergang“ (+186 %), „Jemanden in der nächsten Stadt besuchen“ (+87 %) und „Besuch einer Sporteinrichtung“ (+69 %) am größten. Offensichtlich ist die Testphase geeignet, um die Einsatzmöglichkeiten von Pedelecs zu verdeutlichen. Eine Ausnahme stellt insofern die Kategorie „Jemanden am Bahnhof abholen“ dar, hier ergeben sich aufgrund des Transports von Personen (und gegebenenfalls von nicht mit dem Fahrrad transportierbarem Gepäck) naheliegender Weise kaum Veränderungen.

Mit Ausnahme geringfügiger Veränderungen in den Kategorien „Waldspaziergang“ und „Postfiliale“ verliert der Pkw teils deutlich an Relevanz. Das gilt auch für die öffentlichen Verkehrsmittel und das Zufußgehen.

Tabelle 11: Bewusstseinsseffekt: Veränderung der spontanen Nennung der Verkehrsmittel zwischen der ersten und der zweiten Befragung [Differenz der Nennung je Kategorie]

	E-Bike	Fahrrad	zu Fuß	Bus/ Bahn	Pkw/ Motorrad
Jemanden am Bahnhof abholen	+1	0	+4	0	-5
Jemanden in der nächsten Stadt besuchen	+10	+6	0	-4	-12
Einen Ausflug zum Badesee machen	+12	+1	0	+1	-14
Zur Arbeit pendeln	+9	+4	0	-5	-8
Einen Waldspaziergang machen	+7	-1	-7	+1	-1
Eine Sporteinrichtung aufsuchen	+15	-3	-8	0	-3
Im nächsten Supermarkt einkaufen	+11	-1	-3	0	-8
Etwas in der Postfiliale abholen	+7	+3	-11	0	+1
Jemanden in der eigenen Ortschaft besuchen	+8	+5	-7	0	-7

Zwischen der zweiten und der dritten Erhebung zeigen sich geringere Änderungen (siehe Tabelle 12). Das ist einerseits naheliegend, da – mit Ausnahme der Personen, die sich ein Pedelec gekauft haben – ein erneuter Impuls zur Veränderung der Wahrnehmung fehlt. Andererseits wäre eine stärkere Abnahme der Häufigkeit der Nennung des Pedelecs zu erwarten gewesen, da ein Teil der Befragten die ursprüngliche Einschätzung der ersten Erhebung wieder annimmt. Ein solcher Effekt zeigt sich bei den Kategorien „Einen Waldspaziergang machen“ und „Eine Sporteinrichtung aufsuchen“ – wobei es sich um zwei Kategorien mit ausgeprägtem Anstieg der Nennung „E-Bike“ in der zweiten Befragung handelt. Der Umstand, dass dieser Effekt bei anderen Kategorien ausbleibt, kann als Indikator für die Effektivität der Testphase und für die positiven gewonnenen Erfahrungen gewertet werden. Größere Verschiebungen gibt es bei der Nutzung des Fahrrads – das in verschiedenen Kategorien an Relevanz verliert – und in der Kategorie „Waldspaziergang“.

Tabelle 12: Bewusstseinsseffekt: Veränderung der spontanen Nennung der Verkehrsmittel zwischen der zweiten und der dritten Befragung [Differenz der Nennung je Kategorie]

	E-Bike	Fahrrad	zu Fuß	Bus/ Bahn	Pkw/ Motorrad
Jemanden am Bahnhof abholen	-1	+1	-1	0	+1
Jemanden in der nächsten Stadt besuchen	+4	-6	0	+1	+2
Einen Ausflug zum Badensee machen	+4	+1	-1	-1	-3
Zur Arbeit pendeln	-1	-3	0	+5	-1
Einen Waldspaziergang machen	-5	-6	+10	-1	+3
Eine Sporteinrichtung aufsuchen	-7	+2	0	0	+5
Im nächsten Supermarkt einkaufen	0	+3	-3	0	0
Etwas in der Postfiliale abholen	+5	-7	+5	0	-3
Jemanden in der eigenen Ortschaft besuchen	0	+3	-2	0	-1

Der langfristige Wahrnehmungseffekt setzt sich aus den beiden zuvor beschriebenen Effekten zusammen (siehe Tabelle 13). Bei der Nutzung des Fahrrads und von Bus und Bahn ergeben sich nur vereinzelt Unterschiede zwischen den Erhebungen; das Zufußgehen verliert vor allem auf Wegzwecken mit einer kurzen oder mittleren Weglänge und somit bei Wegen im örtlichen Kontext (bezogen auf Orte mit vorhandener Nahversorgung; Kategorien: Postfiliale, Supermarkt, Sporteinrichtung, jemanden in der eigenen Ortschaft besuchen) an Bedeutung.

Das Pedelec gewinnt bei Wegzwecken, die mit dem Transport von Personen verbunden sind (am Bahnhof abholen) bzw. wo gegebenenfalls Lade- und Abstellrichtungen für das Pedelec fehlen, (Waldspaziergang) nicht oder nur wenig an Bedeutung. Dies ist aufgrund der Eigenart des Verkehrsmittels naheliegend. Bei allen anderen Kategorien zeigen sich deutliche Zugewinne, gerade auch bei Wegen mit einer mittleren Entfernung (Badensee, Besuch in der nächsten Stadt), ohne Freizeitcharakter (Arbeitswege, Postfiliale, Supermarkt), aber auch bei Wegen zum Transport von (kleineren) Sachen (Supermarkt, Postfiliale; eine Ausnahme stellt hier der Gepäcktransport in der Kategorie „Bahnhof“ dar). Die Pkw-Nutzung verliert vor allem auf Wegen mit einer mittleren Distanz ohne Verpflichtungscharakter an Bedeutung (nächste Stadt, Badensee), relevante Rückgänge gibt es aber in diversen Kategorien (Arbeitswege, Besuch in der eigenen Ortschaft, Supermarkt).

Tabelle 13: Bewusstseiseffekt: Veränderung der spontanen Nennung der Verkehrsmittel zwischen der ersten und der dritten Befragung [Differenz der Nennung je Kategorie]

	E-Bike	Fahrrad	zu Fuß	Bus/ Bahn	Pkw/ Motorrad
Jemanden am Bahnhof abholen	0	+1	+3	0	-4
Jemanden in der nächsten Stadt besuchen	+13	0	0	-3	-10
Einen Ausflug zum Badensee machen	+16	+2	-1	0	-18
Zur Arbeit pendeln	+8	0	0	+1	-9
Einen Waldspaziergang machen	+2	-7	+3	0	+2
Eine Sporteinrichtung aufsuchen	+8	-1	-8	0	+2
Im nächsten Supermarkt einkaufen	+11	+3	-6	0	-8
Etwas in der Postfiliale abholen	+12	-4	-6	0	-2
Jemanden in der eigenen Ortschaft besuchen	+8	+8	-9	0	-7

Realisierter Pedelec-Kauf

In der ersten Erhebung wurde eine hohe Kaufabsicht für Pedelecs erfasst – 71 % der Befragten antworteten mit „Eher ja“ oder „Ja“ auf die entsprechende Frage. Acht bis neun Monate später wurde in der dritten Befragung erfasst, ob diese Kaufabsicht realisiert wurde. Von den 67 antwortenden Personen haben sich 18 (27 %) ein Pedelec zur eigenen Nutzung gekauft. Von diesen 18 Personen hatten fünf den Kauf vor der Testphase geplant, zehn Personen waren sich diesbezüglich nicht sicher und drei hatten einen Kauf eher nicht geplant.

Tabelle 14: Realisierung der in der ersten Erhebung artikulierten Kaufabsichten (n = 66 Personen mit gültigen Antworten)

		Kauf realisiert		
		ja	nein	Summe
Kauf geplant	Ja	5	3	8
	Eher ja	10	27	37
	Eher nein	3	15	18
	Nein	0	3	3
	Summe	18	48	66

Die Realisierung eines Pedelec-Kaufs kann durch verschiedene Aspekte verzögert werden, etwa das Haushaltsbudget, aber auch das Zeitbudget für die Kaufvorbereitung. Relevant ist daher auch, wie sich die Kaufintention im Zeitverlauf verändert hat. Im Folgenden werden nur Personen berücksichtigt, für die aus der ersten und dritten Erhebung Angaben vorliegen:

- Die drei Personen, die in der ersten Befragung eine Kaufabsicht angaben, diese aber nicht realisiert haben, haben weiterhin eine Kaufabsicht (Antwort in der dritten Erhebung „Ja“ oder „Eher ja“).
- Von den 37 Personen, die einen Kauf in Erwägung zogen, haben zehn den Kauf realisiert, 17 Personen tendieren weiterhin zu einem Kauf, zehn tendieren (eher) dagegen.
- Von den 18 Personen, die eher keinen Kauf planten, haben drei einen Kauf durchgeführt, weitere fünf tendieren in der langfristigen Veränderung jetzt eher zu einem Kauf, zehn weiterhin nicht.

- Die Einstellung der drei Personen, die keinen Kauf planten, hat sich nicht nachhaltig geändert.

Die Testphase hat somit überwiegend (latent) vorhandene Kaufabsichten bestärkt: Die Anzahl der Personen, die einen Kauf fest planen oder bereits realisiert haben, ist von 8 auf 24 gestiegen, während die Anzahl der Personen, die einem Kauf offen gegenüberstehen („Eher ja“), von 37 auf 19 sank. Die Anzahl der Personen, die eher keinen Kauf planen, sank von 18 auf 16, die der Personen, die sicher keinen Kauf planen, stieg von 3 auf 7. Die Testphase war somit besonders erfolgreich in der Gruppe der Personen, die eine bestimmte Kaufabsicht haben.

Tabelle 15: Veränderung der Kaufabsicht zwischen der ersten und der dritten Erhebung (n = 66 Personen mit gültigen Antworten)

Kaufabsicht – erste Erhebung	Kaufabsicht – dritte Erhebung	Anzahl (Antworten)
Ja	Kauf durchgeführt	5
Ja	Ja	2
Ja	Eher ja	1
Eher ja	Kauf durchgeführt	10
Eher ja	Ja	4
Eher ja	Eher ja	13
Eher ja	Eher nein	8
Eher ja	Nein	2
Eher nein	Kauf durchgeführt	3
Eher nein	Eher ja	5
Eher nein	Eher nein	7
Eher nein	Nein	3
Nein	Eher nein	1
Nein	Nein	2

Sonstige Ergebnisse

Die TeilnehmerInnen zeigten sich sehr zufrieden mit der Testphase. In der zweiten und dritten Befragung gab jeweils nur eine Person an, dass sie – unter Berücksichtigung der gemachten Erfahrungen in derselben Situation – nicht wieder an der Testphase teilnehmen würde. 95 % gaben in beiden Befragungen an, (eher) wieder teilzunehmen. Selbst wenn dies teilweise an einem Selbstselektionseffekt der TeilnehmerInnen liegen kann – Personen mit positiven Erfahrungen nehmen eher an nachfolgenden Befragungen teil –, ist die Zufriedenheit mit der Aktion groß.

Entsprechend dem Rekrutierungsansatz „Voluntary Sampling“ wurden verschiedene Kontaktvarianten verwendet, um potenzielle Zielpersonen zu erreichen. Die 81 TeilnehmerInnen nannten 93 Kontaktvarianten, durch die sie auf die Kampagne aufmerksam gemacht wurden (Tabelle 16). Mit Ausnahme der Flyer trugen alle Kontaktvarianten zum Erreichen der Zielsetzung bei. Dabei erwiesen sich klassische Ansätze (Berichte in Zeitungen, dem Fernsehen) sowie die persönliche Ansprache (über das soziale Umfeld der TeilnehmerInnen oder die Mobilitätszentrale Burgenland) gemessen an der Zahl der motivierten TeilnehmerInnen als besonders wirksam. Aktivitäten im Internet und in den Sozialen Medien spielten dagegen eine begrenzte Rolle.

Zehn Personen nannten zwei, eine Person drei Kontaktvarianten. Das kann so interpretiert werden, dass durch den ersten Kontakt Interesse geweckt wurde und im zweiten Kontakt Informationen eingeholt wurden. Demnach erfolgte bei fast allen Personen (82 %), die zwei Varianten angaben, ein Kontakt entweder über einen Zeitungsartikel, den Bekanntenkreis oder einen Fernseh-/Radiobeitrag und der andere über das Internet, die Mobilitätszentrale oder aber den Bekanntenkreis.

Tabelle 16: Kontaktvarianten, über die die TeilnehmerInnen von der Testaktion erfahren haben (n = 81 Personen)

	Anzahl [Nennungen]
Bekanntenkreis	25
Fernseh-/Radiobeitrag	24
Zeitungsartikel	19
Mobilitätszentrale	15
Internet	8
Flyer	1
Klima- und Energiemodellregionen-Manager	1

Die TeilnehmerInnen hatten bei den Erhebungen, im Rahmen von zwei freiwilligen offenen Fragen, ebenfalls die Möglichkeit anzugeben durch welche Maßnahmen die Nutzung des Fahrrads bzw. Pedelecs in Ihrer Region und auf Ihrem Arbeitsweg verbessert werden könnte und wo sie dabei Probleme sehen. Die meisten der Personen, die auf diese Frage antworteten, gaben an, dass die Radwege in ihrer Umgebung jedenfalls ausgebaut werden müssen, um eine Nutzung des Fahrrads bzw. Pedelecs attraktiver zu gestalten. Vor allem die Lücken im Radnetz zwischen unterschiedlichen Gemeinden wurden von mehreren Personen als großes Problem gesehen. (Schnell-)Radverbindungen und eigene Radfahrstreifen zwischen Kommunen und entlang von Bundesstraßen bzw. Straßen mit hohem Verkehrsaufkommen wurden mehrmals als mögliche Maßnahme genannt, durch welche der Radverkehr gefördert werden könnte. Auch der Mangel an (absperrbaren) Fahrradabstellplätzen wurde häufig als Problem genannt. Der Ausbau dieser und die Integration von Lademöglichkeiten für Pedelecs in diese Abstellplätze waren vielen Personen wichtig, um das Radfahren für sie attraktiver zu gestalten. Auch die mangelnde Beschilderung von Radwegen wurde von mehreren TeilnehmerInnen als Problem identifiziert. Diese Ergebnisse decken sich sowohl für die Bewertung der regionalen Infrastruktur, als auch für die auf den individuellen Arbeitswegen.

Als zusätzliche Probleme beim Weg zur Arbeit nannten die TeilnehmerInnen mehrmals die zu große Entfernung, Sicherheitsbedenken bei Dunkelheit und auch witterungsbedingte Effekte.

Als weitere Vorschläge zur Förderung der Nutzung des Pedelecs bzw. Fahrrads wurden eine umfassende Asphaltierung von Radwegen bzw. intensivere Instandhaltung dieser, eine Geschwindigkeitsbeschränkung für Pkw im Ortsgebiet, die Erteilung von Vorrang für RadfahrerInnen gegenüber AutofahrerInnen, eine erleichterte Mitnahme des Rades in Bus und Bahn als auch ein weiterer Ausbau von öffentlichen Ladestationen für Pedelecs genannt. Einige TeilnehmerInnen gaben jedoch an mit der Infrastruktur in ihrer Umgebung bereits grundsätzlich zufrieden zu sein. Ein weiterer Punkt, der mehrmals aufgebracht wurde, war die Notwendigkeit Bewusstseinsbildung intensiver umzusetzen und beispielsweise Best Practice-Beispiele aus dem Ausland auch in Österreich umzusetzen.

Die gewonnenen Erkenntnisse über die Einschätzung der vorhandenen Radinfrastruktur durch BurgenländerInnen werden vor allem auch für die zukünftige Arbeit der Mobilitätszentrale Burgenland eine wichtige Rolle spielen, um die von der Bevölkerung wahrgenommenen Probleme und Hindernisse direkt zu adressieren.

2.2.4.2 Beschreibung von Schwierigkeiten bei der Zielerreichung

Im Rahmen des Projektes traten während der Organisation und Umsetzung der Testphase verschiedene Schwierigkeiten auf, die in dieser Form in der Konzipierungsphase nicht vorhergesehen wurden. So stellte sich bei der Bereitstellung der kostenlosen Test-Pedelecs durch die Hersteller während der Testphase heraus, dass diese nicht bereit waren, ihre Räder an beliebige Händler auszuliefern. So kam es vor, dass teilweise nur Händler, mit denen bereits ein aufrechtes Vertragsverhältnis vonseiten der einzelnen Hersteller bestand, mit ihren Rädern beliefert wurden oder dass die Lieferung von Testrädern an einen Händler aufgrund von ökonomischen Überlegungen verweigert wurde, da dieser in direktem Wettbewerb mit einem Kunden eines Herstellers stand und dieser daher negative Auswirkungen auf sein Geschäft befürchtete. Letztendlich war es notwendig, sich diesen neuen Umständen anzupassen, da die Aufteilung der verfügbaren Radmodelle nicht frei durch die Österreichische Energieagentur (die für die Organisation und Durchführung der Testphase verantwortlich war) durchgeführt werden konnte, indem sie die Aufteilung der TeilnehmerInnen, bevor diese kontaktiert wurden, nochmals überarbeitete, um die an jedem Standort tatsächlich ausgelieferten Pedelecs möglichst immer Personen mit geeigneter Körpergröße zuzuteilen.

Ein weiteres Problem trat im Laufe der Testphase auf, als sich herausstellte, dass der Arbeitsaufwand für die teilnehmenden Partnerhändler größer war als ursprünglich angenommen. Diese waren für die Übergabe und Rücknahme der Testräder verantwortlich. Dabei mussten sie diese nach jeder Rückgabe nochmals auf ihre Funktionalität überprüfen und gegebenenfalls reinigen. Da die TeilnehmerInnen ihre Räder während der Geschäftszeiten der Händler abholen und zurückbringen mussten, mussten die Partner diese Aktivitäten stets parallel zu ihrem Tagesgeschäft durchführen. Da die Anzahl an TeilnehmerInnen viel höher war als erwartet, führte dieser Umstand vor allem bei denjenigen Standorten mit besonders vielen Anmeldungen zu Problemen, da die Händler an die Grenzen ihrer Kapazitäten stießen.

Um ihnen einen Teil ihrer Last abzunehmen, übernahmen daraufhin MitarbeiterInnen der Österreichischen Energieagentur einige Radübergaben, da diese stets an einem fixen Datum stattfanden. Zusätzlich wurde ein Teil des Projektbudgets umgewidmet, um dadurch die Händler für ihren ungeplant hohen Aufwand zumindest etwas entschädigen zu können, da diese ihre Mitarbeit ursprünglich kostenlos zur Verfügung gestellt hatten.

Zudem gelang es dem Projektteam während des Projektes leider nicht, ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis von 50:50 bei den TeilnehmerInnen zu erreichen. Es wurde im Rahmen der Disseminationsaktivitäten zwar versucht, gezielt auch Frauen anzusprechen, jedoch scheint es hier Barrieren zu geben, die dazu führen, dass vor allem Männer an der Teilnahme an solchen Projekten interessiert sind. Als ein Minimalziel wurde ein Frauenanteil von 30 % anvisiert, welche durch den finalen Stand von 33 % weiblichen TeilnehmerInnen leicht übertroffen wurde. In zukünftigen Projekten ähnlichen Konzepts wird es daher ausschlaggebend sein, nicht nur geeignete Kommunikationsmaßnahmen zu entwickeln, um auch gezielt Frauen zur Teilnahme motivieren zu können, sondern auch einen starken Fokus auf diesen Aspekt zu legen.

2.2.4.3 Beschreibung von Projekt-Highlights

Im Laufe des Projektes kam es zu einer Vielzahl an Highlights, die nachfolgend kurz beschrieben werden:

- Die **Anzahl der TeilnehmerInnen** überstieg die ursprünglich angenommene Menge von 70 Personen mit einem **Endstand von 98** stark. Das öffentliche Interesse am Projekt war viel höher als zunächst erwartet.
- Der **ORF Burgenland** erklärte sich bereit, einen kurzen **Fernsehbeitrag** über das Projekt zu produzieren und auszustrahlen, was der öffentlichen Wahrnehmung in der Testphase noch einmal einen wichtigen Schub verpasst hat.
- Die Kampagne „e-Radl“ wurde beim **Mobilitätspreis des Verkehrsclub Österreich** im Jahr 2019 unter die **Top-5-Projekte der Kategorie „Aktive Mobilität“** gewählt.
- Die Rücklaufquote bei den Onlinebefragungen war ausgesprochen hoch. An der **zweiten Erhebung** nahmen 81 Personen teil, was einem **Rücklauf von 83,5 %** entspricht. Auch bei der **dritten Befragung**, welche erst ca. ein halbes Jahr nach der Testphase durchgeführt wurde, lag der **Rücklauf noch immer bei 69 %**. Selbst unter Berücksichtigung des Umstandes, dass ein kleines Gewinnspiel mit den Händlern organisiert wurde, sind dies ungewöhnlich hohe Werte. **Das Interesse der TeilnehmerInnen am Projekt scheint also überdurchschnittlich hoch gewesen zu sein.**
- Das Feedback der TeilnehmerInnen war ausgesprochen positiv. **Über 90 %** gaben bei beiden Befragungen nach der Testphase an, dass sie **nochmal bei „e-Radl“ mitmachen würden** und sehr zufrieden mit dem Projekt als auch mit der Betreuung durch ihren jeweiligen Händler waren.
- Bei der letzten Befragung gaben **18 von 67** Personen an, dass sie **sich bereits ein Pedelec gekauft haben**, und etliche weitere bestätigten ihre nach wie vor vorhandene Kaufabsicht. Dies entspricht unter diesen Personen einem **Anteil von 27 %**. Selbst unter der Annahme, dass es sich bei diesen 67 um besonders interessierte TeilnehmerInnen handelte und die Ergebnisse daher nicht auf alle 98 umgelegt werden können, würde das einem Anteil von ca. 20 % der Personen entsprechen, die sich nach der Testphase tatsächlich ein Pedelec gekauft haben – im Vergleich mit ähnlichen Vorprojekten ein äußerst hoher Wert (dort lag der Wert laut Berichten bei ca. 10 %).

2.2.4.4 Beschreibung und Begründung von Abweichungen zum Antrag

Ursprünglich war geplant, dass die TeilnehmerInnen bei der Abholung ihres Pedelecs ihre Autoschlüssel für den zweiwöchigen Testzeitraum gegen das Rad „eintauschen“ müssen. Um jedoch eine zu hohe Teilnahmehürde für viele Personen zu vermeiden, wurde diese Idee adaptiert. Bei der tatsächlichen Umsetzung der Testphase wurde der Autoschlüssel der TeilnehmerInnen bei Abholung des Pedelecs symbolisch in einem Kuvert „versiegelt“ und wieder an sie übergeben, als Symbol für ihre Bereitschaft, ihr Mobilitätsverhalten zu ändern.

Eine weitere Änderung betrifft die Erstellung von Wegetagebüchern durch die TeilnehmerInnen, welche ursprünglich geplant war.

Diese Idee wurde wieder verworfen, da dies einen großen Aufwand für die TeilnehmerInnen dargestellt hätte und viele sich vermutlich dadurch gegen eine Teilnahme an der Testphase entschieden hätten. Stattdessen wurden Fragestellungen in die Onlinebefragungen aufgenommen, auf deren Basis Abschätzungen zu den zurückgelegten Wegen getroffen werden können, um diesbezüglich dennoch eine Aussage treffen zu können.

2.3 Schlussfolgerungen und Empfehlungen aus den Resultaten

- Welche Schlussfolgerungen kann das Projektteam ziehen?
- Welche weiteren Schritte werden durch das Projektteam anhand der Resultate gesetzt?
- Welche anderen Zielgruppen können relevante und interessante Schlussfolgerungen aus den Projektergebnissen ziehen und wer kann auf die Projektergebnisse aufbauend weiterarbeiten?

Das langfristige Ziel von „e-Radl“ bzw. „E-PendlerInnen“ war es, KonsumentInnen im Burgenland, welches einen besonders hohen Anteil an PendlerInnen aufweist, mithilfe einer kostenlosen Testaktion von der Alltagstauglichkeit von Pedelecs zu überzeugen und diese dazu zu motivieren, bei regelmäßigen Pendelwegen (Arbeit/Ausbildung oder auch regelmäßige Erledigungen) vom Pkw mit Verbrennungsmotor auf das Pedelec umzusteigen. Dieser Prozess wurde mittels wissenschaftlicher Begleitung in Form von mehreren Erhebungen begleitet, um den Erfolg des Vorhabens beurteilen zu können.

Die Auswertung der Erhebungen hat ergeben, dass sich mehrere Monate nach der Testaktion 18 TeilnehmerInnen (von 67, die an der letzten Befragung teilgenommen haben; insgesamt nahmen 98 Personen an der Testaktion teil) ein Pedelec gekauft haben, was etwa 20 % aller TeilnehmerInnen entspricht. Kombiniert mit dem Umstand, dass sich die Wahrnehmungen und Einstellungen der TeilnehmerInnen nachweislich nach ihrer Teilnahme an „e-Radl“ geändert haben und viele das Pedelec nun als geeignetes Verkehrsmittel für verschiedene Alltagssituationen empfinden sowie etliche weitere TeilnehmerInnen nach wie vor einen Kauf in Betracht ziehen, kann geschlussfolgert werden, dass solche Testaktionen dafür geeignet sind, den Umstieg auf elektrische Verkehrsmittel zu fördern.

Hierbei muss jedoch berücksichtigt werden, dass vor allem Personen, bei denen bereits vor ihrem Pedelec-Test ein latentes Kaufinteresse vorhanden war, sich nun auch tatsächlich für einen Kauf entschieden haben. Diese Personen direkt anzusprechen wird für zukünftige Erfolge in ähnlichen Aktivitäten also ausschlaggebend sein.

Da bei an solchen Aktionen interessierte Personen die Bereitschaft zur Änderung ihres Mobilitätsverhalten grundsätzlich vorhanden ist, oft in Zusammenhang mit der Kaufbereitschaft für neue Mobilitätsprodukte, scheint es sinnvoll, potenzielle TeilnehmerInnen primär über diesen Aspekt zur Teilnahme zu motivieren, also vor allem die Vorteile und die Einsatzmöglichkeiten des alternativen Verkehrsmittels zu kommunizieren.

Ausschlaggebend für die rege Teilnahme und Zufriedenheit war auch die Möglichkeit, kostenlos an der Aktion teilzunehmen, bei gleichzeitig gutem Service durch die Händler vor Ort und der Bereitstellung qualitativ hochwertiger Radmodelle. Um diese Faktoren zu gewährleisten, war es wesentlich, die Händler bzw. Projektpartner für ihre Aufwände zu entschädigen, vor allem da in der Projektplanungsphase von einer geringeren Anzahl an TeilnehmerInnen und somit geringerem Arbeitsaufwand ausgegangen wurde. Auch der Aufwand, der bei der Übergabe und Rücknahme der Testräder entstand, wurde unterschätzt. Die Räder mussten häufig gereinigt und nach jeder Rückgabe auch nochmals auf ihre Funktionalität überprüft werden, während die Händler ihr Tagesgeschäft parallel zur Übernahme und Übergabe der Testräder fortführen mussten.

Für Projekte mit ähnlichem Konzept wird es notwendig sein, den tatsächlich anfallenden Arbeitsaufwand genau abzuschätzen und diesen auch an die Projektpartner zu kommunizieren, um gegebenenfalls geeignete Strategien zur Vermeidung einer zu hohen Belastung der HändlerInnen zu entwickeln.

Während der Umsetzung des Projektes hat sich mehrfach gezeigt, dass eine effiziente und vor allem direkte Kommunikation zwischen allen Projektpartnern essenziell ist, um den Projekterfolg sicherzustellen. So musste bei der Zuteilung der TeilnehmerInnen auf geeignete Radmodelle geachtet werden, weswegen bereits im Vorhinein bei der Planung ein angemessener Mix an Rädern bei den verschiedenen Händlern sichergestellt werden musste. Dies stellte sich jedoch als komplexer heraus als anfangs vermutet, da bei der Verteilung der von den Herstellern bereitgestellten Radmodelle berücksichtigt werden musste, ob der einzelne Händler mit dem jeweiligen Radhersteller in einem vertraglichen Verhältnis stand oder nicht. So konnten bestimmte Pedelec-Modelle nicht an alle Händler ausgeliefert werden, da diese von dem jeweiligen Hersteller nicht beliefert wurden oder sie im direkten Wettbewerb zu den Kunden desjenigen Herstellers standen, weswegen eine Lieferung verweigert wurde. Eine genaue Abklärung mit der Industrie darüber, welche Radmodelle wo zur Verfügung stehen, ist daher zu empfehlen, bevor die Anmeldungen für TeilnehmerInnen geöffnet werden, um zu vermeiden, dass manchen Personen eventuell nicht geeignete Radmodelle zugeteilt werden.

Ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis bei den TeilnehmerInnen herzustellen stellte sich als größere Herausforderung heraus als erwartet. Bereits bei ähnlichen Vorprojekten wurde häufig die Beobachtung gemacht, dass sich vor allem Männer für solche Testmöglichkeiten anmelden, weswegen während des Projektes Frauen gezielt angesprochen wurden (bspw. bei Veranstaltungen an denen die Mobilitätszentrale Burgenland teilnahm), um einen Frauenanteil von mindestens 30 % zu erreichen (erreicht wurden 33 %). Dennoch wird es zukünftig notwendig sein, geeignete Instrumente und Maßnahmen zu entwickeln, um Frauen noch stärker zur Teilnahme an ähnlichen Projekten zu motivieren und einen besonders starken Fokus auf diesen Aspekt zu legen.

Die in diesem Projekt gewonnenen Erkenntnisse werden zukünftig vor allem relevant sein, um das bisher größtenteils ungenutzte Potenzial bei den österreichischen PendlerInnen hinsichtlich eines Umstiegs hin zu E-Mobilität zu aktivieren, da sich gezeigt hat, dass bereits bei vielen Menschen Interesse an alternativen, elektrisch betriebenen Verkehrsmitteln herrscht. Gerade das Pedelec stellt für viele Haushalte eine vielversprechende Möglichkeit eines „leichten“ Einstiegs in die E-Mobilität dar im Gegensatz zu den um einiges teureren E-Pkws. Es hat sich gezeigt, dass relativ viele TeilnehmerInnen tatsächlich ein Pedelec kaufen möchten, sobald sie die Gelegenheit bekommen, vorhandene Vorurteile abzubauen bezüglich Reichweite und ähnlichen Faktoren, die für die meisten Wege und Personen in ihren Alltagsabläufen bei den heutzutage verfügbaren Produkten kein Problem darstellen. Diese Erkenntnis ist einerseits für den Sportfachhandel relevant, um die potenzielle Zielgruppe der PendlerInnen in Zukunft gezielter anzusprechen. Sie kann andererseits aber auch für zukünftige Projekte auf beispielsweise kommunaler Ebene herangezogen werden, um geeignete Angebote zu entwickeln, mit denen man Menschen bereits heute weg von der Nutzung konventioneller Pkws hin zum Einsatz von alternativen Verkehrsmitteln bewegen kann.

2.4 Ausblick

Die Ergebnisse des Projekts haben eindeutig bestätigt, dass solche Testaktionen eine gute Methode der Bewusstseinsbildung sind. Das Sammeln von persönlichen Erfahrungen hat sich bei den Testpersonen bewährt. Diese wertvolle Erkenntnis wird auch in Zukunft bei Projektplanungen der Österreichischen Energieagentur sowie der Mobilitätszentrale Burgenland eine Rolle spielen. Außerdem wird durch die Bereitstellung der Toolbox die Durchführung ähnlicher Projekte in der Zukunft unterstützt. Die Österreichische Energieagentur wird ebenfalls bei diesbezüglichen Anfragen im Rahmen von diesem Projekt gewonnene Expertise mit potenziellen InteressentInnen teilen, um diese bei der Umsetzung ähnlicher Vorhaben zu unterstützen.

Darüber hinaus stoßen Projekte dieser Art auch bei den Medien auf Interesse, was wiederum dazu führt, das Thema bei Nicht-Testpersonen ins Bewusstsein zu bringen. Durch die Unterstützung des ORF Burgenland mit einem Fernsehbericht war das Interesse am E-Radl Projekt sehr groß. Die Mobilitätszentrale Burgenland möchte daher auch bei zukünftigen Projekten und Aktivitäten, wie z.B. der österreichweiten Aktion „Österreich radelt“ bzw. „Burgenland radelt“, mit dem ORF Burgenland kooperieren.

Auch bei den beteiligten Radhändlern konnte durch die Teilnahme am Projekt ein Blick auf das Alltagsradfahren gelenkt werden, da vor allem im Burgenland der Fokus des Radfahrens noch stark in der Freizeitmobilität liegt. Innerhalb des Netzwerks der Mobilitätszentrale Burgenland in einer KEM-Region gibt es bereits Interesse ähnliche Projekte umzusetzen, da man mit E-Radl so gute Erfahrungen gemacht hat.

Laut Masterplan Radfahren wird im Burgenland derzeit an einer Marketing- und Kommunikationsstrategie zum Alltagsradfahren gearbeitet. Auch hier werden die Erfahrungen aus E-Radl einfließen.

Die Mobilitätszentrale Burgenland wird die Ergebnisse des E-Radl Projekts natürlich innerhalb ihres Netzwerks verbreiten:

- Gemeinden
- KEM-ManagerInnen und -Regionen
- Medien
- Land
- Stakeholder und MultiplikatorInnen

Darüber hinaus werden die Ergebnisse via b-mobil Website, soziale Medien und die MobiNews (regelmäßiger Newsletter der Mobilitätszentrale Burgenland) verbreitet.

Die Mobilitätszentrale Burgenland kooperiert mit der Stadt Mattersburg und einem Projektteam im Projekt KlimaEntLaster, bei dem Betrieben, Gemeindeverwaltung und Bevölkerung in Mattersburg verschiedene Transporträder zur Verfügung gestellt werden. Die Ergebnisse des Projekts zeigen auch, dass der Radius der Wege durch die Verwendung von Pedelecs deutlich verlängert werden kann. Auch diese Erkenntnis soll in künftige Projektplanungen einfließen.

2.5 Referenzen

BMNT (2018): Statusbericht zu den CO₂-Emissionen neu zugelassener Pkw in Österreich 2017.

Statistik Austria (2020): Fahrzeug-Bestand am 31. Dezember 2019.

https://www.statistik.at/web_de/statistiken/energie_umwelt_innovation_mobilitaet/verkehr/strasse/kraftfahrzeuge_-_bestand/index.html; aufgerufen am 16.01.2020

3 Auswertung

- **Publikationen:** Im Rahmen von „e-Radl“ wurden mehrere Kommunikationsmaßnahmen umgesetzt, um möglichst viele potenzielle InteressentInnen zu erreichen und zur Teilnahme an der Testaktion „e-Radl“ zu motivieren. Dazu zählte unter anderem ein Beitrag, der im ORF Burgenland gesendet und in dem über das Projekt und die kostenlose Teilnahmemöglichkeit berichtet wurde. Abbildung 6 zeigt zwei Beiträge zu „e-Radl“, die zusätzlich auf der Webseite von ORF Burgenland veröffentlicht wurden.



E-Bike kostenlos auf Alltagstauglichkeit testen

Im Zuge des Projekts „E-Radl“ der Mobilitätszentrale können 80 Personen zwei Wochen ein Elektrofahrzeug ausborgen und herausfinden, wie alltagstauglich es ist. So will man E-Bikes vom Freizeit- und Tourismus-Kilschee befreien.

Nach der Registrierung auf der Homepage von „E-Radl“ können sich 80 Personen in den Monaten von April bis Juni zwei Wochen lang kostenlos ein E-Bike ausborgen. Einzige Bedingung ist es, das Auto stehen zu lassen und die Alltagswege ausschließlich mit dem E-Bike zu erledigen. „Um herauszufinden, ob es für einen im Alltag passt, ob man das Fahrrad wirklich einsetzen kann, muss man es einfach einmal ausprobieren“, so Christine Zopf-Renner von der Mobilitätszentrale Burgenland.



E-Bikes sind beliebt, werden aber häufig nur in der Freizeit und im Urlaub genutzt

50 Prozent der täglichen Wege „ideal für das Radl“

Das Ziel des Projekts „E-Radl“ ist es, dass das E-Bike nicht nur in der Freizeit, sondern verstärkt auch im Alltag benutzt wird, so Zopf-Renner: „Wir wissen, dass 50 Prozent der Wege, die im Burgenland zurückgelegt werden, kürzer als fünf Kilometer sind. Distanzen von ein bis vier Kilometer sind einfach ideal, um sie mit dem Fahrrad oder mit dem E-Bike zurückzulegen.“

Wissenschaftlich begleitet wird das Projekt „E-Radl“ von der österreichischen Energieagentur. „Mit unserer wissenschaftlichen Begleitforschung erheben wir, ob die TeilnehmerInnen ihr Mobilitätsverhalten verändern, wenn sie die Möglichkeit haben, ein E-Bike zur Verfügung gestellt zu bekommen“, so Kerstin Schilcher von der österreichischen Energieagentur.



80 Testpersonen können herausfinden, wie alltagstauglich E-Bikes für sie sind

Registrierung ab Montag möglich

Finanzielle Unterstützung bekommt „E-Radl“ zudem vom Klima- und Energiefonds, erklärte Sprecherin Katja Hoyer: „Uns ist es wichtig, dass wir Hürden abbauen, die die E-Mobilität verhindern. Und Projekte wie dieses hier im Burgenland tragen dazu bei, dass Menschen E-Mobilität erfahren, dass sie spüren, wie einfach es ist, und wie gut es im Alltag integrierbar ist.“ Registrieren kann man sich für das Projekt „E-Radl“ ab Montag.

Link:

• [Mobilitätszentrale Burgenland](#)

Abbildung 6: Beiträge über „e-Radl“ auf der Webseite von ORF Burgenland

Auch in den Printmedien wurde über das Projekt berichtet. So fand sich nachfolgender Artikel über die Testaktion in der Ausgabe des Kurier vom 15.03.2019.

MOBILITÄT
**Aktion im Frühling:
 Tausche Pkw gegen E-Bike**

Klimaschutz. Im Burgenland startet die Österreichische Energieagentur im Auftrag des Klima- und Energiefonds das Projekt **e-Radl**. Autofahrer können für zwei Wochen kostenlos auf E-Bikes umsteigen und so einen Beitrag zum Klimaschutz leisten. Ziel ist es, klimafreundliche Mobilität zu fördern. Der Verband der Sportartikelhersteller und Sportausrüster Österreichs stellt hochwertige Testräder zur Verfügung, die Mobilitätszentrale Burgenland ist Ansprechstelle vor Ort.

„Das Burgenland bringt für das Projekt **e-Radl** die besten Voraussetzungen mit: Ein hoher Anteil an Berufspendlern und eine Stromgewinn-

nung, die zu 100 Prozent auf erneuerbarer Energie basiert“, sagt Peter Traupmann, Geschäftsführer der Österreichischen Energieagentur. Derzeit liegt im Burgenland der werktägliche Radverkehrsanteil bei nur sechs Prozent.

Die Anmeldung ist bis 14. Juni möglich, die ersten Pkw werden am 8. April gegen E-Bikes eingetauscht, die Aktion läuft bis zum 28. Juni. Im Rahmen der Aktion stehen insgesamt 16 E-Bikes zur Verfügung, wodurch die maximale Teilnehmerzahl auf 96 Personen beschränkt ist. Details des Projektes sind auf der Webseite www.eradl.at zu finden.

Abbildung 7: Artikel im Kurier über „e-Radl“

Auch im Radio Burgenland wurde mehrfach über das Projekt berichtet. Zusätzlich zu den genannten Maßnahmen erfolgten auch Presseaussendungen aller Projektpartner, einmal jeweils zum Start der Testaktion „e-Radl“ und dann nochmals zum Projektabschluss, in denen die wichtigsten aktuellen Informationen bzw. Ergebnisse zusammengefasst wurden. Die Mobilitätszentrale Burgenland nutzte ebenfalls verschiedene Events mit Bezug zum Thema Mobilität, an denen sie teilgenommen hat, um Personen auf das Projekt aufmerksam zu machen.

Die Mobilitätszentrale fungierte ebenfalls als Ansprechpartner vor Ort für TeilnehmerInnen und interessierte Personen und verteilte dabei eigens für diesen Zweck erstellte Flyer (siehe Abbildung 8), um den Bekanntheitsgrad des Projektes möglichst breit zu fördern.



e-Radl Frischluft tanken!

Anmelden – Auto stehen lassen – losstarten!

Testen Sie zwei Wochen ein E-Bike – und das vollkommen kostenlos!



Alle Infos: www.eradl.at



Abbildung 8: Flyer für die Testaktion

Zusätzlich wurde gegen Ende des Projektes mit einigen freiwilligen Personen, die an „e-Radl“ teilgenommen hatten, im Burgenland ein „Testimonial“-Video aufgenommen.

Dieser Videobeitrag fasst die Eindrücke und Erfahrungen, welche die TeilnehmerInnen im Rahmen ihres Pedelec-Tests gesammelt haben, kompakt zusammen und wurde von allen Projektpartnern auf ihren Kommunikationskanälen verbreitet, um dadurch möglichst vielen Menschen die positiven Eindrücke der TesterInnen zugänglich zu machen und sie dazu zu bringen, die Nutzung eines Pedelecs in Betracht zu ziehen. Des Weiteren wurden die beschriebenen Maßnahmen durch Kommunikation auf den Social-Media-Kanälen der Projektpartner wie bspw. Twitter ergänzt.

Das Projekt wurde im Rahmen eines Vernetzungsworkshops des Klima- und Energiefonds im Mai 2019 auch einem Fachpublikum mit den bis zu diesem Zeitpunkt vorhandenen Zwischenergebnissen präsentiert. Zusätzlich wurde die Kampagne „e-Rad!“ auf dem Radgipfel 2019 in Graz in Form einer Posterpräsentation mit den bis dahin verfügbaren Zwischenergebnissen einem fach einschlägigen Publikum vorgestellt.

e-Rad! – Frischluft tanken

Pedelecs als Schlüssel zur nachhaltigen Veränderung der Mobilitätsgewohnheiten

Projektteam

Warum Burgenland? Warum Pedelec/innen?

Umsetzung des Projektes

Wissenschaftliche Begleitung

Begreifende Medienarbeit

Bisherige Ergebnisse

Abgeleiteter Handlungsbedarf

Ihre Ansprechpartnerinnen

www.eradl.at

Das Projekt „e-Rad! – Frischluft tanken“ wird aus Mitteln des Klima- und Energiefonds im Rahmen des Programms „Zukunftsmobilität in der Praxis“ unterstützt.

Abbildung 9: „e-Rad!“-Poster beim Radgipfel 2019 in Graz

Das Projekt war ebenfalls für den Mobilitätspreis 2019 des VCÖ in der Kategorie „Aktive Mobilität“ nominiert und kam dort unter die Top 5. Überdies ist ein Beitrag über das Projekt in der VCÖ-Schriftenreihe „Mobilität mit Zukunft“ im ersten Quartal 2020 akzeptiert. Thema dieser Ausgabe der Schriftenreihe lautet „Arbeitswege“. Das Projekt und die Ergebnisse wurden auch im Rahmen der vom VCÖ veröffentlichten Schriftenreihe „Mobilität mit Zukunft“ in der ersten Ausgabe für das Jahr 2020 mit dem Thema „Arbeitswege auf Klimakurs bringen“ vorgestellt.

Eine weitere Präsentation ist auf dem Radgipfel 2020 in Wien am 31.03.2020 mit dem Titel „Pedelec-Tests als Schlüssel zur nachhaltigen Veränderung der Mobilitätsgewohnheiten“ geplant, um dort das Projekt, die finalen Endergebnisse und „Lessons Learned“ einem interessierten Fachpublikum vorzustellen.

4 Unterschrift

Hiermit wird bestätigt, dass der Endbericht vollständig ist und von den Projektpartnern freigegeben wurde sowie vom Auftraggeber veröffentlicht werden kann.

ÖSTERREICHISCHE ENERGIEAGENTUR
AUSTRIAN ENERGY AGENCY

Mariahilfer Straße 136 | 1150 Vienna | Austria
T. +43-1-586 15 24 | Fax +43-1-586 15 24-340
office@energyagency.at | www.energyagency.at

WIEN, 27.02.2020

Ort, Datum

Unterschrift und Stempel des Beauftragten

5 Anhang

Nachfolgend werden die Inhalte der Toolbox dargestellt, welche kostenfrei zur Verfügung gestellt wird. Durch die Bereitstellung von Vorlagen für etliche relevante Dokumente für die Umsetzung und Abwicklung solcher Testaktionen, wird die Durchführung ähnlicher Projekte unterstützt. Die Vorlagen umfassen jeweils eine Vorlage für:

- Häufig gestellte Fragen zum Projekt „_____“
- Leihvertrag zur Übernahme des Test-Fahrrads für das Projekt „_____“
- Textvorlage für Landing-Page
- Leitfaden für TeilnehmerInnen der „_____“-Aktion
- Leitfaden für teilnehmende Händler von „_____“

Häufig gestellte Fragen zu „_____“

Nutzen Sie diese einmalige Gelegenheit kostenfrei ein E-Bike im Burgenland zu testen!
Nachfolgend werden die häufigsten Fragen zur Aktion „_____“ zusammengefasst.

1 Ablauf

1.1 In welchem Zeitraum kann ich ein E-Bike testen? Die E-Bikes stehen vom _____ bis zum _____ für jeweils zwei Wochen zur Verfügung.

1.2 Wo kann ich eines der Testräder erhalten? Zu den teilnehmenden HändlerInnen gehören _____ in _____, _____ in _____, _____ in _____.

1.3 Wie lange darf ich ein Bike austesten? Die Fahrräder stehen den TeilnehmerInnen für zwei Wochen zur Verfügung.

1.4 Wie viele Personen können an der Aktion teilnehmen? Insgesamt stehen ____ E-Bikes zur Verfügung, wodurch die maximale Teilnehmerzahl auf ____ Personen beschränkt ist.

1.5 Stehen besondere Radmodelle zur Verfügung? Für alle TeilnehmerInnen, welche auch Ihre Einkäufe und den Transport von Kindern bequem mit dem E-Bike erledigen wollen, steht bei jedem Händler jeweils ein Lastenrad zur Verfügung.

1.6 Wie kann ich mich für die Testaktion anmelden? Besuchen Sie unsere Webseite auf _____. Dort können Sie unser Anmeldeformular über das Feld „Anmelden“ aufrufen. Für die Registrierung zur Aktion müssen Sie einen kurzen Fragebogen ausfüllen und daraufhin Ihre persönlichen Daten angeben. Die Auswertung der Befragung wird vollständig anonymisiert erfolgen. Die Angabe Ihrer persönlichen Daten dient nur dazu Sie als TeilnehmerIn erfassen und kontaktieren zu können. Bitte berücksichtigen Sie, dass nur eine begrenzte Anzahl an Fahrrädern zur Verfügung steht und somit nur eine beschränkte Anzahl an TeilnehmerInnen möglich ist. Dadurch kann leider bei einer Anmeldung zur Aktion nicht vollständig gewährleistet werden, dass Sie eines der verfügbaren Räder zugewiesen bekommen.

1.7 Woher weiß ich, ob ich eines der verfügbaren E-Bikes austesten kann? Sobald feststeht ob und wann Sie eines unserer E-Bikes ausleihen können, werden Sie von unserem Team kontaktiert.

1.8 Kann ich entscheiden in welchem Zeitraum ich an der Aktion teilnehme? Grundsätzlich ist es zum Zeitpunkt der Anmeldung möglich sein Wunschzeitfenster für die Testaktion anzugeben, jedoch kann nicht garantiert werden, dass ein E-Bike zum gewünschten Zeitpunkt auch zur Verfügung steht. Die Vergabe wird durch _____ koordiniert. Die Testräder werden dabei nach Eingang der Anmeldungen vergeben und Ihr Termin wird Ihnen vom verantwortlichen Händler bestätigt.

1.9 Muss ich mein Auto für die Teilnahme „eintauschen“? Nein, Sie müssen lediglich Ihren Autoschlüssel während Ihrer zwei Testwochen in einem Kuvert versiegelt aufbewahren. Bei der Übernahme Ihres E-Bikes füllen Sie einen Gebrauchsleihvertrag aus und bestätigen damit, dass Sie während der zweiwöchigen Testphase auf das Autofahren verzichten. Während Ihrer Übergabe wird Ihr Schlüssel daraufhin rein symbolisch „abgegeben“, indem er in einem Kuvert versiegelt wird und

Ihnen wieder übergeben wird. Nehmen Sie bei der Rückgabe Ihres E-Bikes Ihr Kuvert bitte mit und zeigen Sie es dem verantwortlichen Händler.

1.10 Was genau muss ich zur Übernahme meines E-Bikes mitnehmen? Bitte bringen Sie zu Ihrem festgelegten Abholtermin einen amtlichen Lichtbildausweis sowie Ihren Autoschlüssel für die Versiegelung in einem Briefumschlag mit.

1.11 Kostet die Teilnahme an dieser Aktion etwas? Nein, die Teilnahme an „_____“ ist komplett kostenlos! Durch die Zusammenarbeit der Aktionspartner _____, _____ und _____ sowie die teilnehmenden HändlerInnen, wurde sichergestellt, dass für sämtliche TeilnehmerInnen keine Kosten anfallen.

2 Teilnahmebedingungen und Datenschutz

2.1 Muss ich bestimmte Voraussetzungen erfüllen, um an „_____“ teilnehmen zu können? Die TeilnehmerInnen müssen ein Auto besitzen, dieses regelmäßig verwenden und gewillt sein zwei Wochen auf dessen Nutzung zu verzichten.

2.2 Ich besitze kein Auto. Ist es dennoch möglich an der Aktion teilzunehmen? Die Aktion hat das Ziel möglichst viele Menschen zu einem Umstieg vom Auto auf nachhaltigere Verkehrsmittel, wie in diesem Fall das E-Bike, zu motivieren und richtet sich daher primär an AutofahrerInnen. Falls aber Kapazitäten zur Verfügung stehen und das E-Bike nachweislich häufig verwendet werden würde (z.B. zum Pendeln in die Arbeit), ist eine Teilnahme auch in diesem Fall eventuell möglich.

2.3 Was geschieht mit meinen hinterlegten Daten? Die Daten sämtlicher TeilnehmerInnen werden anonymisiert. Ausgenommen davon sind nur diejenigen, welche sich bereit erklären sich für Foto- oder Videoaufnahmen und Interviews zur Verfügung zu stellen.

3 Verlosung und Vergünstigungen

3.1 Wie nehme ich am Gewinnspiel teil? Sämtliche TeilnehmerInnen, die alle drei unserer Befragungsrunden abgeschlossen haben, können bei unserer Verlosung mitmachen.

3.2 Was kann ich gewinnen? Als Hauptpreis gibt es ein _____ zu gewinnen!

3.3 Bekomme ich nach meiner Teilnahme Vergünstigungen beim Kauf eines E-Bikes? Mögliche Rabatte werden von den teilnehmenden HändlerInnen bestimmt und sind durch diese zu erfahren.

4 Haftung

4.1 Wer ist während der beiden Testwochen für das E-Bike verantwortlich? Die TeilnehmerInnen sind für ihre ausgeliehenen E-Bikes während der Testphase verantwortlich. Dies inkludiert die Versicherung für Diebstahl und Unfälle sowie die Übernahme von Kosten durch selbst verursachte Schäden. Bitte beachten Sie dabei, dass die bereitgestellten Testräder bis zu mehrere Tausend Euro wert sein können. Vergewissern Sie sich, dass ihre Diebstahl-Versicherung bis zu dieser Summe haftet. Für Schäden, welche dem oder der EntleiherIn durch eigenes oder Fremdverschulden, durch unsachgemäße Behandlung oder dadurch entstehen, dass Anweisungen vom Verleiher nicht Folge geleistet werden, wird keine Haftung übernommen. Ebenso wird für Schäden, welche am entlehnten Fahrrad (Pedelec) durch Verschulden des/der EntleiherIn entstehen oder welche niemand zu

vertreten hat, keine Haftung übernommen. Der Verleiher ist schad- und klaglos zu halten für den Fall, dass der Benutzer Dritten einen Schaden zufügt. Bei Diebstahl bzw. Verlust des Fahrrades (Pedelects) während des Ausleihzeitraumes haftet der Benutzer uneingeschränkt. Das zur Verfügung gestellte Fahrrad (Pedelect) darf nur von der Person genutzt werden, der das Fahrrad unmittelbar vom Verleiher übergeben wurde. Die Fahrräder werden im Rahmen des Projekts „_____“ zu Testzwecken zur Verfügung gestellt. Es wird vom _____ und den am Projekt teilnehmenden Händlern keine Haftung für unsachgemäßen bzw. rechtswidrigen und nicht vereinbarten Gebrauch der Fahrräder übernommen. Die Fahrräder dürfen ausschließlich im Rahmen der österreichischen Straßenverkehrsordnung und in angepasster, schonender Weise genutzt werden. Jegliche anderweitige Nutzung, Überladung bzw. Überschreitung von rechtlich erlaubten und technisch vorgegebenen Höchstgeschwindigkeiten ist unzulässig und untersagt. Die TeilnehmerInnen sind verpflichtet bei der Radübergabe ein Informations- und Übergabeformular zu unterzeichnen, in welchem diese Rahmenbedingungen festgehalten sind.

4.2 Auf welche rechtlichen Rahmenbedingungen muss ich achten? Bitte beachten Sie die im Gebrauchsleihvertrag festgeschriebenen Rahmenbedingungen. Eine Verletzung der Teilnahmebedingungen hat stets einen Ausschluss aus der Aktion zur Folge.

4.3 Welche zusätzlichen Sicherheitsmaßnahmen sind bei der Fahrt mit einem E-Bike verglichen mit einem herkömmlichen Fahrrad zu beachten? E-Bikes sind während der freien Fahrt und dem Anfahren schneller als herkömmliche Fahrräder, wodurch häufiger Unfälle auftreten. Sie weisen ebenso mehr Gewicht auf. Fahren Sie daher vorsichtig und tragen Sie jedenfalls einen Helm. Weitere Informationen zu diesem Thema erhalten Sie von den teilnehmenden Händlerinnen.

5 Weitere Fragen

5.1 Wer sind die Partner der „_____“-Aktion? Das Projekt „_____“ wurde durch _____, _____ und _____ ins Leben gerufen. _____ ist verantwortlich für die allgemeine Abwicklung der Aktion sowie die wissenschaftliche Begleitung des Projektes durch die Erstellung und Auswertung der Befragungen. Die _____ fungiert als Anlaufstelle für interessierte TeilnehmerInnen und nutzt ihr Netzwerk, um das Projekt auf regionaler Ebene zu unterstützen. stellt insgesamt _____ E-Bikes für die Aktion zur Verfügung und gewährleistet die Zusammenarbeit mit den teilnehmenden HändlerInnen.

5.2 Wer ist der Auftraggeber dieser Aktion? Dieses Projekt wird vollständig durch den Klima- und Energiefonds finanziert.

5.3 Ich möchte gerne über meine Teilnahme an „e-Radl“ berichten. Wie kann ich vorgehen? Erzählen Sie von der Aktion und wie Sie Ihre Nutzung des E-Bikes erlebt haben und wie Sie den Umstieg vom Auto auf ein nachhaltigeres Verkehrsmittel wahrgenommen haben. Motivieren Sie dadurch weitere Personen an dem Test teilzunehmen! Wenn Sie auf sozialen Medien, zum Beispiel auf Facebook oder Instagram, über Ihre Erfahrungen mit dem elektrischen Fahrrad posten, verwenden Sie den Hashtag #_____. Unter diesem Hashtag finden Sie dann auch die Erlebnisse anderer „FrischlufftankerInnen“.

Falls sie weitere Fragen haben, können Sie uns unter _____ oder _____ gerne jederzeit kontaktieren.

Leihvertrag zur Übernahme des Test-Fahrrads für das Projekt

„_____“

Leihgeber:

Entleiher:

Name: _____

Geburtsdatum: _____

E-Mail: _____

Ich bestätige hiermit ausdrücklich, dass ich

- I. das Fahrrad (Pedelec) am _____ von _____ übernommen habe.
- II. vor der Übernahme des Fahrrads (Pedelec) vom Händler über die Funktionsweise und Sicherheitsregeln aufgeklärt wurde.
- III. auf eigenes Risiko an der Testphase des Projekts „_____“ für eine Dauer von zwei Wochen teilnehme und alleine die zivil- und strafrechtliche Haftung für von mir verursachte Personen-, Sach- und Vermögensschäden übernehme.
- IV. den Anweisungen der Einschulung im Rahmen der Testphase ausnahmslos Folge leisten werde.
- V. das zur Verfügung gestellte Fahrrad (Pedelec) am _____ am Ort der Erstübergabe und zur mitgeteilten Uhrzeit an den Leihgeber retourniere.
- VI. sämtliche relevante Regeln, Gebote und Verbote der österreichischen Straßenverkehrsordnung berücksichtigen und einhalten werde.

Ich nehme ausdrücklich zur Kenntnis, dass

- I. für Schäden, welche dem oder der EntleiherIn durch eigenes oder Fremdverschulden, durch unsachgemäße Behandlung oder dadurch entstehen, dass Anweisungen vom Verleiher nicht Folge geleistet werden, keine Haftung übernommen wird. Gleiches gilt für Schäden des Entleihers bzw. der Entleiherin, die niemand zu vertreten hat.
- II. für Schäden, welche am entlehnten Fahrrad (Pedelec) durch Verschulden des/der EntleiherIn entstehen oder welche niemand zu vertreten hat, keine Haftung übernommen wird.
- III. für den Fall, dass der Benutzer Dritten einen Schaden zufügt, der Verleiher schad- und klaglos zu halten ist.
- IV. bei Diebstahl bzw. Verlust des Fahrrades (Pedelecs) während des Ausleihzeitraumes der Benutzer uneingeschränkt haftet.
- V. das zur Verfügung gestellte Fahrrad (Pedelec) nur von der Person genutzt werden darf, der das Fahrrad unmittelbar vom Verleiher übergeben wurde.

- VI. die Fahrräder im Rahmen des Projekts „_____“ zu Testzwecken zur Verfügung gestellt werden. Es wird vom _____ und den am Projekt teilnehmenden Händlern keine Haftung für unsachgemäßen bzw. rechtswidrigen und nicht vereinbarten Gebrauch der Fahrräder übernommen. Die Fahrräder dürfen ausschließlich nur im Rahmen der österreichischen Straßenverkehrsordnung und in angepasster, schonender Weise genutzt werden. Jegliche anderweitige Nutzung, Überladung bzw. Überschreitung von rechtlich erlaubten und technisch vorgegebenen Höchstgeschwindigkeiten ist unzulässig und untersagt.

Mit meiner Unterschrift bestätige ich, dass ich den Vertrag zur Teilnahme als Testperson am Projekt „_____“ gelesen und verstanden habe und damit einverstanden bin. Des Weiteren bestätige ich, das Fahrrad (Pedelec) in einem ordnungsgemäßen Zustand übernommen zu haben.

Datum

**Unterschrift
Händler**

**Unterschrift
TeilnehmerIn**

Textvorlage für Landing-Page

Tauschen Sie für zwei Wochen Ihr Auto gegen ein E-Bike

Möchten Sie ein neues Freiheitsgefühl erleben und gleichzeitig erfahren wie der Alltag ohne Auto gemeistert werden kann? Dank der Aktion „_____“ können Sie im Burgenland für zwei Wochen statt mit dem Auto mit einem E-Bike unterwegs sein – und das vollkommen kostenlos! Die einzige Voraussetzung dafür: Ihr Auto muss während dieser Zeit stehen bleiben. Für Ihre Einkäufe oder den Transport von Kindern steht bei jedem Händler auch ein Lastenrad zur Leihgabe zur Verfügung.

Die Anmeldung zur Aktion ist vom _____ bis _____ möglich. Vom _____ bis _____ können Sie dann für zwei Wochen das Freiheitsgefühl des E-Bike-Fahrens genießen! „_____“ wird vom _____ unterstützt, um Ihnen diese einmalige Gelegenheit zu bieten! Durch die Zusammenarbeit mit _____ wird gewährleistet, dass Sie hochwertige Testräder ausprobieren können und durch die teilnehmenden HändlerInnen kompetente Betreuung und Beratung erhalten. Insgesamt stehen _____ E-Bikes zur Verfügung, wodurch die maximale Teilnehmerzahl auf _____ beschränkt ist.

Durch die Teilnahme an unseren Befragungen erhalten Sie auch die Möglichkeit an unserem Gewinnspiel teilzunehmen. Als Hauptpreis winkt ein _____!

Wie kann ich teilnehmen?

- 1. Sie melden sich an**
 - a. Um sich für die Aktion anzumelden, klicken Sie bitte auf das Feld „Anmelden“ und füllen dort die kurze Befragung und das Formular aus.
- 2. Wir kontaktieren Sie**
 - a. Wir werden Ihnen die Verfügbarkeit eines E-Bikes während Ihres Wunschzeitraums und bei Ihrem angegebenen Händler bestätigen oder Ihnen, falls möglich, eine Alternative anbieten. Sobald Sie Ihren Abholtermin von uns erhalten haben, bestätigen Sie uns diesen bitte kurz per Email.
- 3. Sie holen Ihr E-Bike beim Händler ab**
 - a. Gehen Sie zum vereinbarten Abholtermin in das Geschäft. Der Händler bereitet einen Teilnahmevertrag vor. Dieser Teilnahmevertrag enthält alle nötigen Informationen zu Ihnen und dem Ausleihfahrzeug, zur Dauer des kostenlosen Gebrauchs und Haftungshinweise. Der Händler informiert Sie auch über den Gebrauch des E-Bikes und vereinbart einen Abgabetermin mit Ihnen. Ihr Autoschlüssel wird beim zuständigen Händler symbolisch in einem Kuvert versiegelt und Sie können das Kuvert mit nach Hause nehmen.
- 4. Sie bringen das E-Bike zum Händler zurück**
 - a. Nach zwei Wochen bringen Sie das E-Bike am vereinbarten Termin zum Händler zurück und zeigen das versiegelte Kuvert dem Händler.

Wenn Sie auf Ihr Auto verzichten und stattdessen ein E-Bike verwenden, reduzieren Sie Ihre CO₂-Emissionen erheblich. „_____“ macht diese Auswirkungen sichtbar, indem das eingesparte CO₂ aller TeilnehmerInnen ermittelt und daraufhin an Sie und auch an die Öffentlichkeit kommuniziert wird.

Wenn Sie auf sozialen Medien, zum Beispiel auf Facebook oder Instagram, über Ihre Erfahrungen mit dem elektrischen Fahrrad posten, verwenden Sie den Hashtag #_____. Unter diesem Hashtag finden Sie dann auch die Erlebnisse anderer „FrischlufftankerInnen“.

Das Team hinter „_____“

Hinter der Aktion „_____“ steckt ein engagiertes Team aus insgesamt _____ Partnern: _____, _____ und _____. _____ ist für die allgemeine Abwicklung der Aktion sowie die wissenschaftliche Begleitung in Form der Befragungen zuständig. _____ unterstützt die _____ intensiv bei der Öffentlichkeitsarbeit und ist der direkte Ansprechpartner für interessierte Personen und TeilnehmerInnen aus dem _____. _____ ist für die Koordinierung der teilnehmenden HändlerInnen verantwortlich. Zu unseren teilnehmenden HändlerInnen gehören _____ in _____, _____ in _____, _____ in _____ und _____ in _____. Dieses Projekt wird aus Mitteln des _____ unterstützt.

Leitfaden für TeilnehmerInnen der „_____“-Aktion

„_____“ bietet AutofahrerInnen aus _____ die einzigartige Chance kostenlos für zwei Wochen ein hochklassiges E-Bike zu testen! Dieser Leitfaden fasst die wichtigsten Informationen für die TeilnehmerInnen zusammen und bietet eine Übersicht über die zu beachtenden Rahmenbedingungen.

Anmeldung zur Testaktion

- Die Anmeldung zu unserer Aktion erfolgt online über _____ und ist vom _____ bis _____ möglich. Dort sind ebenfalls alle relevanten Informationen zu diesem Projekt zu finden. Insgesamt stehen _____ E-Bikes zur Verfügung, wodurch die maximale Teilnehmerzahl auf _____ Personen beschränkt ist.
- Bei der Anmeldung müssen Sie einen kurzen Fragebogen ausfüllen und können anschließend Ihre persönlichen Daten angeben. Die Auswertung der Umfrageergebnisse erfolgt vollständig anonymisiert und steht in keinem Zusammenhang zur Angabe Ihrer persönlichen Daten, da diese nur für die Kontaktaufnahme im Rahmen des Radverleihs dienen.
- Die Testräder werden von insgesamt vier teilnehmenden Händlern vergeben: _____ in _____, _____ in _____, _____ in _____ und _____ in _____. Bei jedem Händler steht auch jeweils ein Lastenrad für die Leihgabe zur Verfügung.
- Sobald feststeht wann Sie ihr Rad ausleihen können, werden Sie von unserem Team kontaktiert.

Ablauf der Testaktion

- Die einzige Bedingung zur Teilnahme an dieser Aktion ist die symbolische Abgabe Ihres Autoschlüssels während Ihres Testzeitraums. Nehmen Sie daher zu Ihrem Abholtermin bitte einen amtlichen Lichtbildausweis und auch Ihre Autoschlüssel mit. Ihr Autoschlüssel wird beim zuständigen Händler symbolisch in einem Kuvert versiegelt und Sie können das Kuvert mit nach Hause nehmen.
- Bei der Übernahme Ihres Testrades erhalten Sie von Ihrem Händler eine kurze Einweisung in die Nutzung des E-Bikes und müssen einen Gebrauchsleihvertrag unterzeichnen.
- Ab diesem Zeitpunkt steht Ihnen Ihr E-Bike für insgesamt zwei Wochen zur Verfügung. Erleben sie ein ganz neues Freiheitsgefühl und erfahren Sie wie vielfältig Ihr E-Bike genutzt werden kann, indem Sie es für unterschiedliche Aktivitäten (Arbeitsweg, Freizeitaktivität, Erledigungen) verwenden!
- Sobald Ihre zweiwöchige Testphase abgelaufen ist, bringen Sie ihr E-Bike einfach wieder zu Ihrem Händler zurück und zeigen das versiegelte Kuvert dem Händler.

Onlinebefragung und Gewinnspiel

- Im Rahmen unseres Projektes wird ebenfalls ein Gewinnspiel abgehalten! Die Teilnahme ist vollkommen kostenlos, als einzige Bedingung müssen Sie nur an sämtlichen Befragungen teilnehmen (in Summe drei), welche wir im Rahmen unserer Aktion durchführen.
- Die erste Befragung ist bereits bei der Anmeldung für alle TeilnehmerInnen verpflichtend auszufüllen.
- Die zweite Befragung wird jeder TeilnehmerIn einzeln per Email zugesendet, sobald diese ihre jeweilige zweiwöchige Testphase abgeschlossen haben.
- Die dritte Befragung erfolgt mehrere Monate nach Ihrem E-Bike-Test und wird Ihnen ebenfalls per Email zugesendet.

- Alle TeilnehmerInnen, die alle Befragungen durchgeführt haben, können an dem Gewinnspiel teilnehmen. Als Hauptpreis winkt ein _____.

Wenn Sie auf sozialen Medien, zum Beispiel auf Facebook oder Instagram, über Ihre Erfahrungen mit dem elektrischen Fahrrad posten, verwenden Sie den Hashtag #_____. Unter diesem Hashtag finden Sie dann auch die Erlebnisse anderer „FrischlufftankerInnen“.

Leitfaden für teilnehmende Händler von „_____“

Dieser Leitfaden dient als Überblick über die wichtigsten Rahmenbedingungen für die teilnehmenden Händler vom Projekt „_____“. Er bietet auch eine Übersicht über die Arbeitsschritte, für die sie im Rahmen dieser Testaktion verantwortlich sind.

Vorbereitung der Testaktion:

- Die Anmeldung zu unserer Aktion erfolgt online über _____ und ist vom _____ bis _____ möglich. Dort sind ebenfalls alle relevanten Informationen zu diesem Projekt zu finden.
- Die Zuteilung der TeilnehmerInnen auf die verfügbaren Räder und Zeitfenster erfolgt über die AEA. Ein Dokument mit einer Übersicht der beim jeweiligen Händler angemeldeten Personen und ihrer Testtermine wird den Händlern vor dem Start der Testphase am _____ zugesendet.
- Die TeilnehmerInnen haben dabei die Möglichkeit ihr Rad auch 1 bis 2 Werktage nach ihrem Abholtermin abzuholen bzw. 1 bis 2 Werktage vor ihrem Rückgabetermin abzuliefern. Dies gibt sowohl den TeilnehmerInnen als auch den Händlern etwas Flexibilität (da so bspw. nicht alle TeilnehmerInnen zwangsweise am selben Tag vorbeikommen müssen).
- Die Zuteilung der Räder wird kontinuierlich aktualisiert und den Händlern zugesendet, falls Änderungen auftreten.
- Sobald feststeht wann ein/e Teilnehmer/in ein E-Bike ausleihen kann, werden diese von _____ kontaktiert und über ihren Abholtermin informiert.
- Für einige der vorhandenen Testräder sind nach wie vor nicht vergebene Zeitfenster vorhanden, damit die ausleihenden Händler auch selbst Personen überzeugen können teilzunehmen. Das soll ihnen die Möglichkeit bieten potenzielle KundInnen frühzeitig an sich zu binden. In diesem Fall muss sich die Person aber trotzdem online anmelden. In der Onlinebefragung sollte in einem Kommentar am Ende dann „Anmeldung bei Händler“ o. ä. angegeben werden, damit diese Personen bei der Vergabe noch freier Plätze priorisiert werden können.

Ablauf der Testaktion:

- Die Räder können von _____ bis _____ ausgeliehen werden. Jedem/r TeilnehmerIn steht das jeweilige E-Bike für zwei Wochen zur Verfügung.
- Bei der Übernahme Ihres Testrades sind die TeilnehmerInnen verpflichtet einen Lichtbildausweis vorzuweisen. Diesen bitte prüfen!
- Ebenso müssen die TeilnehmerInnen für ihren zweiwöchigen Testzeitraum ihre Autoschlüssel bei den Händlern symbolisch „abgeben“. Die Schlüssel werden dabei von einem Händler in einem Kuvert versiegelt und den BesitzerInnen wieder übergeben. Bei der Rückgabe Ihres E-Bikes können die TeilnehmerInnen ihren Schlüssel dann wieder aus dem mitgenommenen Kuvert entnehmen.
- Bei der Übernahme der E-Bikes sollen die TesterInnen eine kurze Einführung in die korrekte Nutzung der Fahrräder durch die Händler erhalten. Dabei sollen ihnen wichtige Tipps und Infos über die korrekte Nutzung von E-Bikes und eine kurze Sicherheitseinführung übermittelt werden.
- Falls es zu Abweichungen zum geplanten Ablauf der Vergabe kommt (z.B. E-Bike wird später als geplant wieder abgegeben), müssen die Händler das Projektteam darüber informieren.

- Sobald ein E-Bike wieder beim Händler abgegeben wurde, soll eine kurze Überprüfung des Rades durch die Händler erfolgen, um sicherzustellen, dass es sich nach wie vor in gutem Zustand befindet.