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

Bern, im Oktober 2011

Auswertung der NewRide RoadShows im 2011

Inhaltsverzeichnis

1 Ausgangslage: die NewRide-Akteure 2011 2
2 NewRide RoadShows 2011 3
2.1 Auswertung der E-Bike und E-Scooter Testtage (Basis: 94 Ausstellungstage) 3
2.2 Auswertung der E-Scooter Testtage (Basis: 47 Ausstellungstage) 6
3 NewRide Kommunikation BS 9
3.1 Medienarbeit 9
3.2 Internet 10
4 Fazit 12

Sandra Schwander, NewRide
Heidi Hofmann, NewRide
Bernhard Schneider, NewRide

1 Ausgangslage: die NewRide-Akteure 2011

2011 meldeten sich 29 Gemeinde und Städte, 214 Händler, 18 E-Bike- und 9 E-Scooter-Anbieter bei NewRide an, um in diesem Jahr zahlreiche Aktivitäten rund um die Förderung von Elektrozweirädern durchzuführen. Mit Gemeinschaftsständen an ausgewählten Fachmessen und bei Firmen, Gemeinden und NewRide Händlern wurden einem breiten Publikum Elektrozweiräder präsentiert. Diese flexibel einsetzbaren RoadShows ermöglichten den Interessentinnen und Interessenten die verschiedenen E-Bikes und E-Scooters zu testen und miteinander zu vergleichen.

Ab 2011 unterstützte EnergieSchweiz die Aktivitäten rund um die E-Bikes nicht mehr finanziell, im Bereich der E-Scooter blieb EnergieSchweiz jedoch der wichtigste Partner von NewRide.

Acht der 16 Gemeinden aus der Deutschschweiz und fünf der 13 Gemeinden aus der Westschweiz meldeten sich als E-Scooter Regionen an (vgl. Abbildung 1: fett markiert). Die E-Scooter Regionen führen Testtage durch, wobei die Ausstellungen rund um das Thema E-Scooter fokussieren. Bei jedem E-Scooter Testtag werden sowohl E-Bikes als auch E-Scooters zum Probefahren angeboten.

Abbildung 1: NewRide Gemeinden 2011

Gemeinden aus der Deutschschweiz	Gemeinden aus der Westschweiz
Affoltern am Albis	Bernex
Baden	Bussigny-près-Lausanne
Basel	**Fribourg**
Bern	Gland
Köniz	**La Chaux-de-Fonds**
Küsnacht	**Lancy**
Langenthal	**Lausanne**
Liestal	Le Grand-Saconnex
Luzern	Martigny
Muttenz	Meyrin
Schaffhausen	**Neuchâtel**
St. Gallen	Prilly
Winterthur	Pully
Wohlen	
Zumikon	
Zürich	

Legende**: fett: E-Scooter Gemeinde**; normal: E-Bike Gemeinde

Im vorliegenden Kurzbericht werden die durchgeführten E-Bike und E-Scooter Ausstellungen im Jahr 2011 vorgestellt. Basis der Auswertung sind die Evaluations- und Probefahrblätter, die jeweils von den NewRide Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern während den Ausstellungen ausgefüllt werden.

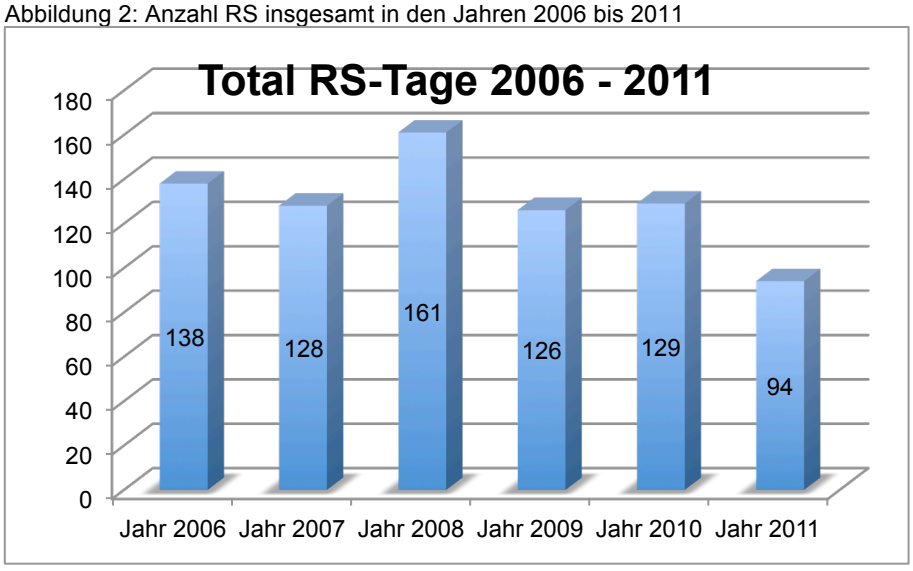
2 NewRide RoadShows 2011

2.1 Auswertung der E-Bike und E-Scooter Testtage (Basis: 94 Ausstellungstage)

Insgesamt wurde im Verlauf des Jahres 2011 an 94 Tagen eine RoadShow (RS) durchgeführt, davon 81 im deutschsprachigen und 13 im französischsprachigen Raum. Im Vergleich zu den Vorjahren nahm die Zahl der RS ab (2009=126, 2010=129, 2011=94; vgl. Abbildung 2).

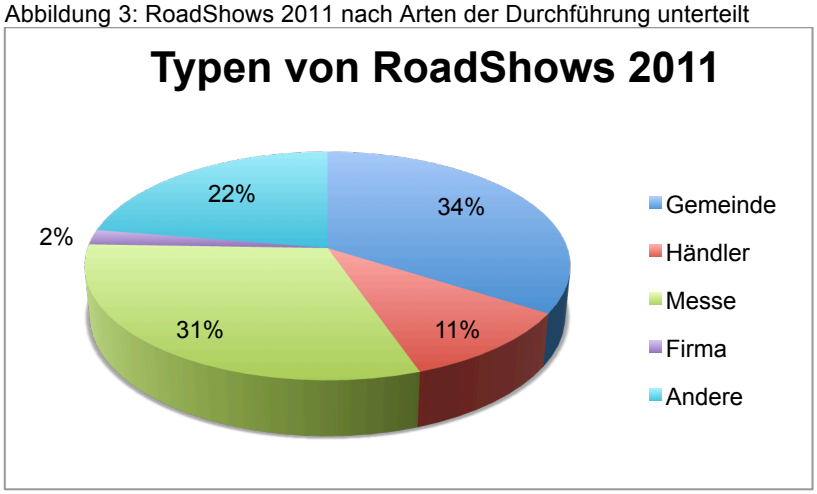
Die Abnahme betraf vor allem die RS in der französischsprachige Schweiz stark: 2009 wurden 52 RS, 2010 insgesamt 40 RS und dieses Jahr wurden nur gerade 13 RoadShows organisiert. In der Deutschschweiz blieb die Zahl der durchgeführten RS konstant: 2009=74, 2010=89, 2011=81.

Abbildung 2: Anzahl RS insgesamt in den Jahren 2006 bis 2011



Die Ausstellungstage werden nach RS-Typen unterschieden: RoadShows, die mit a) Gemeinden, b) Händlern, c) im Rahmen überregionaler Messen oder d) mit Firmen organisiert werden. Abbildung 3 zeigt, dass 2011 insgesamt 32 Gemeindeveranstaltungen (34%) und 10 Händler-RS (11%) organisiert wurden. 29 RS fanden im Rahmen einer Messe statt (Twoo, SwissMoto, EcoCar Expo Verkehrshaus, BlueTech; 31%) und zwei Ausstellungen waren Firmen-RS (CHUV in Lausanne, 2%). 21 Ausstellungstage fanden in einem anderen Kontext (22%) statt z.B. im Rahmen des Oeco Events im Shoppi Tivoli in Spreitenbach und der Forschungskonferenz in der Bea-Expo Bern.

Abbildung 3: RoadShows 2011 nach Arten der Durchführung unterteilt

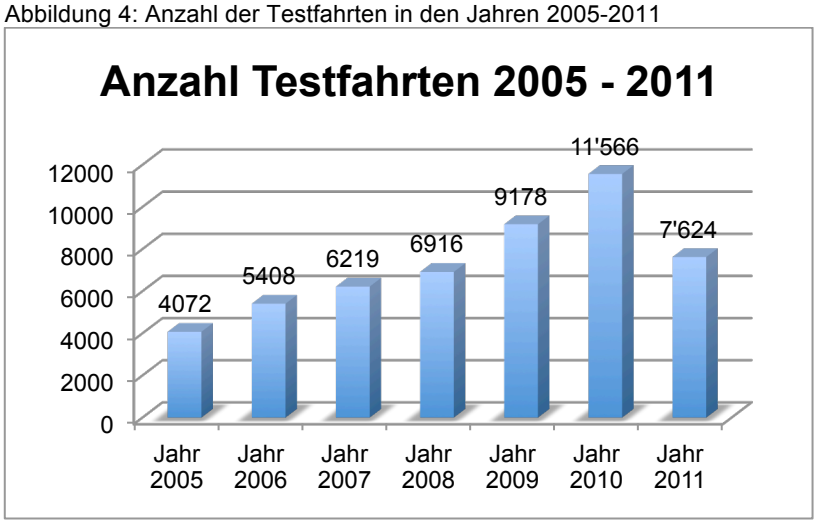


Die Zahl der pro Monat durchgeführten RS variiert stark. Die meisten RS fanden im Frühling (Mai=14 RS) und im Herbst (September=22 RS) statt.

Bei den meisten RS (88 RS, rund 94%) waren noch weitere Ausstellungen zu Themen wie nachhaltige Mobilität und/oder Gesundheit präsent. Nur bei sechs RS (6%) konzentrierte sich die Ausstellung auf Elektrozweiräder.

An den 94 Ausstellungstagen wurden insgesamt 7'624 Testfahrten durchgeführt (vgl. Abbildung 4). Pro Ausstellungstag wurden durchschnittlich 81 Probefahrten unternommen; zum Vergleich: 2010 wurden im Durchschnitt 90 Probefahrten pro Ausstellungstag durchgeführt.

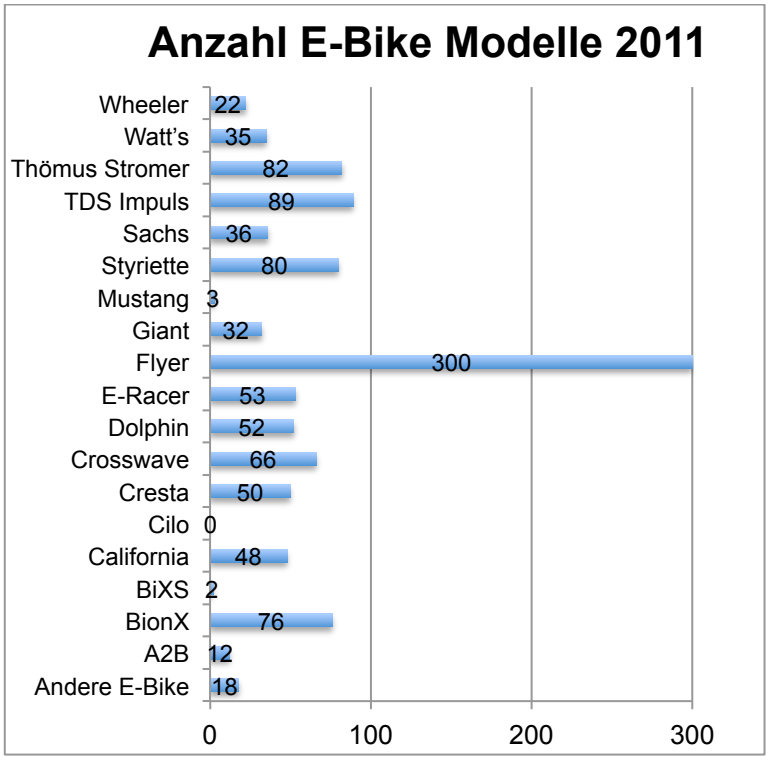
Abbildung 4: Anzahl der Testfahrten in den Jahren 2005-2011



12’071 Personen besuchten eine (oder mehrere) der 90 RoadShows[1]. Pro Ausstellungstag konnten diese Jahr rund 125 Personen angesprochen werden. Im 2010 wurden insgesamt 17'093 Besucherinnen und Besucher gezählt, d. h. im Durchschnitt 133 Personen pro Ausstellungstag. Zum Vergleich: 2009 waren es durchschnittlich 100 Personen pro Ausstellungstag und 2008 waren es 150 Personen.

[1] In dieser Zahl ist die Anzahl Besucher der viertägigen SwissMoto 2011 nicht einbezogen. Die Besucherzahlen der diesjährigen SwissMoto konnten aufgrund einer technischen Panne nicht erhoben werden. (Die Besucherzahl sollte vom Veranstalter auf der Rolltreppe durch eine Kamera erfasst werden). Dementsprechend stehen auch keine Vergleichszahlen zu den letztjährigen Besuchenden (40'000 Personen) der SwissMoto zur Verfügung.

Abbildung 5: Anzahl ausgestellter E-Bike Marken



2011 wurden insgesamt 1'056 E-Bikes als Testfahrzeuge an RS ausgestellt. Die häufigsten eingesetzten Modelle an RS waren, wie die Jahre zuvor, Fahrzeuge der Marke Flyer: insgesamt wurden 300 Flyer ausgestellt. Bis auf die Marke Cilo konnten alle der 18 NR-Marken an den RS präsentiert werden.

2.2 Auswertung der E-Scooter Testtage (Basis: 47 Ausstellungstage)

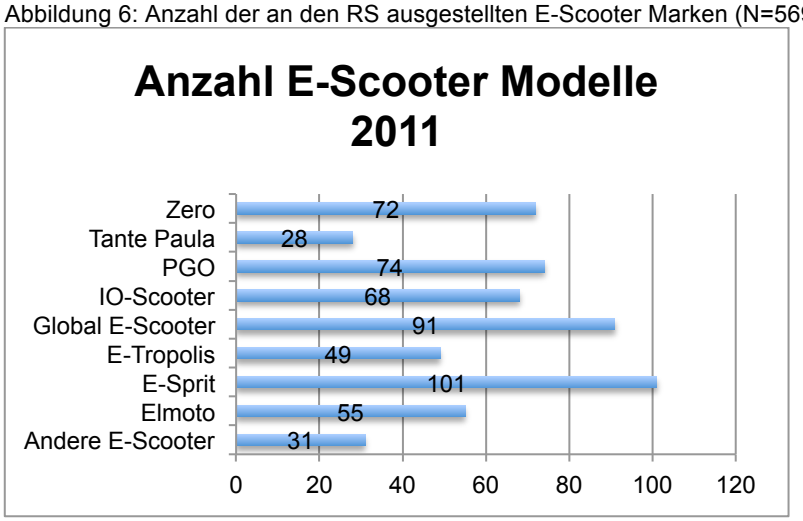
2011 wurden im Rahmend des Aktionsprogramms E-Scooter insgesamt 56 E-Scooter Testtage durchgeführt (2010=32). Davon fanden 48 in der Deutschschweiz und acht in der Westschweiz statt. Folgende Events (N=47), von denen vollständige Angaben vorlagen, wurden evaluiert[2]:

[2] Im November 2011 werden noch 4 E-Scooter Testtage im Rahmen der Energiemesse in Bern stattfinden. Diese wurden zur Zeit nicht in die Evaluation einbezogen.

- OFFA, St. Gallen 13.-17.4.
- Hinterkappelen, 30.4.
- Köniz, 07.05.
- St. Gallen, 12.05.
- Lancy, 15.05.
- Neuchâtel, 21.05.
- Basel, 28.05.
- Fribourg, 11.06.
- Luzern, 23.-26.06.
- Spreitenbach, 19.08.-10.09.
- Bern, 27.08.
- EMPA St. Gallen, 01.09.
- Neuchâtel, 10.09.
- St. Gallen, 10.09.
- Lausanne, 14. -15.09.
- BlueTech Winterthur 15.-17.9.
- Fribourg, 17.09.
- Zürich, 25.09.

Insgesamt besuchten 2'833 Personen die E-Scooter Testtage und dabei wurden 1'947 Testfahrten mit verschiedenen E-Scooter durchgeführt. Pro Ausstellungstage fanden durchschnittlich 42 Testfahrten statt. Der Vergleich zu 2010 zeigt, dass die Anzahl durchgeführte Testtage in diesem Jahr um rund 20 Tage erhöht werden konnte.

Abbildung 6: Anzahl der an den RS ausgestellten E-Scooter Marken (N=569)

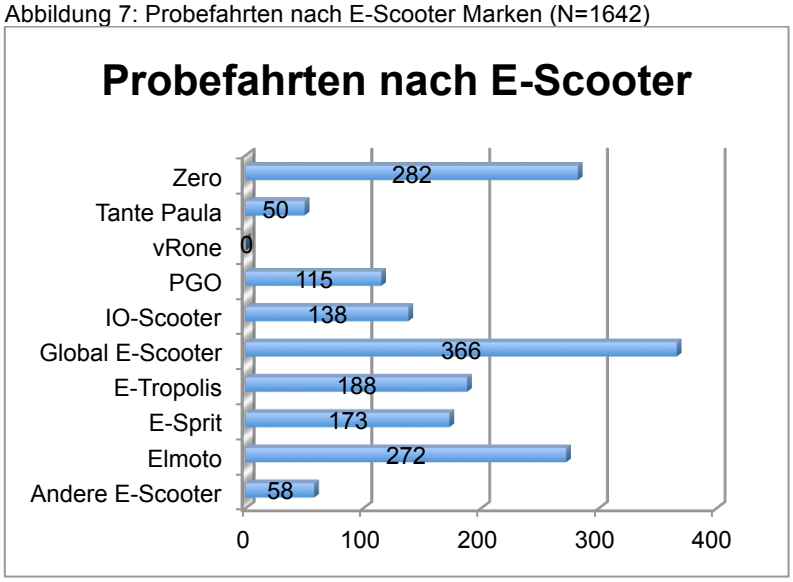


2011 wurden insgesamt 569 E-Scooter als Testfahrzeuge an RS ausgestellt. Die am häufigsten eingesetzten Modelle an RS waren E-Sprit und Global E-Scooter, gefolgt von Zero und PGO. Zum Vergleich: 2010 wurden 207 E-Scooters ausgestellt.

Abbildung 7 zeigt die Verteilung der Probefahrten nach Marken. Es wurden vor allem die Marken Global E-Scooter, Zero und Elmoto ausprobiert[3]. Leider konnten keine Fahrzeuge der Schweizer-Marke vRone zu Probe gefahren werden.

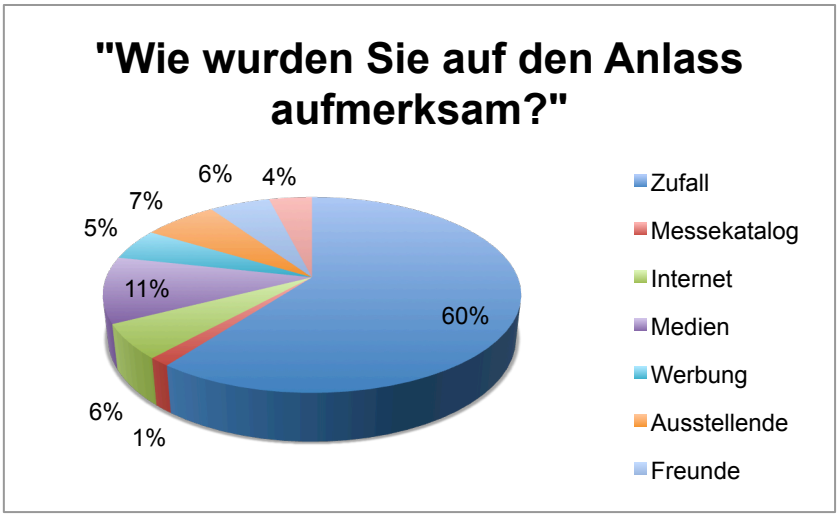
[3] Weil nicht alle Testfahrenden angaben, welches Modell sie ausprobierten, besteht eine Differenz zwischen der Anzahl Probefahrten nach E-Scooter Marken und dem Total an Probefahrten.

Abbildung 7: Probefahrten nach E-Scooter Marken (N=1642)



557 der 1'947 Testfahrerinnen und Testfahrer beantworteten die Frage, wie sie auf die E-Scooter Testtage aufmerksam gemacht wurden. 60% der Testfahrerinnen und Testfahrer (N=336) gaben an, dass sie „per Zufall" beim Event vorbeikamen (2010=37%). 11% der Befragten (N=61) wurden via Medien angelockt. 7% (N=38) gaben an, dass sie durch Ausstellende an der Ausstellung selber aufmerksam gemacht worden waren. 6% (N=32) der Testfahrenden wurden via Web auf die Testtage aufmerksam (siehe Abbildung 8).

Abbildung 8: Angaben der Testfahrer, wie sie auf den Anlass aufmerksam wurden



3 NewRide Kommunikation BS

3.1 Medienarbeit

Die Medienarbeit ist ein „soft"-Faktor. Wir arbeiten mit Partnern zusammen und versuchen, mit „langem Atem" qualitativ möglichst gute Berichte über E-Scooters anzuregen, wobei sich die Arbeit für die Swiss-Moto nicht scharf von der Arbeit für das Aktionsprogramm trennen lässt. So wurden die wichtigsten anlässlich der Swiss-Moto angeregten Medienbeiträge erst in den Wochen nach der Swiss-Moto publiziert, was dem Aktionsprogramm zugutekam, umgekehrt führen die zahlreichen Beiträge im Herbst zur Swiss-Moto hin. Wichtigster Partner war die Post, die eine grosse Zahl von Beiträgen ausgelöst hat, gefolgt von m-way; dieser Partner erleichtert zwar den Zugang zum Migros-Magazin, erschwert aber gleichzeitig den bisher sehr guten Zugang zur Coop-Zeitung. Die Post löst demgegenüber kaum Negativreaktionen aus.

Da NewRide aus Kostengründen das Argus-Abonnement (zusammen mit e'mobile) gekündigt hat, sind die Resultate der Medienarbeit quantitativ nicht direkt vergleichbar, weshalb die Zunahme der Berichterstattung nicht exakt beziffert werden kann. Hingegen kann festgestellt werden, dass die Berichterstattung qualitativ stark zugelegt hat. Dies hängt damit zusammen, dass 2011 auch Medien mit grossen Recherchekapazitäten regelmässig über Elektromobilität im Allgemeinen und E-Scooters im Speziellen berichten.

Einige Facts:

Wir rechnen für 2011 mit einer Gesamtauflage von 28 Mio Exemplaren von 300 Artikeln zum Thema mit E-Scooters, was einer Leserschaft von 84 Mio nach WEMF entspricht (mit Foto: 22 bzw. 66 Mio). Die Nutzung der Beiträge von Radio, Fernsehen und Internet-Plattformen ist hier nicht mitgezählt. Dies bedeutet, dass der durchschnittliche Einwohner, die durchschnittliche Einwohnerin der Schweiz monatlich mindestens einmal mit dem Thema E-Scooters in einem Medium begegnet ist.

- Die Neue Zürcher Zeitung hat mehrfach fundierte Beiträge in der „mobil"-Beilage veröffentlicht, unter anderem zur Marktsituation und Leistungsfähigkeit der aktuell angebotenen E-Scooters, zum Bedürfnis nach Ladestationen und zum Grenzbereich zwischen E-Bikes und E-Scooters.
- Erstmals haben sich 2011 mit K-Tipp und Beobachter konsumkritische Medien mit E-Scooters befasst und dabei ein insgesamt sehr positives Urteil geäussert.
- Mit den Ringier-Medien Blick und Schweizer Illustrierte ist es gelungen, im Boulevard-Bereich Fuss zu fassen.
- Ebenfalls erstmals hat sich, im Anschluss an die Swiss-Moto, die Sendung 10vor10 von SF DRS im Mai ausführlich mit E-Scooters befasst. Eine grosse Reichweite erzielten auch die Beiträge der DRS1-Konsum-Sendung Espresso.
- Die Fachmagazine berichten zunehmend über E-Scooters und NewRide, so Ride (u.a. zum Thema Vernetzung dank NewRide), Bike (Händlerausbildung von NewRide), aber auch Töff, Auto-Moto und weitere traditionelle Fachmedien der Branche berichten mittlerweile vorurteilslos über Elektrofahrzeuge.
- Die Hinweise auf Testanlässe haben zugenommen. Dies ist vor allem erfreulich bei mehrtägigen Anlässen, die noch besucht werden können, wenn der Bericht erscheint. Es hat sich gezeigt, dass solche Artikel wesentlich einfacher platziert werden können, wenn es sich um eine prestigeträchtige Institution (NZZ über Ausstellung im Verkehrshaus) oder um einen regionalen Betrieb (z.B. elfar in Aargauer Medien) handelt als um einen nicht spezialisierten Grossbetrieb wie tivoli Spreitenbach.

- Die Post hat anfänglich sehr zurückhaltend über die E-Scooters informiert. Da die Post die beste Referenz darstellt, die im Moment überhaupt für E-Scooters beigezogen werden kann, haben wir dieses Thema stark gepusht. Nachdem die Post ab Mitte Juli darauf eingestiegen ist, die E-Scooters in der Medienarbeit zu berücksichtigen, haben wir von deren ungleich grösseren Kapazitäten in der Medienarbeit profitieren können.

Insgesamt ist es uns gelungen, im laufenden Jahr zahlreiche neue, tragfähige Kontakte zu Journalistinnen und Journalisten unterschiedlicher Medien aufzubauen. Schwerpunkt war dabei die Vermittlung von Fachkompetenz, da langfristig die Qualität der Artikel wichtiger ist als die Quantität.

Das Fotoshooting mit Nachwuchsstars des Grasshopper Clubs hat für die Medienarbeit und die internen Bedürfnisse nach Fotos neues Bildmaterial generiert. Innerhalb von drei Monaten wurde der bei diesem Anlass gedrehte Video auf Youtube von mehr als 1500 verschiedenen Personen herunter geladen. Im ersten Monat haben wir den Video aktiv auf Facebook gepusht, inzwischen hat er sich genügend verbreitet, dass das Schneeballsystem funktioniert. Als konfliktträchtig erwies sich die Suche nach den zwei Fahrzeugen, die GC als Gegenleistung zur Verfügung gestellt wurden.

Ein weiteres Fotoshooting haben wir anlässlich der Roadshow im Tivoli Spreitenbach durchgeführt, um mit allen Fahrzeugen wieder up to date zu sein.

3.2 Internet

Die NewRide-Site insgesamt dürfte 2011 ziemlich genau gleich häufig genutzt werden wie im Vorjahr (74‘000 Besuche von 53‘000 unterschiedlichen Computern aus, insgesamt 318‘000 heruntergeladene Seiten, d.h. 1.4 Besuche und 6.0 Seiten pro Besucher). In der ersten Hälfte des Jahres lagen die Werte hinter dem Vorjahr zurück, in der zweiten Jahreshälfte sind sie dagegen höher, namentlich im September (plus 1000 Besucher). Hinzu kommt 2011 das neu aufgeschaltete Forum, das rasch an Besuchern zulegt und voraussichtlich 2012 auch für E-Scooters genutzt werden kann.

Die Auswertung der heruntergeladenen Seiten zeigt eine Stagnation bei den E-Bikes und ein Plus bei den E-Scooters. Die wichtige Seite scooter.php, die aufgerufen wird, wenn jemand Details zu einem bestimmten Fahrzeug sucht, wurde bis Anfang November über 16‘000 Mal aufgerufen, 4000 Mal häufiger als im ganzen Jahr 2010. Die Seite e_scooters.html, die Einstiegsseite zum E-Scooter-Bereich, erreichte bereits Ende Oktober den 10‘000. Besucher. Dies lässt darauf schliessen, dass das spezifische Scooter-Interesse gestiegen ist. Pro verkauften Scooter (ohne Post) wurden über 30 Modelle auf newride.ch miteinander verglichen, das ist deutlich mehr als in der entsprechenden Phase der Marktentwicklung bei den E-Bikes, was auf den gestiegenen Bekanntheitsgrad von NewRide zurück zu führen ist.

Die häufigsten Anfragen bei Suchmaschinen, die zu NewRide.ch führen, betreffen E-Scooters, gefolgt von NewRide und E-Bikes. Dies zeigt die Bedeutung einer unabhängigen Plattform, die über diese den meisten noch unbekannten Fahrzeuge orientiert.

3.3 Google Adwords

Google-Adwords hat sich seit dem Pilotprojekt 2009 zu einem festen Bestandteil der Werbestrategie von NewRide entwickelt. Bezahlt wird nicht für die gesehenen Anzeigen, sondern

nur für die Klicks, die auf www.newride.ch führen. Adwords bietet Monitoring-Tools, die ein kontinuierliches Optimieren der Kampgagen vereinfachen und das Erstellen von Leistungsberichten ermöglichen.
Die Kampagnen wurden jeweils zehn Tage vor einem E-Scooter Testevent aufgeschaltet. Je nach Durchführungsort der Roadshows wurden die Anzeigen in verschiedenen Regionen geschaltet. Daraus resultierten gesamthaft 2047 Klicks zu Durchschnittskosten von 1.02 Euro pro Klick. Das Maximalgebot für einen Klick lag bis Ende Juli bei einem Euro, für die Events im August und September haben wir das Maximalgebot pro Klick auf 1.50 Euro angehoben. Daraus resultierte eine durchschnittliche Position unserer Anzeige von 3.5 bis Ende Juli, und 2.5 im August und September. Die Anzeige war also meistens an zweiter oder dritter Stelle bei den Anzeigen zu sehen. Die Kosten für alle Klicks beliefen sich auf 2090 Euro. Das meistgesuchte Keyword war „elektro roller“ mit 613 Klicks, gefolgt von „elektro-scooter“ mit 265 Klicks und „e-scooter“ mit 227 Klicks. Der Begriff E-Scooter scheint bekannter zu werden. Bis Juli wurde der Begriff „e-scooter“ 58 Mal angeklickt, im August und September 169 Mal, was „e-Scooter“ zum zweitmeistgesuchten Begriff dieser Periode macht. Der Begriff E-Scooter beginnt sich also zu etablieren, ist aber im Volksmund noch nicht so gebräuchlich wie E-Bike. „electric scooter“ als erstes französisches Keyword folgt mit 211 Klicks an vierter Stelle. Die NewRide Anzeigen wurden 72298 Male geschaltet, es wurden also 2.83 Prozent der geschalteten Anzeigen effektiv angeklickt. 2009 waren es 4.58 Prozent, bei Durchschnittskosten von 48 Cents pro Klick. 2009 wurde die Anzeige im selben Zeitraum aber 58‘878 mal geschaltet. Die durchschnittliche Position der Anzeige war dabei 1.4, die Anzeige war also meistens an erster oder zweiter Stelle bei den Anzeigen zu sehen.
Google Adwords hat sich seit 2009 stark verändert. Damals hatten wir mit einem Kostendach von 80 Cents pro Klick noch meistens die erste Anzeigenposition inne. Im Herbst hatten wir als Reaktion auf das sinkende Rating unserer Anzeigen, das Kostendach pro Klick auf 1.50 Euro angehoben. Durch die Kostenanpassung war die NewRide Werbung besser platziert, was bei einer konstanten Anzahl geschalteter Anzeigen zu einer Verdreifachung der Klicks, von 591 im ersten Halbjahr zu 1499 im August und September geführt hat. Google Adwords ist zwar teurer geworden, doch ist es immer noch eine der günstigsten Werbemöglichkeiten im Werbemarkt.

4 Fazit

- Die Zahl der im 2011 durchgeführten Ausstellungen zu Elektrozweirädern hat im Vergleich zu den Vorjahren abgenommen. Während in den letzten Jahren im Schnitt 130 NewRide Events durchgeführt wurden, fanden dieses Jahr 94 RoadShows statt. Durchschnittlich führte NewRide pro Woche ein bis zwei RoadShows durch.
- Anzahl Gemeinden, die bei NewRide mitmachen, hält sich seit einiger Zeit konstant: dieses Jahr waren es 29 und 2010 waren es 32 Gemeinden und Städte.
- Die Anzahl E-Bike-Anbieter, die bei NewRide mitmachen, hat im 2011 abgenommen (2011: 13; 2010: 18); hingegen hat die Zahl der E-Scooter-Anbieter erfreulicherweise zugenommen (2011: 11; 2010: 9).
- Die meisten RoadShows wurden von Gemeinden (34%) und an überregionalen Messen (31%) durchgeführt. Über die Jahre hinweg ist eine Tendenz ersichtlich, dass die Gemeinden weniger aktiv in der Organisation von RS sind: Während 2007 noch 66% der RS von Gemeinden durchgeführt wurden, sind es in diesem Jahr „nur“ gerade 34%.
- Der Rückgang der Anzahl organisierten RoadShows gegenüber den Vorjahren ist auf den höheren RoadShow-Preis für Händler und Gemeinden zurück zu führen. Letztes Jahr bezahlten die Händler pro RoadShow-Tag 100.- und dieses Jahr 500.-. Auch die E-Bike Gemeinden mussten für einen RS-Tag 500.- bezahlen, während dies in den letzten Jahren gratis war. Der Rückgang lässt sich mit diesem Preisanstieg erklären. Vor allem die Händler beschwerten sich bei NewRide über den starken Preisanstieg. So wurde von den Händlern argumentiert, dass sie für diesen Preis selber eine Person für die Standbetreuung organisieren könnten. Die Infrastruktur-Frage sowie die fachliche Kompetenz der Ausstellungsbetreuer blieben dabei meist offen und unklar.
- Obwohl die Jahresgebühr für einen NewRide-Händler von 75.- auf 150.- anstieg ist kein signifikanter Rückgang der Anmeldungen zu verzeichnen. 2010 machten 246 Händler und 2011 214 Händler bei NewRide mit.
- Die Anzahl der Standbesucher konnte in den letzten paare Jahren konstant auf einem hohen Niveau gehalten werden. Pro Ausstellung werden 125 bis 133 Besucher und Besucherinnen angesprochen.
- Auch die Anzahl durchgeführten Probefahrten blieb auf einem hohen Niveau: Pro RS-Tag wurden 2011 im Schnitt 81 Probefahrten durchgeführt und 2010 waren es 90.

- Die E-Bike Händler in der Deutschschweiz waren aktiver als die in der Westschweiz; sie organisierten 10 RS-Tage, während in der Romandie keine einzige Ausstellung durchgeführt wurde.
- Im Vergleich zu letztem Jahr besuchten mehr Personen den NewRide-Stand „per Zufall" – zwei Drittel kamen spontan vorbei. Letztes Jahr waren es nur gerade 37%.
- An den E-Bike-Ausstellungen werden viele Flyer-Produkte ausgestellt. Dies hängt damit zusammen, dass Flyer eines der grössten Händlernetze in der Schweiz hat und diese zuverlässig jede Roadshow mit Fahrzeugen bedienen.
- Verglichen zum Vorjahr nahm die Zahl der ES-Testtage zu: 2011 wurden 56 und 2010 32 Testtage durchgeführt. Durchschnittlich wurden auch mehr Testfahrten durchgeführt: Letztes Jahr testeten 22 Personen einen E-Scooter während 2011 35 Testfahrten pro Event durchgeführt wurden. Diese Zahlen deuten auf ein zunehmendes Interesse in der Bevölkerung hin.
- Am häufigsten testgefahren wurden die Global E-Scooter. Die kleinen, trotinettartigen Fahrzeuge sind bei den Jugendlichen zum Testfahren sehr beliebt.
- Die am häufigsten ausgestellten Marken an den E-Scooter Testtagen waren Fahrzeuge von E-Sprit und Global E-Scooter.
- Erfreulicherweise konnte die Zahl der ausgestellter E-Scooter an den Ausstellungen erhöht werden: pro Ausstellung wurden dieses Jahr durchschnittlich 10 E-Scooter ausgestellt, 2010 waren es nur gerade 6 Stück pro Event.