

# Neuwagenkäufer

Kurzbericht zum ETH-Forschungsprojekt "Befragung von Neuwagenkäufer/innen" der Marken BMW, Ford, Honda, Nissan, Opel, Peugeot, Renault, Saab

**Report****Author(s):**

De Haan, Peter; Peters, Anja; Müller, Michel

**Publication date:**

2005

**Permanent link:**

<https://doi.org/10.3929/ethz-a-006123301>

**Rights / license:**

In Copyright - Non-Commercial Use Permitted

**Originally published in:**

Bericht zum Schweizer Autokaufverhalten 3

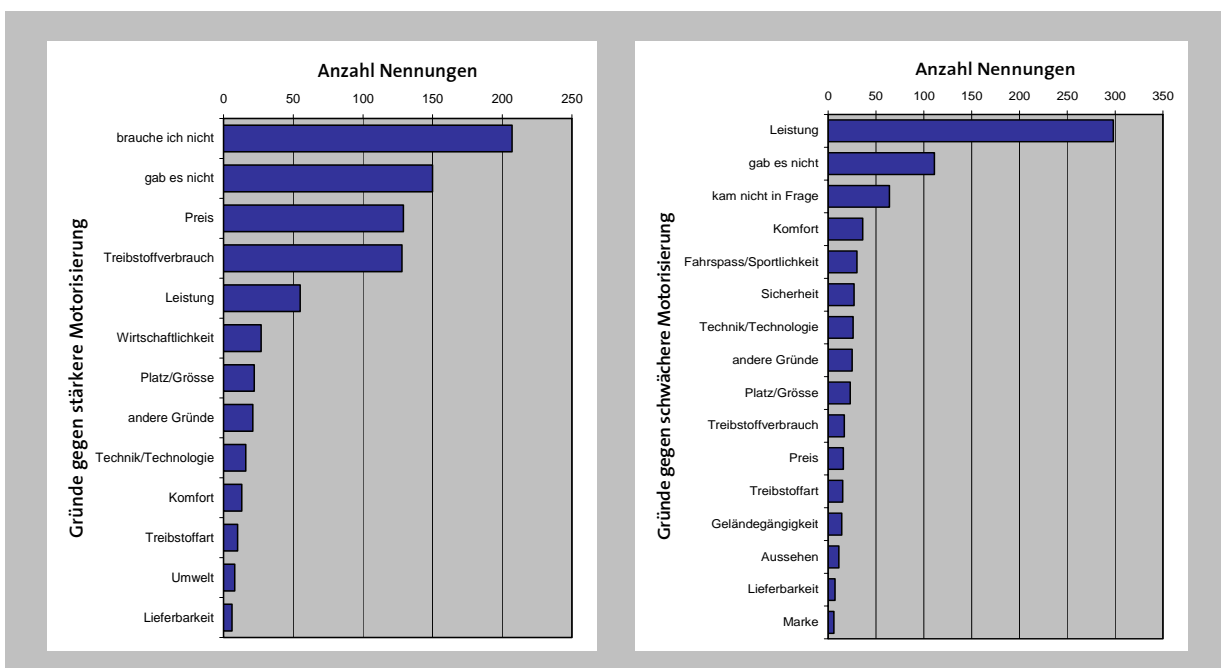
Berichte zum Schweizer Autokaufverhalten Nr. 3

# Neuwagenkäufer: Wer sie sind, was für das gekaufte Auto und gegen kleinere oder grössere Fahrzeugmodelle sprach, und wie sie zu CO<sub>2</sub>-Reduktionsmassnahmen stehen

Kurzbericht zum ETH-Forschungsprojekt „Befragung von Neuwagenkäufer/innen“ der Marken BMW, Ford, Honda, Nissan, Opel, Peugeot, Renault, Saab

Zürich, 15. Dezember 2005

PdH, AP, MM



Preferred citation style:

de Haan, P., Peters, A., Mueller, M.G., 2005. Neuwagenkäufer: Wer sie sind, was für das gekaufte Auto und gegen kleinere oder grössere Fahrzeugmodelle sprach, und wie sie zu CO<sub>2</sub>-Reduktionsmassnahmen stehen (in German). Kurzbericht zum ETH-Forschungsprojekt „Befragung von Neuwagenkäufer/innen“ der Marken BMW, Ford, Honda, Nissan, Opel, Peugeot, Renault, Saab. Berichte zum Schweizer Autokaufverhalten Nr. 3. ETH Zurich, IED-NSSI, report EMDM1331, 31 pages (download from <http://www.uns.ethz.ch/res/emdm/>)

Danksagung

Diese Forschungsarbeit wurde ermöglicht durch die Zusammenarbeit mit auto-schweiz – Vereinigung Schweizerischer Automobil-Importeure, BMW (Schweiz) AG, Honda Automobiles (Suisse) SA, Ford Motor Company (Switzerland) SA, General Motors Suisse SA, Peugeot (Suisse) SA, und Renault Nissan Suisse SA.

© 2005 ETH Zurich, IED-NSSI, 8092 Zurich, Switzerland. All rights reserved.

For further information please contact:

ETH Zurich, Dept. of Environmental Sciences  
Institute for Environmental Decisions (IED)  
Natural and Social Science Interface (NSSI)  
Universitaetstrasse 22, CHN J76.2  
8092 Zurich  
Switzerland  
Tel. +41-44-632 58 92 (secretariat)  
Fax. +41-44-632 29 10  
[www.nssi.ethz.ch/res/emdm/tramob/](http://www.nssi.ethz.ch/res/emdm/tramob/)

Author contact:

Peter de Haan            dehaan@env.ethz.ch    [www.nssi.ethz.ch/people/staff/pdehaan](http://www.nssi.ethz.ch/people/staff/pdehaan)    +41-44-632 49 78  
Anja Peters            anja.peters@env.ethz.ch    [www.nssi.ethz.ch/people/staff/peters](http://www.nssi.ethz.ch/people/staff/peters)    +41-44-632 66 76  
Michel Müller    michel.mueller@env.ethz.ch    [www.nssi.ethz.ch/people/staff/micmuell](http://www.nssi.ethz.ch/people/staff/micmuell)    +41-44-632 63 15

## Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Hintergrund und Ziel des Forschungsprojekts</b>	<b>4</b>
<b>2.</b>	<b>Neuwagenkäufer: wer sie sind</b>	<b>5</b>
2.1.	Durchführung und Rücklauf der Befragung	5
2.2.	Geschlecht, Alter, Haushaltgrösse, Ausbildung, Einkommen	5
2.3.	Weitere Autos im Haushalt	8
<b>3.</b>	<b>Gründe für das gekaufte Auto und gegen das nächst kleinere/grössere Modell</b>	<b>9</b>
3.1.	Aufteilung nach Marken und Hauptverwendungszweck	9
3.2.	Markentreue und Anteil Ersatzkäufe	10
3.3.	Dauer des Entscheidungsprozesses	10
3.4.	Anzahl in Erwägung gezogener Marken und Modellen	11
3.5.	Gründe für das gekaufte Auto und gegen das nächst kleinere und nächst grössere Modell	12
<b>4.</b>	<b>Akzeptanz von Massnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion im Verkehrsbereich</b>	<b>15</b>
4.1.	Bewertung von Zielen zu CO <sub>2</sub> -Reduktion im Verkehrsbereich	15
4.2.	Bewertung konkreter Massnahmen zur CO <sub>2</sub> -Reduktion im Verkehrsbereich	16
4.3.	Reaktion auf Bonus-Malus-Systeme (Prämien für treibstoff-effiziente Autos)	16
4.4.	Bewertung von Finanzierungsvarianten für Bonus-Malus-Systeme	17
4.5.	Zusammenhänge: wer bevorzugt welche Zielen und Massnahmen?	18
	<b>Literatur</b>	<b>21</b>
	<b>Anhang: Begleitschreiben und Fragebogen</b>	<b>22</b>

## 1. Hintergrund und Ziel des Forschungsprojekts

**Zur Umsetzung des Kyoto-Protokolls** hat sich die Schweiz zum Ziel gesetzt, die CO<sub>2</sub>-Emissionen aus dem Verkehr bis 2010 um –8% gegenüber dem Stand von 1990 zu senken. Tatsächlich war aber bis Ende 2004 ein Anstieg um +8.5% zu verzeichnen (BUWAL 2005). Von allen Sektoren verzeichnet der motorisierte Strassenverkehr den grössten Anstieg und damit die grösste Abweichung vom bundesrätlichen CO<sub>2</sub>-Reduktionsziel. Grundsätzlich kann eine Verringerung des CO<sub>2</sub>-Ausstosses auf verschiedenen Wegen angepeilt werden: Reduktion der gefahrenen Kilometer, Reduktion der durchschnittlichen Autogrösse, und Erhöhung der Energie-Effizienz der eingesetzten Fahrzeuge.

**Der durchschnittliche Treibstoffverbrauch der Neuwagen sinkt.** Im Jahre 2002 hat auto-schweiz mit dem UVEK ein Reduktionspfad des durchschnittlichen Treibstoffverbrauchs neuer Personenwagen vereinbart (auto-schweiz 2002). Die Vereinbarung sieht eine jährliche durchschnittliche Treibstoffverbrauchsreduktion um 0.25 Liter pro 100 km vor, d.h. eine Verminderung von 8.4 Liter im Jahr 2000 auf 6.4 Liter in 2008. Denn der Neuwagenkauf kann bei der CO<sub>2</sub>-Reduktion eine sehr wichtige Rolle spielen: Im Schnitt wird jeder Neuwagen etwa 11 Jahre alt, legt 160'000 Kilometer zurück, und wechselt alle 3 bis 4 Jahre den Besitzer – ungeachtet der Tatsache, ob das Auto verbrauchsgünstig ist oder nicht. Die meisten Automodelle sind mit einer breiten Palette von Motoren erhältlich, die Spannweite hinsichtlich CO<sub>2</sub>-Emissionen beträgt meist 40%. Über die Lebensdauer eines Autos gerechnet entspricht dies 10 Tonnen CO<sub>2</sub> – dem Konsumenten kommt die Wahl eines effizienteren Autos dabei gar günstiger.

**Allgemeines Ziel der ETH-NSSI-Forschung** ist es, besser zu verstehen, welche Haushalte welche Bedürfnisse haben, welche Verkehrsmittel sie verwenden und was ihnen bei einem allfälligen Autokauf wichtig ist. Mit den gewonnenen Erkenntnissen können Entscheidungsträger in Politik und Wirtschaft unterstützt werden, die Bedürfnisse von Autokaufenden besser zu berücksichtigen bei möglichen Massnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion, und es können die Auswirkungen solcher Massnahmen besser vorhergesagt werden.

**Die Befragung von Neuwagenkäufer/innen** im Rahmen des vorliegenden Forschungsprojekts ergänzt die schriftliche Grossbefragung (im Rahmen des von auto-schweiz und Erdölvereinigung gesponserten Projekts „Entscheidungsfaktoren beim Kauf treibstoffeffizienter Neuwagen“) um jene Themen, welche sich besser im interaktiven Dialog als rein schriftlich abfragen lassen. Im Vordergrund steht einerseits, die Käufer/innen ohne vorformulierte Antwortmöglichkeiten sagen zu lassen, was gegen das nächst kleinere und gegen das nächst grössere Automodell sprach. Andererseits wurde versucht, die mutmassliche Reaktion der Befragten auf künftigen Bonus-Malus-Systemen beim Neuwagenkauf zu untersuchen.

**Forschungsfragen.** Mit der Neuwagenkäufer-Befragung möchten wir folgende Fragen beantworten können:

- > wer wäre unter welchen Umständen bereit zur Wahl eines Motors mit geringerem Verbrauch (unter Beibehaltung des gewählten Automodells);
- > wer wäre unter welchen Umständen bereit zur Wahl des nächst kleineren (oder grösseren) Autos;
- > wie gross ist die Akzeptanz möglicher staatlichen Massnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion im Bereich des motorisierten Individualverkehrs.

Projektziel war, ca. 2000 Käufer/innen zu kontaktieren, eine Rücklaufquote von 15% bis 35% zu erreichen, und damit mindestens 300 erfolgreiche Interviews bzw. ausgefüllte Fragebögen zu erhalten. Mit einem Rücklauf von über 40% und über 800 erfolgreichen Interviews wurden diese Erwartungen deutlich übertroffen.

**Themen** der telefonischen Befragung waren: Welches Auto haben Sie gekauft, und zu welchen Einsatzzwecken? Was hat den Ausschlag für dieses Modell gegeben? Was sprach gegen ein grösseres (bzw. kleineres) Auto, was sprach gegen einen grösseren (bzw. kleineren) Motor? Welche anderen Automodelle waren bis zuletzt „im Rennen“? Wie lief der Kaufentscheid für den Neuwagen ab (Dauer, Informationsquellen, Vorabklärungen, involvierte Personen, usw.)? Wäre zu einem anderen Modell gewechselt worden, wenn dafür ein Bonus von 2000 Franken ausbezahlt worden wäre?

## 2. Neuwagenkäufer: wer sie sind

### 2.1. Durchführung und Rücklauf der Befragung

Die Adressen stammen von Kundendaten von Neuwagenkäufern, welche für die vorliegende Arbeit zur Verfügung gestellt wurden. Alle Käufer stammen aus der Deutschschweiz, weil die Befragung nur deutschsprachig durchgeführt wurde. Die Adressen wurden mit einem Zufallsverfahren ausgewählt und sollten repräsentativ für die jeweilige Kundengesamtheit sein. Es wurden nur Personen angeschrieben und anschliessend angerufen, welche im Telefonbuch eingetragen sind (Datenstand vom 18.4.2005, Datenlieferant: Swisscom Directories AG, verwendete Software: TwixTel32). Dabei wurde die Telefonbuchanschrift verwendet und nicht jene aus den Kundendaten. Neuwagenkäufer, welche sich nicht eindeutig im Telefonbuch auffinden liessen (fehlende oder mehrdeutige Einträge), wurden nicht angeschrieben. Den Datenlieferanten gegenüber wurden Datenschutzzusicherungen abgegeben. Neben Garantien bezüglich Personenschutz und Nichtweitergabe an Dritte wurde auch zugesichert, dass die veröffentlichte Ergebnisse keinen Rückschluss auf die Automarken der jeweiligen Neuwagen erlauben dürfen.

Gesamthalt wurden die Neuwagenkäufer von acht Automarken befragt. Diese acht Automarken stammen aus fünf verschiedenen Herstellerregionen und decken absatzgewichtet 37% der 2004er Neuzulassungen in der Schweiz ab. Vertreten sind sowohl Hersteller mit breiter als auch solcher mit spezialisierter Modellpalette. Ziel war, bei jeder Automarke die gesamte Modellpalette marktrepräsentativ abzudecken.

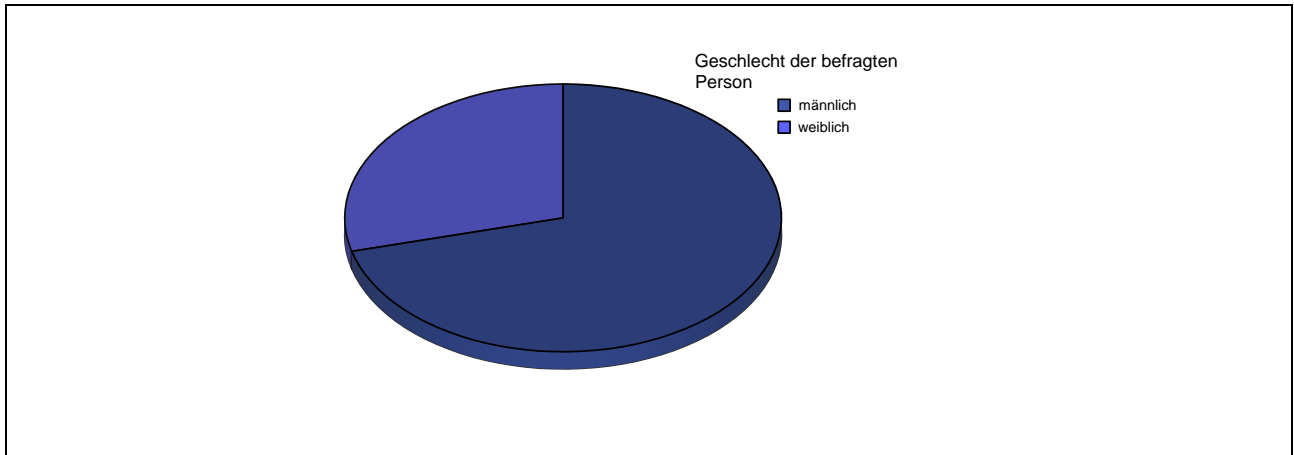
Die Auflage umfasste 1860 Fragebögen. Diese wurden jeweils in Versandgrössen zwischen 100 bis 300 Fragebogen pro Woche verschickt. Diese Portionierung wurde absichtlich vorgenommen, da alle Personen, die einen Fragebogen zugestellt bekamen, auch in zeitlicher Nähe dazu angerufen werden sollten (sofern sie den Fragebogen nicht bereits sofort nach Erhalt zurückgesendet hatten).

Sehr oft führte die telephonische Kontaktaufnahme dazu, dass die Befragten in Aussicht stellten, den Fragebogen auszufüllen und zurücksenden. Dies obwohl immer angeboten wurde, die Befragung unmittelbar telefonisch mit der Interviewerin durchführen zu können. Insgesamt betrug der Rücklauf 809 Neuwagenkäufer (43.5 %). Dies setzt sich zusammen aus 685 Fragebögen und 124 Interviews. Unter den Antwortenden waren 564 Männer und 230 Frauen (15 Personen haben keine Angabe zu ihrem Geschlecht gegeben). Das Alter betrug zwischen 20 und 85 Jahren, der Mittelwert liegt bei 54 Jahre. Dies ist oberhalb des gesamtschweizerischen Mittels, wie es für Neuwagenkäufer aus der haushaltrepräsentativen Grossbefragung hervorgeht (49.8 Jahre).

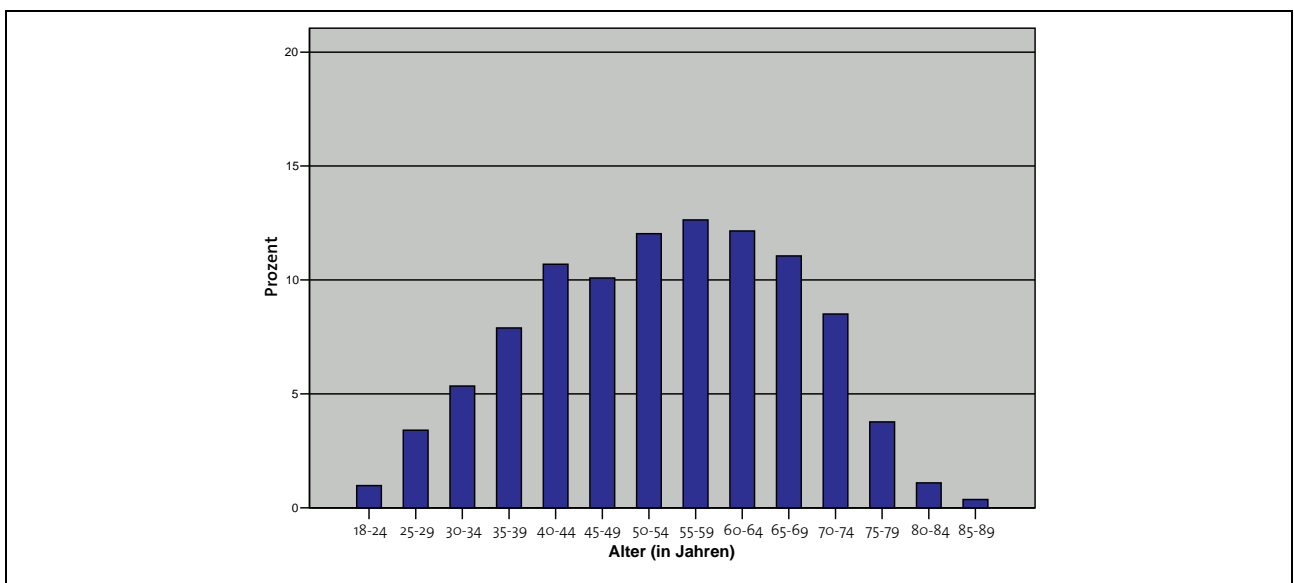
### 2.2. Geschlecht, Alter, Haushaltgrösse, Ausbildung, Einkommen

In den untenstehenden Abbildungen werden die antwortenden Neuwagenkäufer/innen aus soziodemographischer Sicht beschrieben. Der Anteil Frauen (Figur 1) ist mit 28.9% leicht über dem schweizerischen Mittel gemäss der ETH-Grossbefragung (25.6%). Altersmässig (Figur 2) sind die Antwortenden mit 53.6 Jahre (Mindestalter: 20 Jahre; Höchstalter: 85 Jahre; Standardabweichung 13.8 Jahre) etwas älter als gesamtschweizerisch (49.8 Jahre). Hinsichtlich der Haushaltgrösse (Figur 3) dominieren klar die (i.d.R. kinderlosen) Paarhaushalte, an zweiter Stelle kommen die Single-Haushalte; 35% der Antwortenden leben in einem Haushalt mit einem oder mehreren Kindern. Hinsichtlich der höchsten abgeschlossenen Ausbildung (Figur 4) zeigt sich ein Bild, welches aufgrund der Altersverteilung im wesentlich zu erwarten ist und den Resultaten der schweizerischen Volkszählung entspricht. Das monatlich zur Verfügung stehende Bruttoeinkommen des gesamten Haushalts ist in Figur 5 abgebildet. Dies entspricht mit sehr guter Übereinstimmung der entsprechenden Verteilung aus einer anderen Datenquelle, der ETH-Grossbefragung vom Sommer 2005 (Figur 6).

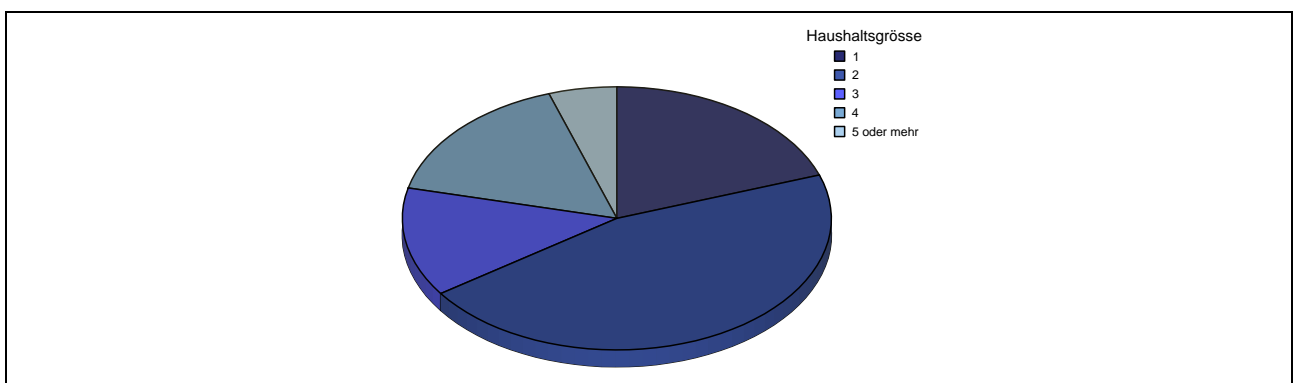
Aufgrund der Vergleiche mit Volkszählung und Grossbefragung dürfen die total 809 Neuwagenkäufer/innen der vorliegenden Befragung deshalb als repräsentativ für die Schweiz betrachtet werden.



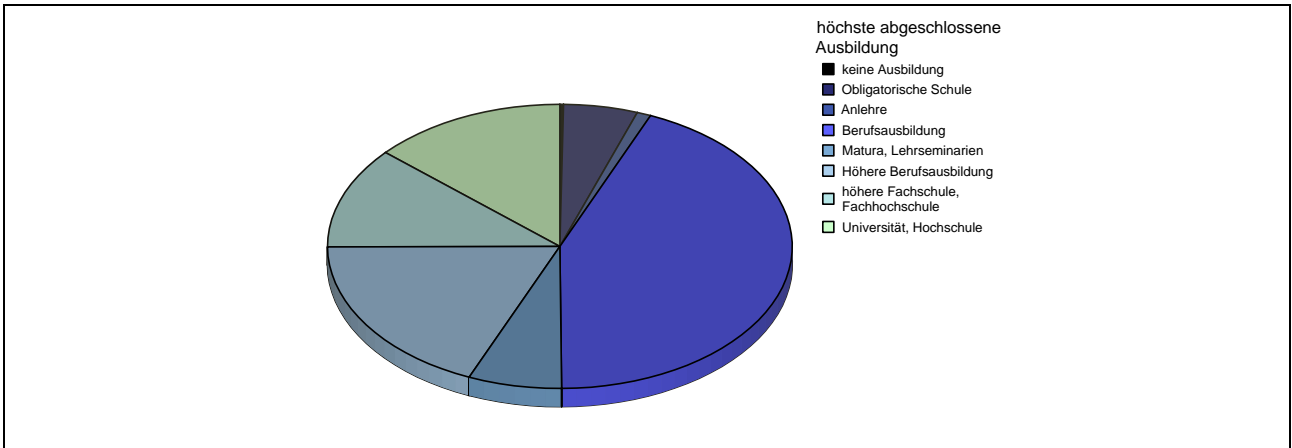
Figur 1. Verteilung der Antwortenden nach Geschlecht.



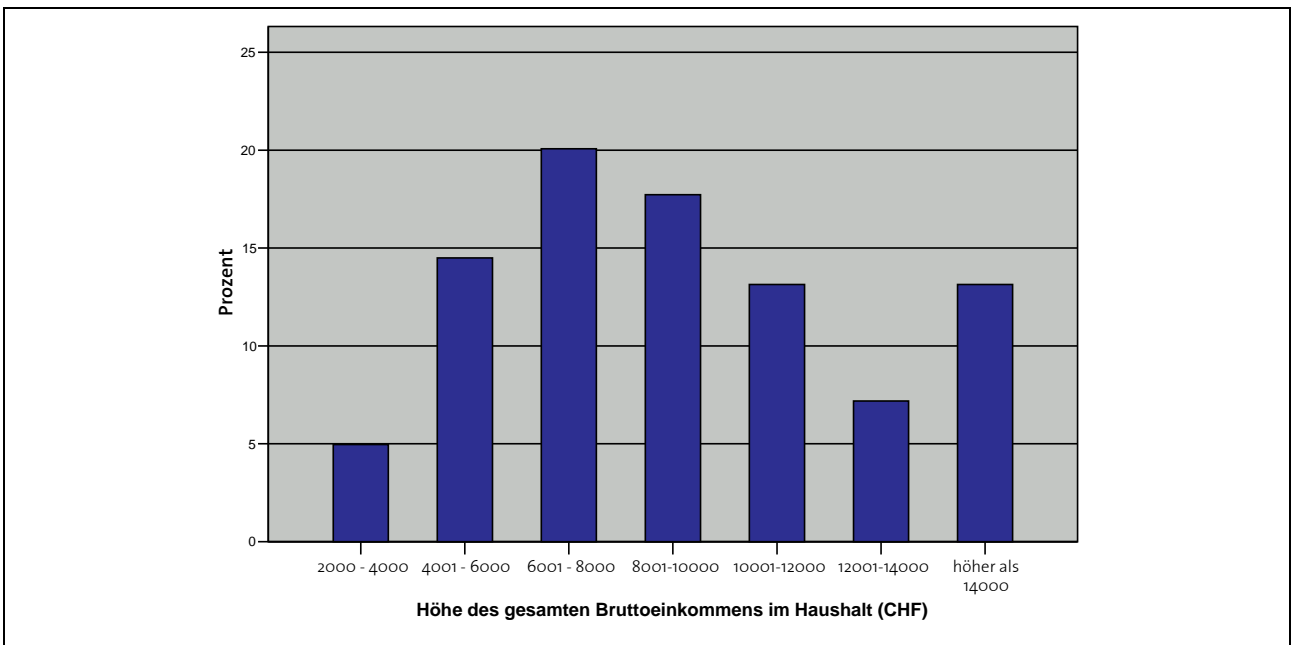
Figur 2. Verteilung der Antwortenden nach Alterskategorien.



Figur 3. Verteilung der Antwortenden nach Anzahl Personen (Erwachsene und Kinder) im Haushalt.

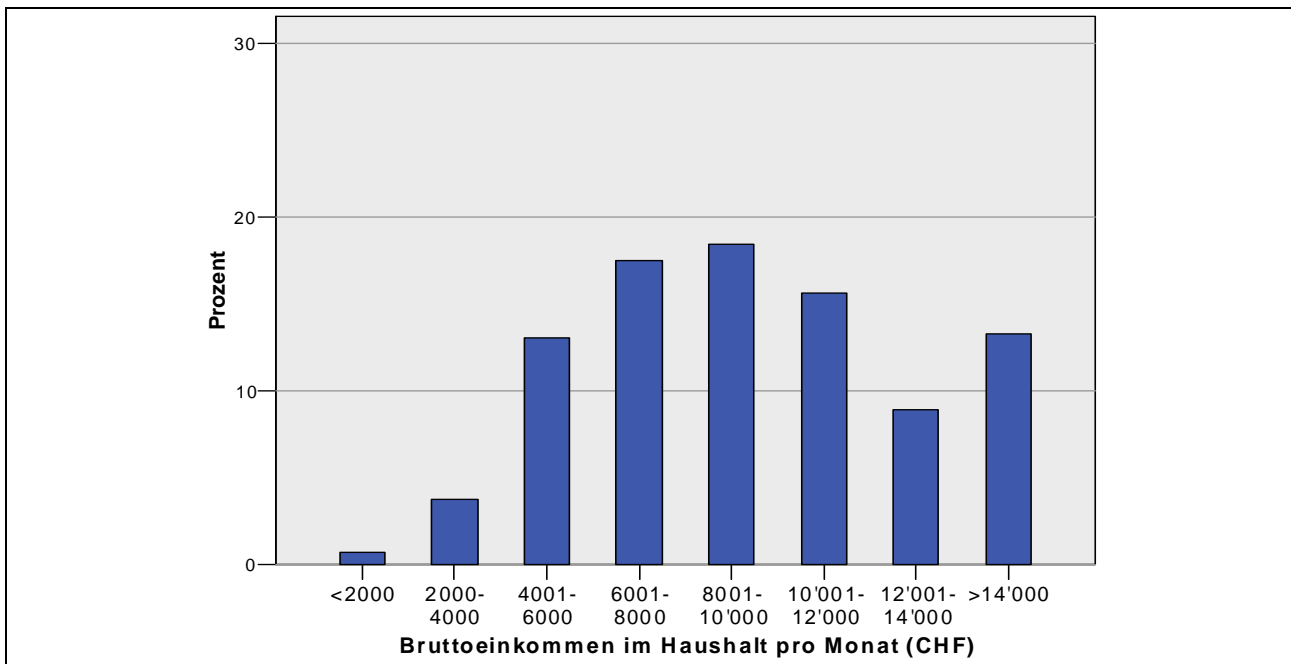


Figur 4. Verteilung der Antwortenden nach der höchsten abgeschlossenen Ausbildung.



Figur 5. Verteilung der antwortenden Neuwagenkäufer/innen nach Höhe des monatlichen Bruttoeinkommens.

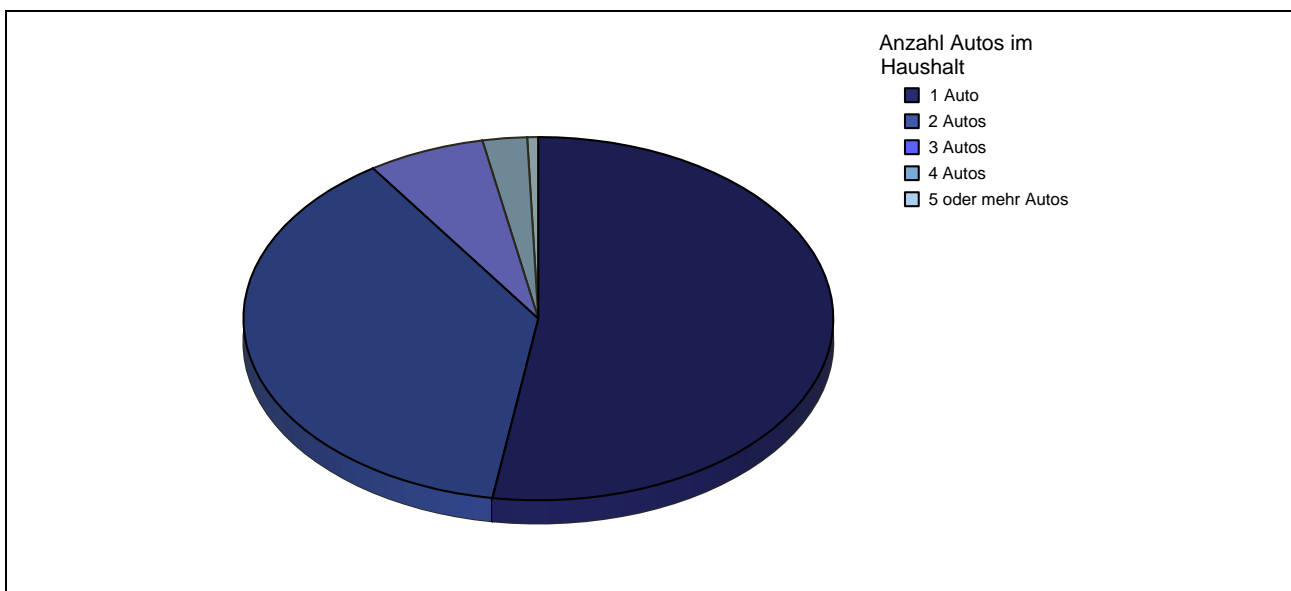




**Figur 6.** Verteilung der Neuwagenkäufer aus der ETH-Grossbefragung (= jene 19 % [N = 444], der insgesamt 2344 Antwortenden, welche in den nächsten 10 Jahren sicher oder wahrscheinlich ein neues Auto kaufen wollen) nach Höhe des monatlichen Bruttoeinkommens.

### 2.3. Weitere Autos im Haushalt

Untenstehende Figur 7 zeigt die Anzahl Autos pro Haushalt. 54% der Antwortenden stammen aus Ein-Auto-Haushalten (=der in den Monaten vor der Befragung gekaufte Neuwagen), 33% haben zwei Autos.



**Figur 7.** Verteilung der Anzahl Autos (total, d.h. inklusive dem kürzlich gekauften Neuwagen) im Haushalt.

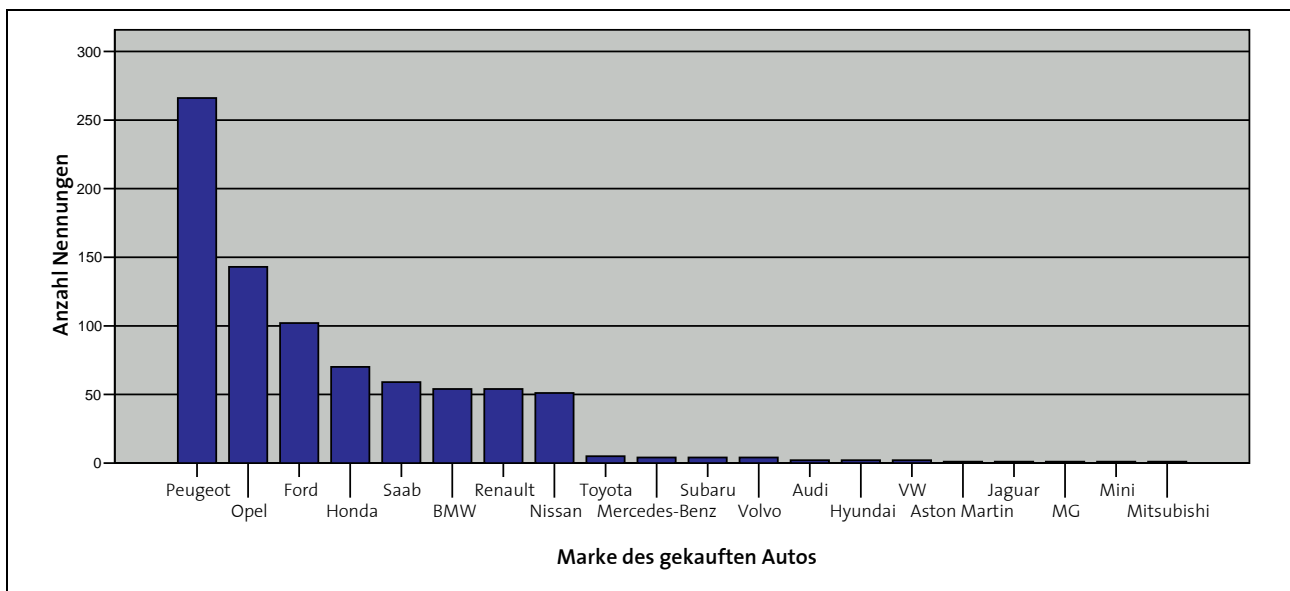
### 3. Gründe für das gekaufte Auto und gegen das nächst kleinere/grössere Modell

#### 3.1. Aufteilung nach Marken und Hauptverwendungszweck

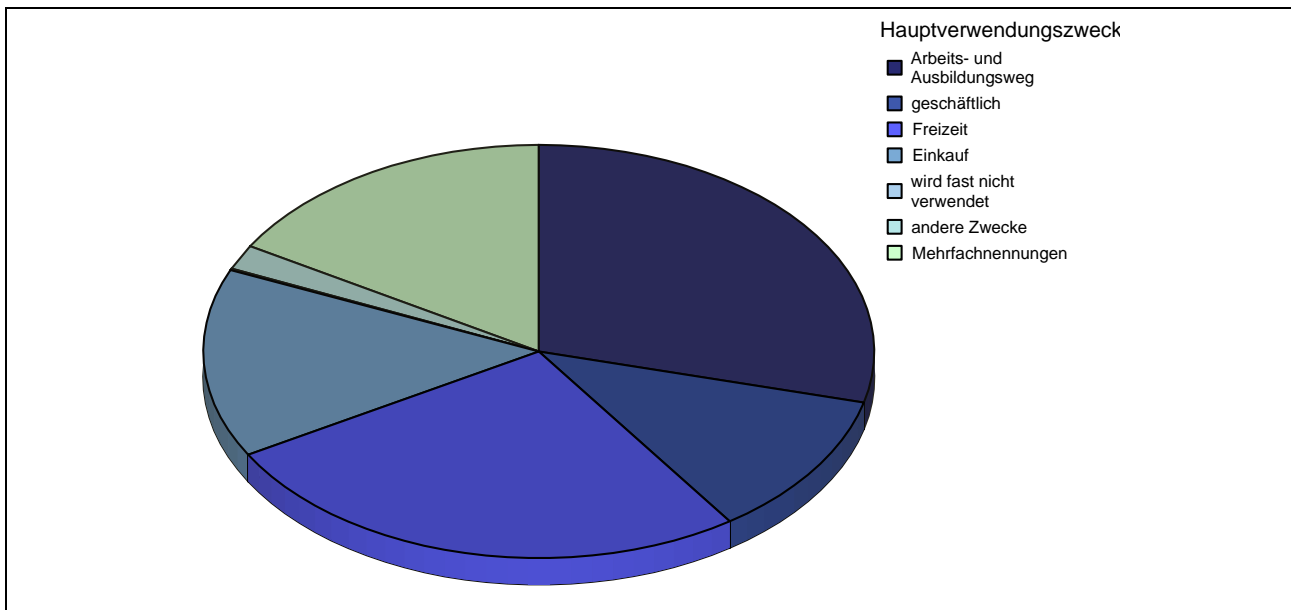
Wie in Kap. 2.1 ausgeführt, wurde nicht direkt jene Person angefragt, deren Anschrift der ETH Zürich zur Verfügung gestellt wurde. Stattdessen wurde die offizielle Telefonbuch-Anschrift des Haushalts verwendet. Dies führt tendenziell dazu, dass es vorkommen kann, dass bei noch bei den Eltern lebenden volljährigen Kindern, welche z.B. soeben ihr erstes Auto gekauft haben, die Eltern den Fragebogen ausfüllen (sogar wenn sie kein Neuwagen gekauft haben in letzter Zeit). Auch kann vermutet werden, dass es bei Ehefrauen vorkommen kann, dass der Ehemann (dessen Name oft als einziger Name im Telefonbuch steht und entsprechend als Anschrift für die Befragung verwendet wurde) den Fragebogen ausfüllt, sogar wenn er kein Neuwagen gekauft hat in den letzten Monaten. Aus diesen Gründen sind auch Fragebögen eingegangen, bei welchen die Marke des Neuwagens nicht einem der an dieser Befragung beteiligten Marken entsprach (Figur 8). Für die weiteren Auswertungen wurden diese „fremden“ Neuwagen grundsätzlich beibehalten. Aus dem Datensatz eliminiert wurden aber all jene Antwortenden, deren Neuwagenkauf mehr als 18 Monate zurücklag, oder welche angaben, nur ein Occasionfahrzeug erworben zu haben.

Der hohe Anteil von Peugeotwagen ist darauf zurückzuführen, dass zu Beginn des Projekts kurzfristig weitere Interviewer aus studentischen Semesterprojekten zur Verfügung standen und diese Kundendaten zeitlich zuerst zur Verfügung standen. Für marktrepräsentative Aussagen muss deshalb je Marke ein Gewichtungsfaktor verwendet werden (so genannte geschichtete Auswertung).

Figur 9 zeigt den Hauptverwendungszweck (es war nur eine Nennung erlaubt) des Neuwagens. Es dominiert klar die Verwendung zu Pendel- und zu Freizeitzwecken.



Figur 8. Markenverteilung (sortiert nach Anzahl der Nennungen)



Figur 9. Hauptverwendungszweck des gekauften Autos.

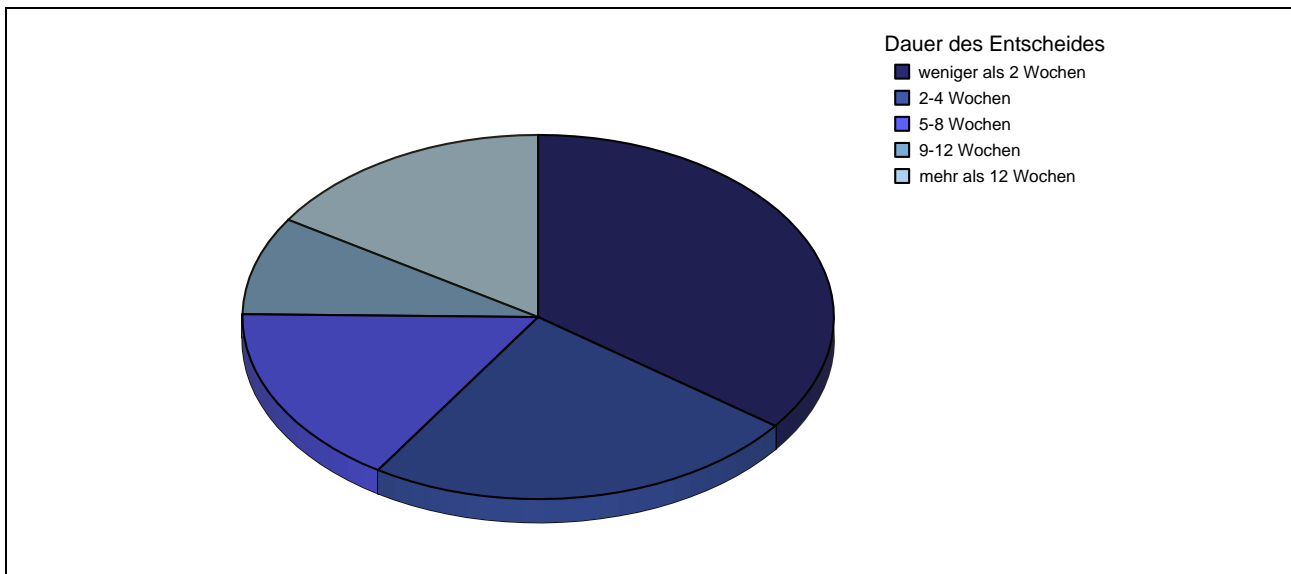
### 3.2. Markentreue und Anteil Ersatzkäufe

Der Anteil markentreuer Kunden ist je Marke stark unterschiedlich; er bewegt sich für die acht involvierten Marken zwischen 35% und 83%. Zum Teil weichen die Marktetreue-Anteile damit erheblich von den gesamtschweizerischen 50% ab. Als markentreu definieren wir dabei einen Käufer, dessen Neuwagen ein Auto derselben Marke ersetzt hat. Diese Definition unterscheidet sich damit von der herkömmlichen, bei der „Markentreue“ bereits vorliegt, wenn irgendein Auto der gleichen Marke vorhanden ist (dann kann also auch ein vorhandener Zweitwagen der gleichen Marke zur Klassifikation als „markentreu“ führen).

Ein anderes Bild zeigt sich beim Prozentanteil jener Neuwagen, welche ein bisheriges Fahrzeug ersetzt werden (so genannte Ersatzkäufe). Hier treten kaum markenspezifische Unterschiede zutage, es zeigt sich im Wesentlichen das für die Gesamtschweiz gültige Bild mit zwischen 5% und 7% Zusatz-Fahrzeugen (nota bene: dies führt nicht zu einem Zuwachs der PW-Flotte um 5% bis 7% pro Jahr, weil jeder Autofahrer einmal in seinem Leben zum ersten Mal ein Auto kauft, und andererseits auch immer ältere Fahrzeughalter mit dem Autofahren aufhören; letztere Gruppe taucht aber definitionsgemäss nie in einer Befragung von Neuwagenkäufer/innen auf).

### 3.3. Dauer des Entscheidungsprozesses

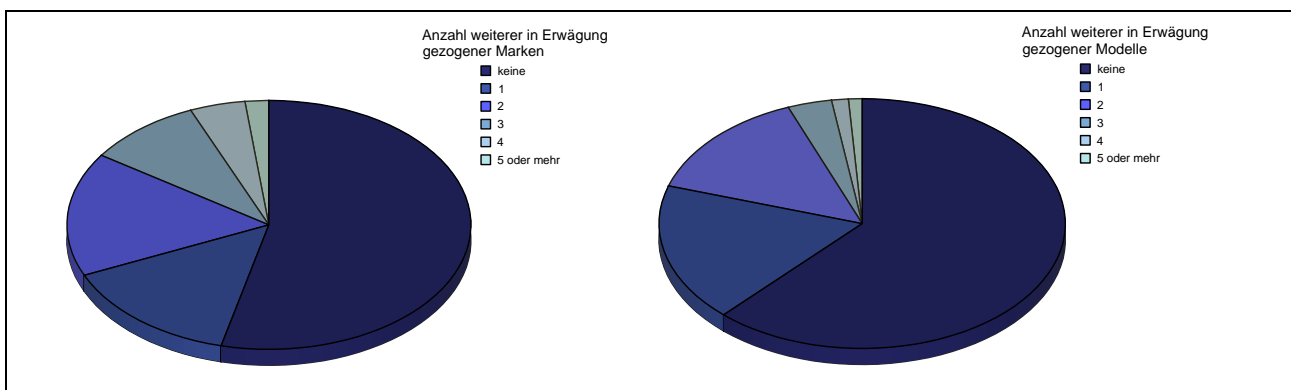
Die Figur 10 zeigt die statistische Verteilung der genannten Dauer des Entscheidungsprozesses bis hin zum Neuwagenkauf. Fast 35% der Befragten haben den Entscheid in weniger als 2 Wochen gefällt, weitere knapp 25% in 2 bis 4 Wochen. Dies entspricht relativ gut den Resultaten der ETH-Grossbefragung (40.8% innert 2 Wochen, 18.3% in 2 bis 4 Wochen).



Figur 10. Dauer des Kaufentscheides.

### 3.4. Anzahl in Erwägung gezogener Marken und Modellen

Die Figur 11 zeigt die Verteilung der Anzahl in Betracht gezogener Marken bzw. Modelle. Über 55% aller Antwortenden haben von allem Anfang an nur eine einzige Automarke in Betracht gezogen. Dies entspricht gut den Ergebnissen der Grossbefragung (55.6%). Knapp 65% aller Antwortenden haben nur ein einziges Automodell „ernsthaft“ in Erwägung gezogen. In der Grossbefragung lautet die entsprechende Zahl 75.1%. Es lässt sich vermuten, dass der Entscheidungsprozess zum Neuwagenkauf für die vorliegende Befragung weniger weit zurück lag und deshalb die entsprechenden Angaben näher bei der Wahrheit liegen als für die Grossbefragung.



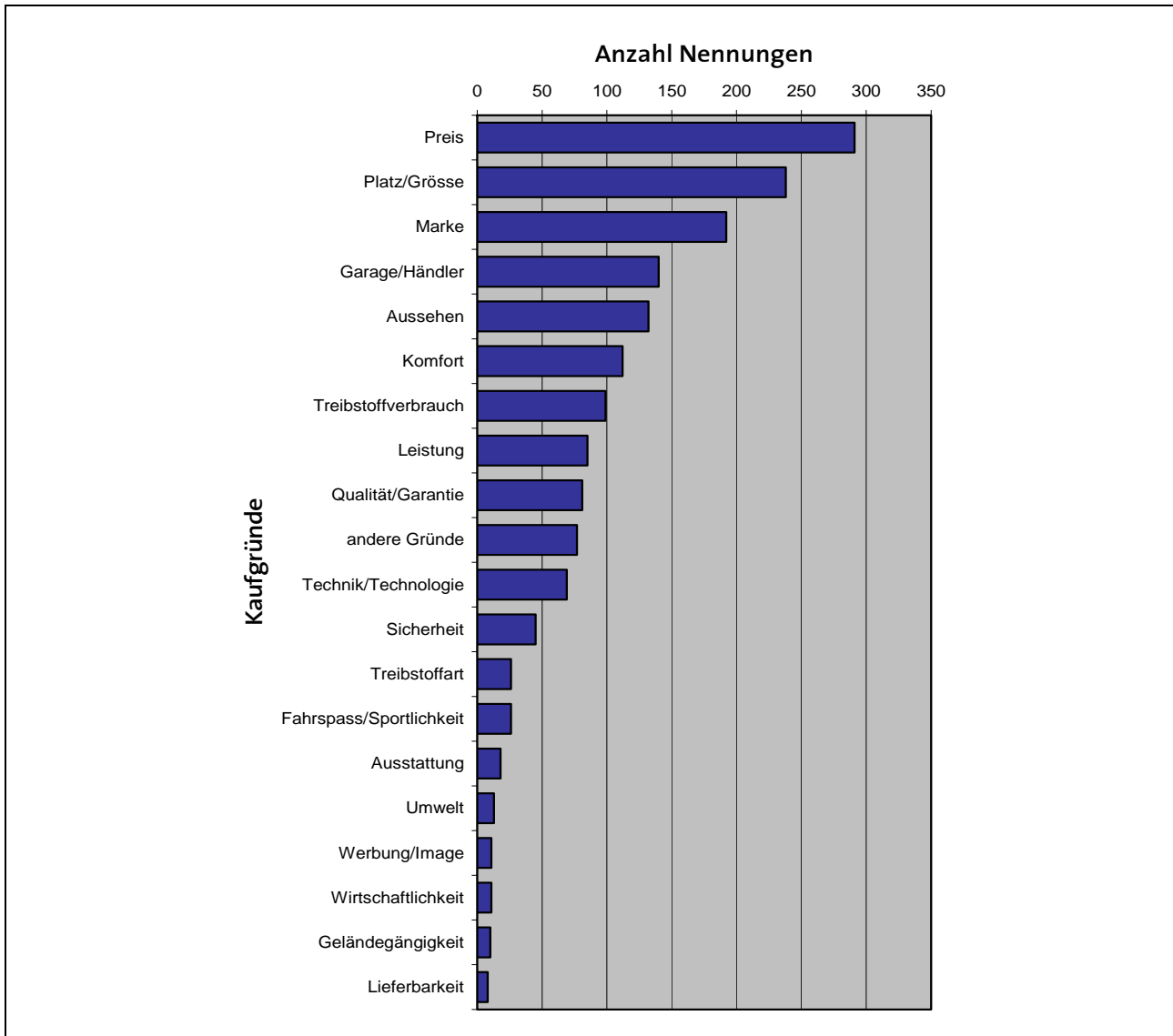
Figur 11. *Linke Bildhälfte:* Anzahl der zusätzlich (neben der gekauften Marke) ernsthaft in Betracht gezogene Automarken.

*Rechte Bildhälfte:* Anzahl der zusätzlich (zum gekauften Modell) in Betracht gezogenen Modellen (nicht notwendigerweise der gleichen Marke).

### 3.5. Gründe für das gekaufte Auto und gegen das nächst kleinere und nächst grössere Modell

Welche Gründe gaben den Ausschlag für das schliesslich gekaufte Modell? Um den Motivationen der Konsumenten nachzugehen, werden oft Antwortmöglichkeiten vorgegeben (eine so genannt *geschlossene Frage*), weil dies kostengünstiger ist in der Datenerfassung. Es bestehen aber wesentliche Unterschiede zwischen geschlossenen Fragen, und den so genannt *offenen Fragen*, bei denen der Befragte spontan und ohne Vorgaben seine Meinung äussert. Für die vorliegende Neuwagenkäufer-Befragung wurde das letztere, wesentlich aufwändigere Verfahren gewählt. Die Antworten wurden zunächst wörtlich erfasst und nachträglich verschiedenen Kategorien zugeordnet.

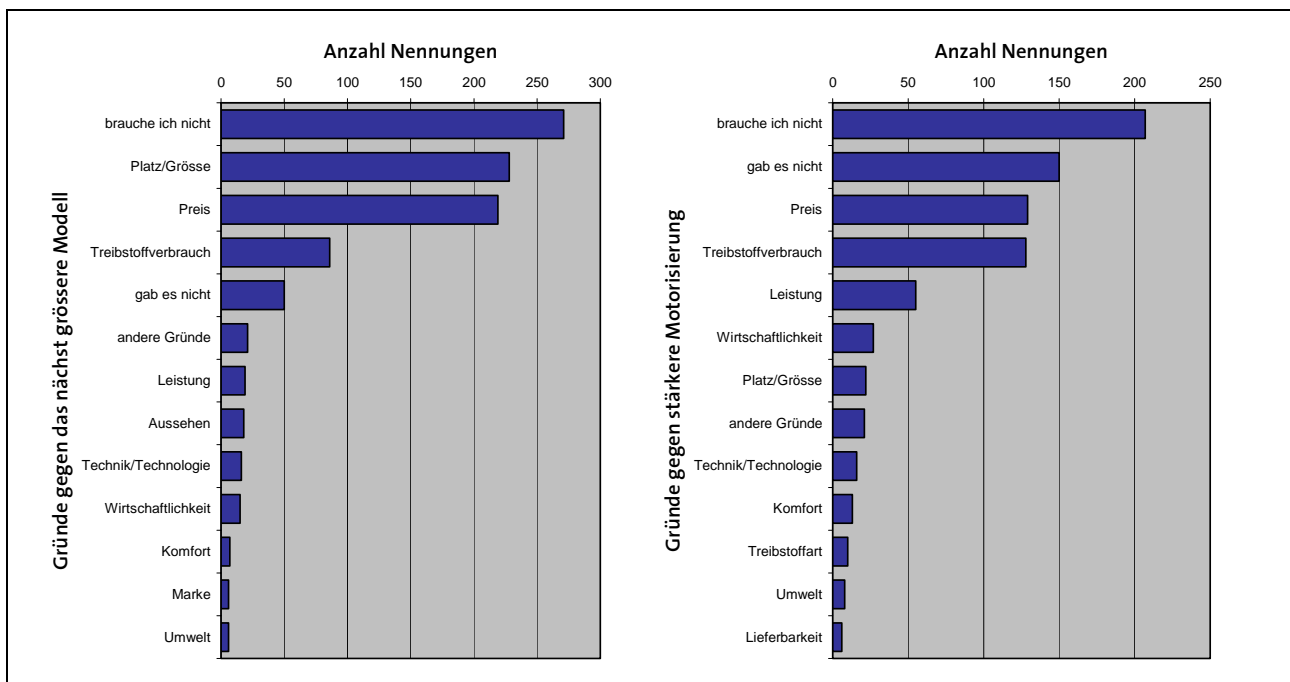
Figur 12 zeigt die Statistik der genannten Gründe. Auffallend ist, dass der Kaufpreis deutlich vor der Autogrösse, welche an zweiter Stelle liegt, rangiert. Bei geschlossenen Befragungen ist diese Reihenfolge in aller Regel umgekehrt. Die grösste Differenz zeigt sich jedoch bei der Sicherheit. Sie rangiert hier nur an 14. Stelle. Bei der geschlossenen Fragenform der ETH-Grossbefragung erreicht die Sicherheit hingegen den 2. Platz bei den wichtigsten, zuallererst entschiedenen Gründen.



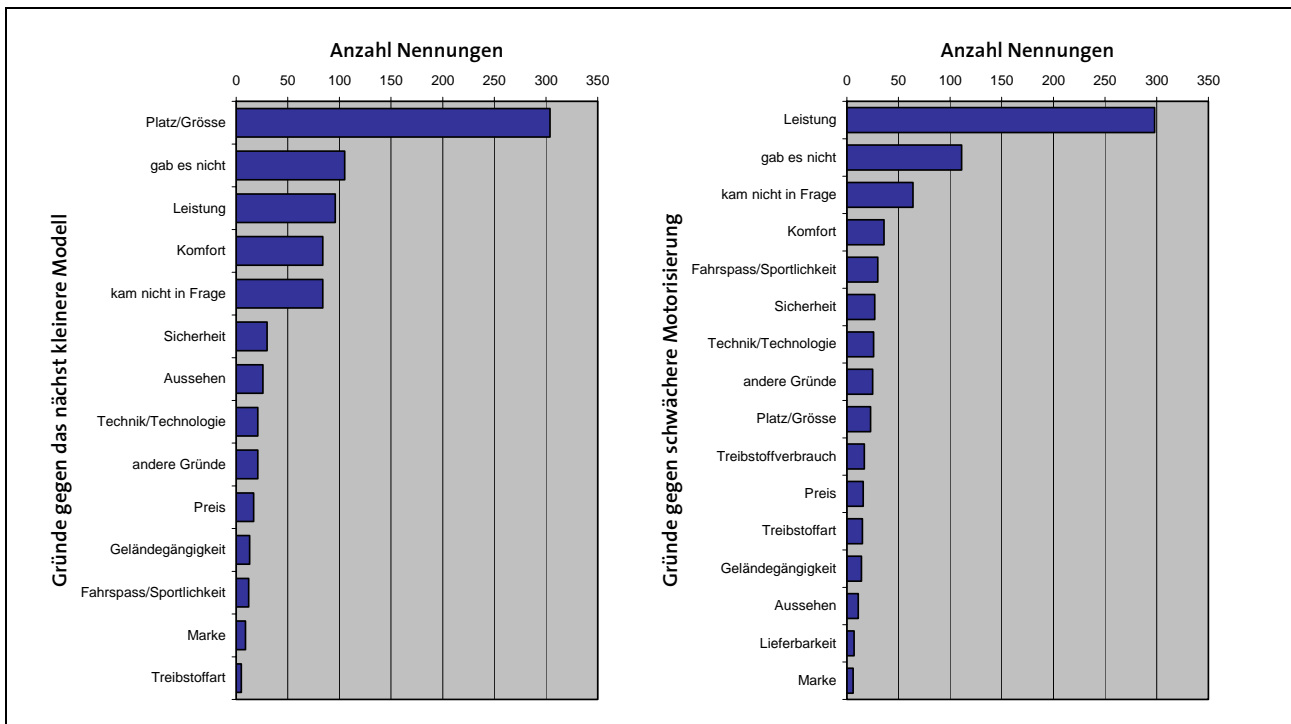
Figur 12. Gründe, die beim Kauf ausschlaggebend waren für das gekaufte neue Auto.

Die Figur 13 zeigt jene von den Antwortenden spontan genannte Gründe, welche *gegen* den Kauf (a) des nächst grösseren Automodells sprachen (Beispiel: VW Passat statt VW Golf), oder (b) der nächst grösseren Motorisierung (Beispiel: 2.0- statt 1.8-Liter-Benzinmotor). Falls jemand bereits das grösste bei der betreffenden Marke erhältliche Modell bzw. die grösste für das betreffende Modell erhältliche Motorisierung gekauft hatte, wurde dies als „gab es nicht“ (=es gibt gar kein grösseres Modell/keinen grösseren Motor) klassifiziert.

Die Figur 14 zeigt, in Analogie zu Figur 13, jene spontan genannte Gründe, welche gegen den Kauf (a) des nächst *kleineren* Automodells (Beispiel: VW Polo statt VW Golf) oder (b) der nächst kleineren Motorisierung (Beispiel: 1.6- statt 1.8-Liter-Benzinmotor) sprachen.



**Figur 13.** Gründe, die gegen den Kauf des nächst grösseren Modells und gegen eine stärkere Motorisierung sprachen (dargestellt sind nur Gründe, die 5-mal oder mehr genannt wurden).



Figur 14. Gründe, die gegen den Kauf des nächst kleineren Modells und gegen eine schwächere Motorisierung sprachen (dargestellt sind nur Gründe, die 5-mal oder mehr genannt wurden).

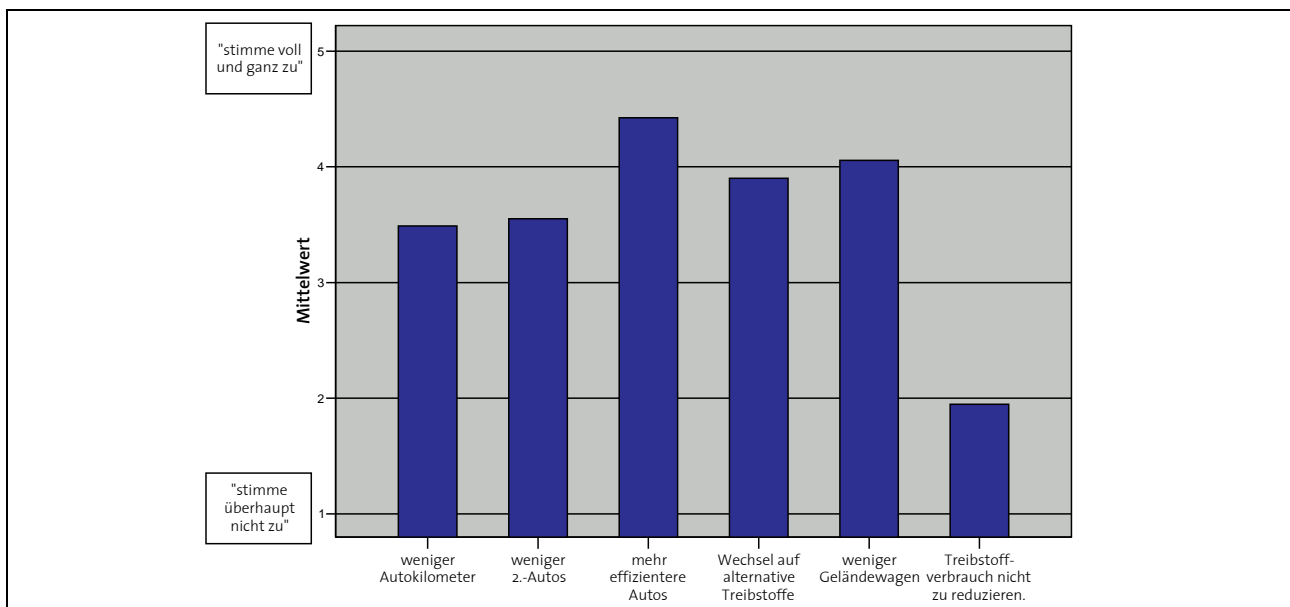
## 4. Akzeptanz von Massnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion im Verkehrsbereich

### 4.1. Bewertung von Zielen zu CO<sub>2</sub>-Reduktion im Verkehrsbereich

Frage 18 der Befragung hatte folgenden Wortlaut: „18. Die verkauften Mengen Benzin und Diesel nehmen weiter zu. Das CO<sub>2</sub>-Gesetz schreibt aber vor, dass in den nächsten Jahren die CO<sub>2</sub>-Emissionen aus dem Verkehr reduziert werden, das heisst also, dass weniger Treibstoff verbraucht werden darf. Wo sollte man Ihrer Meinung nach ansetzen?“. Dabei wurden die möglichen, grundsätzlich verschiedenen Stossrichtungen zur Auswahl gegeben. Auf der Seite der Motorfahrzeuge gibt es drei Stossrichtungen (Reduktion der gefahrenen Kilometer vs. Reduktion der Anzahl Autos vs. Reduktion der durchschnittlichen Autogrösse), zusätzlich kann natürlich auch auf Seite der Treibstoffe CO<sub>2</sub> eingespart werden („alternative Treibstoffe“) oder eben gar nicht.

Die Figur 15 zeigt die Mittelwerte der skalierten Antworten (5=“stimme voll und ganz zu“ bis zu 1=“stimme überhaupt nicht zu“). Am wenigsten Zustimmung erfährt die Aussage, dass der Treibstoffverbrauch nicht reduziert zu werden braucht. Zu beachten ist, dass es sich bei der Frage 18 um eine so genannt „geschlossene Frage“ handelt und in der Frageneinleitung darauf hingewiesen wird, dass das CO<sub>2</sub>-Gesetz eine Reduktion des Treibstoffverbrauchs vorschreibt. Es ist deshalb eine klar ausgebildete Meinung nötig, um bei dieser Teilfrage die Zustimmung zu verweigern.

Wie zu erwarten war, bevorzugen die Antwortenden jene Massnahmen-Kategorien, welche am wenigsten „sichtbar“ sind und die tägliche eigene Mobilität am wenigsten eingrenzen würden.

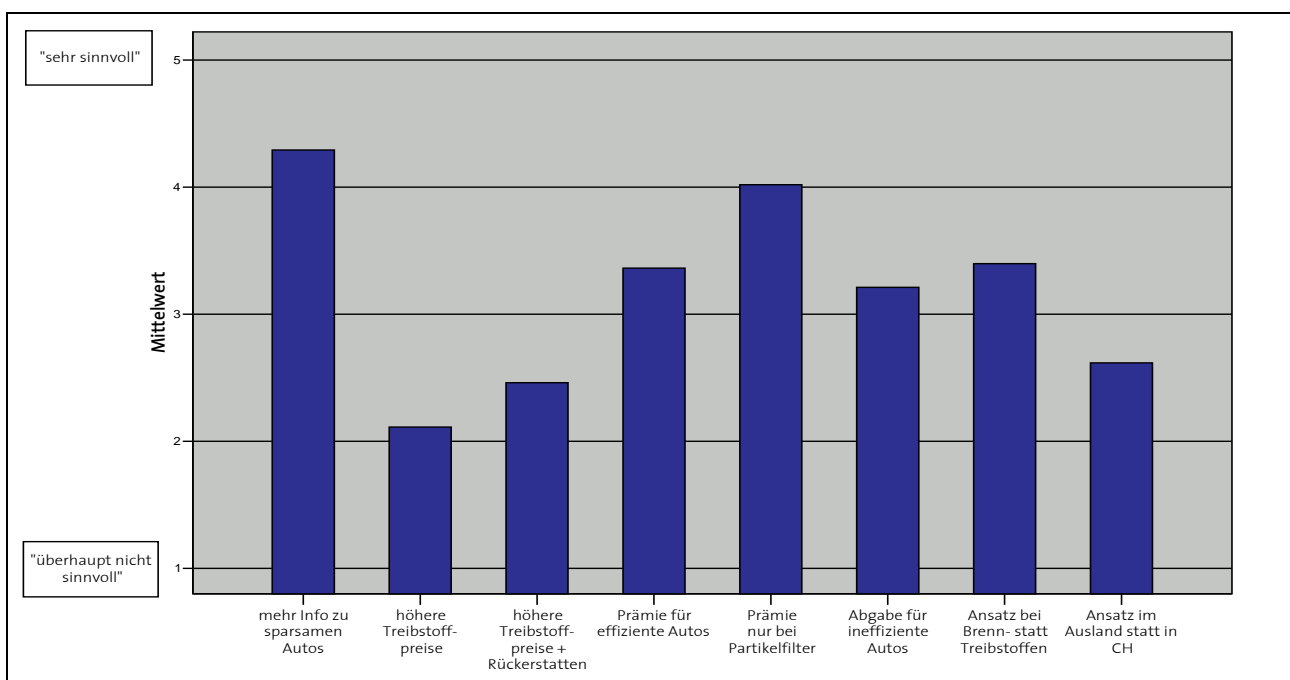


Figur 15. Mittelwerte der Zustimmung der Befragten zu Zielen zur Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen im Verkehr (N>786) (Frage 18).



## 4.2. Bewertung konkreter Massnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion im Verkehrsbereich

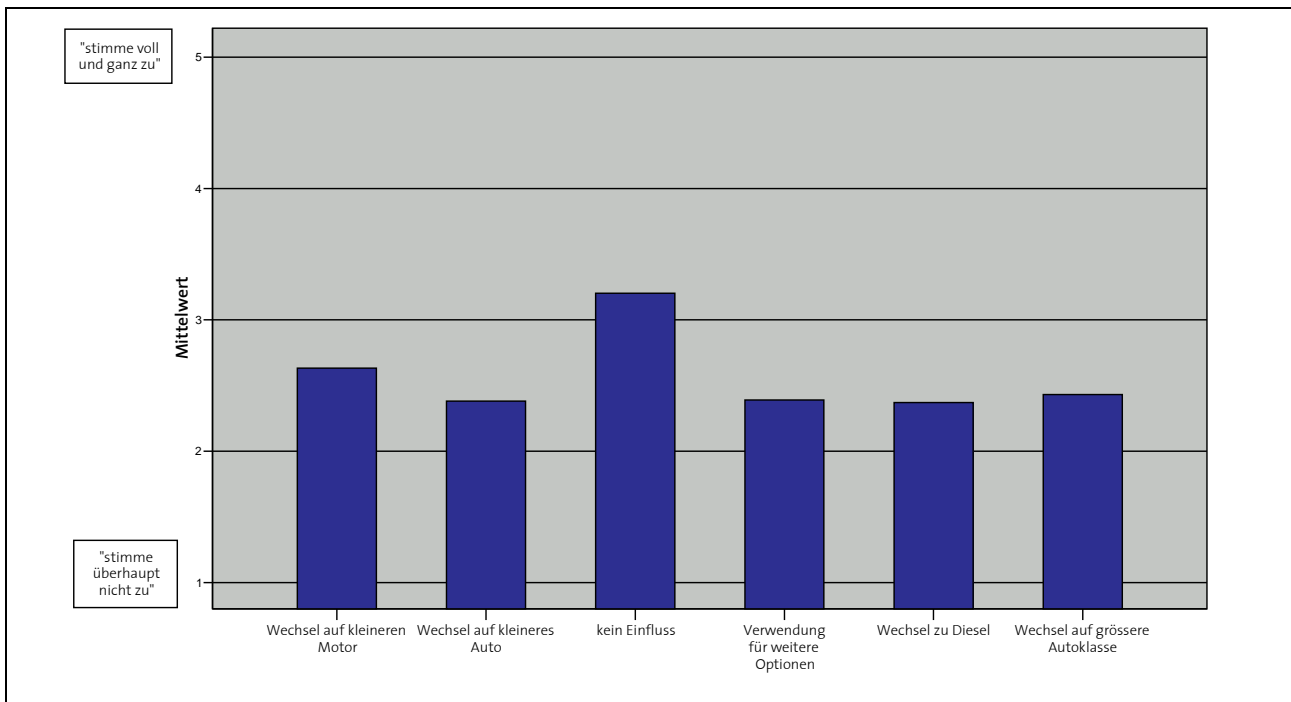
Frage 19 der Befragung hatte folgenden Wortlaut: „19. Zurzeit werden in der schweizerischen Politik verschiedene mögliche Massnahmen diskutiert, die helfen sollen, dass weniger Benzin und Diesel gekauft wird. Bitte geben Sie an, welche Massnahmen Sie für sinnvoll halten und welche eher nicht.“ Dabei entsprechen die aufgeführten Massnahmen jeweils einer der Stossrichtungen der vorangehenden Frage 18. Die Figur 16 zeigt die Zustimmungsraten. Neben der hohen Zustimmung für die unverbindliche Massnahme „mehr Information“ zeigt sich für Bonus-Malus-Systeme durchaus eine mögliche positive Aufnahme, welche oberhalb von CO<sub>2</sub>-Abgabe und Klimarappen einzuordnen wäre. Dabei würde die Finanzierung über Maluszahlungen (anstelle Erhöhung Autoimportsteuer) eher bevorzugt.



Figur 16. Mittelwerte der Zustimmung der Befragten zu Massnahmen zur Reduktion des Treibstoffverbrauches (N>797) (Frage 19).

## 4.3. Reaktion auf Bonus-Malus-Systeme (Prämien für treibstoff-effiziente Autos)

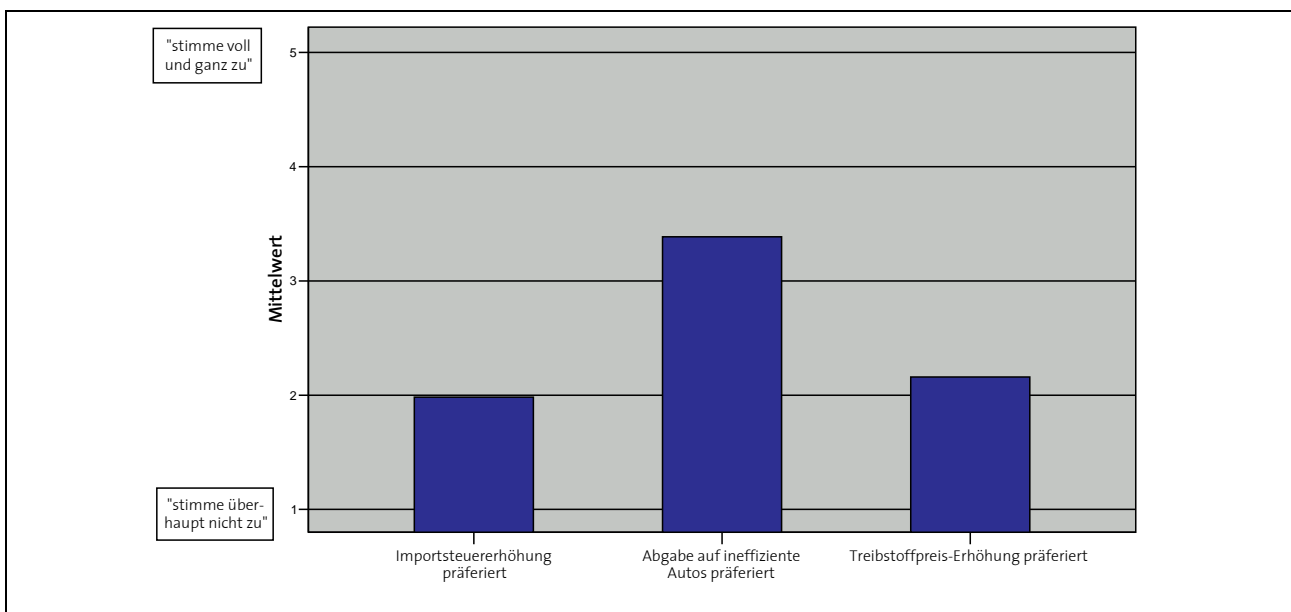
Bei Lenkungsabgaben stellt sich die Frage nach der Effizienz und nach der Effektivität der Massnahme. Möglicherweise versuchen die Konsumenten, durch verändertes Konsumverhalten eine Lenkungsmassnahme zu umgehen. Im Falle eines Bonus-Malus-Systems zur Förderung treibstoff-effizienter Neuwagen könnte es zum Beispiel sein, dass Personen, welche ohnehin ein Klasse-A-Fahrzeug kaufen würden, die zusätzliche Prämie umgehend in „mehr Auto“ investieren, zum Beispiel in eine Klima-Anlage, welche wiederum mehr CO<sub>2</sub>-Ausstoss mit sich bringen würde. Dies versuchte die Frage 20 der Neuwagenkäufer-Befragung zu erörtern. Die Ergebnisse sind in Figur 17 zusammengefasst. Es gibt sowohl moderate Zustimmung zu Verhaltensweisen, welche beabsichtigt wären (Wechsel zu kleinerem Motor bzw. zu kleinerem Modell) als auch zu Verhaltensweisen, welche die Wirksamkeit eines Bonus-Malus-Systems reduzieren würden (Verwendung Bonusprämie für weitere Optionen/Ausstattungs Pakete; Verwendung Bonusprämie für grösseres Auto [=Bereitschaft, ein grösseres Auto als eigentlich beabsichtigt zu kaufen, wenn man dafür eine Bonuszahlung erhalten kann]).



Figur 17. Mittelwerte der Zustimmung der Befragten zu möglichen Reaktionen auf Prämien für treibstoffeffiziente Fahrzeuge (N>677) (Frage 20a).

#### 4.4. Bewertung von Finanzierungsvarianten für Bonus-Malus-Systeme

Figur 18 zeigt die Auswertung von Frage 20b der Umfrage. Anstelle der Finanzierung eines allfälligen Bonus-Malus-Systems über eine Erhöhung der Automobilimportsteuer würde die Finanzierung über verursachergerechte Maluszahlungen deutlich bevorzugt. Auch die Finanzierung über eine Erhöhung der Treibstoffpreise (grundsätzlich eine sehr unbeliebte Massnahme) würde der Erhöhung des Verkaufspreises für alle Neuwagen vorgezogen.



Figur 18. Mittelwerte der Zustimmung der Befragten zu Finanzierungsmöglichkeiten im Rahmen von Bonus-Malus-Systemen (N>749) (Frage 20b).

#### 4.5. Zusammenhänge: wer bevorzugt welche Zielen und Massnahmen?

In diesem Kapitel wird untersucht, ob bestimmte Gruppen von Neuwagenkäufern bestimmte Massnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion besonders bevorzugen oder aber ablehnen. Wir stellen hier aus Platzgründen nur die signifikanten Zusammenhänge dar.

Einen starken Zusammenhang zeigt sich mit dem *Alter* der Antwortenden (Tabelle 1). Je älter, desto eher wird die Aussage unterstützt, dass die Anzahl Autokilometer reduziert werden sollte, die Anzahl Zweitautos reduziert werden sollte, die Anzahl Geländewagen reduziert werden sollte. Mit zunehmendem Alter gibt es aber auch ein höherer Anteil von Personen, welche überhaupt keine Reduktion für sinnvoll halten. Mit zunehmendem Alter nimmt dafür die Zustimmung *ab* für den Wechsel auf alternative Treibstoffe und für den Wechsel von Benzin zu Diesel.

(Pearson-Korrelationen)	Alter der befragten Person
Ziel: weniger Autokilometer	Korr.: +0.144, Sig.: 0.000, N=795
Ziel: weniger Zweit-/Drittautos	Korr.: +0.162, Sig.: 0.000, N=799
Ziel: Wechsel auf alternative Treibstoffe	Korr.: -0.104, Sig.: 0.003, N=793
Ziel: weniger Geländewagen	Korr.: +0.178, Sig.: 0.000, N=794
Ziel: Treibstoffe braucht nicht reduziert zu werden	Korr.: +0.080, Sig.: 0.025, N=783
Massnahme: mehr Infos zu sparsamen Autos	Korr.: +0.095, Sig.: 0.007, N=809
Massnahme: Abgabe für treibstoff-ineffiziente Autos	Korr.: +0.093, Sig.: 0.008, N=808
Bereitschaft: Wechsel zu Diesel	Korr.: -0.190, Sig.: 0.000, N=675

**Tabelle 1.** Akzeptanz von Massnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion und Handlungsbereitschaften in Abhängigkeit des Alters (Fragen 18 und 19). Alle Resultate sind statistisch signifikant auf dem 5%-Niveau.

Lesebeispiel: eine *positive* Korrelation bedeutet eine mit höherem Alter zunehmende Zustimmung zum in der linken Spalte aufgeführten Ziel. Eine *negative* Korrelation bedeutet das Gegenteil.

Die Tabelle 2 zeigt die Zusammenhänge mit dem *Geschlecht*. Männer wünschen sich mehr Informationen zu sparsamen Autos als Frauen. Dafür bevorzugen Frauen mehr als Männer eine Abgabe auf treibstoff-ineffiziente Autos (Malus-System).

(statischer Test: t-Test)	Geschlecht der befragten Person	
Massnahme: mehr Info zu sparsamen Autos	Sign.: 0.030	
	männlich:	weiblich:
	N=566	N =234
	Mittelwert=4.25	Mittelwert=4.41
	s=1.021	s=0.914
Finanzierungspräferenz: Abgabe auf treibstoff-ineffiziente Autos	Sign.: 0.031	
	männlich:	weiblich:
	N=546	N=215
	Mittelwert= 3.32	Mittelwert=3.57
	s=1.574	s= 1.438

**Tabelle 2.** Existieren zwischen den Geschlechtern Unterschiede bezüglich der gewünschten strategischen Richtung umweltpolitischer Massnahmen und Ziele? Geschlechtsspezifische Unterschiede der Beantwortung der Fragen 18 & 19. Alle Resultate sind statistisch signifikant auf dem 5%-Niveau.

Einen klaren Zusammenhang besteht ausserdem zwischen dem Antwortverhalten und dem Haushalt-Bruttoeinkommen (Tabelle 3). Mit *höherem* Lohn *sinkt die Zustimmung* zu den Aussagen, dass Autokilometer reduziert werden sollten, dass die Anzahl Zweitautos reduziert werden müsste, dass es vermehrt Informationen zu sparsamen Autos braucht, usw. Auch *sinkt* mit *höherem* Einkommen die Bereitschaft, für den Fall der Einführung eines Bonus-Malus-Systems auf einen kleineren Motor zu wechseln (wenn es dafür 2000 Franken Prämie gäbe) oder auf ein kleineres Auto zu wechseln (wenn es dafür 2000 Franken Prämie gäbe). Hier zeigt sich, dass jene Kreise, welche von einer solchen Massnahme betroffen wären bzw. zur Zielgruppe einer solchen Massnahme gehören, als Folge der befürchteten persönlichen Verhaltensänderung eine solche Massnahme verstärkt ablehnen.

(Spearman's rho-Korrelationen)	Bruttoeinkommen des Haushaltes
Ziel: weniger Autokilometer	Korr.: -0.107, Sig.: 0.003, N=777
Ziel: weniger Zweit-/Drittautos	Korr.: -0.244, Sig.: 0.000, N=784
Massnahme: mehr Info zu sparsamen Autos	Korr.: -0.100, Sig.: 0.005, N=795
Massnahme: höhere Treibstoffpreise + Rückerstatten	Korr.: -0.117, Sig.: 0.001, N=787
Massnahme: Abgabe für treibstoff-ineffiziente Autos	Korr.: -0.119, Sig.: 0.001, N=792
Bereitschaft: Wechsel auf kleineren Motor	Korr.: -0.152, Sig.: 0.000, N=794
Bereitschaft: Wechsel auf kleineres Auto	Korr.: -0.121, Sig.: 0.001, N=791
Bereitschaft: Verwendung für weitere Optionen	Korr.: -0.087, Sig.: 0.016, N=765
Finanzierungspräf.: Abgabe auf treibstoff-ineffiziente Autos	Korr.: -0.150, Sig.: 0.000, N=753

**Tabelle 3.** Akzeptanz von Massnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion und Handlungsbereitschaften in Abhängigkeit des Einkommens. Einkommensabhängige Unterschiede der Akzeptanz von Zielen und Massnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion (Fragen 18 & 19) Alle Resultate sind statistisch signifikant auf dem 5%-Niveau.

Die Tabelle 4 listet die signifikanten Zusammenhänge im Antwortverhalten mit der höchsten abgeschlossenen Ausbildung. Analog zum Einkommen (welches mit der Ausbildung einen gewissen Zusammenhang hat) *sinkt* mit höherer Ausbildung die Zustimmung zu mehreren Aussagen.

(Spearman's rho-Korrelationen)	Höchste Ausbildung
Ziel: weniger Zweit-/Drittautos	Korr.: -0.072, Sig.: 0.044, N=790
Ziel: mehr treibstoff-effiziente Autos	Korr.: 0.094; Sig.: 0.008, N=783
Ziel: Treibstoffe braucht nicht reduziert zu werden	Korr.: -0.130, Sig.: 0.000, N=776
Massnahme: höhere Treibstoffpreise	Korr.: 0.289, Sig.: 0.000, N=798
Massnahme: Prämie nur bei Partikelfilter	Korr.: 0.073, Sig.: 0.041, N=792
Massnahme: Ansatz bei Brenn- statt Treibstoffen	Korr.: -0.104 Sig.: 0.003, N=792
Massnahme: Ansatz im Ausland statt in CH	Korr.: -0.153, Sig.: 0.000, N=784
Bereitschaft: Verwendung für weitere Optionen	Korr.: -0.092, Sig.: 0.011, N=769
Finanzierungspräf.: Treibstoffpreiserhöhung	Korr.: 0.163, Sig.: 0.000, N=738

**Tabelle 4.** Höchste abgeschlossene Ausbildung: Gibt es gewünschte umweltpolitische Ziel und Massnahmen in Abhängigkeit der höchsten abgeschlossenen Ausbildung? Bildungsabhängige Unterschiede der Akzeptanz von Zielen und Massnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion (Fragen 18 & 19). Alle Resultate sind statistisch signifikant auf dem 5%-Niveau.

## Literatur

BUWAL 2005: Bericht „Emissionen nach CO<sub>2</sub>-Gesetz und Kyoto-Protokoll“ vom 31.8.2005.

Auto-schweiz 2002. Pressecommuniqué der Vereinigung schweizerischer Automobil-Importeure (auto-schweiz) vom 19.2.2002.

## Anhang: Begleitschreiben und Fragebogen

Die folgenden 13 Seiten enthalten:

- Begleitschreiben
- Fragebogen



Eidgenössische Technische Hochschule Zürich  
Swiss Federal Institute of Technology Zurich

Institute for Human-Environment Systems,  
Natural and Social Science Interface  
ETH Zentrum HAD, CH-8092 Zürich

[VORNAME] [NAME]  
[ADRESSE]  
[PLZ ORT]

Zürich, 27.5.2005

### Befragung zu Mobilität und Autokauf

Sehr geehrte/r [ANREDE] [NAME]

Mobilität ist heute wichtiger denn je. Für manche ist dies ein notwendiges Übel, für andere ein Genuss. Die ETH Zürich führt eine Studie durch zu Fragen der Mobilität und des Autokaufs. Wir möchten besser verstehen, welche Haushalte welche Bedürfnisse haben, welche Verkehrsmittel Sie verwenden und was Ihnen bei einem allfälligen Autokauf wichtig ist. Dieser Fragebogen richtet sich an alle Haushalte, die mindestens einmal ein Auto gekauft haben. Es freut uns sehr, wenn jene Person in Ihrem Haushalt, die zuletzt ein Auto gekauft hat, sich etwas Zeit nimmt, den Fragebogen auszufüllen.

Mit den gewonnenen Erkenntnissen können wir Entscheidungsträger in Politik und Wirtschaft unterstützen, besser auf Ihre Bedürfnisse einzugehen. Und wir können die Auswirkungen möglicher Massnahmen besser vorhersagen.

Ihre Adresse wurde mit einem Zufallsverfahren dem Telefonbuch entnommen. Ihre Beteiligung ist freiwillig und anonym, weil wir aber nur eine begrenzte Anzahl Haushalte befragen, sind Ihre Antworten für uns sehr wichtig. Wir freuen uns sehr, wenn Sie uns den ausgefüllten Fragebogen mit dem beiliegenden vorfrankierten Antwort-Kuvert bis Ende Juli zuschicken.

Wir sichern Ihnen zu, Ihre Antworten absolut vertraulich zu behandeln (weitere Informationen zum Datenschutz finden Sie auf der ersten Seite des Fragebogens).

**Herzlichen Dank im Voraus für Ihre Teilnahme an diesem wichtigen Forschungsprojekt!** Falls Sie Fragen zu dieser Studie haben, erreichen Sie uns unter [anja.peters@env.ethz.ch](mailto:anja.peters@env.ethz.ch) oder 044 632 66 76 (14–17 Uhr). Nach Abschluss der Studie finden Sie unter [www.nssi.ethz.ch/res/emdm/](http://www.nssi.ethz.ch/res/emdm/) die Resultate der Befragung.

Freundliche Grüsse

Prof. Dr. R. W. Scholz

Dr. Peter de Haan

Dipl.-Psych. Anja Peters

Beilagen: frankiertes Antwort-Kuvert, Fragebogen





Eidgenössische Technische Hochschule Zürich  
Ecole polytechnique fédérale de Zurich  
Politecnico federale di Zurigo

Institute for Human-Environment Systems,  
Natural and Social Science Interface  
ETH Zentrum HAD, CH-8092 Zürich

**Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer an unserer Untersuchung!**

**Wer sollte diesen Fragebogen ausfüllen?**

Der Fragebogen sollte ausgefüllt werden von jener Person im Haushalt, welche das letzte Auto gekauft hat. Wenn in Ihrem Haushalt noch keine Person ein Auto gekauft hat, brauchen Sie diesen Fragebogen nicht auszufüllen und können dies unserem Mitarbeiter am Telefon mitteilen.

**Einige Hinweise zum Ausfüllen**

Auf den nächsten Seiten werden Ihnen eine Reihe von Fragen gestellt. Lesen Sie die Fragen bitte aufmerksam durch. Für die Antwort sind meist mehrere Möglichkeiten vorgegeben. Kreuzen Sie die Antwort an, die Sie spontan für die beste halten. Beantworten Sie bitte jede Frage und kreuzen Sie jeweils nur eine Antwort an (ausser, wenn ausdrücklich Mehrfachantworten möglich sind). Wollen Sie eine Antwort korrigieren, so machen Sie ein zweites Kreuz und umkreisen die richtige Antwort.

Um Ihre Antworten zu erfahren, werden wir Sie in rund einer Woche telefonisch kontaktieren. Falls Sie es bevorzugen, uns den ausgefüllten Fragebogen per Post zurück zu schicken, können Sie dies gerne auch mit dem beiliegenden, vorfrankierten Rückantwort-Kuvert tun.

**Herzlichen Dank für Ihre Mithilfe bei unserer Forschung!**

*Ihre ETH Zürich, Prof. Dr. Roland W. Scholz und Dipl.-Psych. Anja Peters*

**Informationen zum Datenschutz**

Für diese Studie werden Personen in der ganzen Schweiz befragt. Ihre Adresse wurde mit einem Zufallsverfahren dem Telefonbuch entnommen. Ihre Daten werden absolut vertraulich behandelt und nur für die wissenschaftliche, nicht-kommerzielle Forschung und Lehre verwendet.

Die Antworten aller an der Umfrage teilnehmenden Personen werden zusammengetragen und unter anderem nach Personenmerkmalen zu Statistiken verarbeitet. Aus diesem Grund enthält der Fragebogen einige Fragen zu Ihrer Person und Ihrem Haushalt. Die Statistiken erlauben keine Rückschlüsse auf Einzelpersonen.

Die ETH garantiert Ihnen den vollumfänglichen Schutz Ihrer persönlichen Daten:

- > Ihre Antworten werden vertraulich behandelt und unabhängig von Ihrer Person verarbeitet;
- > Ihre Daten werden nur für wissenschaftliche, nicht-kommerzielle Zwecke verwendet.



Eidgenössische Technische Hochschule Zürich  
Ecole polytechnique fédérale de Zurich  
Politecnico federale di Zurigo

Befragung, Seite 2 von 8

## Befragung zu Mobilität und Autokauf

### Ihr letzter Autokauf

1. Wie oft haben Sie bereits ein Auto gekauft (allein oder mit weiteren Personen)?
- |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 Mal                    | 2 bis 5<br>Mal           | mehr als<br>5 Mal        |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

2. Wann war Ihr letzter Autokauf? ca. \_\_\_\_\_ (Jahr und Monat)

3. Wie haben Sie dieses Auto gekauft?  neu  occasion

**Bitte denken Sie bei den folgenden Fragen an diesen letzten Autokauf!**

4. Was für ein Auto haben Sie gekauft?

Marke	Modell	Motorgrösse in Litern	Treibstoff	Schaltung
_____	_____	_____	<input type="checkbox"/> Benzin <input type="checkbox"/> Diesel <input type="checkbox"/> Anderer	<input type="checkbox"/> handgeschaltet <input type="checkbox"/> automatik <input type="checkbox"/> variomat/tiptronic

5. Wie viele Autos gibt es in Ihrem Haushalt insgesamt?  
(alle Personen, die in derselben Wohnung wohnen, bilden einen gemeinsamen Haushalt)

1  2  3  4  5  mehr als 5

6. Hat das zuletzt gekaufte Auto ein Vorgängerauto ersetzt?

nein  ja, und zwar folgendes:

Marke	Modell	Motorgrösse in Litern	Baujahr	In welchem Jahr gekauft?	Kilometerstand
_____	_____	_____	_____	_____	_____
Treibstoff:	<input type="checkbox"/> Benzin <input type="checkbox"/> Diesel <input type="checkbox"/> anderer	Schaltung:	<input type="checkbox"/> handgeschaltet <input type="checkbox"/> automatik <input type="checkbox"/> variomat/tiptronic	Wie gekauft?	<input type="checkbox"/> occasion <input type="checkbox"/> Vorführwagen <input type="checkbox"/> neu

Fragen zum Entscheidungsprozess

7. Wie lange hat es gedauert vom Grundsatzentscheid, ein Auto zu kaufen, bis feststand, welches Automodell Sie kaufen würden?

weniger als 2 Wochen    2 – 4 Wochen    5 – 8 Wochen    9 – 12 Wochen    mehr als 12 Wochen

8. Haben Sie auch andere Marken in Erwägung gezogen?

nein                       ja, und zwar folgende:

---



---

9. Haben Sie auch andere Modelle ernsthaft in Erwägung gezogen, bei denen Sie sich also auch vorstellen konnten, diese zu kaufen?

nein                       ja, und zwar:                       1     2     3     4     5 oder mehr

↳ Wenn ja, welche? (wenn mehr als 2, nennen Sie bitte die Alternativen, die in der engsten Auswahl waren)

Marke	Modell	Motorgrosse in Litern	Treibstoff	Schaltung
			<input type="checkbox"/> Benzin <input type="checkbox"/> Diesel <input type="checkbox"/> Anderer	<input type="checkbox"/> handgeschaltet <input type="checkbox"/> automatik <input type="checkbox"/> variomat/tiptronic
			<input type="checkbox"/> Benzin <input type="checkbox"/> Diesel <input type="checkbox"/> Anderer	<input type="checkbox"/> handgeschaltet <input type="checkbox"/> automatik <input type="checkbox"/> variomat/tiptronic

10. Welche Gründe waren ausschlaggebend, dass Sie sich für das gekaufte Auto entschieden haben?

---



---



---

11. Warum haben Sie nicht das nächst grössere Modell (z.B. statt eines VW Golfs einen VW Passat) gekauft?

---



---



---



12. Warum haben Sie nicht das gleiche Modell mit einem stärkeren Motor (z.B. statt eines 1.6 l-Motors einen 1.8 l Motor) gewählt?

---

---

---

13. Warum haben Sie nicht das nächst kleinere Modell (z.B. statt eines VW Passats einen VW Golf) gekauft?

---

---

---

14. Warum haben Sie nicht das gleiche Modell mit einem kleineren Motor (z.B. statt eines 1.8 l-Motors einen 1.6 l Motor) gewählt?

---

---

---

15. Wie haben Sie Ihr letztgekauftes Auto erworben?

Leasing                       Kredit                       Barzahlung

16. Zu welchem Zweck wird dieses Auto hauptsächlich verwendet? (Nur eine Angabe)

Arbeits-, Ausbildungswege                       Einkauf, Besorgungen  
 geschäftlich, dienstlich                       wird (fast) nicht verwendet (Sammlerstück etc.)  
 Freizeit                       andere Zwecke: \_\_\_\_\_

17. Haben Sie die Wahl für dieses Auto alleine getroffen oder hatten andere Personen Einfluss auf die Entscheidung?

allein                       mit Lebenspartner/in                       mit anderer/anderen Person/en

### Mögliche Massnahmen im Bereich Mobilität und Verkehr

18. Die verkauften Mengen Benzin und Diesel nehmen weiter zu. Das CO<sub>2</sub>-Gesetz schreibt aber vor, dass in den nächsten Jahren die CO<sub>2</sub>-Emissionen aus dem Verkehr reduziert werden, das heisst also, dass weniger Treibstoff verbraucht werden darf.

Wo sollte man Ihrer Meinung nach ansetzen?

Ziel sollte sein, ...

- |   | <i>stimme<br/>überhaupt<br/>nicht zu</i> |                          |                          | <i>stimme<br/>voll und<br/>ganz zu</i> |                          |
|---|--|--------------------------|--------------------------|--|--------------------------|
|   | 1  | 2                        | 3                        | 4                                      | 5                        |
| • ... dass die Leute mit dem Auto weniger fahren.             | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>               | <input type="checkbox"/> |
| • ... dass die Anzahl Zweit-/Drittautos kleiner wird.         | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>               | <input type="checkbox"/> |
| • ... dass mehr treibstoff-effiziente Autos gekauft werden.   | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>               | <input type="checkbox"/> |
| • ... dass mehr auf alternative Treibstoffe umgestiegen wird. | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>               | <input type="checkbox"/> |
| • ... dass schwere Geländewagen weniger gekauft werden.       | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>               | <input type="checkbox"/> |
| • Der Treibstoffabsatz braucht gar nicht reduziert zu werden. | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>               | <input type="checkbox"/> |

19. Zurzeit werden in der schweizerischen Politik verschiedene mögliche Massnahmen diskutiert, die helfen sollen, dass weniger Benzin und Diesel gekauft wird.

Bitte geben Sie an, welche Massnahmen Sie für sinnvoll halten und welche eher nicht.

- |   | <i>überhaupt<br/>nicht<br/>sinnvoll</i> |                          |                          | <i>sehr<br/>sinn-<br/>voll</i> |                          |
|---|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------------------|
|   | 1                                       | 2                        | 3                        | 4                              | 5                        |
| • mehr Informationen, welche Autos sparsam sind und welche nicht  | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>       | <input type="checkbox"/> |
| • Erhöhung der Benzin- und Dieselpreise um ca. 20 Rp./Liter   | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>       | <input type="checkbox"/> |
| • Erhöhung der Benzin- und Dieselpreise um ca. 20 Rp./Liter, aber die Einnahmen gehen nicht an den Staat, sondern werden an die Bevölkerung über die Krankenkassen zurückgegeben. | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>       | <input type="checkbox"/> |
| • Wer ein besonders treibstoff-effizientes Auto kauft, soll dafür eine Prämie zwischen 1000 und 2000 Franken erhalten.  | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>       | <input type="checkbox"/> |
| • Wenn man ein sehr treibstoff-effizientes Dieselauto kauft, bekommt man eine solche Prämie nur, wenn das Auto einen Partikelfilter hat.  | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>       | <input type="checkbox"/> |
| • Wer ein Auto mit einem sehr hohen Benzin- oder Dieserverbrauch kauft, soll eine Abgabe von ca. 2000 Franken bezahlen müssen.  | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>       | <input type="checkbox"/> |
| • Anstatt beim Verkehr anzusetzen, sollte man besser Öl einsparen durch Fortschritte in der Häuserisoliation und in der Industrie.  | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>       | <input type="checkbox"/> |
| • Anstatt in der Schweiz zu versuchen, dass weniger Benzin und Diesel gekauft wird, sollte man besser Massnahmen im Ausland machen, wo sie billiger und wirksamer sind.           | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>       | <input type="checkbox"/> |



20. Jetzt wollen wir noch etwas genauer nachfragen zu der angesprochenen Prämie von bis zu 2000 Franken für besonders treibstoff-effiziente Autos, zu der es sehr unterschiedliche Meinungen gibt.

a) Uns interessiert, welchen Einfluss eine solche Prämie hätte. Bitte geben Sie an, wie sehr Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

- |  | <i>stimme<br/>überhaupt<br/>nicht zu</i> |                          |                          | <i>stimme<br/>voll und<br/>ganz zu</i> |                          |
|--|--|--------------------------|--------------------------|--|--------------------------|
|  | 1  | 2                        | 3                        | 4                                      | 5                        |
| • Für eine Prämie von 2000 Franken bin ich bereit, ein Auto mit einem <b>kleineren Motor</b> als bisher zu fahren.   | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>               | <input type="checkbox"/> |
| • Diese Prämie könnte den Ausschlag geben, dass ich auf ein <b>Fahrzeug einer kleineren Autoklasse</b> wechsele, als ich bisher fahre.   | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>               | <input type="checkbox"/> |
| • Diese Prämie wird mich beim Autokauf nicht beeinflussen.   | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>               | <input type="checkbox"/> |
| • Eine solche Prämie würde ich wieder für den Autokauf brauchen, um zusätzliche Optionen zu bezahlen, die ich sonst nicht wählen würde.  | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>               | <input type="checkbox"/> |
| • <u>Falls Sie zurzeit ein Benzinauto fahren</u> ( <input type="checkbox"/> Ich fahre ein Dieselauto.):<br>↳ Ich würde von Benzin zu Diesel wechseln für eine solche Prämie.   | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>               | <input type="checkbox"/> |
| • Eine solche Prämie könnte eventuell auch dann ausbezahlt werden, wenn ein Auto bezogen auf sein Leergewicht sparsam ist. Es kann dann also vorkommen, dass man für ein eher kleineres Auto (z.B. VW Golf 1.9 TDI) keine Prämie bekommt, aber für ein eher grösseres Autos (z.B. VW Passat 1.9 TDI) eine Prämie erhält. Bitte bewerten Sie dazu <u>folgende Aussage</u> :<br>Ich würde auch ein eher sparsames Auto <b>einer grösseren Autoklasse</b> als eigentlich beabsichtigt kaufen, falls es dafür eine solche Prämie gibt. | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>               | <input type="checkbox"/> |

b) Diese Prämie für den Kauf treibstoff-effizienter Neuwagen müsste natürlich auch finanziert werden und sollte dem Staat keine zusätzlichen Kosten verursachen. Dazu werden derzeit verschiedene Möglichkeiten diskutiert. Wie ist Ihre Meinung zu folgenden drei Möglichkeiten?

- |  | <i>stimme<br/>überhaupt<br/>nicht zu</i> |                          |                          | <i>stimme<br/>voll und<br/>ganz zu</i> |                          |
|--|--|--------------------------|--------------------------|--|--------------------------|
|  | 1  | 2                        | 3                        | 4                                      | 5                        |
| Das Geld für eine solche Prämie  |  |                          |                          |  |                          |
| • ... soll aus einer Preiserhöhung für alle Neuwagen (um 1 bis 2 %) kommen.                                      | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>               | <input type="checkbox"/> |
| • ... soll aus einer einmaligen Abgabe kommen, die man zahlen muss, wenn man ein Auto mit hohem Verbrauch kauft. | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>               | <input type="checkbox"/> |
| • ... soll aus einer entsprechenden Erhöhung der Treibstoffpreise kommen.  | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>               | <input type="checkbox"/> |

c) Nun haben Sie diese Prämie und ihre mögliche Ausgestaltung ein wenig genauer kennen gelernt. Eine solche Prämie könnten ungefähr 20 % aller Neuwagenkäufer bekommen. Wir möchten Sie bitten, nochmals Ihr Urteil über diese Massnahme abzugeben.

- |                                 | <i>stimme<br/>überhaupt<br/>nicht zu</i> |                          |                          | <i>stimme<br/>voll und<br/>ganz zu</i> |                          |
|---------------------------------|--|--------------------------|--------------------------|--|--------------------------|
|                                 | 1  | 2                        | 3                        | 4                                      | 5                        |
| • Diese Massnahme ist sinnvoll. | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>               | <input type="checkbox"/> |



**Zum Schluss bitten wir Sie noch um einige Angaben zu Ihrer Person.  
Die ETH Zürich sichert Ihnen zu, dass Ihre Angaben anonym bleiben (Datenschutz-Info: Seite 1).**

21. Ihr Jahrgang: 19\_\_\_\_\_
22. Geschlecht:  männlich  weiblich
23. Was trifft derzeit auf Sie zu? (Mehrfachnennungen möglich)
- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> in Ausbildung (Lehre, Studium, usw.)          | <input type="checkbox"/> nicht erwerbstätig, aber Stelle zugesichert       |
| <input type="checkbox"/> erwerbstätig (Teilzeit/Vollzeit)              | <input type="checkbox"/> Hausmann/Hausfrau                                 |
| <input type="checkbox"/> nicht erwerbstätig und auf Arbeitssuche       | <input type="checkbox"/> Rentner/in, pensioniert (Alters-, Invalidenrente) |
| <input type="checkbox"/> nicht erwerbstätig und nicht auf Arbeitssuche |  |
- ↳ Falls erwerbstätig:
- a) Welchen Beruf üben Sie gegenwärtig aus? (beziehen Sie sich auf Ihre Haupterwerbstätigkeit)
- \_\_\_\_\_
- b) Welches ist Ihre gegenwärtige berufliche Stellung? (beziehen Sie sich auf Ihre Haupterwerbstätigkeit)
- |  |
|--|
| <input type="checkbox"/> weiss nicht   |
| <input type="checkbox"/> selbständig (eigener Betrieb, freierwerbend)  |
| <input type="checkbox"/> mitarbeitendes Familienmitglied in eigenem Betrieb  |
| <input type="checkbox"/> angestellt im höheren Kader( als Direktor/-in, Prokurist/-in, Chefbeamter/Chefbeamtin etc.)   |
| <input type="checkbox"/> angestellt im mittleren und unteren Kader (z.B. als Bürochef/in, Dienstchef/in, Filialleiter/in, Gruppenchef/in, Werkstättenchef/in, Werkmeister/in, Vorarbeiter/in, Polier/in) |
| <input type="checkbox"/> Arbeitnehmer/in in anderer Funktion (z.B. als Angestellte/r, Arbeiter/in, Praktikant/in)  |
| <input type="checkbox"/> andere Stellung, nämlich: _____   |
24. Falls erwerbstätig oder in Ausbildung:
- a) Wie viel Zeit brauchen Sie normalerweise für Ihren Hinweg zur Arbeit bzw. Ausbildungsstätte (von Tür zu Tür)?
- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ich arbeite im Gebäude, wo ich wohne | <input type="checkbox"/> ich benötige _____ Stunde(n) und _____ Minute(n) |
|---|---|
- b) Welche/-s Verkehrsmittel benützen Sie normalerweise für Ihren Arbeitsweg/Ausbildungsweg?  
(Geben Sie alle Verkehrsmittel an, welche Sie während desselben Tages für den Arbeits-/Ausbildungsweg benützen)
- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> keines, ganzer Weg zu Fuss      | <input type="checkbox"/> Velo                           |
| <input type="checkbox"/> Mofa                            | <input type="checkbox"/> Eisenbahn (SBB, Privatbahn)    |
| <input type="checkbox"/> Motorrad, Motorroller           | <input type="checkbox"/> Postauto, Überlandbus          |
| <input type="checkbox"/> Personenwagen als Lenker/-in    | <input type="checkbox"/> Tram, Bus, Trolleybus          |
| <input type="checkbox"/> Personenwagen als Mitfahrer/-in | <input type="checkbox"/> andere (z.B. Schiff, Seilbahn) |
- c) Wie oft legen Sie normalerweise Ihren Arbeitsweg/Ausbildungsweg zurück?
- pro Tag:  Hin- und Rückweg einmal  Hin- und Rückweg zweimal  dreimal oder mehr
  - an wie vielen Tagen pro Woche: \_\_\_\_\_ Tage



25. Wie viele Personen älter als 18 Jahre wohnen insgesamt in Ihrem Haushalt?  1  2  3  4  5 oder mehr

26. Wohnen Kinder/Jugendliche jünger als 18 Jahre in Ihrem Haushalt?

nein  ja, und zwar:  1  2  3  4  5 oder mehr

27. Haushaltsvorstände sind für den Haushalt wirtschaftlich und sozial verantwortliche Personen.

In Paarhaushalten (mit oder ohne Kinder) gelten beide Partner als Vorstände. Sind Sie Haushaltsvorstand?

ja → falls ja:

- alleiniger Haushaltsvorstand
- zusammen mit Ehefrau/-mann oder Partner/in
- zusammen mit anderen Personen

nein → falls nein: Wie sind Sie verwandt mit mindestens einem der Haushaltsvorstände?

- Sohn/Tochter (inkl. Schwieger- und Stiefsohn/-tochter)
- andere/r Verwandte/-r (Vater, Mutter, Grossvater/-mutter, Bruder, Schwester...)
- nicht verwandt

28. Wo wohnen Sie vor 5 Jahren?

- an der gleichen Adresse wie heute
- in der gleichen Gemeinde, aber an einer anderen Adresse
- im gleichen Kanton, aber in einer anderen Gemeinde
- in der Schweiz, aber in einem anderen Kanton
- im Ausland

29. Welche Ausbildungen haben Sie abgeschlossen? (Bitte geben Sie alle Ihre abgeschlossenen Ausbildungen an)

- Keine
- Obligatorische Schule (Primar-, Real-, Sekundar-, Bezirks-, Orientierungsschule, Pro-, Untergymnasium)
- Diplommittelschule (bis 2 Jahre), Verkehrsschule, Sozialjahr, berufsvorbereitende Schule, Anlehre
- Berufslehre oder Vollzeit-Berufsschule (z.B. Handelsschule, Lehrwerkstätte)
- Maturitätsschule, Berufsmatura, Diplommittelschule (3 Jahre)
- Lehrkräfte-Seminarien (z.B. Kindergarten, Primarschule), Musiklehrkräfte, Turn- und Sportlehrkräfte
- Höhere Fach- und Berufsausbildung (z.B. eidg. Fachausweis, eidg. Fach- oder Meisterdiplom, HKG, TS)
- Höhere Fachschule (z.B. HTL, HWV, HFG, HFS), mind. 3 Jahre Vollzeitausbildung (inkl. Nachdiplome)
- Fachhochschule (inkl. Nachdiplome)
- Universität, TU, ETH, HSG (inkl. Nachdiplome)

30. Gesamt-Bruttoeinkommen pro Monat aller Personen in Ihrem Haushalt (inkl. Renten):

unter 2000 Fr.	2000 – 4000 Fr.	4001 – 6000 Fr.	6001 – 8000 Fr.	8001 – 10'000 Fr.	10'001 – 12'000 Fr.	12'001 – 14'000 Fr.	höher als 14'000 Fr.	weiss nicht	keine Angabe
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Falls Sie weitere Bemerkungen haben, können Sie diese gerne hier notieren

---



---



---

Herzlichen Dank für das Ausfüllen des Fragebogens!