Elektroautos mangelt es an Alltagstauglichkeit

puls Studie zu Kaufbarrieren und Marktpotenzialen von Elektroautos

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weßner
2. Juni 2020

Studiendesign

- **Zielgruppe**
  Autofahrer/ Personen, die in den nächsten 6 Monaten eine Autoanschaffung planen.

- **Stichprobe**
  n=1.041

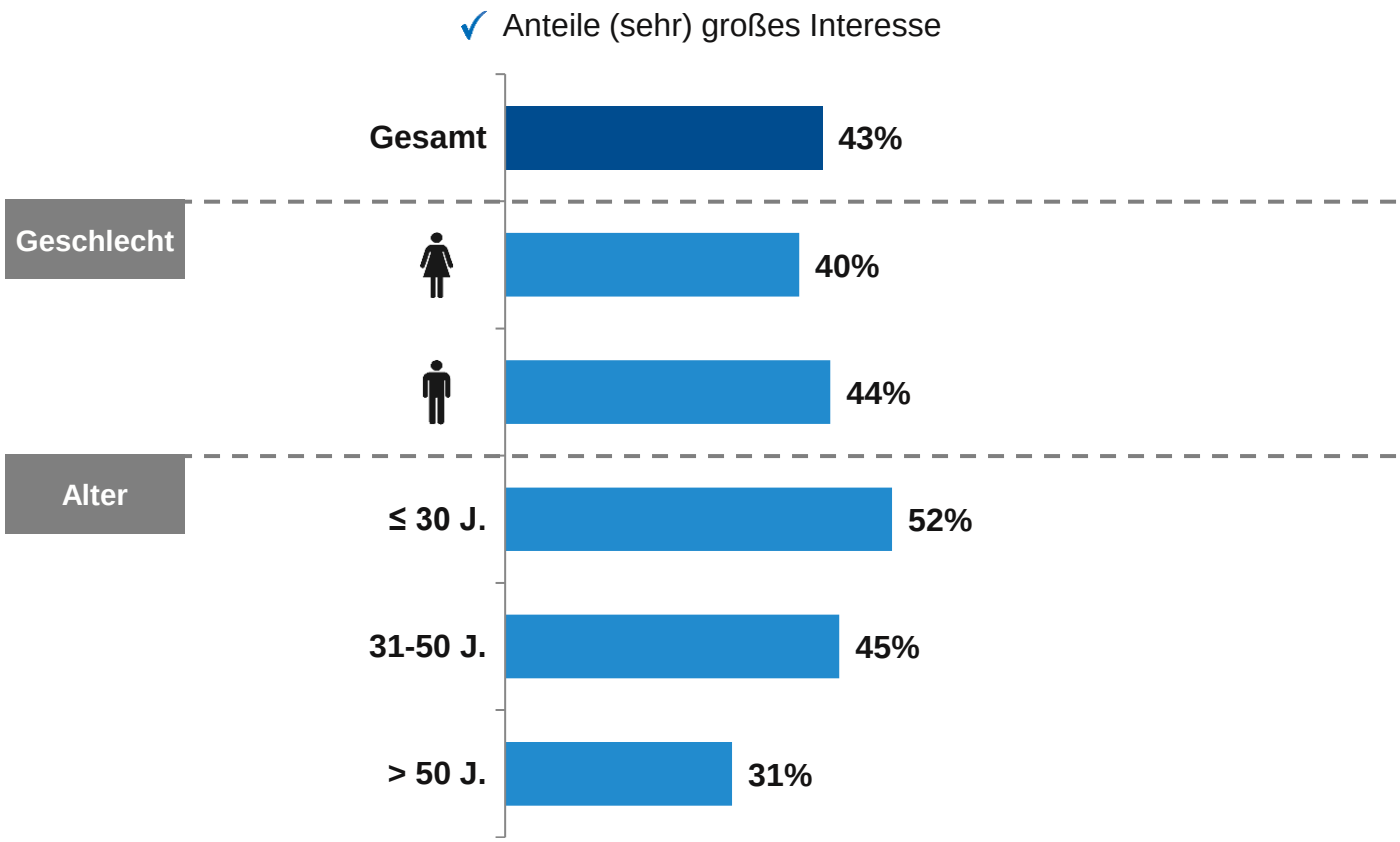
- **Erhebungsmethode**
  Online

- **Befragungszeitraum**
  Mai 2020

- **Konzeption, Durchführung und Empfehlungen**
  puls Marktforschung GmbH Schwaig b. Nürnberg

43% haben (sehr) großes Interesse an der Anschaffung eines Elektroautos, vor allem Jüngere.

Interesse an der Anschaffung eines Elektroautos

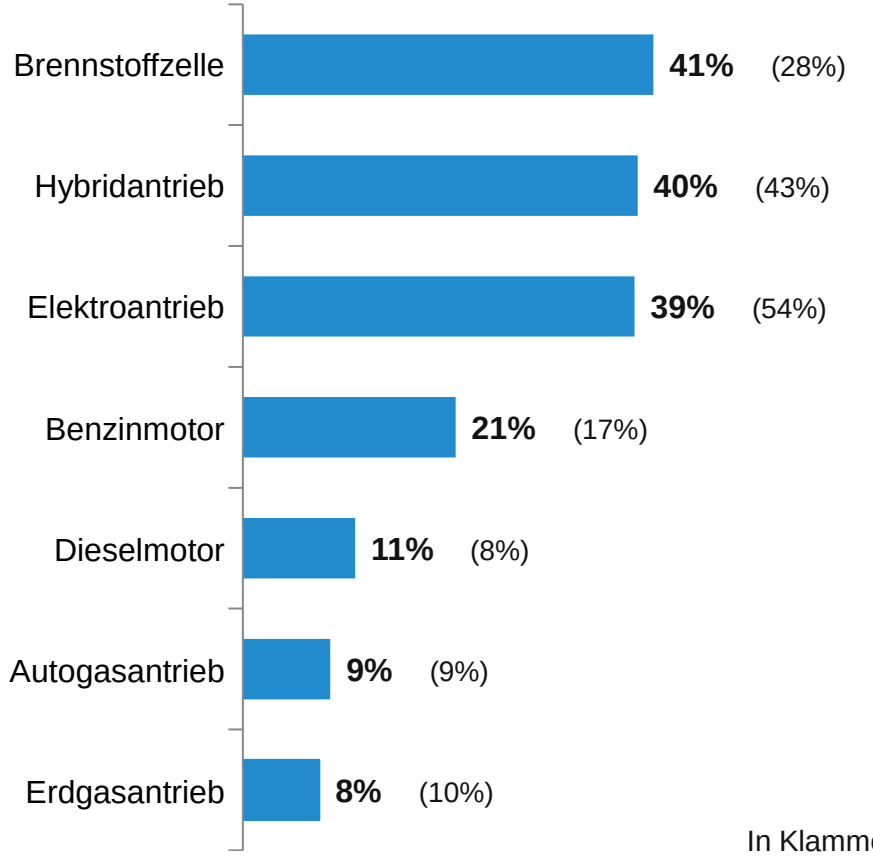


Quelle: *puls* Marktforschung GmbH

Basis: n=1.041

Die Brennstoffzelle gewinnt an Zukunftsträchtigkeit, Elektro- und Hybridantriebe lassen Federn.

Antriebe der Zukunft



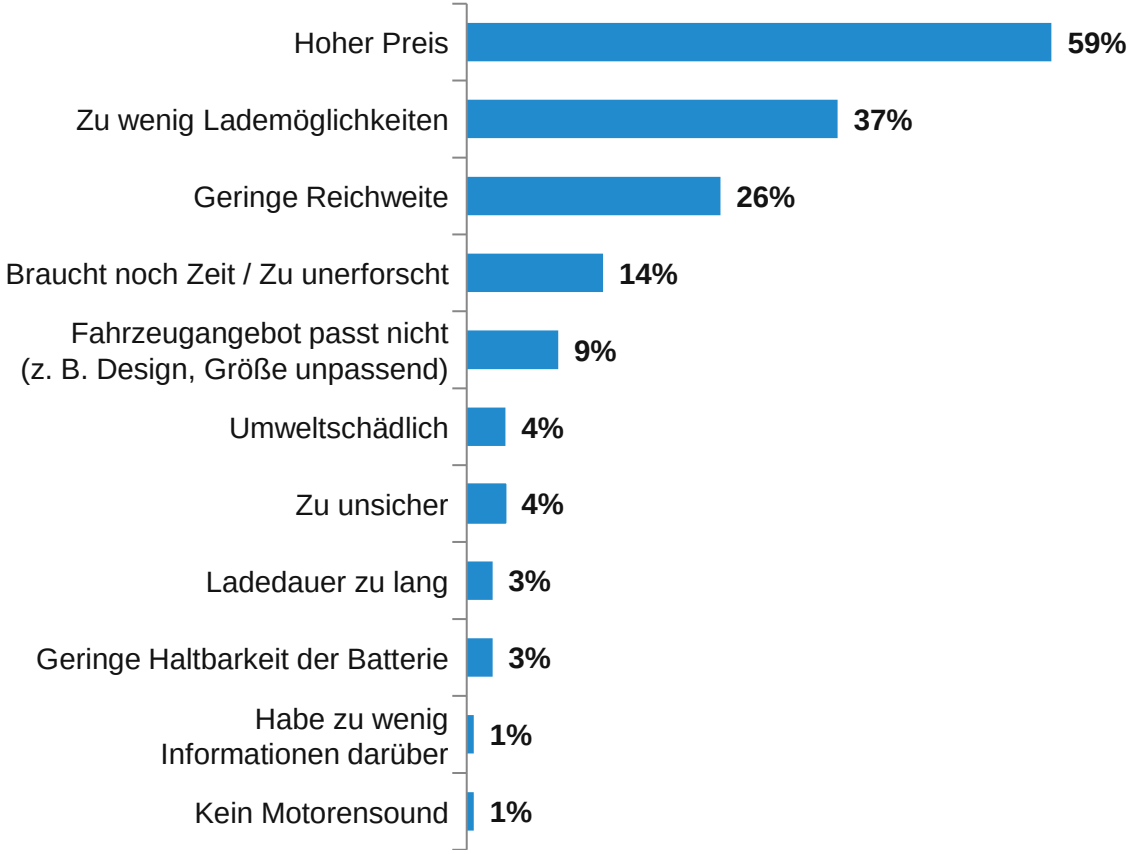
In Klammern: Werte aus 2018

Quelle: *puls* Marktforschung GmbH

Basis: n=1.041

V. a. der hohe Preis und die beschränkten Lademöglichkeiten sind Barrieren für die Anschaffung eines Elektroautos.

Anschaffungsbarrieren: Warum E-Auto Interessenten doch kein Elektroauto kaufen



Basis: n=153 (Personen, die einen Verbrenner angeschafft haben, aber den Elektromotor als Antrieb der Zukunft sehen)

Quelle: *puls* Marktforschung GmbH

Tesla baut seinen Vorsprung als führende Marke für E-Autos deutlich aus.

Führende Marken für Elektrofahrzeuge

	März 2020	ENTWICKLUNG 2018/2020	September 2018	Juli 2017	Mai 2016	Dezember 2013	Mai 2012
Tesla	**67%**	**+6**	**61%**	**51%**	**42%**	3%	1%
BMW	**23%**	**-1**	24%	29%	35%	**31%**	13%
VW	**19%**	**+7**	12%	15%	15%	10%	12%
Toyota	**18%**	**-3**	21%	16%	17%	20%	**24%**
Audi	**16%**	**+5**	11%	13%	13%	11%	9%
Renault	**12%**	**+5**	7%	7%	8%	8%	12%
Mercedes-Benz	**11%**	**0**	11%	12%	19%	7%	9%
Hyundai	**8%**	**0**	8%	4%	3%	-	-
Deutsche Post	**6%**	**+6**	-	-	-	-	-
Opel	**5%**	**+1**	4%	7%	6%	7%	13%

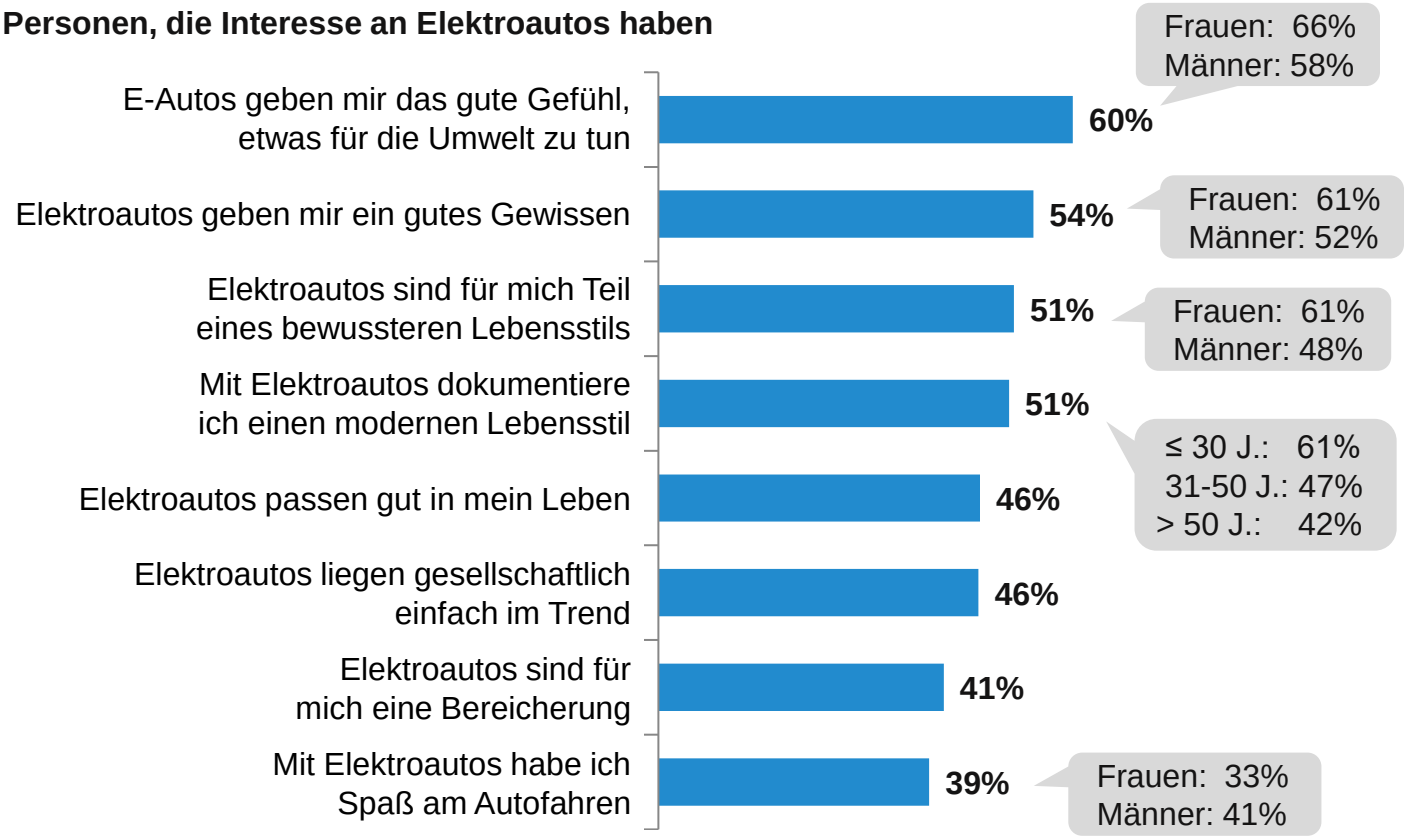
Quelle: *puls* Marktforschung GmbH

Basis: n=1.041

Elektroautos geben das gute Gefühl, etwas für die Umwelt zu tun.

Zustimmung zu Aussagen zum Elektroauto (1/2)

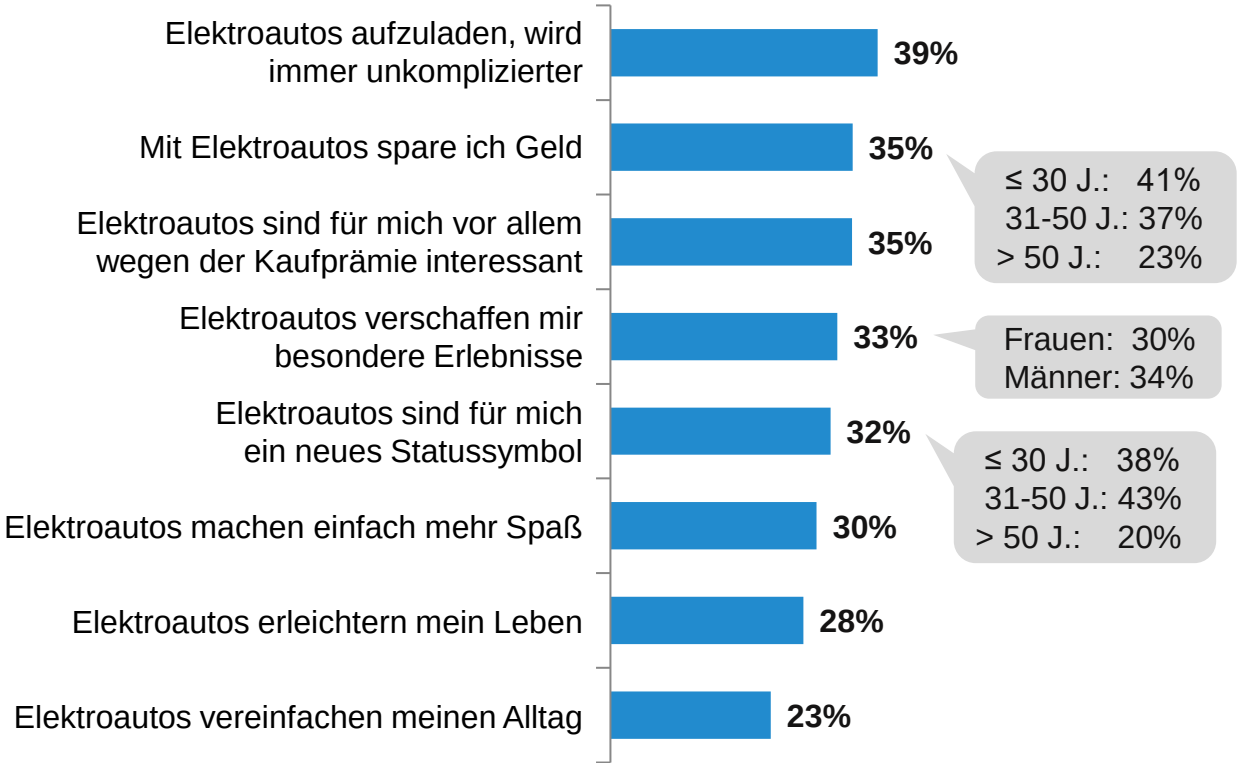
✓ **Personen, die Interesse an Elektroautos haben**



Elektroautos sind keine Spaßprodukte, die das Leben und den Alltag erleichtern.

Zustimmung zu Aussagen zum Elektroauto (2/2)

✓ **Personen, die Interesse an Elektroautos haben**



puls über puls

Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	18
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg
Kerngeschäft:	Integrierte Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien (Schwerpunkte: Automotive & Finance)
Unser Leistungsversprechen:	*For Better Decisions*

Aktive Mitgliedschaften:

adm

BVM Korporatives Mitglied im BVM „Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforschen"

DGOF

Quelle: *puls* Marktforschung GmbH

Aktuelle Referenzen

Quelle: *puls* Marktforschung GmbH

Laufende Projekte von puls in der Automobilbranche

Autohaus Online-Panel
Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern

***puls*Schlag**
Monatliche Erhebung der Konjunktur- und Verkaufserwartungen der Autohäuser
(Seit 2000 in Kooperation mit der Fachzeitschrift AUTOHAUS)

***puls* Händlerradar / AUTOHAUS BankenMonitor / AUTOHAUS VersicherungsMonitor**
Jährliche Messungen der Händlerzufriedenheit mit Herstellern/Importeuren, Autobanken und Versicherungen.

Autokäufer*puls* / Autoflotten*puls*
Markenübergreifende Befragung von monatlich 1.000 Autokäufern und 1.500 Autoflottenkunden (2x jährlich).

Automotive WebScreening / Google Trends
Analyse der Kundenbewertungen im Web 2.0 sowie der Google-Suchanfragen zu Automobilherstellern, Fahrzeugen, Autohäusern etc.

Quelle: *puls* Marktforschung GmbH

puls – Marktforschung und Maßnahmenempfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien

For Better Decisions **– Seit über 25 Jahren konzentriert sich die *puls* Marktforschung darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung abzusichern.**

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 18 hochqualifizierte Mitarbeiter. Dabei gibt es bei *puls* kein Marktforschungsprojekt ohne Maßnahmenempfehlungen zur Optimierung der Kundenbindung und Marktausschöpfung.

Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „*For Better Decisions*“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie Audi, Opel, Volkswagen, GORE-TEX, ZF Services, Uniqa oder BASF sichern ihr weiteres Wachstum durch maßgeschneiderte Marktforschung von *puls* ebenso ab wie mittelständische Unternehmen.

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Telefon **0911 9535-400**
Fax **0911 9535-404**

wessner@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

pulsMarktforschung · pulsmarktforschung · pulsMafo · puls Marktforschung