

Noch ist nichts verloren

Die Kunden glauben in Sachen **E-MOBILITÄT** unbeirrt an die deutschen Autobauer. VON GREGOR LE CLAIRE

NÜRNBERG. In der öffentlichen Debatte wirkt es manchmal so, als führen die deutschen Autobauer in Sachen Elektromobilität der internationalen Konkurrenz vor allem aus China und den USA hinterher. Doch es gibt auch gute Nachrichten für BMW, VW und Daimler: Die Autokäufer in der Heimat glauben offenbar fest an ihre Comeback-Qualitäten.

Das ergibt sich aus den Ergebnissen einer repräsentativen Studie, die das Nürnberger Marktforschungsinstitut Puls exklusiv für die *Nürnberger Nachrichten* und das Online-Portal *nordbayern.de* erstellt hat. Demnach ist Tesla zwar in der Wahrnehmung der Kunden die führende Marke bei der Entwicklung von E-Fahrzeugen. Direkt dahinter aber reihen sich BMW sowie der VW-Konzern mit den Marken VW und Audi ein. Lediglich Mercedes-Benz auf Platz acht fällt etwas ab.

Dass der Weg für E-Fahrzeuge bis zum Durchbruch auf dem Massenmarkt noch weit ist, zeigt sich allerdings daran, dass nur rund jeder vierte Studien-Teilnehmer auf Nachfrage auch ein konkretes Modell nennen konnte. Am bekanntesten ist noch der „i3“ von BMW, gefolgt vom Renault Zoe und dem Audi e-tron. Erst auf den Plätzen vier und fünf folgen die Tesla-Modelle „S“ und „3“.

Als Hausaufgaben gaben die Befragten den Unternehmen und der Politik mit, dass sie in den kommenden Jahren vor allem die Reichweite von E-Autos erhöhen sowie den Preis senken müssen, sollen die Modelle ein Erfolg werden. Auch das Laden sei im Moment noch zu kompliziert. Steuerliche Vergünstigungen oder sonstige Subventionen spielen bei der Kaufentscheidung dagegen eine untergeordnete Rolle.

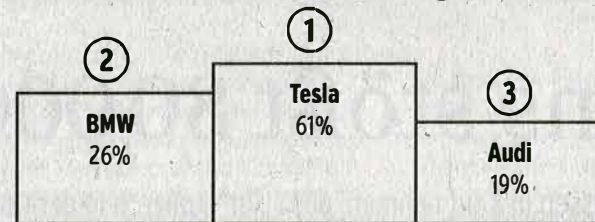
„Die klassischen deutschen Automarken, allen voran Audi, BMW und

EXKLUSIVE STUDIE

Anschaffungsbarrieren von Elektroautos



Führende Marken bei der Entwicklung von Elektroautos



VW, legen in der wahrgenommenen Kundenkompetenz für Elektroautos langsam zu“, erklärte Puls-Geschäftsführer Konrad Weißner. Die Bekanntheit einzelner E-Auto-Modelle sei zwar noch überschaubar, werde aber allein schon wegen der zu erwartenden steigenden Präsenz im Straßenbild künftig sicherlich zulegen.

Auffallend an den Ergebnissen sei, so Weißner, dass die Verbraucher in Deutschland im Vergleich zu Kunden etwa in Norwegen oder Kalifornien

aktuell noch relativ starke Vorbehalte gegen das Elektroauto hegen. „Der deutschen Autoindustrie wird häufig vorgeworfen, das Thema verschlafen zu haben“, so Weißner. Zur ganzen Wahrheit gehöre aber, dass auch die deutschen Kunden hier besonders zurückhaltend seien.

Für die Studie hat Puls 1016 Personen befragt, die in den vergangenen zwölf Monaten ein Auto gekauft haben oder dies im kommenden Jahr vorhaben.