

Dienstag, 02. Juni 2020, 15.45 Uhr

Puls-Marktforschung: E-Autos fehlt die Alltagstauglichkeit

Im Zusammenhang mit möglichen Autokaufprämien wird auch über eine ökologische Komponente diskutiert. Warum E-Autos die Kunden noch nicht überzeugen und wie man das ändern könnte, ermittelt eine aktuelle Befragung.

Von Bettina John

Diese Woche soll über mögliche **Kaufprämien** entschieden werden, vor diesem Hintergrund fragte die Nürnberger Marktforschung Puls gut 1000 Autokäufer zu ihrem Kaufinteresse und den Kaufbarrieren gegenüber **Elektroautos**.



Bei der Betrachtung der Anbieter führt aus Kundensicht ganz klar Tesla als führende Elektroautomarke. (Foto: Tesla)

Obwohl mittlerweile 43 Prozent der Befragten, und sogar über die Hälfte der Jüngeren, Interesse am Kauf eines E-Autos bekunden, lässt die **Elektroautowende** aber nach wie vor auf sich warten. Bei der Betrachtung der Anbieter führt aus Kundensicht ganz klar **Tesla** als führende Elektroautomarke (67 Prozent) vor den europäischen Autobauern.

Warum aus Interessenten (noch) keine Käufer werden, hat der Puls-Befragung zufolge mehrere Gründe: Demnach halten nur 39 Prozent der Befragten E-Autos für zukunftsfähig, 2018 waren es noch 54 Prozent. Dagegen bezeichnen mittlerweile 41 (2018: 28) Prozent der Befragten die **Brennstoffzelle** als zukunftsträchtig.

Zudem wird die Stromer-Kauflust nach wie vor aus den altbekannten Gründen gebremst: So nennen 59 Prozent hohe Preise, 37 Prozent mangelnde Lademöglichkeiten und 26 Prozent geringe Reichweite.

Den Markt zum Blühen bringen

Man müsse mit Mythen aufräumen und den potenziellen Käufern vermitteln, dass und wie Elektroautos das Leben erleichtern, empfiehlt Puls-Geschäftsführer Konrad Weißner. Denn derzeit halten nur 23 Prozent der deutschen Autokäufer Elektroautos überhaupt für **alltagstauglich**.

Etwas für die **Umwelt** und das gute **Gewissen** tun: Diese beiden Qualitäten sprechen die Befragten mehrheitlich Elektroautos zu, ebenso einen bewussten beziehungsweise modernen Lebensstil. Wer diese Argumente nutzt – im Verbund mit einer möglichen Kaufprämie, aktiv angebotenen Probefahrten und bezahlbaren Flatrates – könne den "Markt zum Blühen" bringen, glaubt Weißner.

Quelle: <https://www.automobilwoche.de/article/20200602/NACHRICHTEN/200609986/puls-marktforschung-e-autos-fehlt-die-alltagstauglichkeit>