

Notizen:

puls Studie zu führenden Elektroautomarken

Der Vorsprung von Tesla schmilzt, etablierte Automarken holen auf

Nürnberg, 22. März 2022

Getrieben von staatlicher Förderung schreiben Elektroautos seit über zwei Jahren eine robuste Wachstumsgeschichte. So hat sich der Anteil der Stromer an den Neuzulassungen 2021 auf knapp 14% fast verdoppelt während der Markt im gleichen Zeitraum um insgesamt 10% geschrumpft ist. Um herauszufinden, wie es mit den Elektroautos weitergeht hat die Nürnberger Marktforschung *puls* bei 1.033 Autokäufern in Deutschland nachgefragt, wie sich das Interesse an Elektroautos entwickelt und welche Automarken bei diesem Zukunftsthema führend sind. Dabei zeigt die *puls* Studie, dass Elektroautos in Deutschland das Beste wohl noch vor sich haben: So äußert getrieben von nie dagewesenen Spritpreisen aktuell fast jeder zweite deutsche Autokäufer Interesse an einem E-Auto. Wer in diesem Wachstumsmarkt aber dabei sein möchte muss Flagge zeigen und im Hinterkopf der Auto-Interessenten einen Logenplatz für dieses Zukunftsthema erobern. Aktuell führt Tesla das Ranking mit deutlichem Vorsprung an, bewerten doch stattliche 59% der deutschen Autokäufer/Innen die Kalifornier als führende Elektroautomarke. Unter Männern liegt dieser Anteil sogar bei 64%. Mit weitem Abstand folgen BMW (24%), Audi (21%), VW (18%) und Mercedes-Benz (16%). Die Rangfolge der führenden Elektroauto-Marken ist allerdings nur eine Momentaufnahme, offenbart der Blick auf die Zeitreihe doch, dass etablierte Automarken wie Audi, Mercedes-Benz oder Ford deutlich aufholen während Teslas Vorsprung schmilzt. Weil es dabei aber nicht nur um die Automarken, sondern auch um die Händler geht, hat *puls* auch gefragt, welche Kompetenz die Kunden Autohändlern bezüglich Elektromobilität zusprechen. Die Ergebnisse zeigen Handlungsbedarf: So bewerten überschaubare 29% der Autokäufer/Innen ihren Automobilhändler als kompetent für Elektromobilität. Erst die Anschaffung eines Elektroautos treibt die Elektromobilitätskompetenz sowohl von Händlern als auch von Automarken auf 60 bzw. 64%. Vor dem Hintergrund dieser Studienergebnisse empfiehlt *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner Automobilhändlern, ihre Kompetenz für Elektroautos durch E-Auto Kompetenzbereiche im Autohaus, Pop-up Stores und das aktive Angebot von „Erlebnis-Probefahrten“ mit Herausstellung von Kunden-Statements zu schärfen.

-ENDE-

Anzahl Zeilen:	36
Anzahl Anschläge:	2.250 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	21. März 2022
Ansprechpartner:	Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400
Abdruck honorarfrei	

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Tel. 0911-9535-400
Fax 0911-9535-404

info@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

Über *puls* Marktforschung

Seit über 25 Jahren konzentriert sich *puls* darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung und daraus abgeleitete Maßnahmenempfehlungen abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 18 hochqualifizierte Mitarbeiter. Bei *puls* gibt es kein Marktforschungsprojekt ohne konkrete Maßnahmenempfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien.

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 Santander, Mercedes-Benz, Consorsbank, GORE-TEX, Quirin Privatbank, mobile.de, TÜV Süd oder STABILO sichern ihr weiteres Wachstum durch maßgeschneiderte Marktforschung von *puls* ebenso ab wie mittelständische Unternehmen.

Mehr Informationen über *puls* Marktforschung finden Sie unter www.puls-marktforschung.de.