

Notizen:

puls Studie zur Förderprämie für Elektroautos
AUTOKÄUFER WÜNSCHEN SICH KLARHEIT VON DER POLITIK

Nürnberg, 08. April 2022

1 Getrieben von nie dagewesenen Kraftstoffpreisen, dem Wunsch nach
 emissionsfreier Mobilität und der Förderprämie legt das Interesse
 an Elektroautos unaufhörlich zu. So äußern aktuell 49% der Auto-
 5 käufer in Deutschland laut einer Studie des Marktforschungsunter-
 nehmens *puls* Interesse an einem E-Auto. Die an Elektroautos tat-
 sächlich Interessierten machen ihre ins Auge gefasste Anschaffung
 eines „Stromers“ allerdings zu 59% und damit mehrheitlich vom Er-
 halt der staatlichen Förderprämie in Höhe von bis zu 9.000,- €
 10 abhängig. Deutlich geringere 18% der E-Auto Interessenten geben
 an, dass sie sich auch dann ein Elektroauto anschaffen würden,
 wenn sie die Prämie nicht mehr erhalten würden. Weil für den Er-
 halt der Prämie aber das Zulassungsdatum des Fahrzeugs entschei-
 dend ist, taucht eine Hürde auf, die das weitere Wachstum der
 emissionsfreien Elektromobilität empfindlich bremsen könnte: Weil
 15 kaum ein Elektroauto in Deutschland unter 10 Monaten lieferbar
 ist, würde die Auslieferung und Zulassung der Autos in's kommende
 Jahr fallen. Dann sind aber neue Förderrichtlinien geplant, von
 denen derzeit noch niemand weiß, wie sie genau aussehen. Von da-
 her verwundert es nicht, dass sich 59% der deutschen Autokäufer
 20 von der Politik eine klare Entscheidung zur Förderung von Elekt-
 roautos auch über das Jahr 2022 hinaus wünschen. „Die Politik
 sollte das hohe Kaufinteresse an Elektroautos und damit die Gunst
 der Stunde zur Förderung emissionsfreier Mobilität nutzen und
 25 möglichst schnell Klarheit zu den Förderbedingungen für Elektro-
 autos auch über das Jahr 2022 hinaus schaffen“, empfiehlt *puls*
 Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner.

-ENDE-

Anzahl Zeilen: 26
 Anzahl Anschläge: 1.628 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
 Datum: 08. April 2022
 Ansprechpartner: Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400
 Abdruck honorarfrei

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.