

Notizen:

puls Studie - Akzeptanz und Wirkung der E-Auto-Förderung
Rund eine Million Pkw-Halter will die geplante „E-Auto-Prämie“ nutzen - die Förderung droht dennoch wichtige Ziele zu verfehlen
 Nürnberg, 16. Februar 2026

1 Der von der deutschen Bundesregierung geplante neue Fördertopf
 für Elektrofahrzeuge und Plug-in-Hybride könnte schnell ausge-
 schöpft sein. Das zeigt eine aktuelle, repräsentative Studie des
 5 Nürnberger Marktforschungsinstituts *puls* unter 1.000 Pkw-Haltern
 in Deutschland.
 Konkret geben nach einer Erläuterung der geplanten Förderrichtli-
 nie 3,1% der befragten Pkw-Halter an, die neue Prämie „definitiv
 in Anspruch nehmen“ zu wollen. Weitere 20,6% wollen dies noch
 überlegen. Demgegenüber stehen 12,7%, die kein generelles Inte-
 10 resse an einer Förderung haben, 39,6%, für die kein Elektrofahr-
 zeug bzw. Plug-In Hybrid in Frage kommt, sowie 17,7%, die nach
 eigener Aussage Fördervoraussetzungen nicht erfüllen.
 Rechnet man die 3,1% der „sicheren Interessenten“ auf die Gesamt-
 15 zahl der privaten Pkw-Halter in Deutschland hoch und berücksich-
 tigt die durchschnittliche Anzahl an Fahrzeugen pro Halter,
 ergibt sich eine Größenordnung von rund einer Million Fahrzeuge,
 für die die Prämie aktuell konkret in Betracht gezogen wird. Zum
 Vergleich: Die 3 Mrd. € Gesamtvolumen aus dem Fördertopf sollen
 20 für etwa 800.000 Fahrzeuge ausreichen.
 „Schon allein die Gruppe der konkreten Interessenten übersteigt
 rechnerisch die geplante Förderkulisse. Zieht man zusätzlich die
 gut 20% der Überlegenden in Betracht, deutet vieles darauf hin,
 dass der Fördertopf schnell ausgeschöpft sein könnte“, so Stefan
 Reiser, Managing Director bei *puls* Marktforschung.
 25 „Zudem zeigt die Studie deutlich, dass insbesondere Halterinnen
 und Halter junger Elektro- und Hybridfahrzeuge offen für eine In-
 anspruchnahme der Prämie sind“, so Reiser weiter. Wenn ein Up-
 grade auf ein neues Elektrofahrzeug deutlich attraktiver wirkt
 als ein Umstieg vom Verbrenner, werde ein wesentliches Ziel der
 30 Förderung verpasst. Darüber hinaus dürfte das Problem sinkender
 Restwerte von gebrauchten Elektrofahrzeugen weiter verschärfen,
 sofern die Förderrichtlinie nicht angepasst wird.

-ENDE-

35

Anzahl Zeilen:	32
Anzahl Anschläge:	1.923 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	16. Februar 2025
Ansprechpartner:	Stefan Reiser +49 (0) 911-9535-400

40 *Abdruck honorarfrei*

45

Über *puls* Marktforschung

Seit 30 Jahren konzentriert sich *puls* darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung und daraus abgeleitete Maßnahmenempfehlungen abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Markt- und Sozialforschungsstudien arbeiten 14 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.

Weitere Informationen zur Studienmethodik

Erhebung: Online-Interviews bei Personen im Alter von 18 bis 75 Jahren, bundesweit, in einem qualitativ führenden deutschen Online-Panel mit Double-Opt-In Panelisten

Erhebungsphase: 05.-12. Februar 2026

Fragebogen: ca. 10 Minuten Interviewlänge, beantwortbar auf allen Devices

Zielgruppe: PKW-Halter (private und solche, die über die Wahl ihres Geschäftswagens zumindest mitentscheiden)

Stichproben-Eigenschaften: Quotierung und Gewichtung gemäß KBA-Statistik bzgl. PKW-Haltern nach Personenalter, Geschlecht, Bundesland sowie nach Fahrzeugbestandscharakteristika (Fahrzeugalter, Fahrzeugsegment, Anteil Geschäftswagen u.a.)

Stichprobengröße: n=1.000 vollständige Interviews

Qualitätssicherungsmaßnahmen u.a.:

- Panelqualitätssicherung nach ISO-Norm 20252:2019
- Ausschluss von Bots und Betrügern in den Interviews mittels Qualitätskontrollfragen und -algorithmen
- Manuelle Datenkontrolle und -bereinigung nach Abschluss der Feldphase