



Marktpotenzial für Elektroautos in Deutschland

Global E-Mobility Survey 2011 – powered by TÜV Rheinland

Steffen Ansmann, Projektleiter Innovations- und Marktforschung

64. IAA 2011

21. September 2011

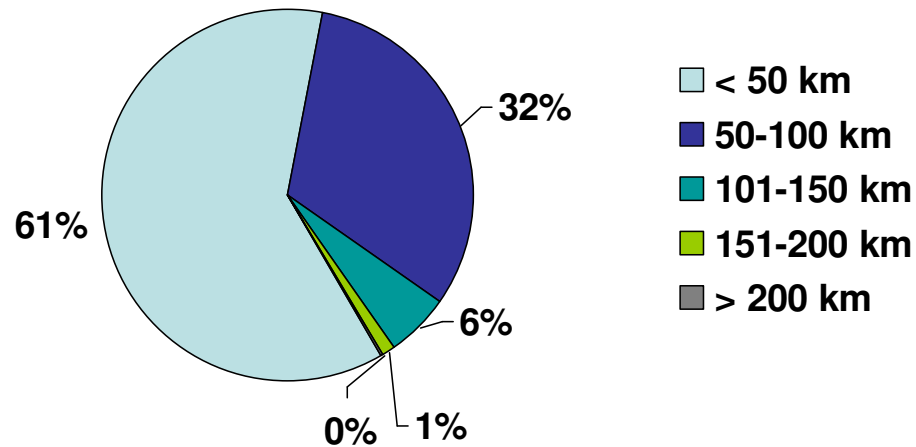
E-Mobility Studie 2011 – powered by TÜV Rheinland.

- Im Mai und Juni 2011 führte die Innovations- und Marktforschung von TÜV Rheinland zusammen mit dem US-amerikanischen Marktforschungsinstitut KS&R eine repräsentative Studie zum Thema Elektroautos durch.
- In Deutschland wurden 652 Interviews online geführt.
- Befragt wurden Personen über 18 Jahre, die ein eigenes Auto besitzen oder Zugang zu einem Auto haben, das sie zum persönlichen Gebrauch mindestens mehrmals im Monat fahren.
- Die Ziel der Studie war die Erhebung bzw. Identifikation folgender Aspekte:
 - Nutzungsgewohnheiten von AutofahrerInnen;
 - Wissensstand und wahrgenommener technologischer Entwicklungsstand zum Thema;
 - Kaufinteresse/Kaufbereitschaft für ein Elektroauto innerhalb der nächsten 5 Jahre;
 - Markenbekanntheit/Markenassoziation und Stärke der Markenerwägung; und
 - Kaufmotive bzw. Kaufhemmnisse unter Endverbrauchern.

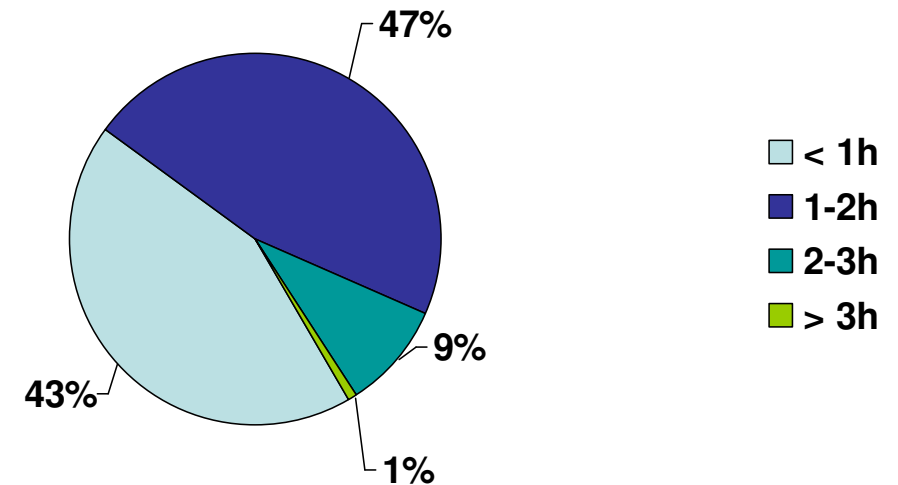
Nutzungsgewohnheiten.

- Über 60% der Befragten legen täglich maximal 50 km mit dem PKW zurück.
- Knapp 30% fahren 50 bis 100 km täglich.
- Die täglich Fahrzeit beträgt in der Regel unter 2 Stunden.

Wie viele km legen Sie durchschnittlich am Tag mit dem PKW zurück? (n = 652)



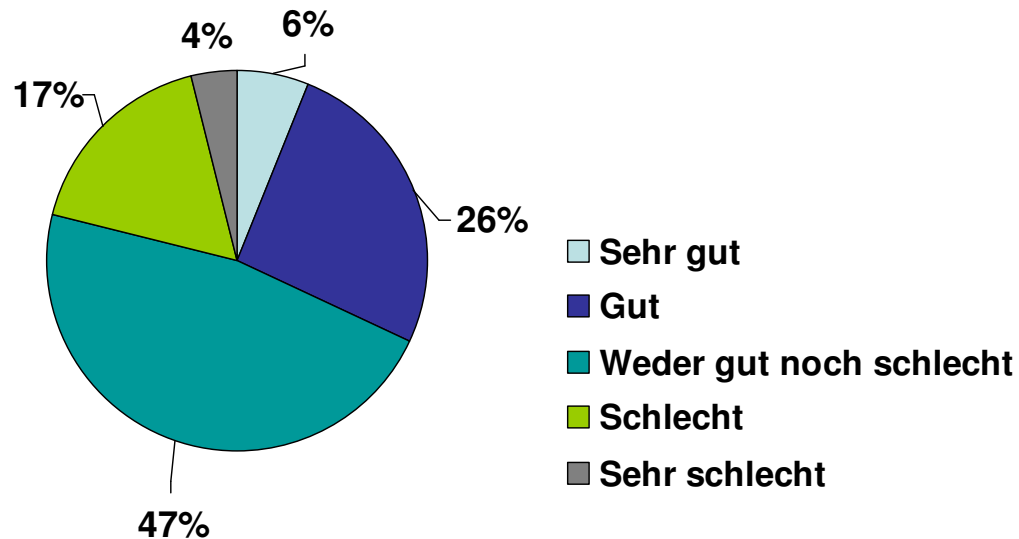
Wie viel Zeit verbringen Sie durchschnittlich pro Tag im PKW? (n = 652)



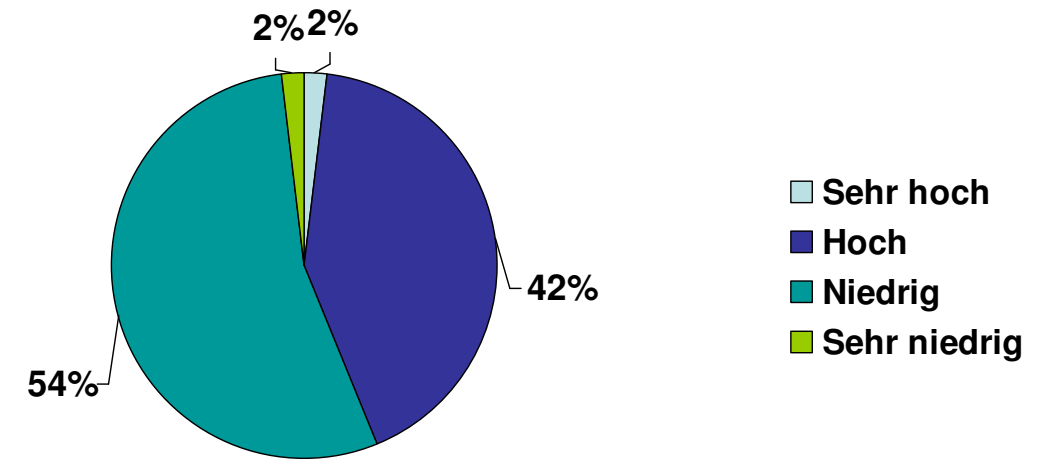
Informationsstand und Stand der technologischen Entwicklung.

- An Hand der Informationen, die ihnen zur Verfügung stehen, glaubt fast die Hälfte aller Befragten, dass sie weder gut noch schlecht über Elektroautos informiert sind. Weibliche Befragte sind eher neutral.
- Ein Drittel schätzt sich als gut oder sehr gut informiert ein, insbesondere männliche Befragte.
- Die Wahrnehmung des jetzigen Stands der technologischen Entwicklung von Elektroautos ist durchmisch.

Informationsstand zum Thema Elektroauto (n = 652)



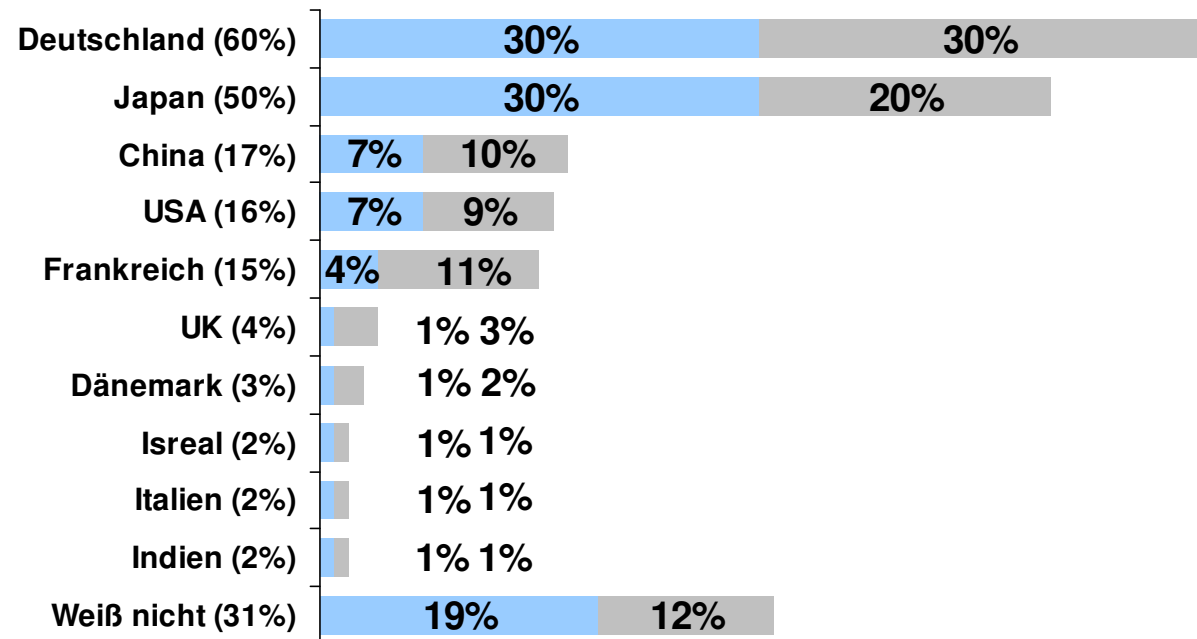
Aktueller Stand des technologischen Fortschritts von Elektroautos (n = 652)



Deutschland und Japan als Technologieführer für Elektroautos.

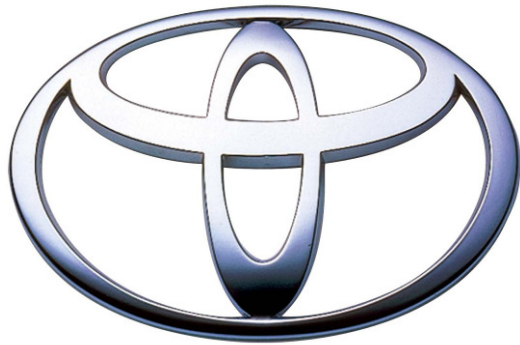
- Deutschland wird als technologisch fortgeschrittenstes Land für die Technologie von Elektroautos wahrgenommen, gefolgt von Japan (mehr unter männlichen Befragten sowie dem Segment der SUV / Pickup Besitzer).
- Ein beträchtlicher Anteil ist sich nicht sicher, welches Land sie als fortgeschritten bezeichnen würden, vor allem unter weiblichen TeilnehmerInnen.

Technologisch höchster und zweithöchster Entwicklungsstand Einfachnennung (n = 652)

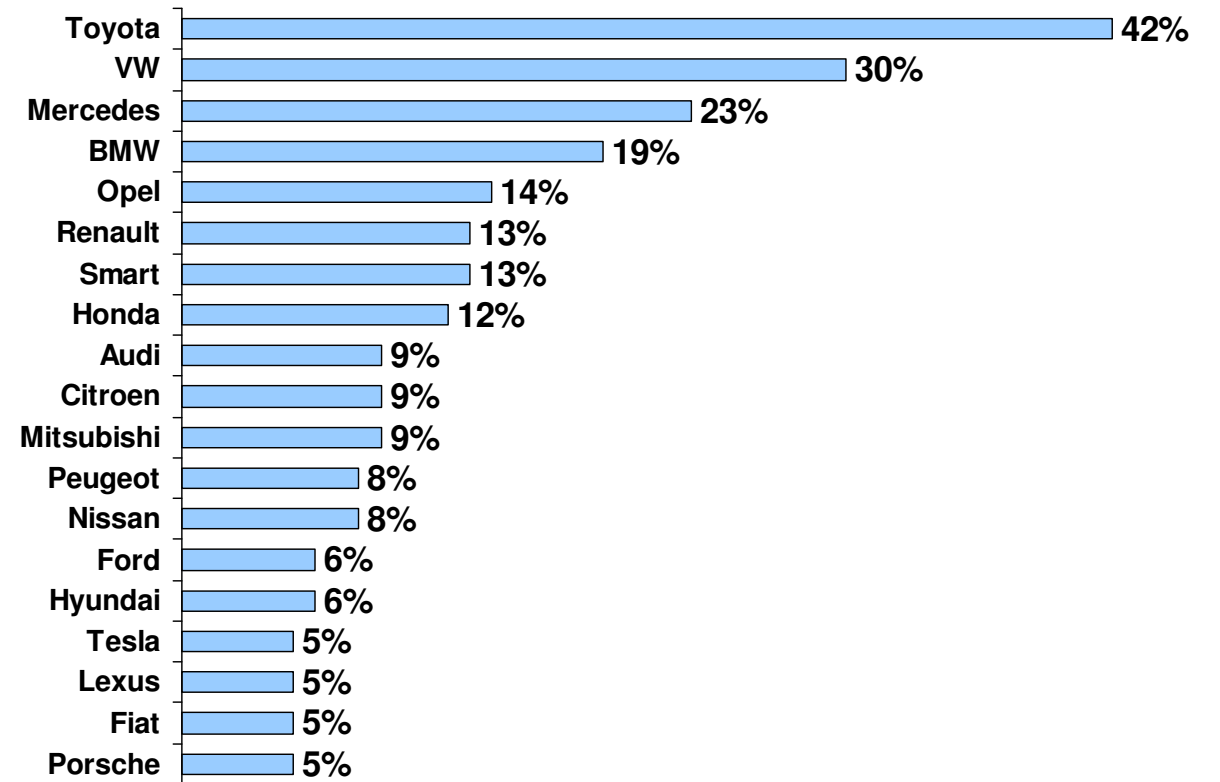


Toyota Top of Mind.

- Viele Hersteller wurden in Zusammenhang mit Elektroautos gebracht; dabei führt Toyota in der spontanen Markennennung.



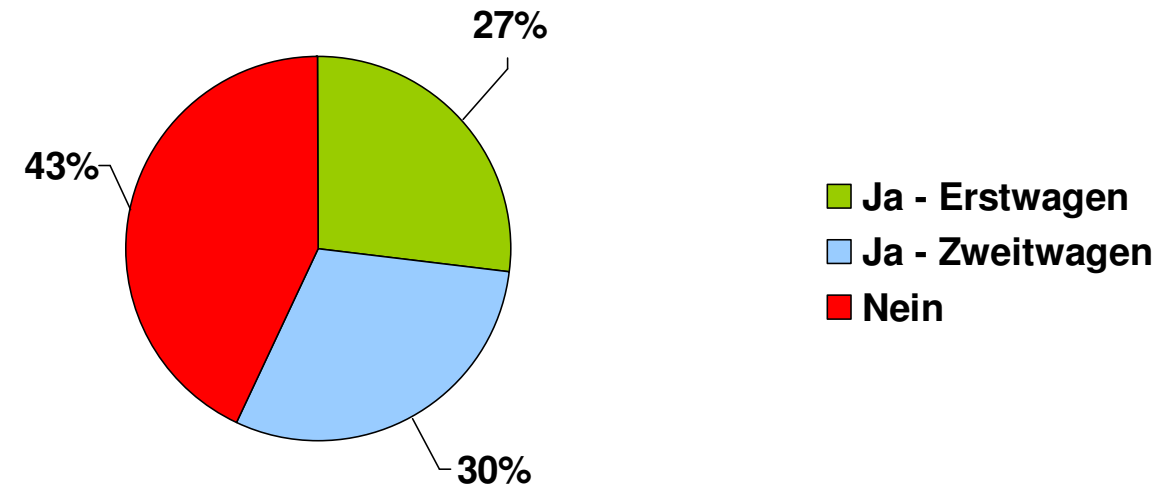
Hersteller von Elektroautos - Spontane Markennennungen Mehrfachantworten (n = 652)



Kaufbereitschaft in den nächsten 5 Jahren.

- Über die Hälfte der Befragten überlegen sich, innerhalb der nächsten 5 Jahre ein Elektroauto zu kaufen – entweder als Erstwagen (größerer Anteil im Kleinwagenbereich) oder als Zweitwagen (größerer Anteil unter männlichen Befragten und in größeren Autosegmenten).
- Weibliche Befragte sind weniger bereit, ein Elektroauto in Erwägung zu ziehen als männliche Befragte.
- Wenig überraschend überlegen sich diejenigen Befragten mit weniger Einkommen, die in kleineren Städten wohnen, seltener, ein Elektroauto innerhalb der nächsten 5 Jahre anzuschaffen.

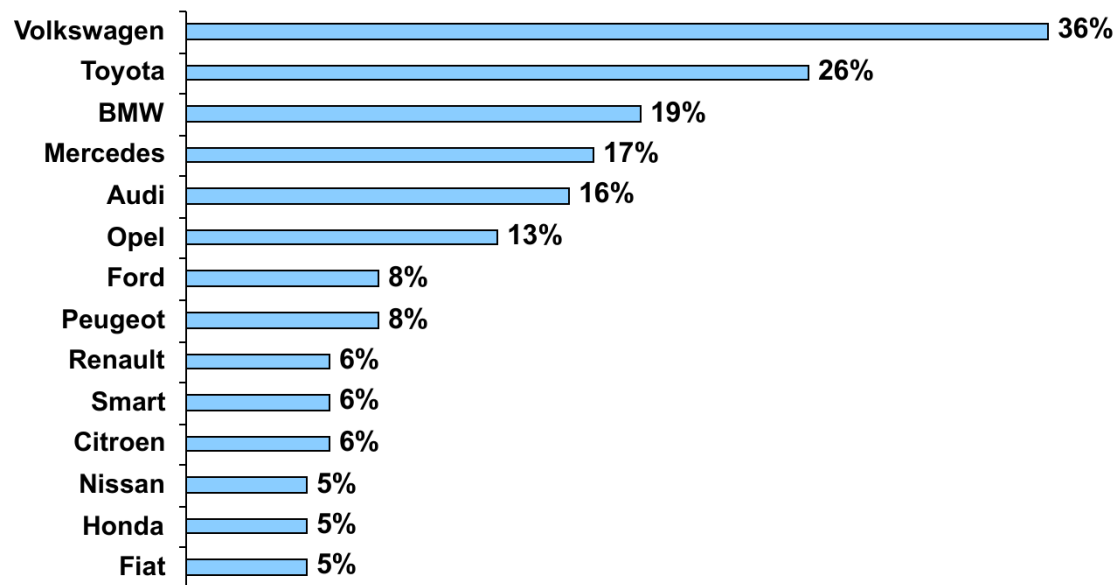
Überlegung innerhalb der nächsten 5 Jahre ein Elektroauto zu kaufen Einfachnennung (n = 652)



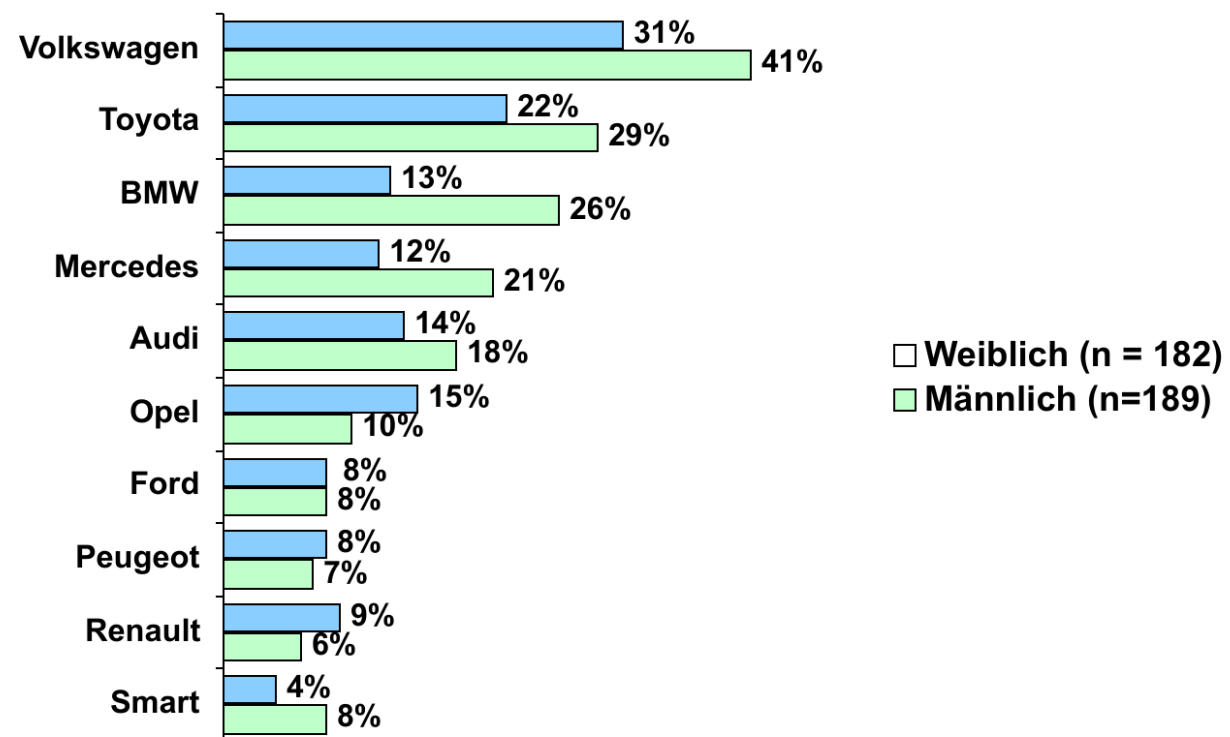
Innerhalb der nächsten 5 Jahre würde jede(r) Dritte den Elektro-VW kaufen.

- Diejenigen, die den Kauf eines Elektroautos in Erwägung ziehen, präferieren VW, gefolgt von Toyota.
- Andere Marken, die in Frage kommen, sind BMW, Mercedes, Audi und Opel.

Elektroauto Marken, die in Frage kommen
Mehrfachnennung
(n = 371)



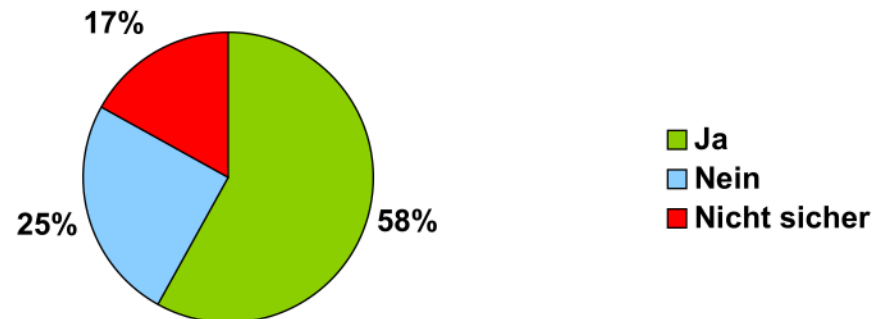
Top 10 nach Geschlecht



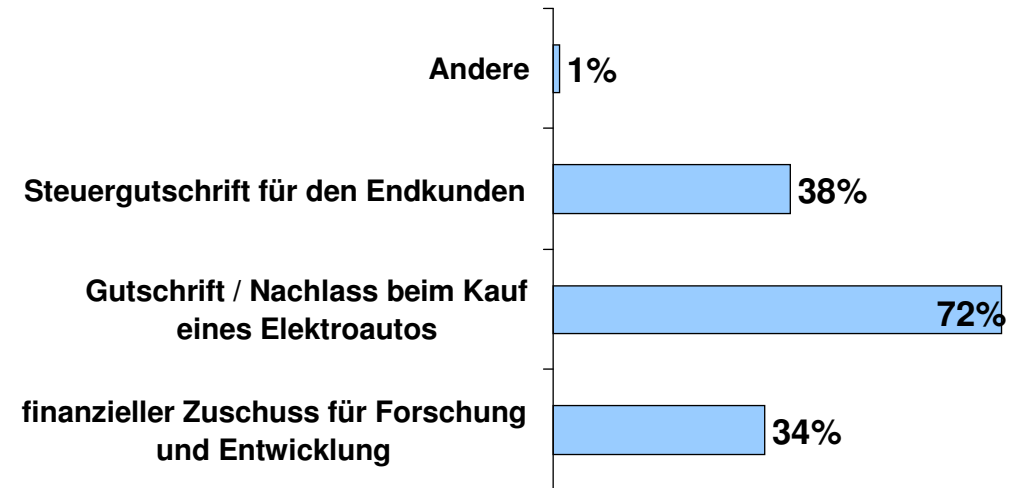
Staat soll Starthilfen bei der Einführung von Elektroautos geben.

- Über die Hälfte glaubt, dass die Einführung von Elektroautos staatlich unterstützt werden sollte.
- Nur ein Viertel glaubt nicht, dass dies der Fall sein muss; die restlichen Befragten sind sich unsicher.
- Diejenigen, die sich für die staatliche Subventionierung aussprechen, bevorzugen vorwiegend einen Preisvorteil (Gutschrift / Nachlass) für den Endverbraucher, wenn dieser ein Elektroauto kauft.

Regierung sollte Einführung von Elektroautos staatlich unterstützen
Einfachnennung
(n = 652)



Art der staatlichen Unterstützung*
Mehrfachnennung
(n = 368)

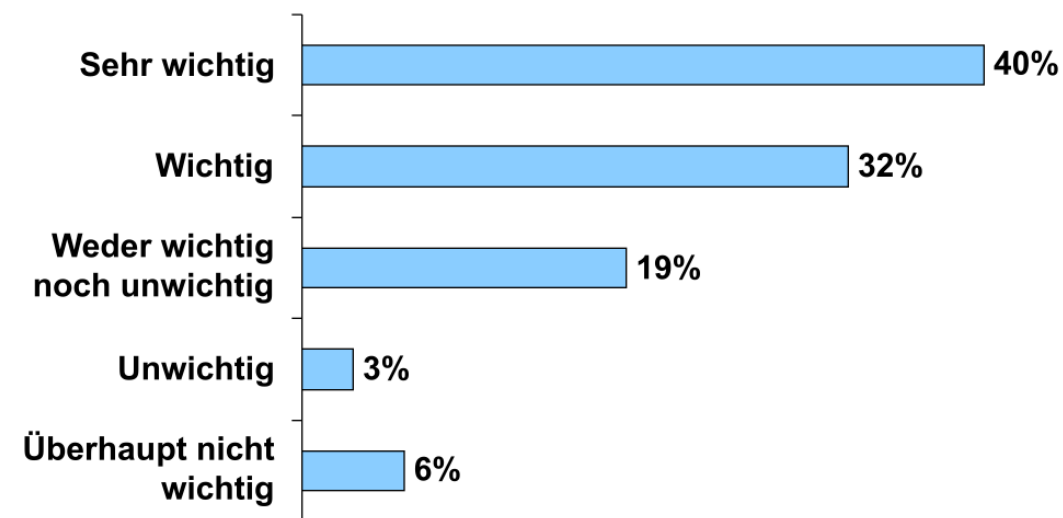


Strom soll aus erneuerbaren Quellen stammen.



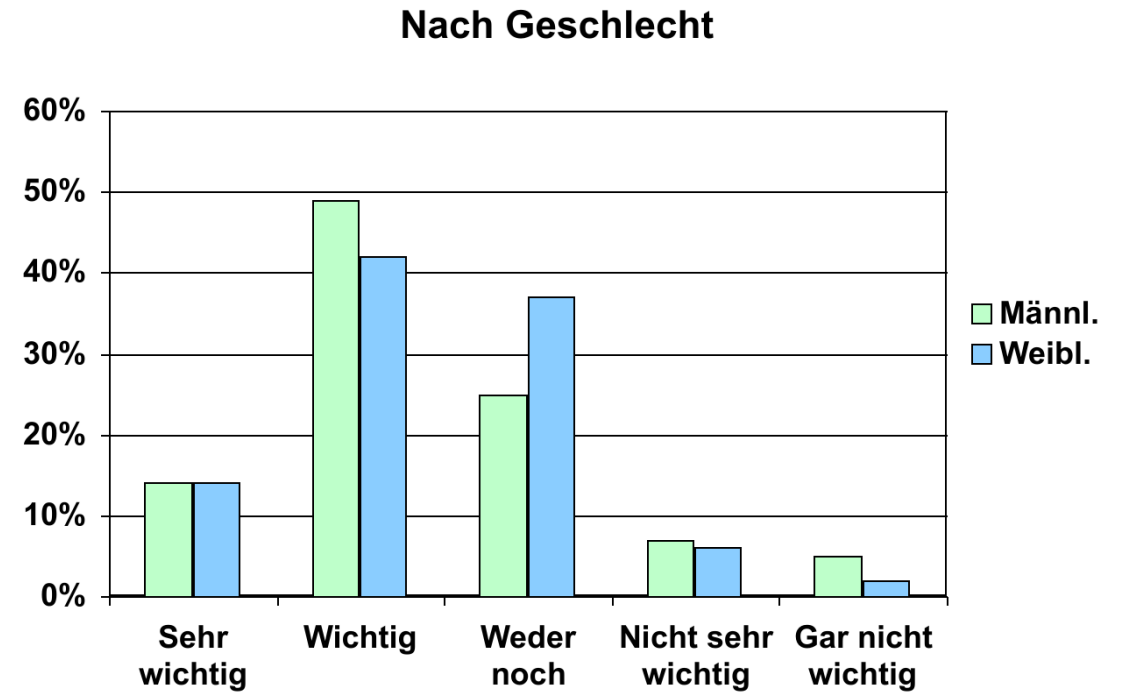
- Die Mehrheit der Befragten findet es wichtig bzw. sehr wichtig, dass der Strom für Elektroautos aus erneuerbaren Energiequellen stammen soll.

Wichtigkeit, dass der Strom für Elektroautos aus erneuerbaren und umweltfreundlichen Quellen stammt
Einfachnennung
(n = 652)



Strom soll aus erneuerbaren Quellen stammen. (Forts.)

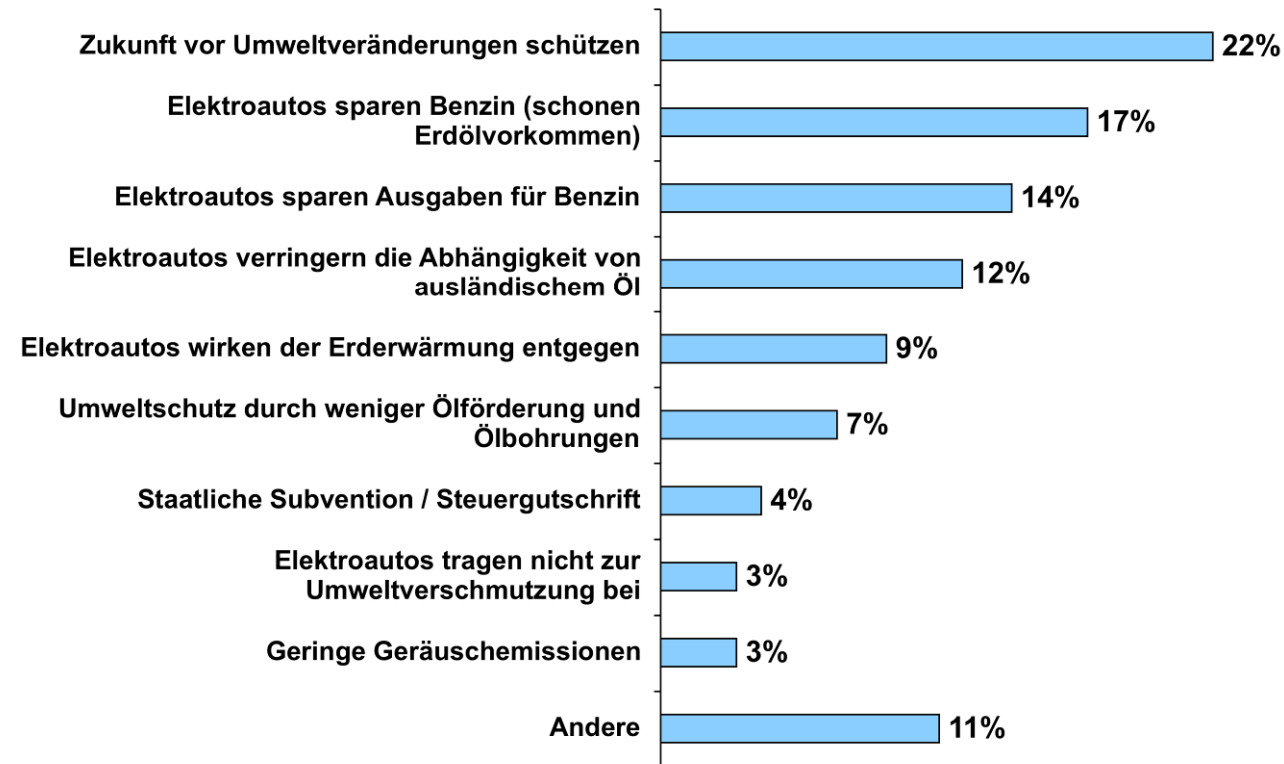
- Nach Geschlecht aufgeteilt, finden mehr männliche als weibliche Befragte, dass umweltfreundliche Stromgewinnung für Elektroautos wichtig oder sehr wichtig sei.
- 45% aller weiblichen Befragten waren sich nicht sicher oder glauben nicht, dass das Thema wichtig ist.



Hauptmotive für den Kauf eines Elektroautos.

- Den größten Einfluss auf die Kaufentscheidung für ein Elektroauto haben weitestgehend Umweltgründe, unter anderem um die Zukunft vor Umweltveränderungen zu schützen und um Energieengpässe abzubauen (Erdölvorkommen schonen).
- Weitere Einflussfaktoren sind „Ausgaben für Benzin sparen“ sowie die verringerte Abhängigkeit von ausländischem Öl.

Relativer Einfluß auf die Entscheidung, ein Elektroauto zu kaufen
(n = 336)

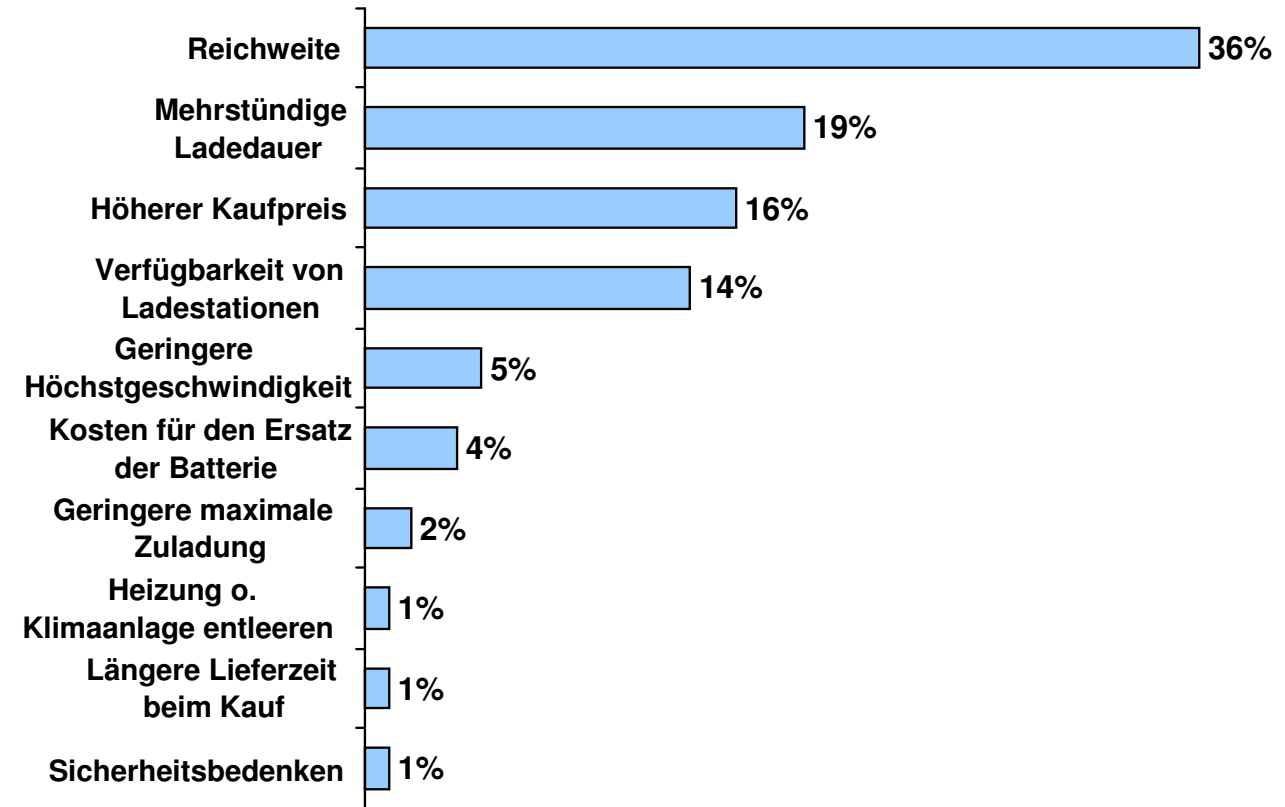


Haupthindernisse für den Kauf eines Elektroautos.

- Die Notwendigkeit, die Batterie (egal nach welcher Distanz) wieder aufzuladen, ist einer der Hauptgründe, die vom Kauf eines Elektroautos abhalten.
- Eine Ladedauer (insbesondere 5+ Stunden), der höhere Kaufpreis (vor allem 15%+) und das verfügbare Netz von Ladestationen sind ebenfalls Hinderungsgründe.



Relativer Einfluss der Faktoren, die vom Kauf eines Elektroautos abhalten (n = 281)



Schlussfolgerungen.

- Optimierungsbedarf beim Informationsstand zum Thema
- Deutschland & Japan als Technologieführer
- Hohe Bereitschaft zur Anschaffung eines Elektroautos
- VW und Toyota als präferierte Hersteller
- Staatliche Subventionen gefordert
- Strom für den Antrieb aus erneuerbaren, umweltschonenden Ressourcen
- Kaufmotive: Klimaschutz, Schonung der Ölreserven, geringe Betriebskosten
- Kaufhemmnisse: Reichweite, Ladedauer, höherer Preis

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Für Fragen zur Studie können Sie mich gerne ansprechen.

Steffen Ansmann

Projektleiter Innovations- und Marktforschung

TÜV Rheinland Kraftfahrt GmbH

T: 0221 – 806 – 1645

steffen.ansmann@de.tuv.com

