

OEKOMOTIVE | Studienergebnis: Wieviel würde ein Deutscher für ein Elektroauto bezahlen?

<http://www.oekomotive.net/index.php/magazin/artikel/192>

November 25, 2010

Eine weitere Studie erforschte nun das weithin noch unbekannte Terrain der Elektromobilität. Wissenschaftler des Cama-Centers an der Universität Duisburg-Essen starteten im August und September eine Umfrage unter über 500 Konsumenten, die die Akzeptanz von Automobilmarken beim Kauf von Elektroautos überprüfen sollte. Die Resultate überraschen nicht – die Naivität bezüglich der Preisvorstellungen allerdings schon.



Recht trickreich gingen die Forscher des Cama-Centers der Universität Duisburg-Essen vor, als sie die Markenverwöhntheit des deutschen Konsumenten durch eine Befragung auf den Zahn fühlen wollten. Sie teilten die Teilnehmer nämlich in verschiedene Testgruppen ein und legten ihnen die selben Fahrzeuge, nur mit veränderten technischen Daten vor. Durch diesen Winkelzug fand man unter anderem heraus, dass die Testpersonen Elektroautos unbekannter Marke eine Chance geben würden, wenn sie 20 Prozent größere Reichweiten und um 20 Prozent verkürzte Batterieladezeiten als ihre Marken-Konkurrenten aufbringen würden. Demnach genießen die alteingesessenen Platzhirsche wie BMW, Porsche oder Opel – einen Vertrauensvorsprung, den der Konsument auch mit einem Preisaufschlag von etwa 30 Prozent honoriert. Steigerten die Tester die Fahrzeugwerte der No-Names gar um 40 Prozent, hätten die Befragten sie den etablierten Marken sogar vorgezogen. Doch für die generelle Kaufbereitschaft der Testteilnehmer spielte der Markenaspekt keine Rolle – hier war es egal ob Ampera oder Citysax.

Was die Verkaufspreise der Elektroautos anbelangte, war anhand der Studie festzustellen, dass ein recht unrealistischer Blick der Konsumenten dominierte, der wahrscheinlich größtenteils von den äußeren Erscheinungen der Fahrzeuge dominiert wurde. So schätzten die Testpersonen den durchschnittlichen Fahrzeug-Verkaufspreis auf 17.000 Euro, wobei die Spanne zwischen 12.000 und 25.000 Euro lag. Die No-Name-Fahrzeuge (Citysax, Reva Tazzari, etc.) wurden preislich zwischen 10.000 und 19.000 Euro angesiedelt und im Schnitt bei 13.000 Euro – also deutlich geringer als in der Realität.

Die Konsequenz, die die Marketer der Elektrofahrzeuge daraus ziehen sollten, wäre es Elektroautos für den Privatfahrzeugmarkt nicht wie üblich als Mikrocars und Kleinwagen anzubieten, sondern mit einer höheren Wertigkeit auch optisch und funktionell in die Premium-Liga zu verlegen. Denn eines ist klar: Im Privatbereich sind eh nur Besserbemittelte dazu bereit Summen von 30.000 plus in Elektroautos zu stecken – ob es da etwas mehr oder weniger kostet, ist dann auch egal. Fahrzeuganbieter kleinerer Wagen mit minimalem Komfort und ohne Markenwert sollten sich auf den [Verkauf der Fahrzeuge an Unternehmenskunden](#) beschränken – hier werden die Fahrzeuge nämlich nicht nach persönlichem Geschmack, sondern mit dem Taschenrechner gekauft.

Quelle: [Universität Duisburg-Essen](#)

[Bemerkenswerte Studie Cadillac aera: Luftantrieb und Alien-Design Zukunftstechnologien](#)[Die Tata-Towers: eine](#)