



## **Elektromobilität eröffnet Chancen für «No-Name-Hersteller»**

**Duisburg (dpa/tmn) - Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.**

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen «No-Name-Wagen» investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

«Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten», sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: «Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen», erklärte Fojcik.

Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.

(Erschienen: 08.11.2010 15:17)

08.11.2010

**Duisburg (dpa/tmn)**

## **Elektromobilität eröffnet Chancen für «No-Name-Hersteller»**

**Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.**

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen «No-Name-Wagen» investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

«Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten», sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: «Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen», erklärte Fojcik.

Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.

# Elektromobilität eröffnet Chancen für "No-Name-Hersteller"

**Duisburg (dpa/tmn) - Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.**

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen "No-Name-Wagen" investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

"Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten", sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: "Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen", erklärte Fojcik.

Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.

dpa/serviceline vom 08.11.2010 14:31

Quelle im Internet: <http://www.ln-online.de/artikel/2880530>



## Elektromobilität eröffnet Chancen für «No-Name-Hersteller»

**Duisburg (dpa/tmn) - Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.**

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen «No-Name-Wagen» investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

«Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten», sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: «Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen», erklärte Fojcik.

Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.

# Bürstädter Zeitung

AUTO

---

## Elektromobilität eröffnet Chancen für «No-Name-Hersteller»

08.11.2010

Duisburg (dpa/tmn) - Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen «No-Name-Wagen» investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

«Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten», sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: «Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen», erklärte Fojcik.

Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.

## **Elektromobilität eröffnet Chancen für «No-Name-Hersteller»**

08. November 2010 15:24

**DUISBURG (DPA/TMN). Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.**

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen «No-Name-Wagen» investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

«Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten», sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: «Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen», erklärte Fojcik.

Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.

# Elektromobilität eröffnet Chancen für «No-Name-Hersteller»

**Duisburg - Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.**

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen «No-Name-Wagen» investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

«Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten», sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: «Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen», erklärte Fojcik.

Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.

---

08 · 11 · 10

---

URL:

[http://www.dzonline.de/journal/auto\\_und\\_mobiles/aktuelles/1439743\\_Elektromobilitaet\\_eroeffnet\\_Chancen\\_fuer\\_No\\_Name\\_Hersteller.html](http://www.dzonline.de/journal/auto_und_mobiles/aktuelles/1439743_Elektromobilitaet_eroeffnet_Chancen_fuer_No_Name_Hersteller.html)

## Verkehr

### Elektromobilität eröffnet Chancen für "No-Name-Hersteller"

Duisburg (dpa/tmn) - Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellernamen eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen "No-Name-Wagen" investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

"Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten", sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: "Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen", erklärte Fojcik.

Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.

Artikel vom 08.11.2010

Artikel bookmarken bei...



General-Anzeiger Abo-Bestellung

## Herstellernamen spielen bei Elektroautos kaum eine Rolle

**Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen. Kleinere Hersteller haben dagegen größere Marktchancen.**

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen «No-Name-Wagen» investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

«Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten», sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: «Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen», erklärte Fojcik.

Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.



Besonders kleinere Hersteller von Elektroautos haben Chancen.

## **Elektromobilität eröffnet Chancen für «No-Name-Hersteller»**

08. November 2010 15:24

**DUISBURG (DPA/TMN). Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.**

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen «No-Name-Wagen» investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

«Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten», sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: «Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen», erklärte Fojcik.

Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.

## Elektromobilität eröffnet Chancen für «No-Name-Hersteller»

Erstellt 08.11.10, 16:33h

**Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.**

Duisburg - Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen «No-Name-Wagen» investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

«Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten», sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: «Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen», erklärte Fojcik.

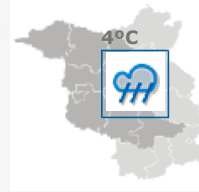
Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.

(dpa/tmn)

---

<http://www.rundschau-online.de/jkr/artikel.jsp?id=1288741826542>

Alle Rechte vorbehalten. © 2010 **Kölnische Rundschau**



Sie befinden sich hier: » Märkische Allgemeine » Nachrichten » Ratgeber » Motor » **Auto & Verkehr**

08.11.2010/  
15:18

## Elektromobilität eröffnet Chancen für "No-Name-Hersteller"

Duisburg (dpa/tmn) - Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen "No-Name-Wagen" investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

"Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten", sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: "Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen", erklärte Fojcik.

Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.

## Elektromobilität eröffnet Chancen für «No-Name-Hersteller»

erstellt 08.11.10, 14:31h

**Duisburg/dpa.** Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen «No-Name-Wagen» investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

«Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten», sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: «Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen», erklärte Fojcik.

Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.

---

Direkter Link zum Artikel: '<http://www.mz-web.de/artikel?id=1289204431263>'

---



# Elektromobilität eröffnet Chancen für "No-Name-Hersteller"

Duisburg - Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen "No-Name-Wagen" investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

"Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten", sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: "Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen", erklärte Fojcik.

Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.

Autos

## E-Mobilität eröffnet Chancen für "No-Names"

Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen. Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2.500 Euro mehr in einen "No-Name-Wagen" investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers.

Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

"Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten", sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: "Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen", erklärte Fojcik.

Maximal 21.500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15.000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.

---

Quelle: OÖNachrichten Zeitung

Artikel: <http://www.nachrichten.at/ratgeber/motor/autos/Motor-Autos-Deutschland;art52591,501437>

---

© OÖNachrichten / Wimmer Medien 2010 · Wiederverwertung nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung

Montag, 8. November 2010  
[OSTSEE-ZEITUNG.DE](http://OSTSEE-ZEITUNG.DE)

dpa vom 08.11.2010 14:31

## Elektromobilität eröffnet Chancen für «No-Name-Hersteller»

**Duisburg** (dpa/tmn) - Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen «No-Name-Wagen» investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

«Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten», sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: «Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen», erklärte Fojcik.

Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.

# Saarbrücker Zeitung

Autoticker

## Elektromobilität eröffnet Chancen für «No-Name-Hersteller»

Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.

[Siemens Electrocars](#)

Siemens antwortet: Die Zukunft fährt Elektro. Erfahren Sie mehr!  
[www.siemens.com/Elektromobilitaet](http://www.siemens.com/Elektromobilitaet)



Google-Anzeigen

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen «No-Name-Wagen» investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

«Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten», sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: «Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen», erklärte Fojcik.

Maximal 21.500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15.000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.

Veröffentlicht am: 08.11.2010 15:23

<http://www.weser-kurier.de/Artikel/Ratgeber/Auto/261542/Elektromobilitaet-eroeffnet-Chancen-fuer-%C2%ABNo-Name-Hersteller%C2%BB.html>

Umwelt - 08.11.2010

## Elektromobilität eröffnet Chancen für «No-Name-Hersteller»

**Duisburg. Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.**

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen «No-Name-Wagen» investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

«Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten», sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: «Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen», erklärte Fojcik.

Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher. (dpa/tmn)

# Elektromobilität eröffnet Chancen für «No-Name-Hersteller»

**Duisburg - Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.**

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen «No-Name-Wagen» investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

«Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten», sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: «Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen», erklärte Fojcik.

Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.

# WIESBADENER KURIER

AUTO

---

## Elektromobilität eröffnet Chancen für «No-Name-Hersteller»

08.11.2010

Duisburg (dpa/tmn) - Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen «No-Name-Wagen» investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

«Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten», sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: «Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen», erklärte Fojcik.

Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.

# Wiesbadener Tagblatt

AUTO

---

## Elektromobilität eröffnet Chancen für «No-Name-Hersteller»

08.11.2010

Duisburg (dpa/tmn) - Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen «No-Name-Wagen» investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

«Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten», sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: «Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen», erklärte Fojcik.

Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.

# Wormser Zeitung

AUTO

---

## **Elektromobilität eröffnet Chancen für «No-Name-Hersteller»**

08.11.2010

Duisburg (dpa/tmn) - Für potenzielle Käufer eines Elektroautos spielt der Herstellername eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Center für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen.

Demnach würden Käufer eines Elektrofahrzeuges bis zu 2500 Euro mehr in einen «No-Name-Wagen» investieren als in das Fahrzeug eines etablierten Herstellers. Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass die technischen Merkmale erheblich über dem Standard der Markenmodelle liegen. Für die Studie wurden insgesamt 900 Menschen in deutschen Großstädten befragt, von denen sich 522 den Kauf eines Elektroautos vorstellen können.

«Sorge machen vor allem die Reichweite und die Ladezeiten», sagte Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgearbeitet hat: 49 Prozent der möglichen Käufer warteten mit der Anschaffung, bis Reichweiten von rund 200 Kilometern alltäglich seien und es Verbesserungen bei den Ladezeiten gebe. Die Angst, mit dem Auto liegen zu bleiben oder nicht flexibel genug zu sein, äußerten 78 Prozent der Interessenten.

Erhöhte Marktchancen sehen die Wissenschaftler für die kleineren Hersteller: «Relativ unbekannte Marken haben die einmalige Chance, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft abzuschöpfen», erklärte Fojcik.

Maximal 21 500 Euro wäre den Kunden ein E-Mobil eines Markenherstellers laut Studie wert. Im Durchschnitt dürfte ein batteriebetriebenes Fahrzeug sogar nur 15 000 Euro kosten. Die Preise alltagstauglicher Elektroautos liegen derzeit weit höher.