

## Elektrofahrzeuge: Wissensdefizite im Handel

Autohändler der Marken Peugeot, Citroën und Mitsubishi wissen noch wenig zum Thema Elektromobilität. Obwohl die drei Marken noch für dieses Jahr ein Elektroauto angekündigt haben, konnten bei einer Umfrage des Centers für Automobil-Management (CAMA) der Universität Duisburg-Essen viele Händler nur mangelhaft auf die Fragen potenzieller Käufer antworten.

„Genaue Angaben zu kaufrelevanten Eigenschaften von Elektrofahrzeugen konnten die wenigsten machen“, sagte die Leiterin der Studie, Prof. Heike Proff. Bei grundlegenden Aspekten wie der Reichweite oder Ladedauer hätten sich lediglich zwei Fünftel der Interviewten ausgekannt.

Auch spezielle Fragen zu technischen Details der Stromer seien größtenteils offengeblieben: Nur rund zehn Prozent der Händler informierten angemessen über die Verfügbarkeit von Ladestationen, Stromanschlüssen oder die Möglichkeit, das Auto schnell aufzuladen. Nahezu zwei Drittel der Händler beantworteten die Fragen mangelhaft beziehungsweise gar nicht.

Nur knapp 15 Prozent der Händler waren laut Untersuchung „gut oder sehr gut“ informiert. Immerhin fast 80 Prozent benannten den voraussichtlichen Verkaufsstart annähernd richtig.

Mitsubishi-Partner schneiden besser ab

Allgemein seien die Mitsubishi-Händler besser informiert gewesen als die Partner von Peugeot und Citroën, erläuterte CAMA-Mitarbeiter Thomas Martin Fojcik, der die Studie durchgeführt hat. Der überwiegende Teil der Partner der japanischen Marke habe die Fragen zufriedenstellend beantworten können.

„Die Kunden sind durch den derzeitigen Elektro-Hype sehr interessiert. Allerdings gibt es viele Unsicherheiten, die Hersteller und Händler gemeinsam ausräumen müssen“, resümierte Fojcik. Nur wenn mit etwaigen Unsicherheiten und Vorbehalten kompetent umgegangen werde, ließen sich die künftigen Kunden zu einem Kauf bewegen, so der Wissenschaftler.