



Sonntag, 14. November 2010 - 12:35 Uhr

Die Uni Duisburg-Essen hat eine Befragung unter potenziellen Käufern von Elektroautos durchgeführt.

Demnach wären die Kunden bereit bis zu 21.500 Euro für ein Elektroauto von einem etablierten Hersteller auszugeben.

Das Gleiche würden die Kunden für ein Modell einer unbekannteren Marke ausgeben, wenn Reichweite und Batterie des Elektrofahrzeugs um 20 Prozent besser wären. Bei potenziellen Käufern sei das Elektroauto selbst das Statussymbol, und nicht die Marke, so Thomas Martin Fojcik, der an der Studie mitgewirkt hat. Das Elektroauto könne also Bewegung in den Automarkt bringen, da relativ unbekanntere Marken nun die einmalige Chance hätten, durch schnelle technische Fortschritte eine hohe Zahlungsbereitschaft auszuschöpfen, so Fojcik.