

Elektrofahrzeuge: Konsumenten zwischen Wunsch und Wirklichkeit



(ots) Jeder zweite Deutsche bevorzugt alternative Antriebsformen beim nächsten Autokauf. 88 Prozent erwarten bei Elektrofahrzeugen eine Reichweite von mindestens 320 Kilometern – weit mehr, als der Durchschnitt wirklich fährt. Umweltfreundlichkeit ist Hauptgrund für die Anschaffung eines Elektro- oder Hybridfahrzeugs.

Das Interesse an alternativen Antrieben ist im Laufe des letzten Jahres deutlich gestiegen, immer mehr Menschen planen bei der Anschaffung des nächsten Autos einen Wechsel weg vom traditionellen Verbrennungsmotor hin zu alternativen Antrieben. Das ist ein Ergebnis der Deloitte Global Automotive Consumer Study 2020. 51 Prozent der deutschen Befragten bevorzugen demnach einen Antrieb mit weniger direkten Emissionen (Hybrid, voll elektrisch, Ethanol, Erdgas, Brennstoffzelle). 2019 haben das lediglich 37 Prozent in Betracht gezogen. Besonders beliebt sind dabei elektrische Hybride, die sich 31 Prozent der Verbraucher vorstellen können.

„Die Hersteller machen entscheidende Fortschritte in der Entwicklung alternativer Antriebe, sie steigern die Reichweite bei gleichzeitig tendenziell sinkenden Anschaffungskosten. Das macht solche Fahrzeuge attraktiver, entspricht jedoch noch

nicht den Erwartungen der Verbraucher“, beobachtet Dr. Thomas Schiller, Leiter Automobilindustrie bei Deloitte. „Auch steigt durch die gesellschaftliche Diskussion das Umweltbewusstsein der Konsumenten. Das führt zu einer wachsenden Nachfrage nach alternativen Antrieben. Mit Ausnahme der chinesischen Konsumenten, wo die Subventionen für E-Fahrzeuge gekürzt wurden, wenden sich Autokäufer weltweit zunehmend von Verbrennungsmotoren ab. Unsere Prognosen zeigen, dass sich der Marktanteil von hybriden und elektrischen Fahrzeugen in der EU bis 2026 verdreifachen wird.“

E-Autos punkten mit sauberem Image und geringen Ladekosten

Niedrigere direkte Emissionen sind der Hauptgrund für die Entscheidung für ein Hybrid- oder Elektroauto. Im Vergleich zu klassischen Antrieben schneiden reine E-Autos bei mehr als der Hälfte der Verbraucher in puncto Umweltfreundlichkeit besser oder sehr viel besser ab. Einen weiteren Vorteil sehen 40 Prozent der Deutschen in den geringeren Ladekosten im Vergleich zum Tanken. Auch in Reparatur und Wartung sind E-Autos vielfach günstiger, da beispielsweise Ölwechsel wegfallen. Diesen Vorteil nehmen die Konsumenten jedoch bislang kaum wahr.

Würden Verbraucher auch mehr für Elektroautos zahlen?

Zwar ist ein Elektrofahrzeug für viele wünschenswert, die Bereitschaft dafür auch Mehrkosten in Kauf zu nehmen ist aber nur bedingt ausgeprägt. Rund 40 Prozent der Befragten sind bereit, einen Aufschlag von bis zu 2.500 Euro für einen umweltfreundlichen Antrieb zu zahlen. Allerdings liegt die persönliche Schmerzgrenze für 17 Prozent im Bereich von 800 bis 2.500 Euro. Weitere 13 Prozent würden einen Aufpreis von 400 bis 800 Euro akzeptieren. 11 Prozent wären lediglich bereit, 400 Euro mehr zu zahlen. 43 Prozent aller Befragten schließen gänzlich aus, mehr für ein elektrisch betriebenes Fahrzeug auszugeben. Anders die jüngeren Befragten der Generationen Y und Z: 52 Prozent von ihnen sind bereit, einen

Aufpreis von bis zu 2.500 Euro zu zahlen.

Für viele Verbraucher ist der hohe Anschaffungs- und Leasingpreis allerdings ein Hindernis. Zwei Drittel der Verbraucher befürchten, dass es mehr als drei Jahre dauern würde, bis sich der Aufpreis eines elektrischen Fahrzeugs rechnet. Insgesamt wären die meisten Verbraucher (41 Prozent) bereit, zwischen 15.000 und 30.000 Euro für ein Hybrid- oder Elektroauto auszugeben.

Gewünschte Reichweite achtmal höher als tatsächlicher Bedarf

Hauptkritikpunkt bleibt die Reichweite: 76 Prozent bewerten diese im Vergleich zu herkömmlichen Antrieben als weitaus schlechter. Gleichzeitig sind die Erwartungen hoch: 88 Prozent der deutschen Verbraucher wünschen sich eine Reichweite von mindestens 320 Kilometern. Zum Vergleich: Der durchschnittliche Autofahrer legt heute lediglich rund 40 Kilometer pro Tag zurück. Damit sind die deutschen Verbraucher, gemeinsam mit den österreichischen, weltweit die anspruchsvollsten.

Immer mehr Sorgen bereitet den Verbrauchern die Ladeinfrastruktur. Denn weniger als die Hälfte der Befragten in Deutschland hat die technischen Voraussetzungen, das eigene Fahrzeug zu Hause zu laden. „Das zwingt viele E-Autofahrer, sich auf die öffentliche Infrastruktur zu verlassen, die jedoch nach wie vor nicht ausreichend vorhanden ist“, merkt Dr. Thomas Schiller an. „Um die Akzeptanz der Verbraucher für E-Mobilität weiter zu erhöhen, müssen Politik und Wirtschaft entschlossener und zügiger handeln. Für die Hersteller wäre es sinnvoll, die Nachfrage durch attraktivere Preise anzuregen und die Technologie hinsichtlich Ladezeiten und Reichweiten weiter zu optimieren. Aufseiten der Politik braucht es neben verbesserten rechtlichen Rahmenbedingungen finanzielle Anreize und Förderungen für den Aufbau einer flächendeckenden öffentlichen Ladeinfrastruktur“, so Dr. Thomas Schiller.

Inhaltlich verantwortlich für die Studie ist Dr. Thomas Schiller, Partner und Leiter Automobilindustrie bei Deloitte

Mehr als das Summen seiner Teile



Original-Content von: Deloitte, übermittelt durch das Nordhessen Journal