

appinio

Mobility — Elektroauto Report 2021

Konsumverhalten und Trends im
Mobilitätssektor mit Fokus auf E-Autos

Nr. 1 · Oktober 2021 · Deutschland

A close-up photograph of a black electric car's rear quarter panel. A black charging cable is plugged into the car's charging port, which is located on the rear fender. The car's body is highly reflective, showing highlights from the environment. In the background, a white car is partially visible, and a door is seen in a blurred setting.

inkl. 10 Seiten
Brand Insights



Über diese Studie

Einleitung zum Appinio Mobility Report

Key Insights	03
Sind E-Autos die Zukunft?	07
Status Quo	10
Marktdurchdringung & Alltagstauglichkeit	13
Wissensstand & Interesse	19
Erfahrungen	22
Kaufkriterien & Probefahrten	28
Markenwahrnehmung	31
Internationaler Vergleich	38
Studiendesign & Sample	43

Elektromobilität ist zweifelsohne eines der meistdiskutiertesten Themen unserer Zeit. Bewegungen wie "Fridays for Future" bringen Millionen von Menschen dazu, ihren Alltag und Konsum zu überdenken.

E-Autos und Plug-In-Hybride sind für viele ein großer Schritt in eine saubere, emissionsfreie Zukunft der Mobilität.

Im Bestreben, die Nutzung von Elektrofahrzeugen zu fördern und CO2-Emissionen zu verringern, planen und diskutieren viele europäische Länder wie auch die USA, Neuzulassungen von Fahrzeugen mit Verbrennungsmotor ab 2030-35 zu verbieten.

Öffentliche Diskussionen und Meinungen sind präsent in den Medien, doch was denken eigentlich Verbraucher? Sind sie bereit, ihren alten Verbrennungsmotor aufzugeben mit frei von Emissionen und schlechtem Gewissen weiterzufahren?

In einer deutschlandweiten, repräsentativen Studie (nach Alter und Geschlecht) haben wir 2000 Verbraucher zu ihrer Meinung beim Thema E-Autos gefragt.

Gleichzeitig wurde diese Befragung in Großbritannien, Frankreich, Spanien und den USA durchgeführt. Die spannendsten internationalen Insights finden Sie in Kapitel 8.

Dieser Report beantwortet außerdem die folgenden Fragen:

- Was denken die Deutschen über Elektro-Autos? Sehen sie in ihnen die Zukunft und würden sie ein Verbot von Neuzulassungen für Verbrennungsmotoren im Jahr 2030 befürworten?
- Wer zieht den Kauf eines E-Autos in Betracht? Was spricht dafür und was dagegen? Fühlen Verbraucher sich gut informiert?
- Wie unterscheiden sich die Meinungen von E-Auto-Besitzern und Besitzern von Verbrennungsmotoren? Was sind ihre jeweiligen Erfahrungen mit Elektromobilität?
- Wie werden unterschiedliche Marken wahrgenommen und wer fühlt das Feld (inter-)national an?

Über Appinio

Appinio ermöglicht es Unternehmen, tausende Meinungen spezifischer Zielgruppen in wenigen Minuten zu erhalten und dadurch Entscheidungen und Ideen in Echtzeit zu validieren. Als weltweit schnellste Lösung für Marktforschung liefert Appinio Feedback von Konsumenten aus 50+ Märkten.

00

Key Insights



Konsumtypen



Auto-Fans

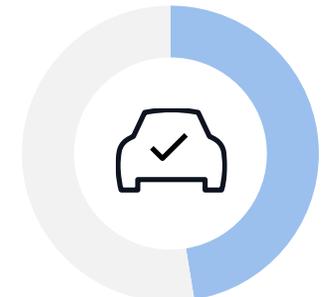
“Ich bin ein großer Fan von Autos und verfolge Trends und Innovationen in der Branche”



17%

Interested

“Ich bin generell interessiert an Autos aber würde mich nicht als Fan bezeichnen.”



46%

Little interest

“Ich bin eher wenig interessiert an Autos und kenne mich nicht mit Trends aus.”



28%

Indifferent

“Ich habe überhaupt kein Interesse an Autos und kenne mich nicht damit aus.”



10%

Key Insights

Die interessantesten Insights auf einen Blick

Die Zukunft der Mobilität ist elektrisch

- **Der Großteil der Deutschen findet: E-Autos sind die Zukunft** (67%). Dennoch lehnt die Mehrheit ein Verbot von Verbrennungsmotoren bis 2030 ab (56%).
- **Der erste Gedanke beim Thema E-Autos: teure Preise.** Und zwar im Durchschnitt deutlich bevor an Umweltschutz gedacht wird. Doch: wer bereits ein E-Auto besitzt, denkt deutlich häufiger auch an Umweltfreundlichkeit und Innovation.

Status Quo

- **E-Autos sind (noch) längst kein Mainstream.** 6 von 10 Deutsche fahren Autos mit herkömmlichen Verbrennungsmotoren, nur 13 Prozent fahren Plug-In-Hybrid oder voll elektrisch.
- **Tesla fährt bisher am häufigsten auf den Straßen:** 22 Prozent der Besitzer elektrischer Autos fahren Tesla, gefolgt von BMW (17%), Mercedes (15%), Audi (14%) und VW (12%).
- **Jeder Zweite (47%) gibt an, dass das nächste Auto ein elektrisches werden könnte.** Sieht man sich nur Besitzer elektrischer Autos in, ist für viele sicher, dass ihr nächstes Auto wieder ein E-Auto wird: für 91 Prozent

ist es eher bis sehr wahrscheinlich. Unter Besitzern von Verbrennungsmotoren wollen lediglich 44 Prozent eher bis sehr wahrscheinlich als nächstes zu einem E-Motor wechseln.

Empfundene Marktdurchdringung & Alltagstauglichkeit

- **Wer bisher kein E-Auto besitzt, sieht primär Ladeinfrastrukturen und Batterien als kritisch an.** Wer allerdings bereits darauf angewiesen ist, weil er ein E-Auto besitzt, empfindet die Aspekte mehrheitlich (>70%) als alltagstauglich.
- **Zwei Drittel der Deutschen finden, es sollte mehr staatliche Subventionen geben, um E-Mobilität voranzutreiben .** Vor allem die Altersgruppe der 35- bis 44-Jährigen wünscht sich mehr Zuschüsse, um auf Elektromobilität zu wechseln: 73 Prozent von ihnen finden (eher), es sollte mehr Subventionen geben. Unter den 55- bis 65-Jährigen sagen das im Vergleich 57 Prozent.
- **Die Hälfte der Deutschen kennen niemanden mit E-Auto.** Dennoch nimmt die Mehrheit (68%) mindestens einmal pro Woche elektrische Autos auf den Straßen wahr.

Wissensstand & Interesse

- **Frauen fühlen sich deutlich schlechter informiert als Männer:** Während 69 Prozent der Männer, die kein E-Auto besitzen, sich (eher) gut informiert fühlen, sind es unter den Frauen nur 39 Prozent. Dennoch ist die Wissbegierde etwa gleich: 59 Prozent der Männer und 50 Prozent der Frauen wünschen sich mehr Informationen.
- **Konsumenten wünschen sich mehr Infos von Automobilherstellern:** 59 Prozent der Befragten sind der Meinung, Unternehmen sollten mehr Informationen zum Thema E-Mobilität stellen, jeweils 20 Prozent finden, die Regierung und Medien sind verantwortlich für einen besseren Informationsfluss.
- Vor allem die Themen Lademöglichkeiten, Reichweite und Batterien interessieren die meisten .

Key Insights

Die interessantesten Insights auf einen Blick

Wie kommen E-Autos an? Besitzer vs. Probefahrer

- **Spritkosten sparen scheint wichtiger als die Umwelt:** Entgegen aller Vermutungen ist Nachhaltigkeit nicht der Top-Grund, ein E-Auto zu kaufen. 38 Prozent der E-Auto-Fahrer haben "Geld für Benzin sparen" als Hauptgrund genannt, für 37 Prozent war es Nachhaltigkeit.
- **So gut wie Jeder ist zufrieden mit dem Kauf eines E-Autos:** 93 Prozent aller Besitzer geben an, eher bis sehr zufrieden zu sein. Männer sind es noch etwas mehr als Frauen (93 vs. 88%).
- **Zwei Drittel (67%) ohne E-Auto sind noch nie (mit-) gefahren.** Die Generation Z (18-24) saß im Generationenvergleich noch am häufigsten in einem E-Wagen. Jeder Vierte (25%) war als Beifahrer im Wagen, jeder Siebte (14%) ist schon selbst gefahren.
- **Wer Probe fahren durfte, war meist begeistert:** 61 Prozent fanden die Fahrt im E-Auto (sehr) positiv. Besonders die Altersgruppe der 35- bis 44-Jährigen fand die Fahrt gut (71%).
- **Geräuschlosigkeit (60%) und schnelle Beschleunigung (48%) erzeugen für die meisten "Probefahrer" den Wow-Effekt.** Befragte über 35 haben besonders häufig Geräuschlosigkeit angegeben.

Kaufkriterien & Probefahrten

- **Nichts scheint so wichtig wie Sicherheit (80%) und Preis (76%), wenn es um ein neues Auto geht.** Die Art des Antriebs kommt erst an dritter Stelle (53%).
- **Nicht nur Autofans wollen gerne ein E-Auto Probe fahren:** 8 von 10 Deutschen, die (noch) kein E-Auto besitzen, würden gerne einmal eines Probe fahren. Selbst unter den Befragten, die sich eigentlich nicht für Autos interessieren, würde mehr als die Hälfte (51%) eine Probefahrt machen wollen.

Markenwahrnehmung

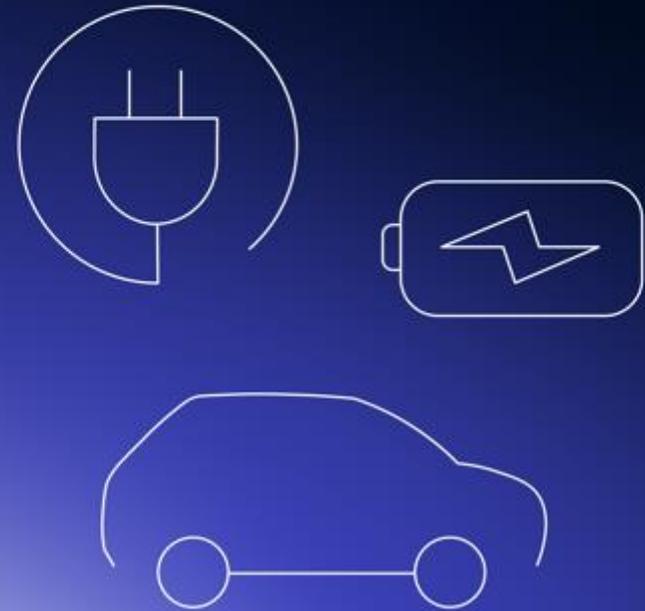
- **Tesla ist unschlagbar im Ranking der Top-of-Mind Brands:** Jeder Zweite (50%) denkt sofort an Tesla, wenn es um E-Autos geht. Darauf folgen mit weitem Abstand VW (11%), BMW (8%) Audi (6%).
- **Tesla = innovativ, futuristisch, umweltfreundlich und kann dabei eine hohe Reichweite bieten.** Wenig Brands werden so häufig mit positive Attributen assoziiert wie Elon Musk's Unternehmen.
- Wenn es allerdings um Design, Leidenschaft und Schnelligkeit geht, schlagen die deutschen Wettbewerber Audi und Porsche Tesla mit Abstand.

Internationaler Vergleich: Spanier und Briten am überzeugtesten

- **Spanier und Briten sind definitiv am überzeugtesten von E-Mobilität:** 9 von 10 sagen, E-Autos sind die Zukunft. Im Vergleich dazu sind Deutschland (66%), die USA (85%) und Frankreich (72%) skeptischer.
- Diese Skepsis spiegelt sich auch bei der Frage wider, ob Verbrennungsmotoren verboten werden sollten: nur jew. 44 Prozent der Deutschen und Franzosen und 53 Prozent der Amerikaner sagen ja, während 69 bzw. 79 Prozent der Spanier und Briten ein Verbot fordern.
- **Die Marktdurchdringung ist in allen fünf Ländern ähnlich:** Jeweils 13 Prozent der Deutschen, Briten und Franzosen sowie 12 Prozent der Spanier besitzen bereits ein E-Auto oder einen Plug-In-Hybrid. In den USA sind es zehn Prozent.
- **Teure Preise oder Umweltfreundlichkeit?** Die fünf Länder sind sich nicht einig im Hinblick auf die erste Assoziation mit E-Autos: Lediglich in Spanien überwiegt der Gedanke an Umweltfreundlichkeit eindeutig Assoziationen mit hohen Preisen (57 bzw. 47 %). In Deutschland und Frankreich überwiegt eindeutig der Gedanke an hohe Preise, während sowohl die Briten als auch die Amerikaner beide Attribute gleich häufig assoziieren.

01

Sind E-Autos die Zukunft?



»Die Zukunft der Mobilität ist elektrisch! Denn das ist der effizienteste Weg zur Dekarbonisierung. Wir haben einen klaren Plan zur Elektrifizierung unseres Modellportfolios: Ab 2026 werden alle neuen Audi-Modelle nur noch rein elektrisch fahren. Ausschlaggebend für den Erfolg der E-Mobilität ist aber auch der konsequente Ausbau der Ladeinfrastruktur. Wir müssen jetzt gemeinsam handeln, denn der Klimaschutz duldet keinen Aufschub!«

— Hildegard Wortmann, Member of the Board of Management Sales and Marketing , AUDI AG



Der Großteil der Deutschen findet: E-Autos sind die Zukunft.

Dennoch will die Mehrheit nicht, dass Verbrennungsmotoren bis 2030 verboten werden.



Anteil der Befragten, die ein Verbot von Neuzulassungen von Verbrennungsmotoren ab 2030 befürworten



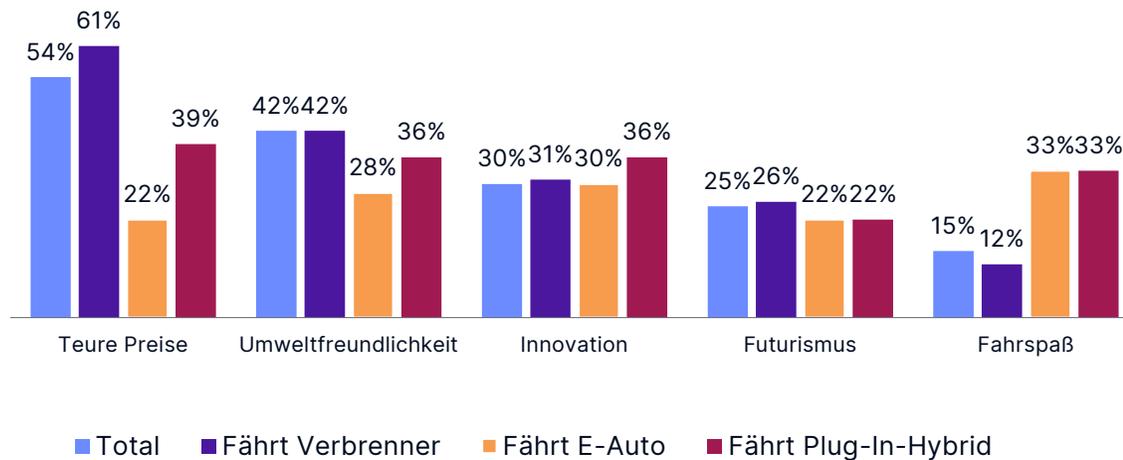
- Nur die Minderheit ist für ein Verbot von Neuzulassungen von Verbrennermotoren. Befragte über 45 sind am ehesten gegen ein Verbot von Neuzulassungen von Verbrennungsmotoren ab 2030.

Der erste Gedanke? Preis kommt für die Mehrheit vor Umweltschutz.

Doch: wer bereits ein E-Auto oder einen Plug-In-Hybrid besitzt, denkt häufiger an Umweltfreundlichkeit und Innovation

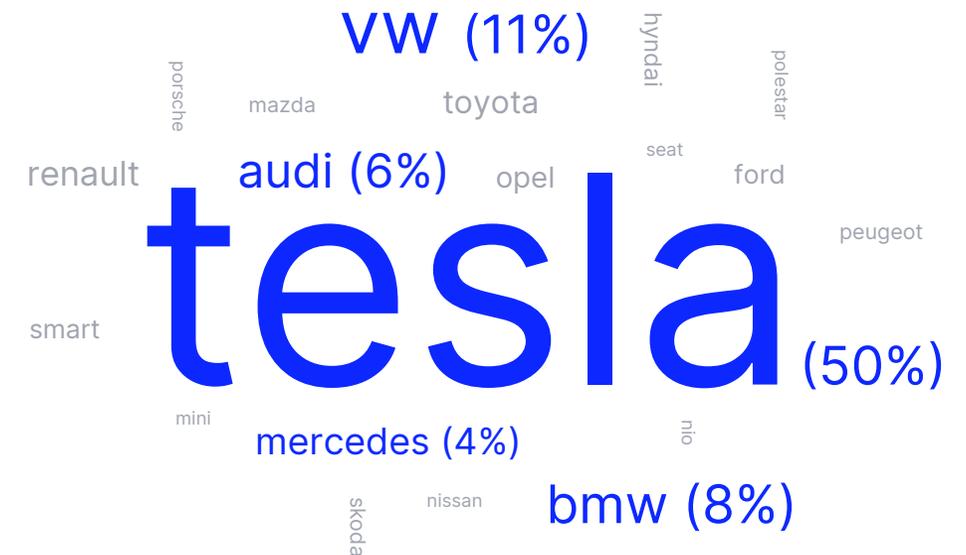
Was verbindest du ganz generell mit E-Autos?

Besitzer von Verbrennungsmotoren vs. Besitzer von E-Autos/Plug-In-Hybrid-Autos



- **Vom Staat bezahlte Subventionen für E-Autos scheinen bei Besitzern Wirkung zu zeigen.** Unter E- bzw. Plug-In-Hybrid-Besitzern verbinden nur halb so viele Befragte E-Autos mit teuren Preisen, als im Vergleich Besitzer von Verbrennungsmotoren.

Wenn du an E-Autos denkst, welche Marke kommt dir als erstes in den Sinn?



- **Als Top-of-Mind-Brand scheint Tesla unschlagbar:** 50% aller Befragten denken zuerst an Tesla, wenn es um E-Autos geht. Darauf folgen mit weitem Abstand VW (11%), BMW (8%) Audi (6%).

02

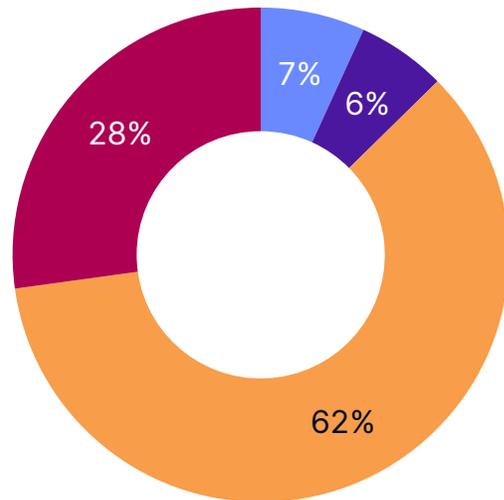
Status Quo



E-Autos sind (noch) längst kein Mainstream.

6 von 10 Deutsche fahren Autos mit herkömmlichen Verbrennungsmotoren, nur 13 Prozent fahren Plug-In-Hybrid oder voll elektrisch.

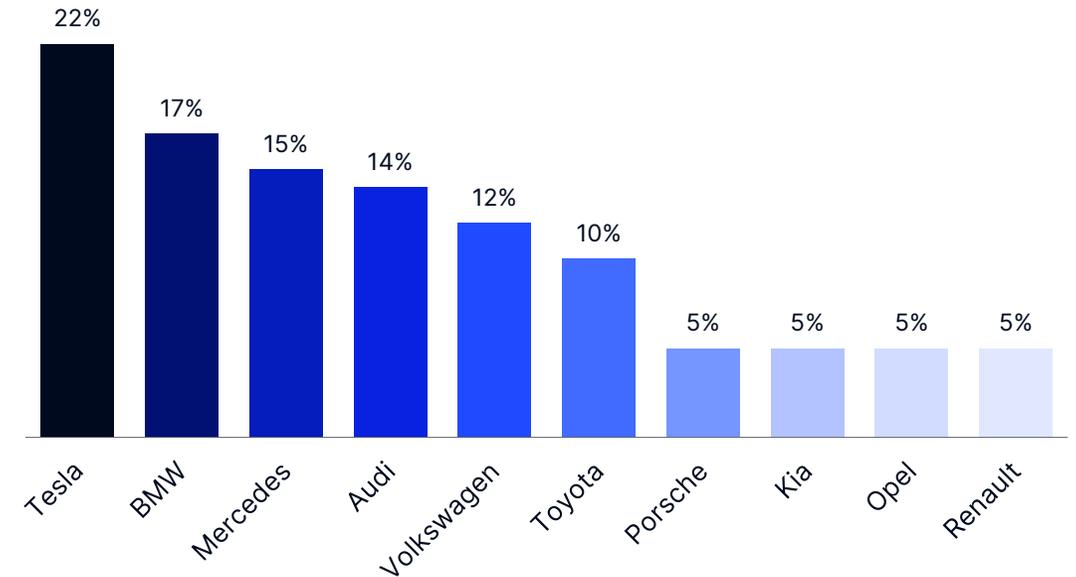
Welche Art von Auto besitzt du?



■ E-Auto ■ Plug-In-Hybrid ■ Herkömmlicher Verbrennungsmotor ■ Kein Auto

- Sieht man sich lediglich Haushalte mit einem **monatlichen Nettoeinkommen von mehr als 3500€** an, geben 15% an, ein E-Auto zu besitzen, 12% fahren ein Hybrid-Auto.
- Auch **Familien mit Kindern** unter 18 besitzen überdurchschnittlich häufig E-Autos (11%) oder Plug-In-Hybrid-Autos (10%).

Von welcher Marke ist dein E-Auto/Plug-In-Hybrid?

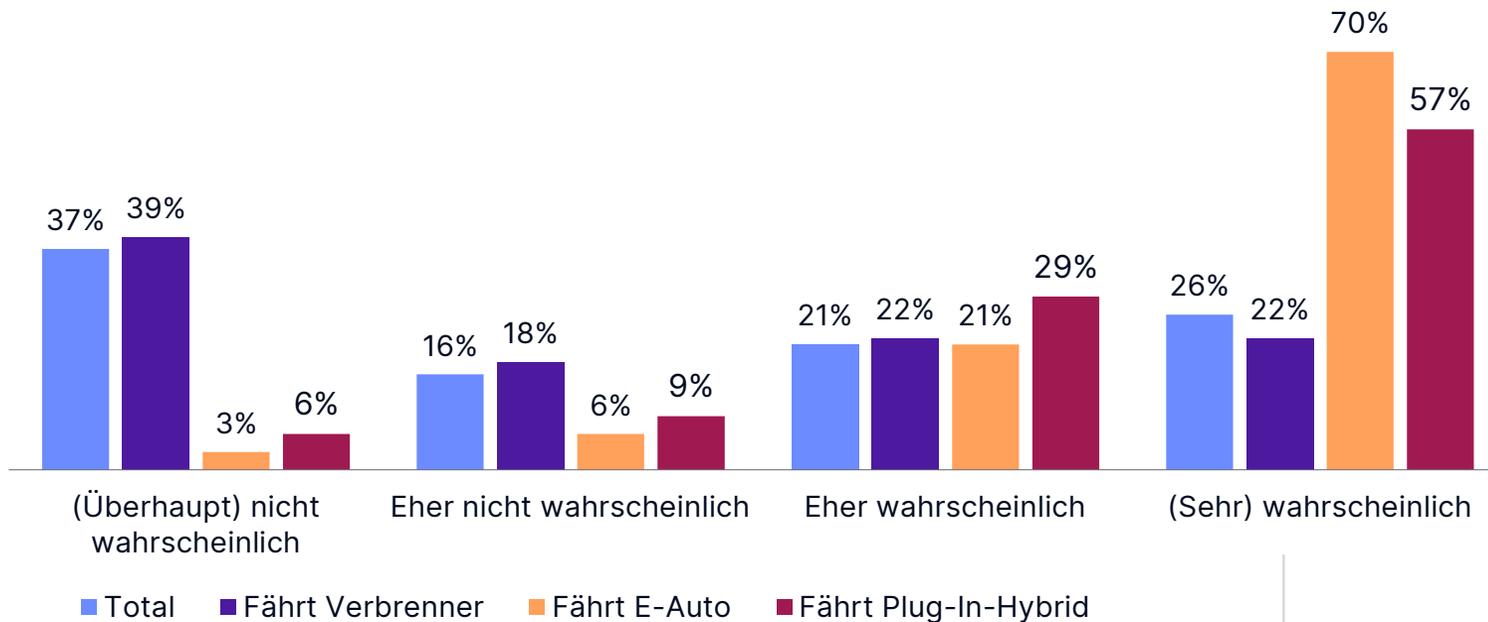


Auch wenn Tesla das Feld führt, scheinen die Deutschen beim Kauf insgesamt auf **deutsche Hersteller** zu zählen: Im Top 5 Ranking der E-Auto Marken unter den Besitzern finden sich nach Tesla vier deutsche Marken.

Jeder Zweite gibt an, dass das nächste Auto elektrisch werden könnte.

Doch nur für jeden Vierten ist es auch wirklich (sehr) wahrscheinlich.

Wie wahrscheinlich ist es, dass dein nächstes Auto ein E-Auto wird?



- **Es ist zu erwarten, dass jeder, der bereits mit E-Antrieb fährt, als nächstes Auto auch wieder ein E-Auto kaufen wird:** 88 Prozent aller E-/oder Hybrid-Fahrer wollen eher bis sehr wahrscheinlich wieder ein E-Auto kaufen.
- Unter Besitzern von Verbrennungsmotoren wollen lediglich 44 Prozent eher bis sehr wahrscheinlich als nächstes zu einem E-Motor wechseln.

03

(Empfundene) Marktdurchdringung & Alltagstauglichkeit



»Wer ein Elektroauto fährt, tat dies bisher oft aus Prestigegründen. Das ändert sich aktuell, denn die Modellpalette wird vor allem im mittleren und im Kleinwagen-segment breiter. Die Elektromobilität erreicht definitiv den Massenmarkt. Bei der Reichweite können bestimmte Stromer schon heute mit Verbrennern mithalten. Bleibt nur das Ladeproblem: Wer kein eigenes Haus oder eine Tiefgarage hat, ist mit einem Elektroauto weiterhin unflexibler.«

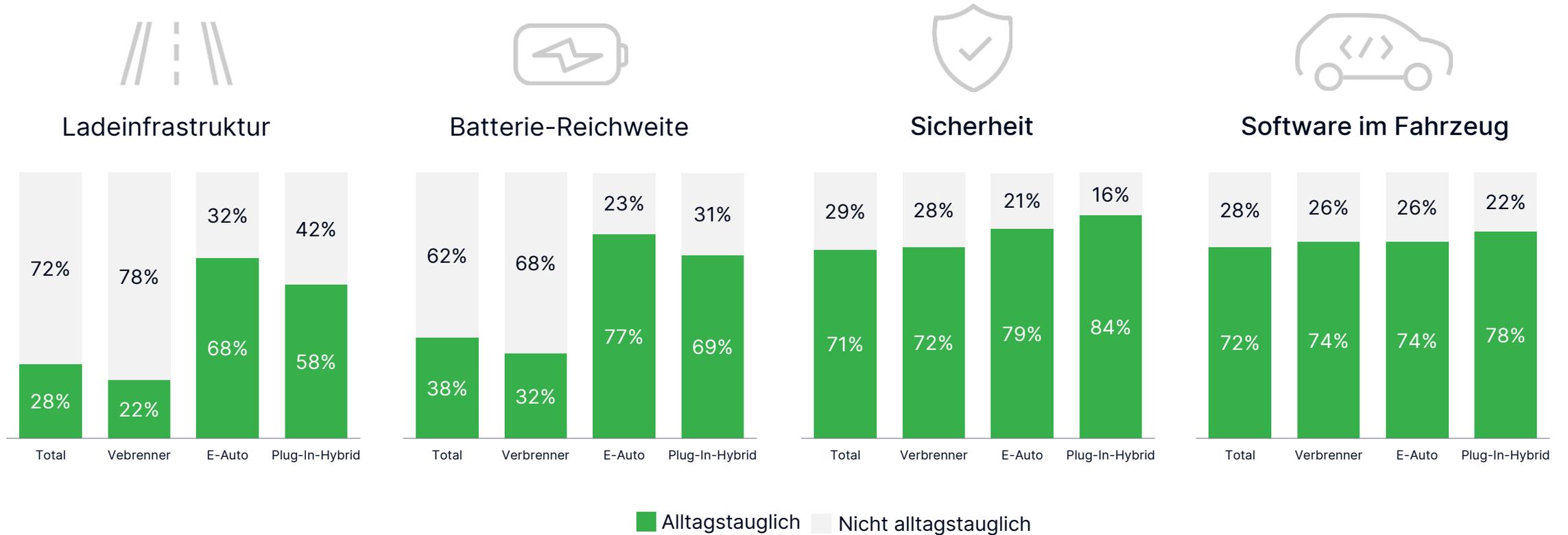
— Axel Schmidt, Senior Managing Director, Accenture and Global Automotive Industry Lead



E-Auto und Hybridfahrer empfinden Ladeinfrastrukturen und Reichweiten als alltagstauglich.

Daten einsehen & analysieren
<http://research.appinio.com/>

Wer selbst Verbrenner fährt, sieht das anders.



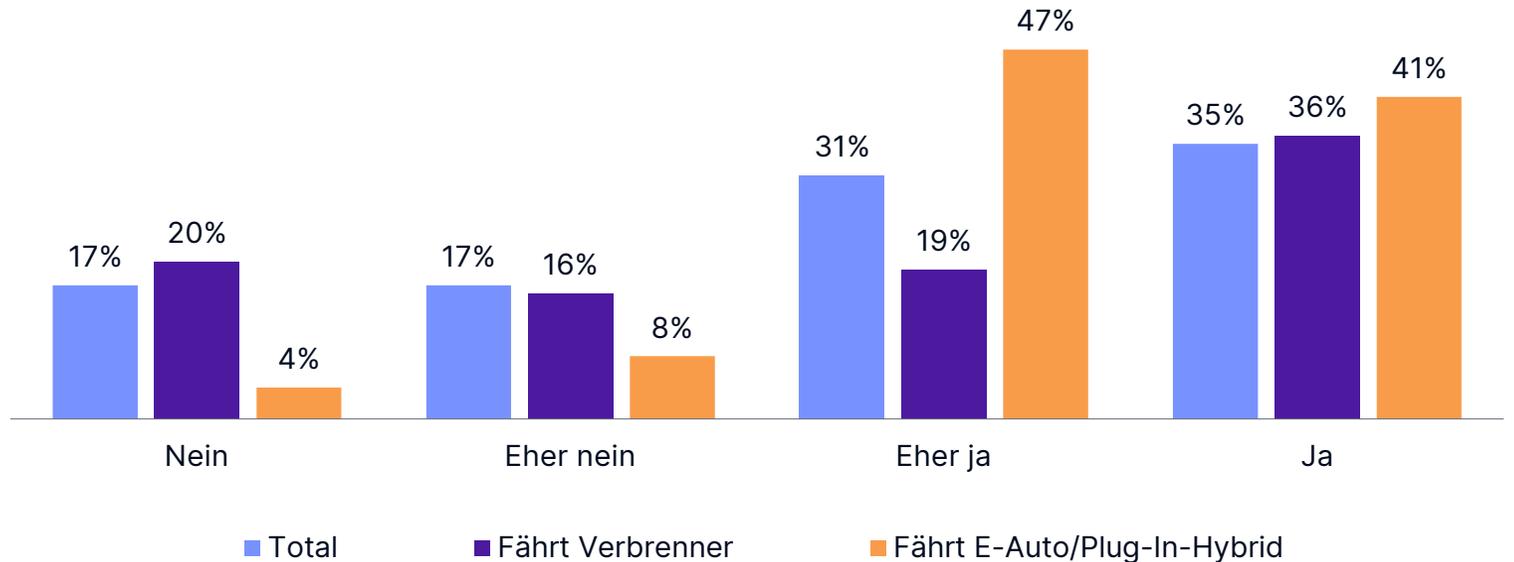
- Aspekte der **Sicherheit und Software** werden im Gegensatz zu Ladeinfrastruktur und Reichweiten **mehrheitlich als alltagstauglich** gesehen. Dabei gibt es kaum Unterschiede zwischen Besitzern von E-/Plug-In-Hybrid-Besitzern und Besitzern von Autos mit Verbrennungsmotoren.

Zwei Drittel finden, es sollte mehr Subventionen geben, um E-Mobilität voranzutreiben.

Die Mehrheit sieht den Staat klar in der Pflicht, den Umstieg von Verbrenner- auf Elektromotoren zu beschleunigen.



Anteil der Befragten, die finden, dass es mehr staatliche Subventionen geben sollte

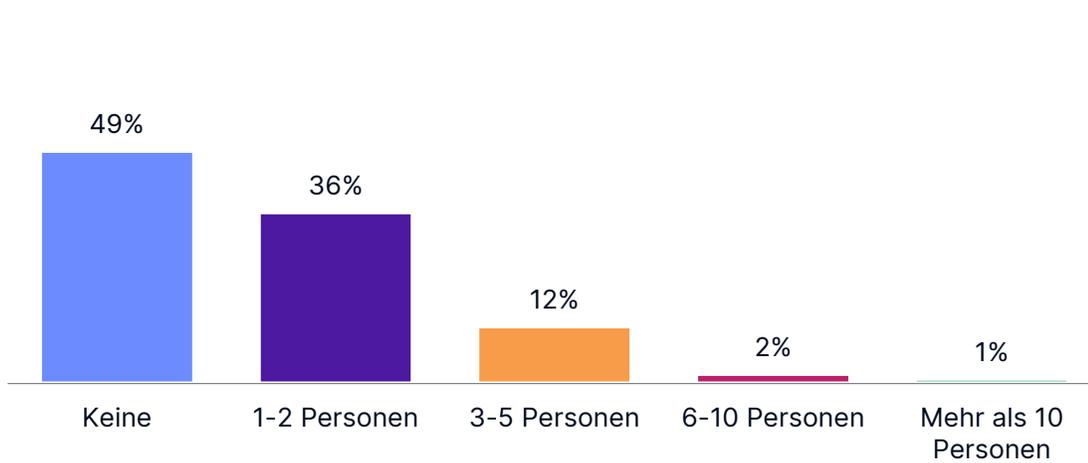


- Vor allem die Altersgruppe der **35- bis 44-Jährigen** wünscht sich mehr Subventionen, um auf Elektromobilität zu wechseln: **73 Prozent** von ihnen finden (eher), es sollte mehr Subventionen geben. Unter den 55- bis 65-Jährigen sagen das im Vergleich 57 Prozent.

Die Hälfte der Deutschen kennen niemanden mit E-Auto.

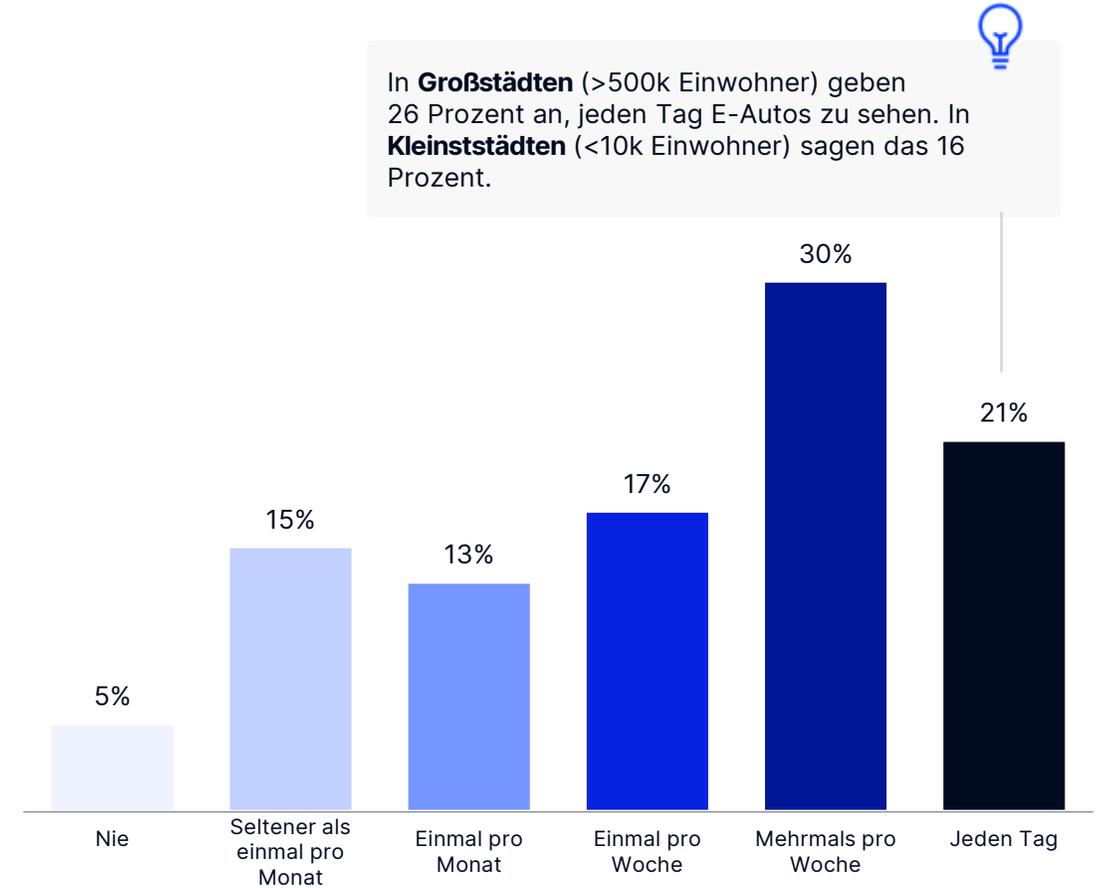
Dennoch nimmt die Mehrheit häufig elektrische Autos auf den Straßen wahr.

Anzahl bekannte Personen, die ein E-Auto besitzen



- **Ältere Befragte** zwischen 55 und 65 kennen deutlich **seltener** als der Durchschnitt Menschen mit einem E-Auto (62 Prozent kennen niemanden mit E-Auto).
- Wer im Haushalt ein **Netto-Einkommen von mehr als 3500€** bezieht, kennt **10 Prozent häufiger** mindestens eine Person mit E-Auto als der Durchschnitt.
- Wer bereits ein Auto mit E-Antrieb besitzt, kennt auch viele **weitere Besitzer**: nur 14 Prozent von ihnen kennen keine weitere Person mit E-Auto.

Wie oft siehst du E-Autos auf den Straßen?

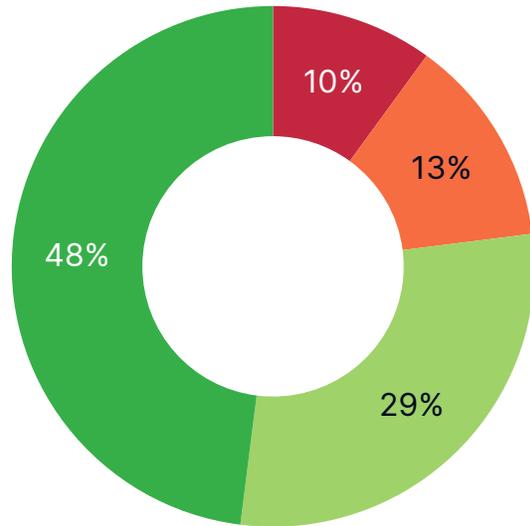


Drei Viertel empfinden E-Mobilität als präsenten Thema in Gesellschaft und Medien.

Daten einsehen & analysieren
<http://research.appinio.com/>

Die Gen Z diskutiert häufiger mit Anderen während die Boomer-Generation E-Mobilität im Fernsehen wahrnimmt.

"Ich empfinde das Thema E-Autos als sehr präsent in der Gesellschaft und in den Medien."



- Stimme (überhaupt) nicht zu
- Stimme eher nicht zu
- Stimme eher zu
- Stimme (voll und ganz) zu

Über welche Kanäle nimmst du das Thema E-Autos besonders häufig wahr?

Channels	Total	18-24	25-34	35-44	45-54	55-65
TV	52%	38%	48%	51%	55%	63%
Online	31%	38%	38%	34%	28%	23%
Soziale Medien	25%	36%	33%	26%	21%	16%
Freunde und Familie	16%	22%	18%	17%	14%	13%
Printmedien	13%	12%	7%	10%	15%	18%
Bei der Arbeit	12%	13%	14%	14%	14%	7%
Plakate, Tafeln usw. im Freien	12%	13%	15%	12%	12%	9%
Radio/Podcasts	11%	11%	16%	10%	8%	13%

04

Wissensstand & Interesse



» Das Automobil wurde in Deutschland erfunden. Aktuell haben hierzulande wohl viele das Gefühl, dass ihnen durch die Elektromobilität dieses ewige Pioniergefühl weggenommen wird. Deutschland hat jedoch das Knowhow, um – unabhängig von der Antriebstechnik – weiterhin eine führende Rolle im Automobilbau einzunehmen. Die Weichen sind dazu von den Herstellern konsequent gestellt worden und auch im Nachrüstmarkt zeigt sich die überragende Innovationskraft hiesiger Unternehmen. «

— Armin Pohl, Unternehmer, Start-Up Investor und Initiator des „e-Lorean“-Projekts, Wunderkind Invest GmbH



Frauen fühlen sich deutlich schlechter informiert als Männer.

Dennoch ist der Informationshunger bei Frauen (fast) genauso ausgeprägt wie bei Männern.

54%

der Deutschen, die (noch) kein E-Auto/Plug-In-Hybrid besitzen, fühlen sich (eher) gut informiert zum Thema E-Autos.

69%



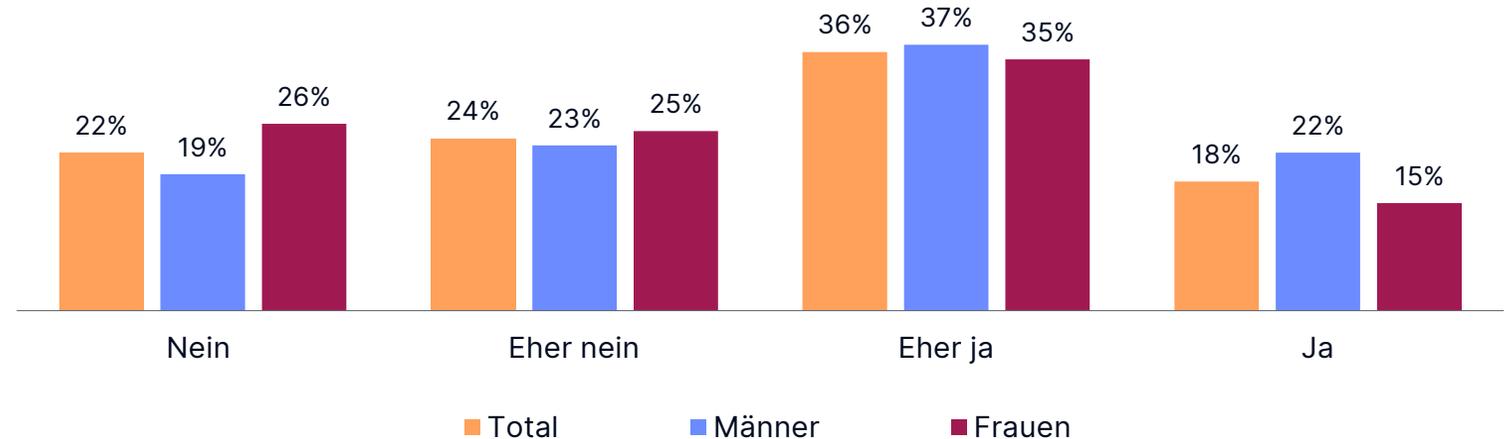
der männlichen Befragten fühlen sich (eher) gut informiert.

39%



der weiblichen Befragten fühlen sich (eher) gut informiert.

Würdest du dir generell mehr Informationsangebote zum Thema E-Autos wünschen?

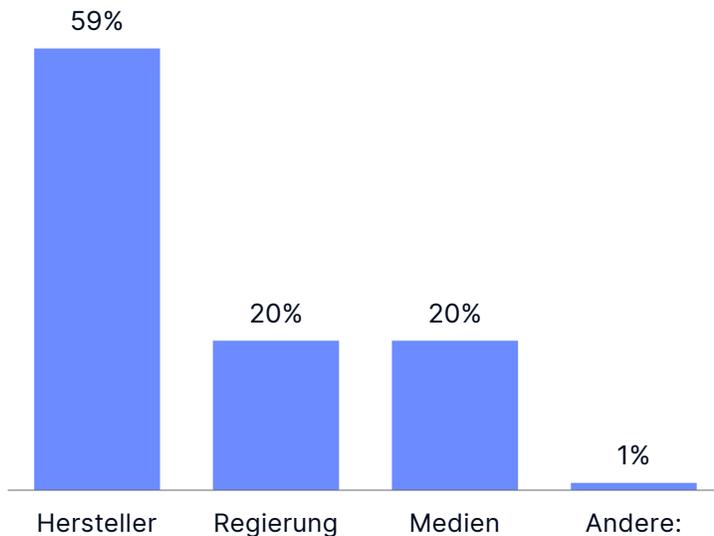


- 59 Prozent aller Männer und 50 Prozent aller Frauen wünschen sich mehr Informationen rund um das Thema E-Autos.
- **Zwischen unterschiedlichen Altersgruppen gibt es kaum Unterschiede – die Mehrheit (57%) wünscht sich (eher) mehr Infos.** Lediglich 55- bis 65-Jährige geben etwas seltener (-6%) an, sich (eher) mehr Infos zu wünschen.

Befragte wünschen sich Infos von Automobilherstellern selbst.

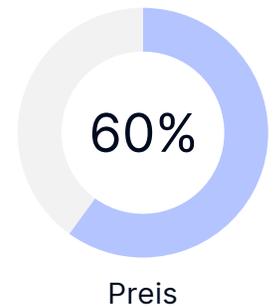
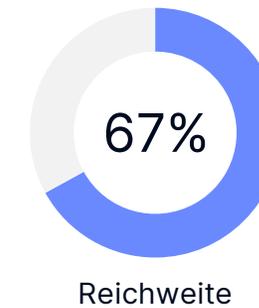
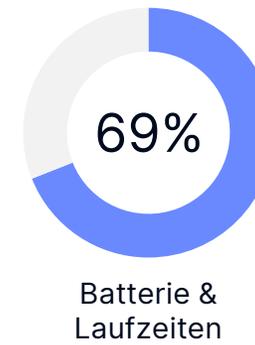
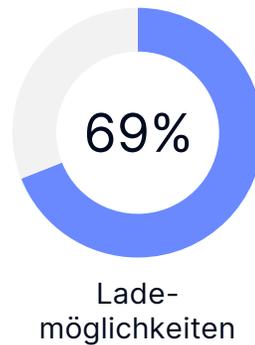
Vor allem die Themen Lademöglichkeiten, Reichweite und Batterien interessieren den Großteil.

Von wem Befragte sich Informationen wünschen:



- Erwähnt wurden u.a. Forschungseinrichtungen, unabhängige Tester und Verbände.

Zu welchen Themen werden mehr Informationen gewünscht?



05

Erfahrungen: Meinung der Besitzer und Probefahrten im E-Auto



» Das Elektroauto wird zur Speerspitze eines sich stark und jetzt auch schnell verändernden Konsumverhaltens. Themen wie Nachhaltigkeit, Verantwortung, Vernunft werden das Produkt auf Markenebene einbetten müssen. Das Elektroauto ist alleine nicht genug. Die gesamte Wertschöpfung der Industrie wird sich dieser Nachfrage anpassen. Es ist kein Zufall, dass wir statt Leder jetzt vegane Innenausstattungen sehen. Auch die Services rund um das Auto werden die Themen der Wiederverwendung, des Recyclen und der Reduzierung aufgreifen. Weniger ist da mehr, gilt im Luxus-Segment erst recht. «

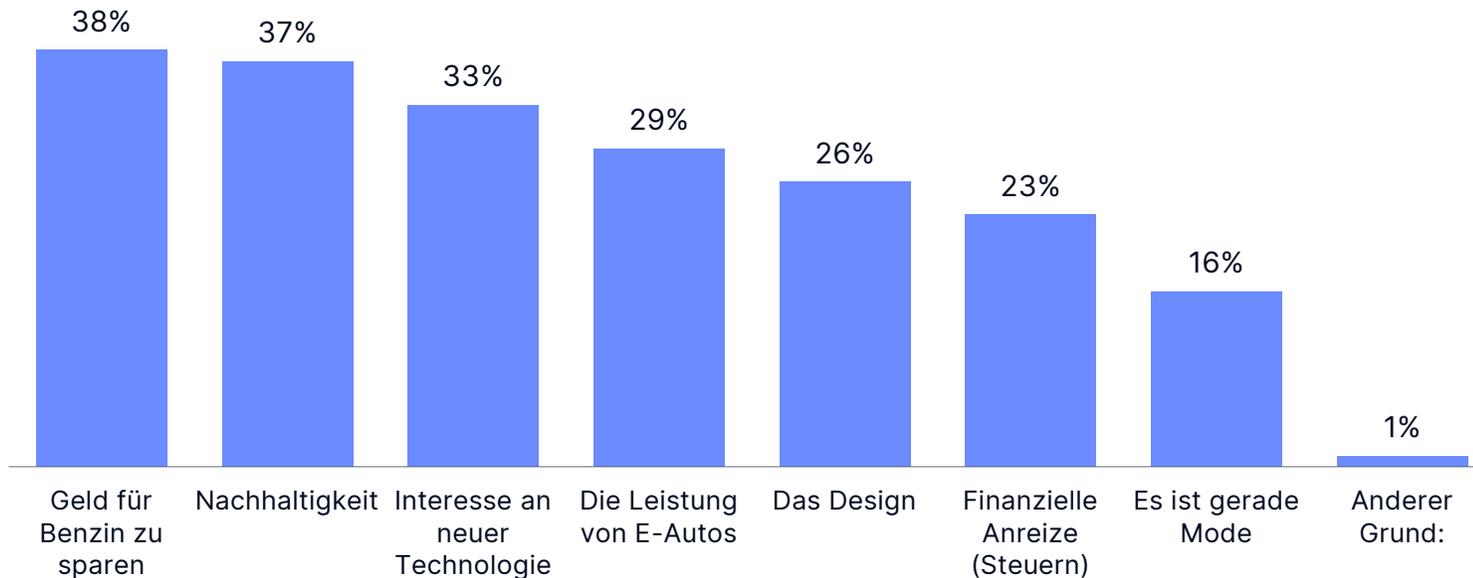
— Thomas Strerath, Managing Director media.monks Germany & BMW Group



“Tankkosten sparen” ist der häufigste Grund, warum E-Autos gekauft werden.

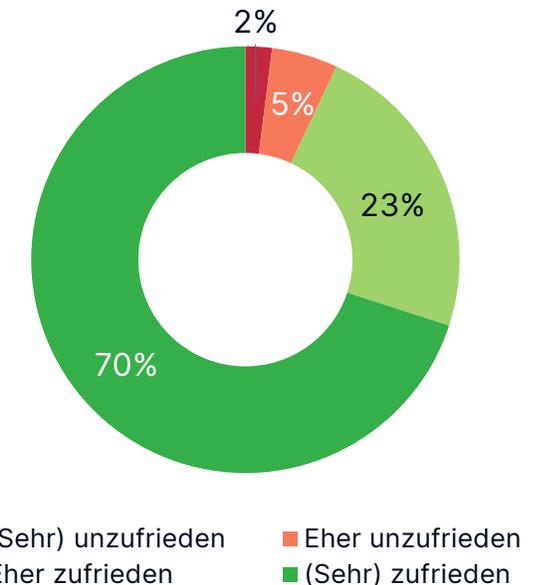
Entgegen aller Erwartungen ist Nachhaltigkeit nicht der vorherrschende Kaufgrund.

Meistgenannte Gründe, die Besitzer von E-Autos zum Umstieg überzeugt haben



- Befragte, die in **Großstädten (>500k Einwohner)** leben und ein E-Auto besitzen, haben deutlich häufiger angegeben, dieses aus Gründen der **Nachhaltigkeit** gekauft zu haben als Befragte in kleineren Städten (46% in der Großstadt vs. <30% in Kleinstädten).
- Für **Autofans** sind die Leistung des Autos, das Interesse an neuer Technologie und Nachhaltigkeit gleich häufig genannte Gründe, ein E-Auto gekauft zu haben (jew. 37 Prozent).

Zufriedenheit mit dem E-Auto



- **Ganze 93 Prozent der Käufer sind eher bis sehr zufrieden mit ihrem E-Auto.**
- Männer sind häufiger zufrieden mit dem Kauf ihres E-Autos als Frauen (96 vs. 88 Prozent).

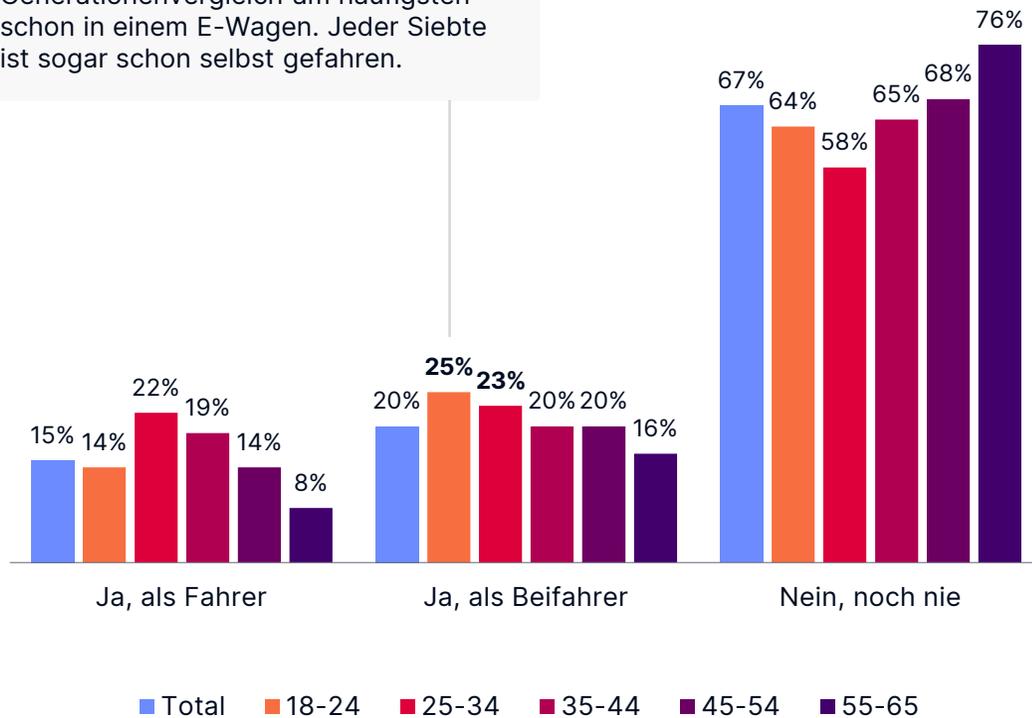
Nur jeder Dritte ohne E-Auto ist schon mal (mit-)gefahren.

Je jünger die Befragten, desto eher saßen sie schon als Fahrer oder Beifahrer in einem Elektroauto.

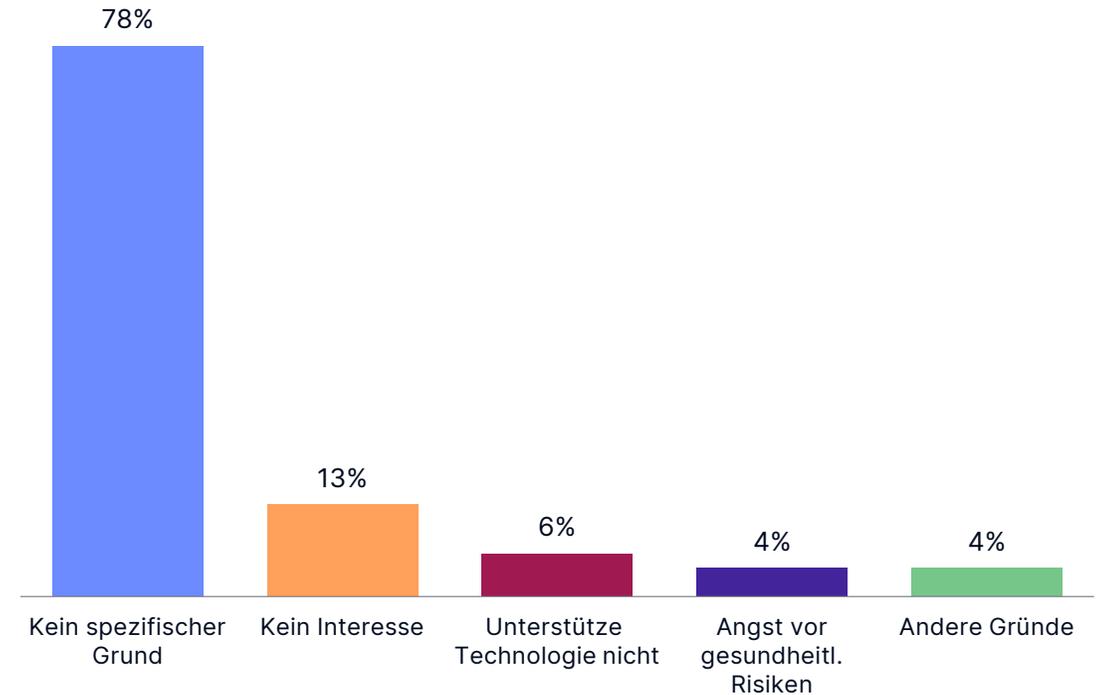
Anteil Befragte, die schon mal in einem E-Auto (mit-)gefahren sind



Die Generation Z (18-24) saß im Generationenvergleich am häufigsten schon in einem E-Wagen. Jeder Siebte ist sogar schon selbst gefahren.



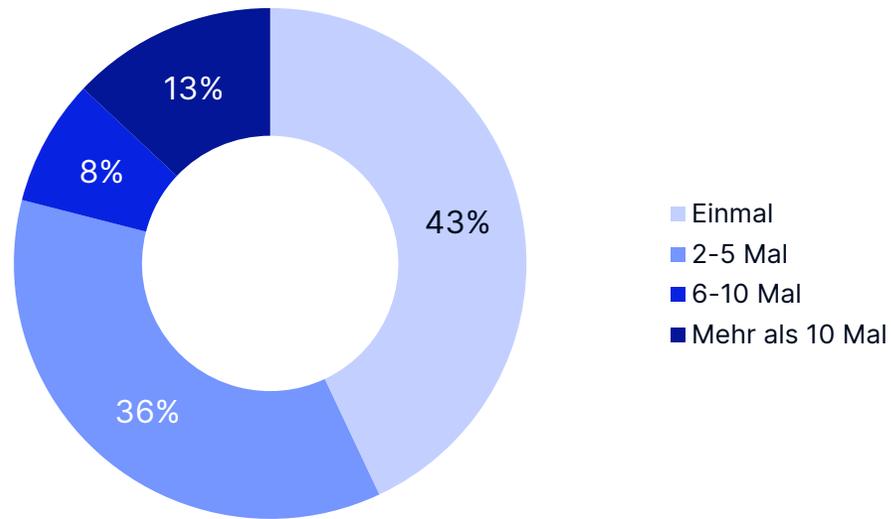
Gibt es einen bestimmten Grund, warum du noch nie (mit-)gefahren bist?



Wer schon mal mitgefahren ist, saß meist bei Freunden oder Familie im Auto.

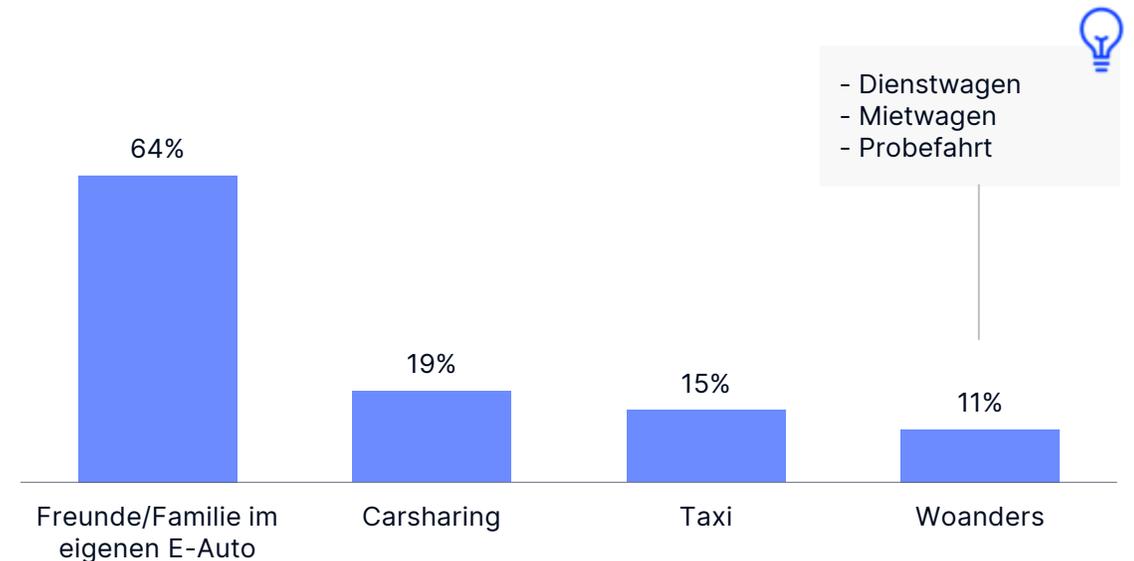
4 von 10 haben erst einmal eine elektrische Fahrt erlebt.

Wie häufig bist du in einem E-Auto (mit-)gefahren?
(Nur Befragte, die kein E-Auto besitzen)



- Die große Mehrheit ist **ein bis fünf Mal** in einem **E-Auto (mit-)gefahren**.
- In Kleinststädten (<10k Einwohner) ist die Mehrheit (56%) erst einmal mit einem E-Auto (mit-)gefahren.

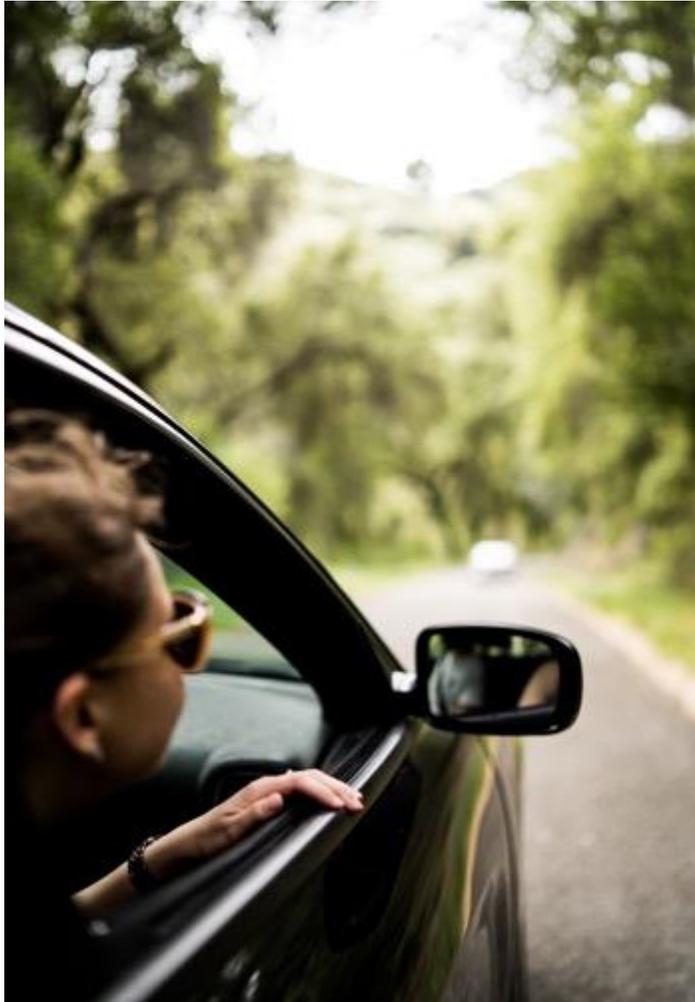
Situationen, in denen Befragte (mit-)gefahren sind.



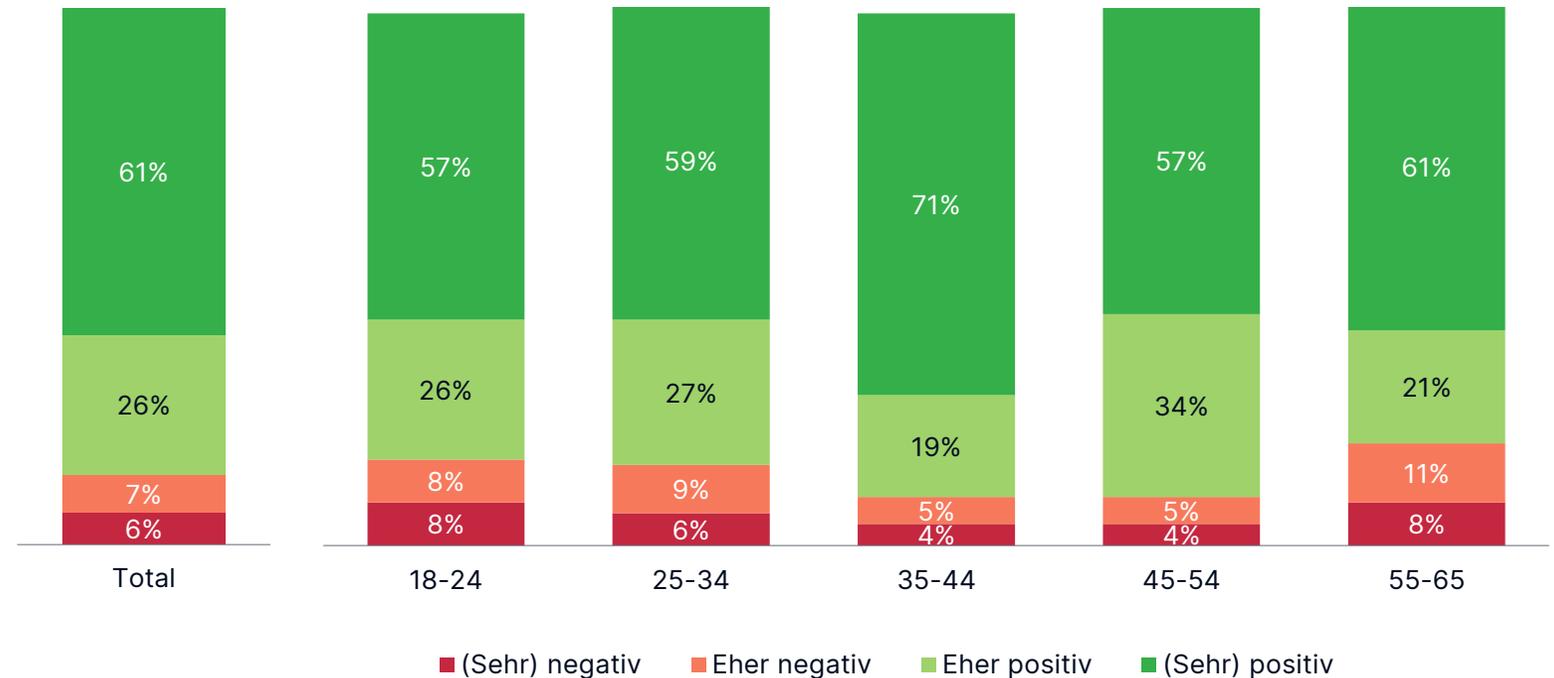
- In **Großstädten** (>500k Einwohner) ist weit mehr als jeder Zweite (61%), der schon mal in einem E-Auto mitgefahren ist, entweder in einem **Carsharing-Wagen (36%)** oder einem **Taxi (25%)** (mit-) gefahren. Nur 51 Prozent von ihnen sind bei Freunden oder Familie (mit-)gefahren.

Die (Probe-)Fahrt im E-Auto kam bei allen Altersgruppen (sehr) gut an.

Insbesondere die Altersgruppe der 35- bis 44-Jährigen ist begeistert vom E-Erlebnis.

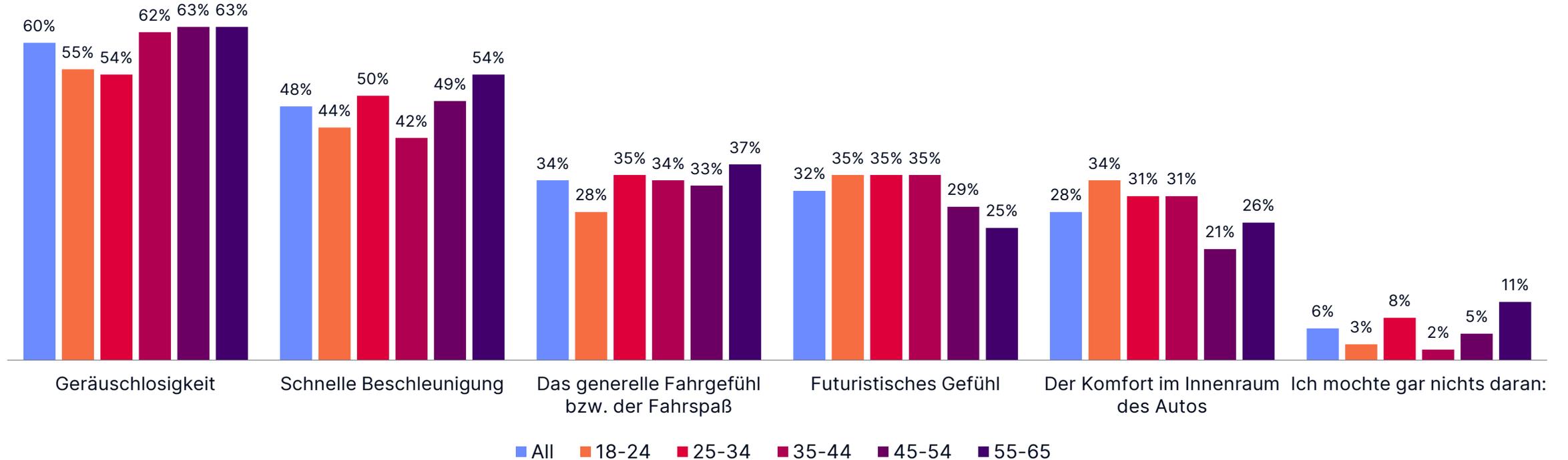


Meinung zur Fahrt in einem E-Auto (nur Befragte, die selbst kein E-Auto besitzen).



Geräuschlosigkeit und schnelle Beschleunigung führen zum Wow-Effekt.

Vor allem Befragte über 35 können sich für das geräuschlose Fahren begeistern.



- Das **futuristische Fahrgefühl** in einem E-Auto wird von **jüngeren Befragten unter 45** deutlich eher wertgeschätzt als von älteren.

- Die **Generation Z** lässt sich am ehesten für den komfortablen **Innenraum** eines E-Autos begeistern.

06

Kaufkriterien & Bereitschaft zur Probefahrt



» Die Elektromobilität steht in vielen Märkten kurz vor einem Tipping Point, an dem die Nachfrage stark ansteigt und der Bedarf an konventionellen Verbrenner-Fahrzeugen zurückgeht. Diese Marktbewegung abzubilden und die richtige Kapazität zum richtigen Zeitpunkt bereit zu halten, ist eine der größten Herausforderungen, der sich Automobilhersteller in den letzten Jahrzehnten stellen mussten. Ganze Produktionsprozesse müssen umgestellt und die Lieferketten angepasst werden. Und das in einem Klima von Rohstoffengpässen und bei steigenden Materialkosten. «

— Federico Magno, Geschäftsführer Mobility, Porsche Consulting GmbH



Nichts scheint so wichtig wie Sicherheit und Preis, wenn es um ein neues Auto geht.

Daten einsehen & analysieren
<http://research.appinio.com/>

Die Art des Antriebs kommt erst mit etwas Abstand an dritter Stelle.

	Total	Autofans	Interested	Little Interest	Indifferents
Sicherheit	82%	83%	84%	79%	78%
Preis	78%	75%	78%	77%	82%
Art des Antriebs	55%	67%	58%	43%	48%
Motorleistung	52%	70%	52%	42%	41%
Design	52%	71%	55%	38%	31%
Umweltfreundlichkeit	51%	55%	51%	48%	45%
Staatliche Förderungen	43%	51%	44%	39%	38%
Digitale Kriterien (z.B. WLAN/Fahrassistenz)	38%	55%	39%	26%	26%
Marke	36%	55%	36%	25%	23%

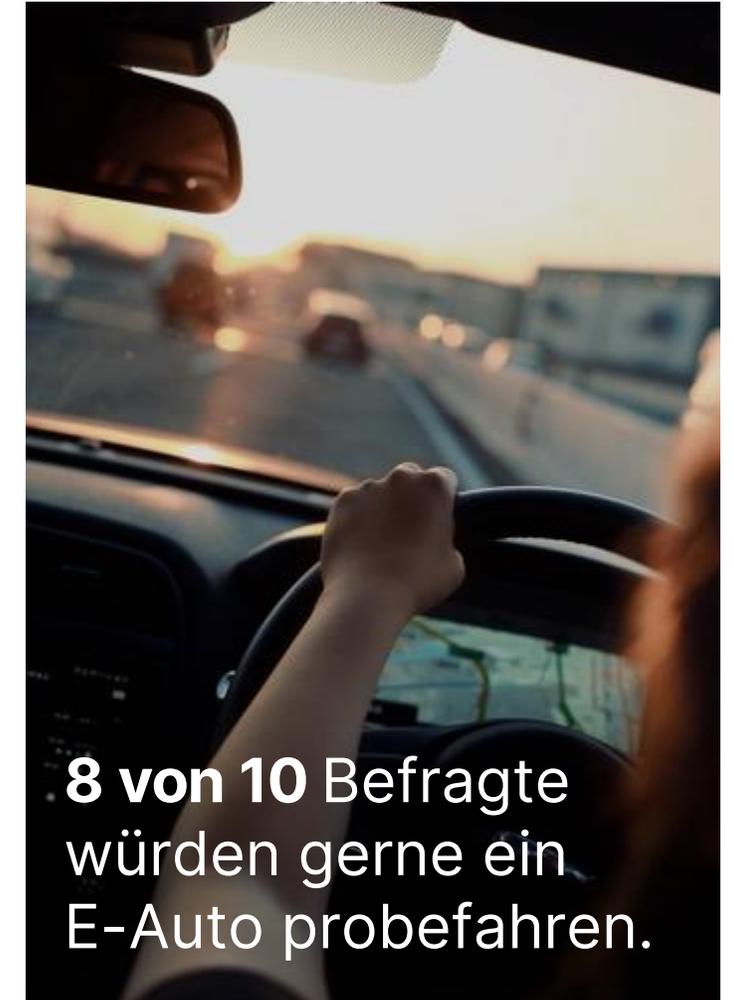
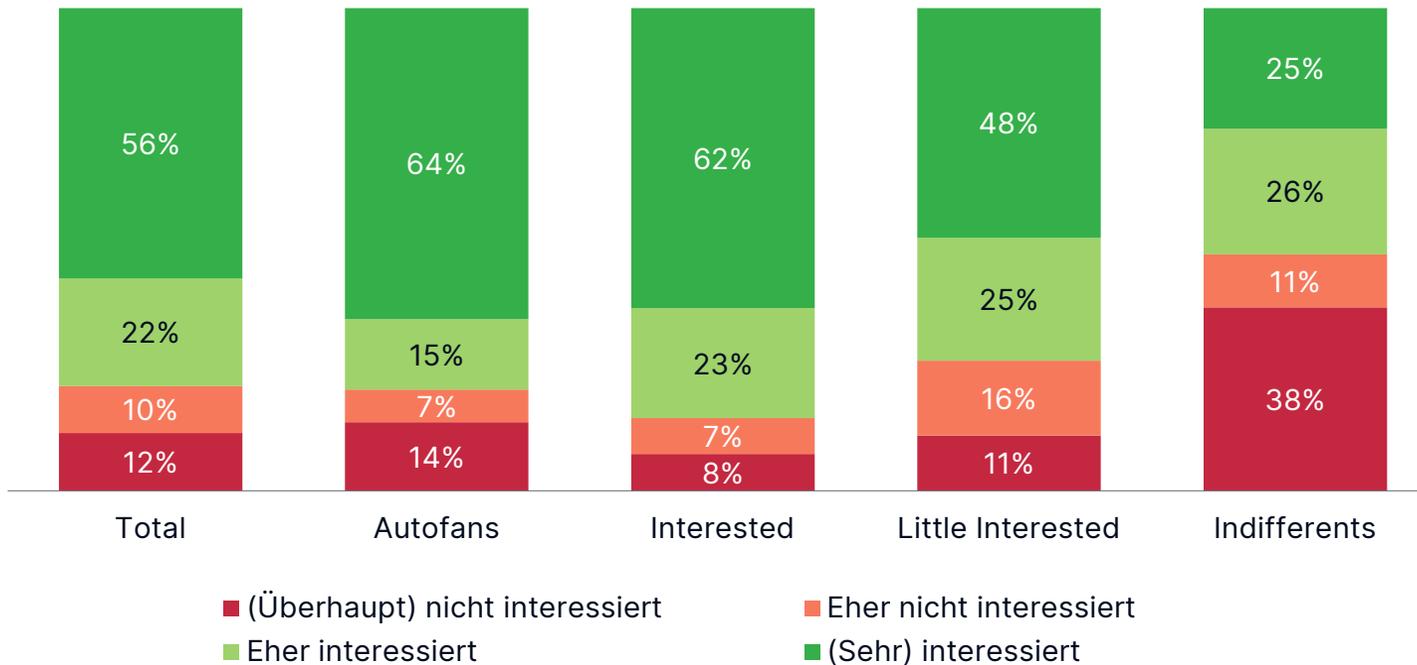
- Lediglich **Autofans** empfinden die **Marke** eines Autos mehrheitlich **als wichtig**. Für sie ist es genauso relevant wie die Umweltfreundlichkeit eines Autos, während für den Rest der Bevölkerung eindeutig die Umweltfreundlichkeit wichtiger ist.

- **Umweltfreundlichkeit** ist für Befragte, die sich **eher wenig für Autos interessieren** eines der **Top 3 Kriterien**, wenn es um den Kauf eines neuen Autos geht. Art des Antriebs, Motorleistung und Design sind für sie deutlich unbedeutender während es für Autofans und Interessierte mehrheitlich relevant ist.

Nicht nur Autofans wollen gerne ein E-Auto Probe fahren.

Selbst unter Befragten, die sich wenig für Autos interessieren, würden drei Viertel gerne mal ein E-Auto fahren.

Stell dir vor, du bekommst das Angebot, mit einem E-Auto eine kostenlose Probefahrt zu unternehmen. Wie interessiert wärst du daran?



- **Das Interesse ist selbst bei Menschen mit Desinteresse für Autos relative groß:** Unter Befragten, die über sich selbst sagen "Ich interessiere mich überhaupt nicht für Autos" tendiert dennoch mehr als jeder Zweite (51%) dazu, ein E-Auto kostenlos Probe fahren zu wollen.

07

Markenwahrnehmung



Innovativ, futuristisch und höchste Reichweite – Tesla ist der klare Gewinner

Doch: Deutsche Marken Porsche und Audi sind eindeutig auf der Überholspur, wenn es um leidenschaftliche Themen und Design geht.

Welche Attribute werden mit welcher Marke assoziiert?

	Teure Preise	Umwelt-freundlichkeit	Attraktives Design	Innovation	Fahrspaß	Futurismus	Hohe Reichweite	Leidenschaft	Geschwindigkeit
Tesla	65%	31%	34%	42%	27%	40%	24%	20%	28%
Toyota	30%	35%	22%	33%	22%	22%	15%	17%	12%
Mercedes-Benz	74%	22%	40%	27%	32%	17%	18%	24%	30%
BMW	66%	20%	37%	25%	36%	19%	14%	24%	33%
Honda	31%	28%	19%	26%	23%	22%	13%	15%	13%
Ford	33%	28%	23%	24%	25%	17%	13%	18%	12%
Audi	61%	22%	42%	28%	35%	19%	16%	25%	30%
Volkswagen	48%	30%	31%	29%	29%	18%	16%	19%	16%
Volvo	46%	30%	23%	27%	22%	16%	14%	19%	11%
Porsche	77%	13%	37%	19%	40%	16%	11%	28%	48%

- Top 1 Brand
- Top 2 Brand
- Top 3 Brand
- ◌ Geteilter Rang

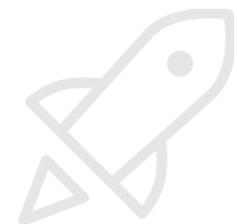
Die 20 interessantesten Facts zu allen Brands (1/5)

Tesla



Tesla ist die Top of Mind Brand:

Jeder Zweite (50%) denkt an Tesla, wenn er den Begriff E-Auto hört. VW folgt mit 11 Prozent.



Keine Marke wird als so futuristisch angesehen wie Tesla. 40 Prozent verbinden die Brand mit Futurismus. Mit riesen Abstand folgen Toyota und Honda mit lediglich 22 Prozent.

Toyota



Keine Brand wurde so häufig mit **Umweltfreundlichkeit** in Verbindung gebracht wie Toyota (36%).



Toyota folgt Tesla auf dem zweiten Platz, wenn es um die Assoziation mit **Innovation** geht (33%).

» Unsere Mission ist „Mobilität für alle“. Deshalb hat Toyota eine beispiellose elektrifizierte Antriebsvielfalt im Angebot: von unserer millionenfach bewährten Hybridtechnik über Plug-in-Hybride bis hin zu batterieelektrischen Autos und Brennstoffzellenfahrzeugen mit Wasserstoffantrieb. Durch diese Technologieoffenheit sind wir seit vielen Jahren in der Lage, weltweit umfassend CO₂-Emissionen zu reduzieren und sorgsam mit den Ressourcen des Planeten umzugehen. «

— André Schmidt, Präsident Toyota Deutschland



Die 20 interessantesten Facts zu allen Brands (2/5)

Mercedes-Benz



Beim Thema **Reichweite** ist Mercedes mit 18 Prozent auf **Platz 2** nach Tesla. VW und Audi folgen dicht mit 16 Prozent.



41% der Generation Z verbinden Mercedes-Benz mit **Fahrspaß**. Das ist 10 Prozent häufiger als der Durchschnitt.

BMW



Der Slogan **“Freude am Fahren”** scheint verinnerlicht: Mehr als jeder Dritte (36%) verbindet BMW mit Fahrspaß.

Über alle Altersgruppen hinweg verbindet ein Viertel der Befragten (24%) BMW mit **Leidenschaft**.



Die 20 interessantesten Facts zu allen Brands (3/5)

Honda



Männer verbinden Honda häufiger mit **Futurismus** als Frauen (26 vs. 18%).



Ford



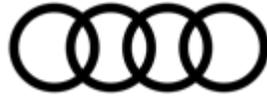
Die am häufigsten mit Ford assoziierte Eigenschaft ist **Umweltfreundlichkeit** (28%).



Ford wird, genau wie Toyota und Honda, im Vergleich zu allen anderen Brands, am **seltensten** mit **teuren Preisen** verbunden.

Die 20 interessantesten Facts zu allen Brands (4/5)

Audi



Audi ist der Gewinner, wenn es um "attraktives Design" geht.

42 Prozent der Deutschen verbinden die Brand mit einem schicken Aussehen.



Audi wird **13 Prozent seltener** als **teuerpreisig** empfunden als Mercedes.

Volkswagen



Jeder Dritte zwischen 25 und verbindet VW mit **Fahrspaß**.

Unter den 55- bis 65-Jährigen tut das jeder Vierte (25%).



59% aller Befragten zwischen 55 und 65 verbinden VW mit **teuren Preisen**. Unter den 18- bis 24-Jährigen sind es nur 34 Prozent.

Die 20 interessantesten Facts zu allen Brands (5/5)

Volvo

VOLVO

Volvo teilt sich gemeinsam mit VW den dritten Platz, wenn es um **Umweltfreundlichkeit** geht. 30 Prozent der Befragten haben diese Assoziation.

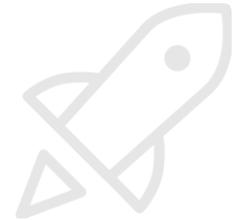


In der **Generation Z** verbindet jeder Vierte (25%) zwischen 18 und 24 Volvo mit **Leidenschaft**. Unter den 45-54-Jährigen sagt das nur jeder Siebte (16%).

Porsche

PORSCHE

Jeder Zweite verbindet die Brand Porsche mit **Schnelligkeit** (48%). BMW folgt mit weitem Abstand (33%).



Fahrspaß (40%) und **Leidenschaft** (28%) wird mit keiner Marke so häufig verbunden wie mit Porsche.

» Elektromobilität kommt – daran gibt es keinen Zweifel. Und Elektromobilität kommt schnell – dafür sorgt Porsche. Der erfolgreiche Launch des Taycan zeigt deutlich, dass die Marke die Ideallinie zwischen Konstanz und Veränderung beherrscht und ihr Pioniergeist mehr denn je belohnt wird. Ein elektrischer Porsche büßt nichts von seiner Faszination oder Performance ein. Ganz im Gegenteil. In den ersten 3 Quartalen 2021 hat Porsche etwas mehr Taycan als 911er ausgeliefert, der übrigens auch zulegen konnte. Die Geschwindigkeit mit der Porsche das Thema Elektrifizierung (Konnektivität und Digitalisierung ebenso) vorantreibt reißt uns alle mit. Das ist nicht „Walk the talk“, das ist „Race the talk. «

— Reinhard Patzschke, Geschäftsführender Gesellschafter, Grabarz&Partner/Grabarz XCT



08

Internationaler Vergleich



» Die Bestandsflotte darf bei der Dekarbonisierung des Verkehrssektors nicht ausgeklammert werden! Wir haben weltweit 1,5 Milliarden Fahrzeuge mit Verbrennungsmotor in Betrieb. Automobile Klimaneutralität bei gleichzeitiger Ressourcenschonung wird alleine durch den Zuwachs von neuen Elektroautos nicht schnell genug erreichbar sein. Das Nachrüsten von E-Antrieben und das damit verbundene „Second Life“ der Fahrzeuge bildet die sinnvolle Brücke. Und dies gilt neben dem privaten KFZ-Segment insbesondere auch für Nutzfahrzeuge. «

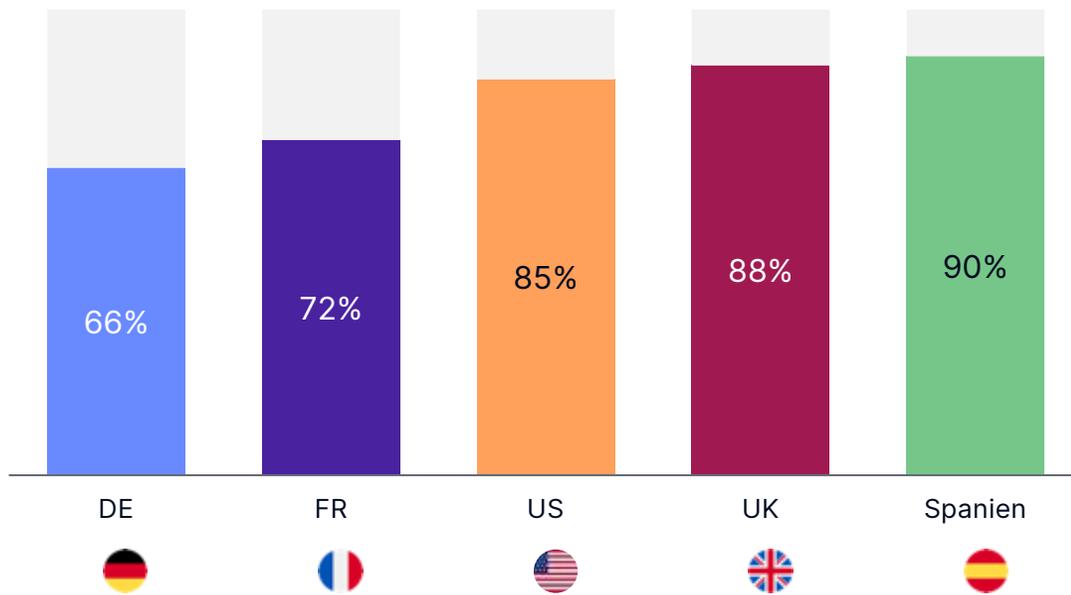
— Dominik Ashkar, CEO, E-Works Mobility GmbH



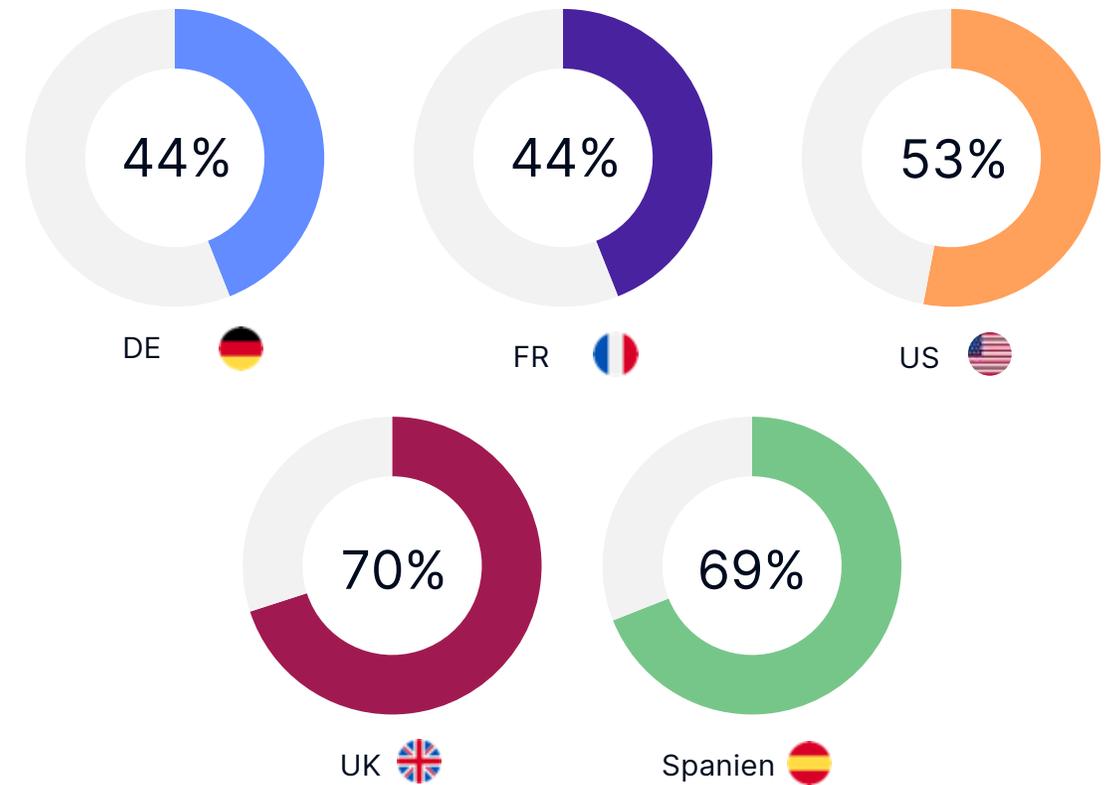
Spanier und Briten sind definitiv am überzeugtesten von E-Mobilität.

Im Vergleich dazu sind Deutschland und Frankreich skeptischer – das spiegelt sich auch bei der Frage wieder, ob Verbrennungsmotoren verboten werden sollten.

Anteil Befragte, die sagen, dass E-Autos die Zukunft sind.



Anteil Befragte, die das Verbot der Neuzulassungen von Verbrennungsmotoren im Jahr 2030 befürworten.



In allen vier Ländern fährt mehr als eine von zehn Personen bereits elektrisch.

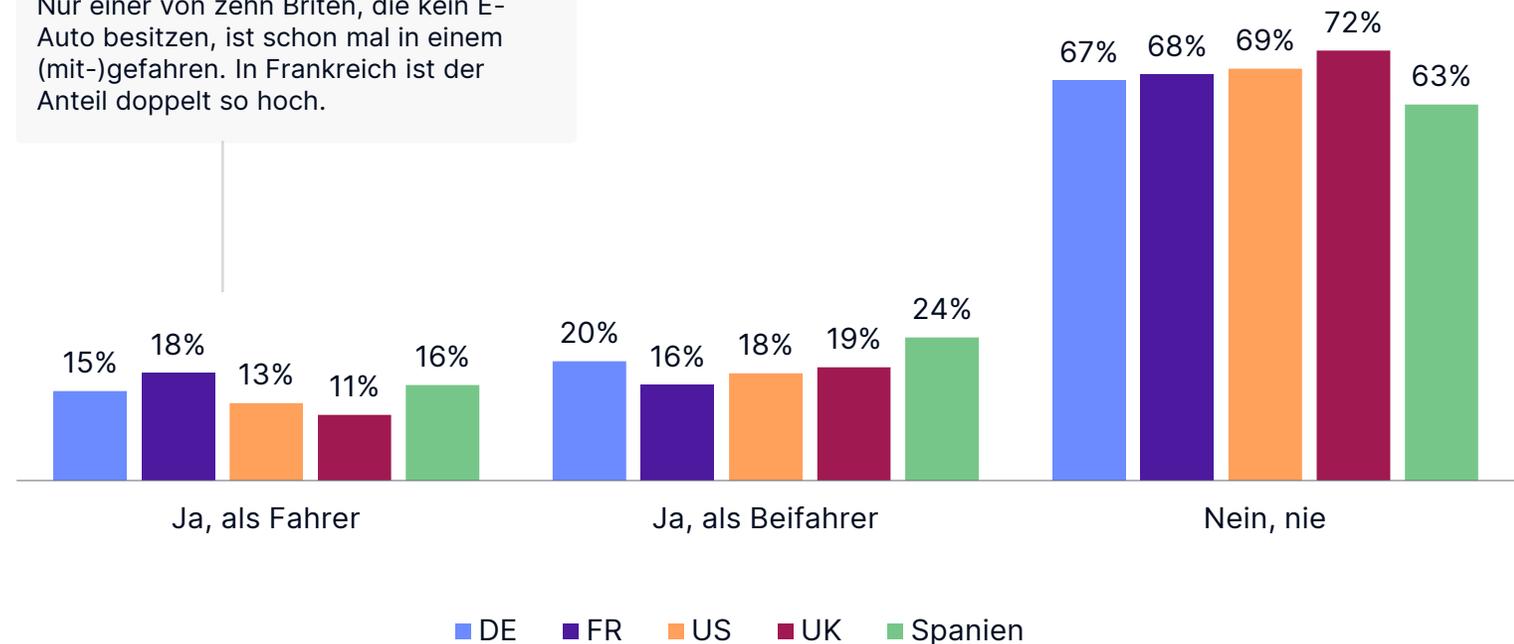
In Großbritannien sind im Vergleich die wenigsten Befragten schon mal in einem E-Auto (mit-)gefahren.



Anteil Befragte, die schon mal in einem E-Auto (mit-)gefahren sind

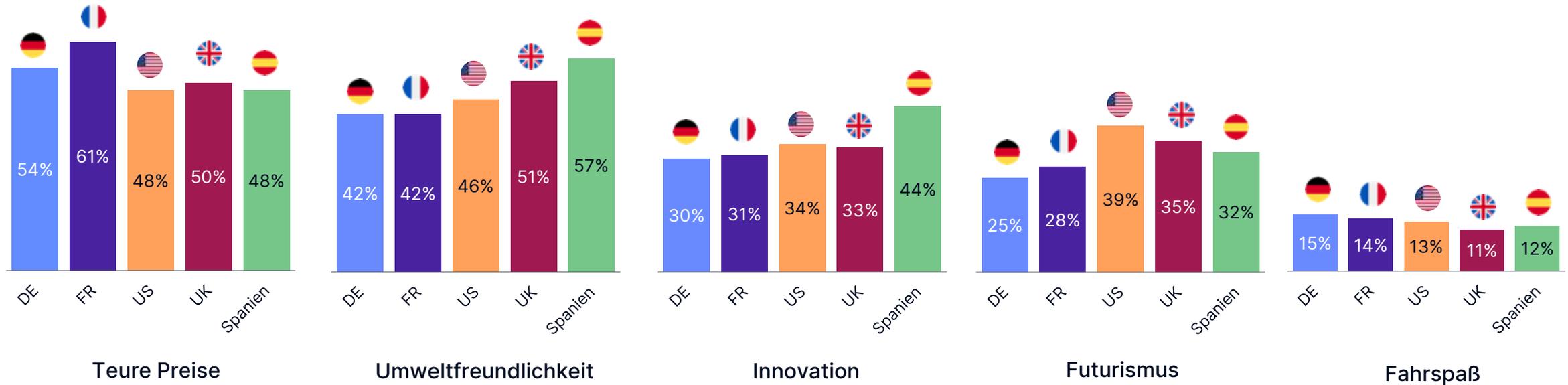


Nur einer von zehn Briten, die kein E-Auto besitzen, ist schon mal in einem (mit-)gefahren. In Frankreich ist der Anteil doppelt so hoch.



Teure Preise oder Umweltfreundlichkeit? Die vier Länder sind sich nicht einig im Hinblick auf die erste Assoziation mit E-Autos

Wenn du an E-Autos denkst, welche Attribute verbindest du ganz generell damit?



- Je älter Befragte, desto eher verbinden sie E-Autos mit teuren Preisen. Das gilt für alle vier Länder in gleichem Maße.
- In Frankreich verbinden 55- bis 65-Jährige E-Autos 10 Prozent häufiger mit teuren Preisen als der Durchschnitt.

- Lediglich in **Spanien** überwiegt der Gedanke an **Umweltfreundlichkeit** eindeutig Assoziationen mit hohen Preisen (57 bzw. 47 %). Im Vereinigten Königreich und den USA denken Befragte etwa zu gleichen Teilen an Umweltfreundlichkeit und hohe Preise, während in Deutschland und Frankreich der Gedanke an hohe Preisen vorherrscht, wenn es um E-Autos geht.

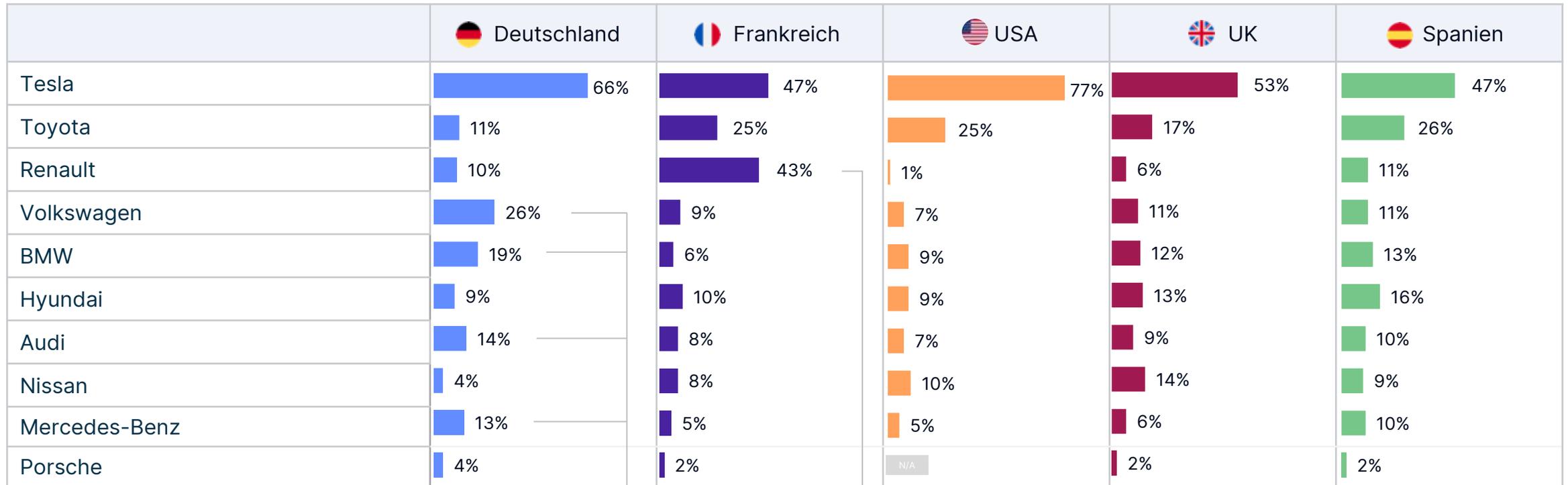
Tesla ist unschlagbar in allen Ländern – dennoch wird Renault in Frankreich gefährlich.

Daten einsehen & analysieren
<http://research.appinio.com/>



Auch die Deutschen setzen auf deutsche Marken: VW und Co überwiegen für sie eindeutig im Spielfeld der E-Mobilität.

Welche Marken werden mit E-Mobilität verbunden?



- Heimspiel: VW, BMW, Audi und Mercedes sind für die Deutschen ganz eindeutig direkt nach Tesla im Rennen.

- Die Franzosen scheinen zwiegespalten – Tesla oder Renault? Ein unübersehbares Tête-à-tête zwischen der globalen Kultmarke Tesla und dem heimischen Champion Renault.

09

Studiendesign & Sample



Forschungsdesign

Methode, Stichprobe & Inhalt



Methode

- Mobiler Fragebogen, ausgespielt über die Appinio-App
- Die Befragung erfolgte am: 17. September 2021
- Link zu den deutschen Daten im Dashboard: [https://research.appinio.com/ - /de/survey/public/0qEPzQIYQ](https://research.appinio.com/-/de/survey/public/0qEPzQIYQ)
- Link zu den internationalen Daten im Dashboard: [https://research.appinio.com/ - /en/survey/public/Y_3KOFnNo](https://research.appinio.com/-/en/survey/public/Y_3KOFnNo)

Sample

- Land: Deutschland
- Alter: 18 – 65 Jahre
- N = 2000 für jedes Befragte Land, insgesamt 10.000 (DE, FR, USA, UK, ES)
National repräsentativ – quotiert nach Alter & Geschlecht (basierend auf Zensus 2011)
- Alter: 18 - 65 Jahre
Ø Alter= 42 Jahre

Inhalt

- Die Zukunft der E-Mobilität und der Status Quo
- (Empfundene) Marktdurchdringung
- Wissenstand und Interesse
- Erfahrungen
- Kaufkriterien
- Markenwahrnehmung
- Internationaler Vergleich Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Spanien

Ihre AnsprechpartnerInnen



Louise Leitsch

Director Research

Office +49 40 2286 57 312

E-mail louise.leitsch@appinio.com



Christopher Dahl

Team Lead Research Consulting

Office +49 40 2286 57 313

E-mail christopher.dahl@appinio.com



Juliane Ramme

Senior Marketing Manager

Office +49 40 4134 9710

E-mail juliane.ramme@appinio.com



Appinio Germany
Große Theaterstraße 31
20354 Hamburg

Appinio USA
1355 Market St
94301 San Francisco

