



**INNOFACT**  
DAS MARKTVORSPRUNGSINSTITUT

 Stiftung  
Klimaneutralität

Agora   
Verkehrswende

20

25

13.01.2026

EFFEKTIVE FAHRZEUGFÖRDERUNG FÜR PRIVATKUNDEN  
Stiftung Klimaneutralität / Agora Verkehrswende

A

Studiendesign

B

Akzeptanz BEV

C

Stellplätze und Lademöglichkeiten

D

Einstellungen und Werte

E

Bewertung Fördermaßnahmen

F

Detailanalysen Zielgruppen - Neuwagenkäufer

G

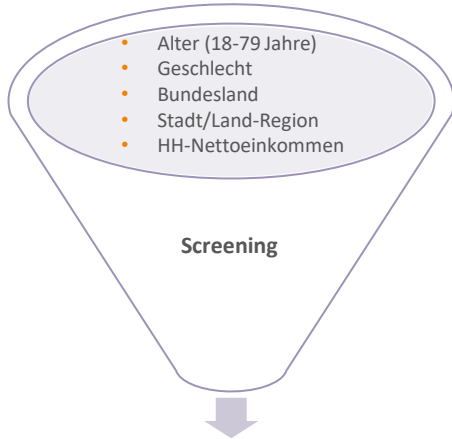
Detailanalysen Zielgruppen - Gebrauchtwagenkäufer

H

Management Summary

**Brutto-Sample: n=5.910**

Bevölkerungsrepräsentativ quotiert nach:



**Repräsentatives Netto-Sample: n=3.000**

Nur Befragte, die...

- einen Auto-Führerschein haben (-27%)
- aktiv Autofahren (mind. 10 Tage pro Jahr) (-18%)
- (Mit-) Entscheider beim Autokauf sind (-4%)
- Anschaffungsabsicht für ein Auto haben (-39%)
- BEVs nicht komplett ablehnen (-12%)

## METHODE

### Online-Befragung

Die Proband:innen wurden aus einem Consumerpanel rekrutiert. Eine zufällige Stichprobe wurde per E-Mail eingeladen und konnte am Onlinefragebogen teilnehmen. Der Zugang zur Onlinebefragung war für jede:n dieser Teilnehmer:innen nur über eine individuelle Transaktionsnummer möglich, Mehrfachteilnahmen waren somit ausgeschlossen.

## FELDZEIT

07. bis 19. August 2025

Befragungsland: Deutschland

A

Studiendesign

B

Akzeptanz BEV

C

Stellplätze und Lademöglichkeiten

D

Einstellungen und Werte

E

Bewertung Fördermaßnahmen

F

Detailanalysen Zielgruppen - Neuwagenkäufer

G

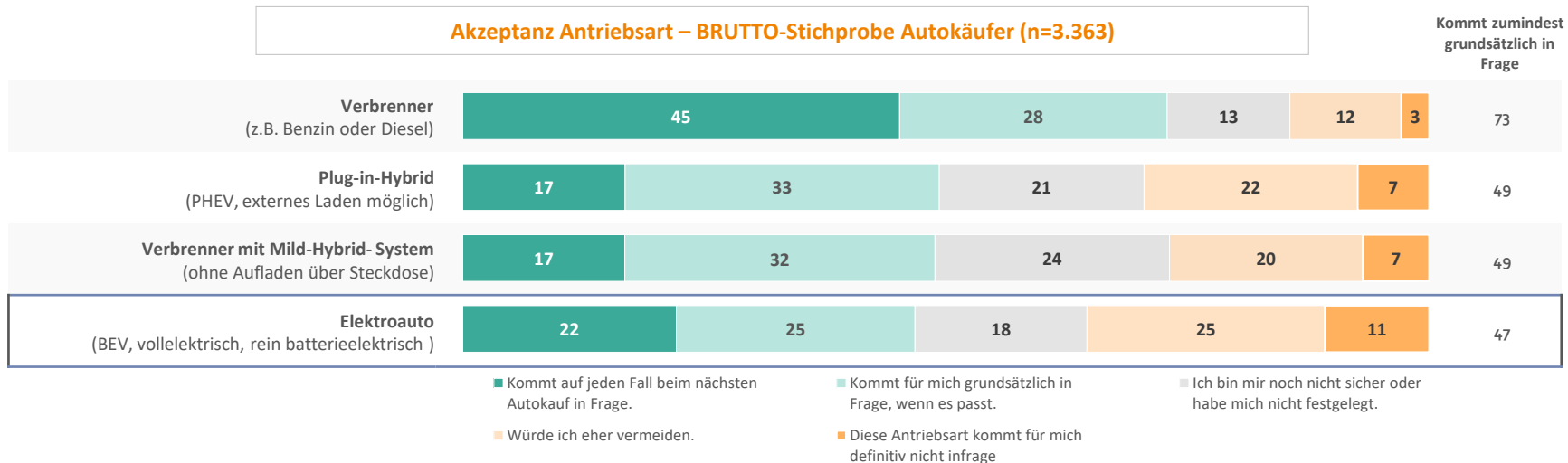
Detailanalysen Zielgruppen - Gebrauchtwagenkäufer

H

Management Summary

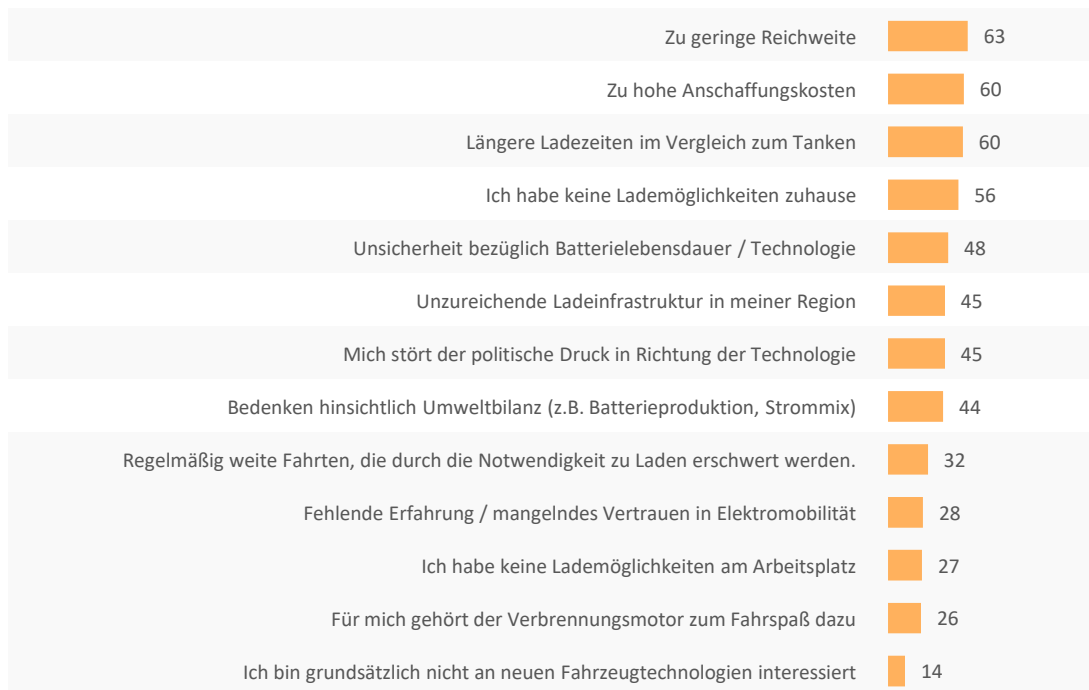
# B | Akzeptanz Antriebsart – Bruttostichprobe Autokäufer

Bei der Betrachtung der Bruttostichprobe aller Befragten (n=3.363) zeigen sich die Unterschiede in der Akzeptanz der einzelnen Antriebsarten. Während sich 45% aller Befragten sicher vorstellen können, einen Verbrenner zu kaufen, so sind es beim BEV 22%. Grundsätzlich kommt ein BEV für 47% der Befragten in Frage.



S9: Wie wahrscheinlich ist es aus heutiger Sicht, dass Ihr nächstes privat genutztes Auto folgende Antriebsart haben wird? Basis: Alle Befragte inkl. Screenouts, n=3.363 – BRUTTOSTICHPROBE  
Werte in %

Die relevantesten Barrieren der Personen, die BEV komplett ablehnen sind die geringe Reichweite, die hohen Anschaffungskosten und die längeren Ladezeiten im Vergleich zum Tanken.

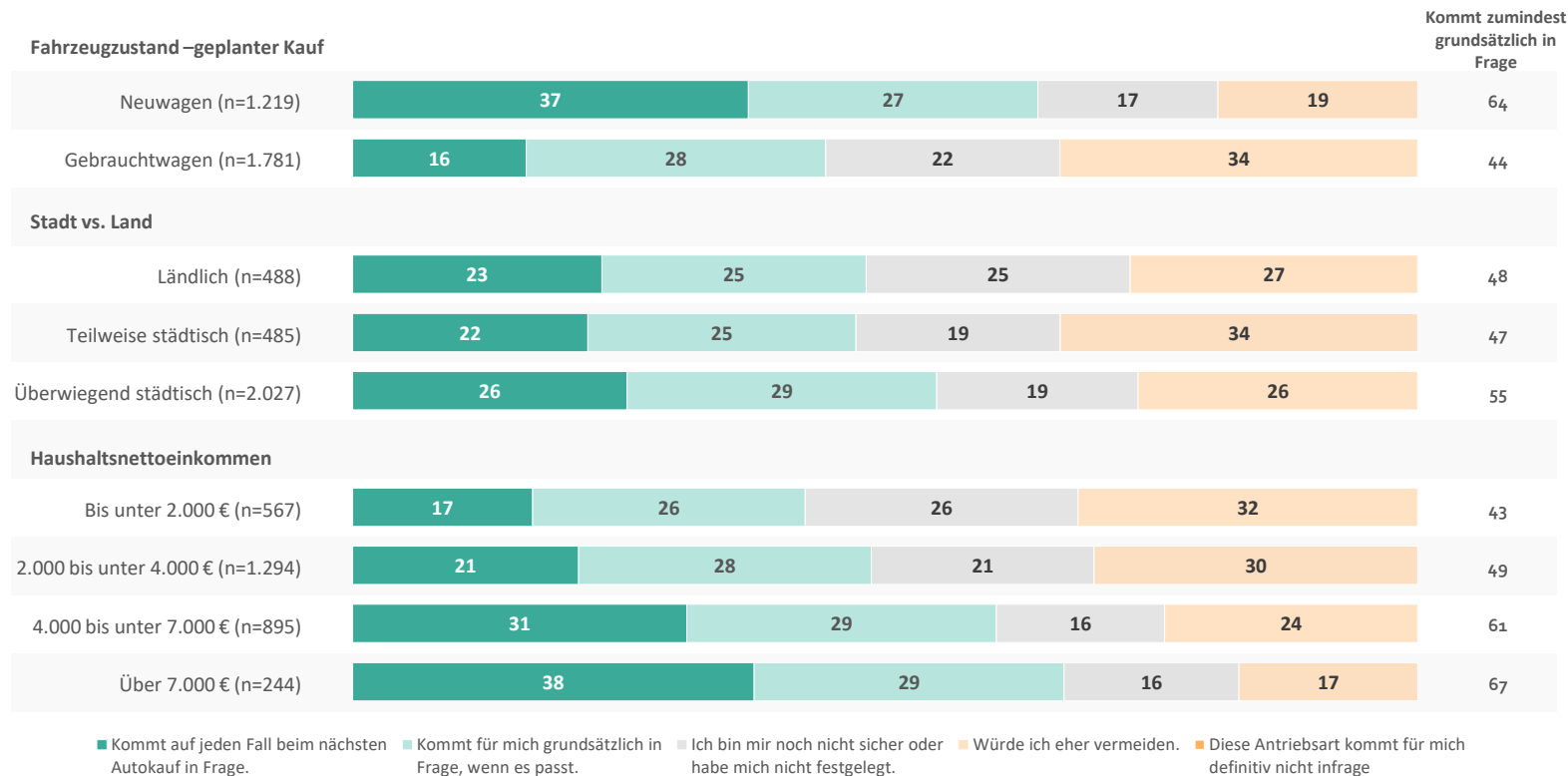


F10: Sie haben angegeben, dass ein Elektrofahrzeug für Sie auf gar keinen Fall infrage kommt. Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Gründe dafür?

Basis: Nur EV-Ablehner, n=363; Mehrfachnennungen möglich

Werte in %

# B | Akzeptanz BEV für verschiedene Zielgruppen (1 / 4)

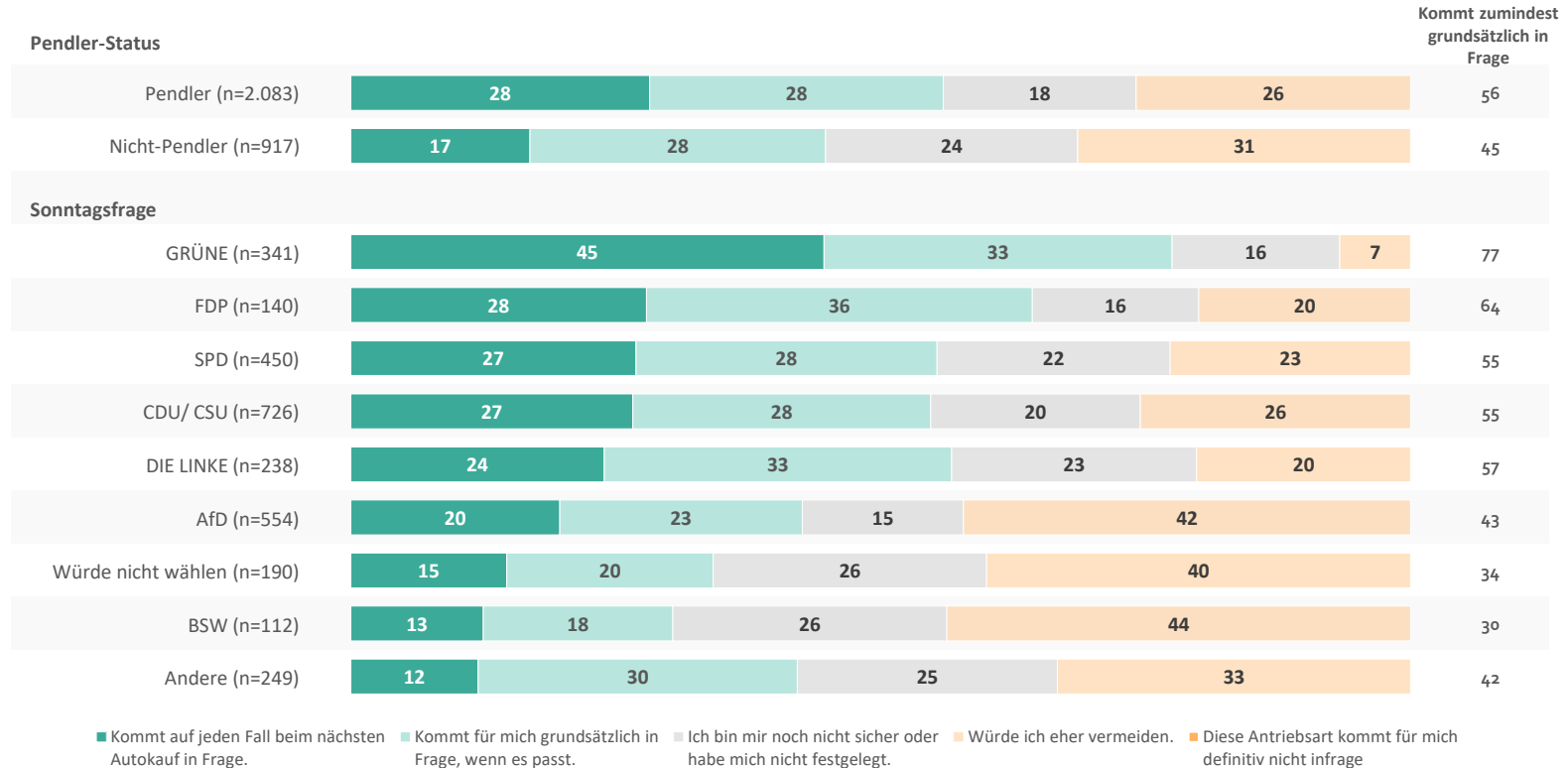


S9: Wie wahrscheinlich ist es aus heutiger Sicht, dass Ihr nächstes privat genutztes Auto folgende Antriebsart haben wird? - ELEKTROAUTO

Basis: Alle Befragte, n=3.000

Werte in %

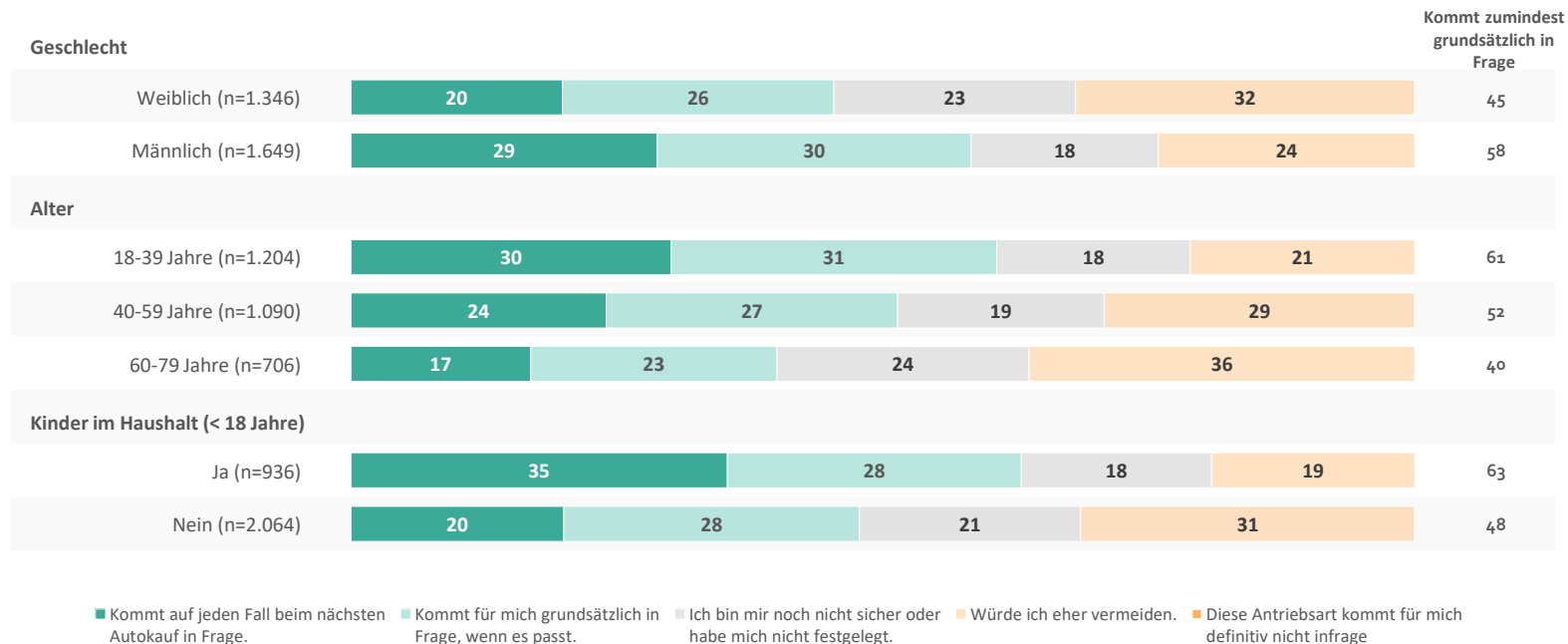
# B | Akzeptanz BEV für verschiedene Zielgruppen (2 / 4)



S9: Wie wahrscheinlich ist es aus heutiger Sicht, dass Ihr nächstes privat genutztes Auto folgende Antriebsart haben wird? - ELEKTROAUTO

Basis: Alle Befragte, n=3.000

Werte in %

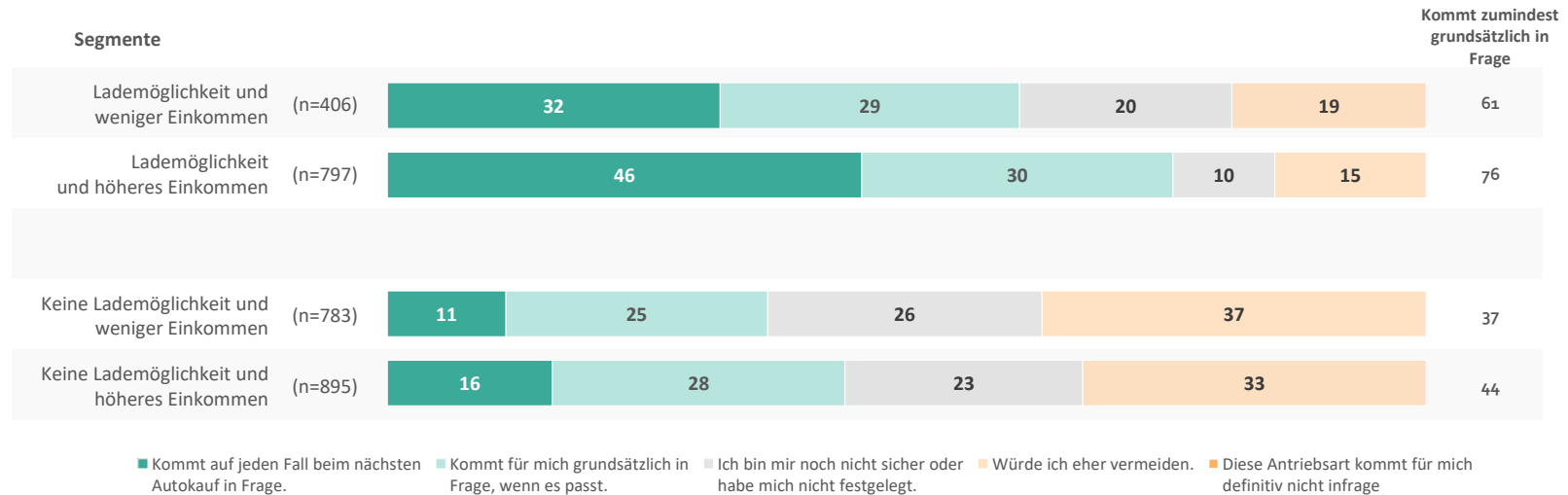


S9: Wie wahrscheinlich ist es aus heutiger Sicht, dass Ihr nächstes privat genutztes Auto folgende Antriebsart haben wird? - ELEKTROAUTO

Basis: Alle Befragte, n=3.000

Werte in %

# B | Akzeptanz BEV für verschiedene Zielgruppen (4 / 4)



### Definition der Segmente:

**Lademöglichkeit und weniger Einkommen:** Lademöglichkeit zuhause und/ oder am Arbeitsplatz & Haushaltseinkommen < 3.000 €

**Lademöglichkeit und höheres Einkommen:** Lademöglichkeit zuhause und/ oder am Arbeitsplatz & Haushaltseinkommen > 3.000 €

**Keine Lademöglichkeit und weniger Einkommen:** Keine Lademöglichkeit zuhause und/ oder am Arbeitsplatz & Haushaltseinkommen < 3.000 €

**Keine Lademöglichkeit und höheres Einkommen:** Keine Lademöglichkeit zuhause und/ oder am Arbeitsplatz & Haushaltseinkommen > 3.000 €

S9: Wie wahrscheinlich ist es aus heutiger Sicht, dass Ihr nächstes privat genutztes Auto folgende Antriebsart haben wird? - ELEKTROAUTO

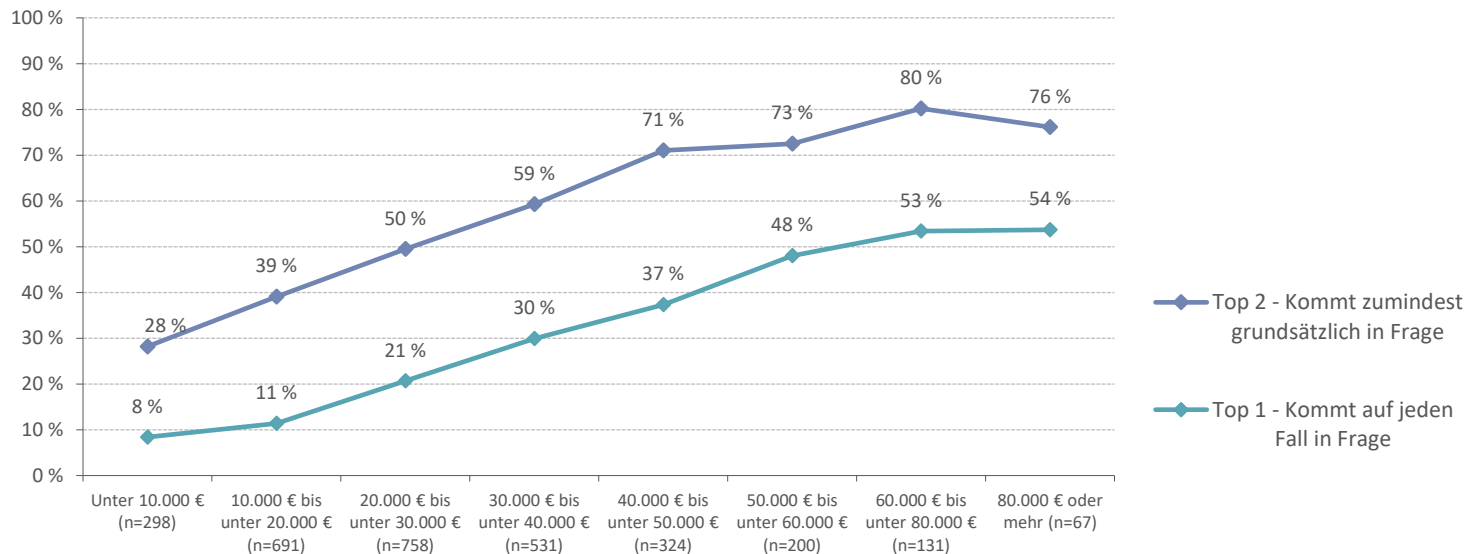
Basis: Alle Befragte, n=3.000

Werte in %

# C | Akzeptanz BEV nach Ausgabebereitschaft

Es wird deutlich: Je höher die Preisklasse der nächsten privat gekauften PKWs ist, desto höher ist die Akzeptanz für den Erwerb eines BEV.

Akzeptanz BEV x Ausgabebereitschaft für nächsten PKW – Top 2 / Top 1



S9: Wie wahrscheinlich ist es aus heutiger Sicht, dass Ihr nächstes privat genutztes Auto folgende Antriebsart haben wird? - ELEKTROAUTO

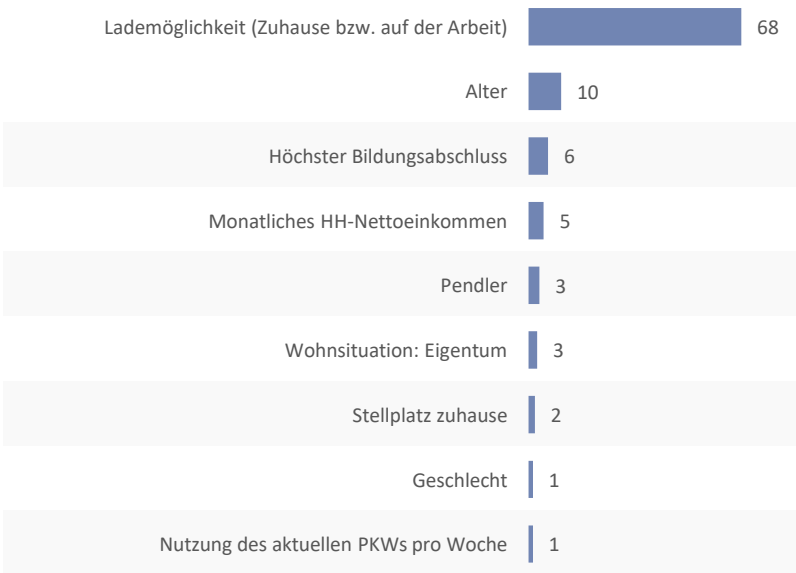
Basis: Alle Befragte, n=3.000

Werte in %

**Ziel:** Welches sind die wichtigsten Treiber auf die Bereitschaft für den Kauf eines BEVs? Dabei betrachten wir nur persönliche Merkmale, keine Einstellungen oder Werte.

**Vorgehensweise:**

Zur Bestimmung der wichtigsten Einflussfaktoren auf die Kaufbereitschaft wurde ein **lineares Regressionsmodell** angewendet. Dichotome und ordinale Prädiktoren wurden als metrisch interpretiert, um eine additive Varianzzerlegung zu ermöglichen. Die unabhängigen Wichtigkeiten der Treiber wurden mithilfe des **Shapley-Value-Ansatzes** bestimmt. Damit werden auch bei hoher Multikollinearität robuste, voneinander unabhängige Varianzanteile ermittelt.



Die Regressionskoeffizienten zeigen, **welche Einflussgröße die Kaufabsicht für ein BEV** am stärksten bestimmt.

Sie geben an, **wie stark sich die Zielvariable (BEV-Kaufabsicht) verändert**, wenn sich eine erklärende Variable verändert – unter Kontrolle aller anderen Faktoren.

In dieser Analyse wurden die Werte **standardisiert**. Dadurch lassen sich die Einflussgrößen **direkt miteinander vergleichen**:

Ein Wert von 68 % bedeutet, dass dieser Faktor **den größten Anteil an der erklärten Varianz** hat.

Ein Faktor mit 10 % Einfluss wirkt also rund **siebenmal schwächer** als einer mit 68 %.

## B | Zwischenfazit – Akzeptanz BEV

---

Der Erwerb eines BEV ist für fast die Hälfte der Befragten Autofahrer:innen eine realistische Option beim nächsten Fahrzeugkauf: 47% der befragten Autofahrer:innen können sich zumindest grundsätzlich vorstellen, beim nächsten Fahrzeugkauf ein batterieelektrisches Fahrzeug (BEV) zu kaufen. Für 22% kommt beim nächsten Autokauf ein BEV auf jeden Fall in Frage.

Bei der Betrachtung einzelner soziodemographischer und anderer persönlicher Merkmale zeigen sich Unterschiede in der BEV-Akzeptanz:

- Bei Neuwagenkäufern ist die Kaufbereitschaft für einen BEV höher als bei Gebrauchtwagenkäufern.
- Je höher das Einkommen, desto höher ist die Kaufbereitschaft für einen BEV.
- Pendler haben eine höhere BEV-Kaufbereitschaft als Nicht-Pendler.
- Je jünger eine Person ist, desto höher ist der Anteil an Personen, die eine BEV-Kaufbereitschaft haben.
- Personen, die eine Lademöglichkeit (Zuhause oder auf der Arbeit) besitzen, haben eine höhere BEV-Kaufbereitschaft.
- Je höher die Preisklasse der nächsten privat gekauften PKWs ist, desto höher ist die Akzeptanz für den Erwerb eines BEV.

Anhand einer Regressionsanalyse wurde analysiert, welche Treiber den höchsten Einfluss auf die BEV-Kaufbereitschaft haben: Hierbei zeigte sich, dass das Vorhandensein einer Lademöglichkeit unter den persönlichen Merkmalen den höchsten Einfluss darauf hat, ob eine Person zumindest eine grundsätzliche Kaufbereitschaft für ein batterieelektrisches Fahrzeug (BEV) hat. Darauf folgen mit weitem Abstand das Alter, der höchste Bildungsabschluss sowie das Einkommen.

A

Studiendesign

B

Akzeptanz BEV

C

Stellplätze und Lademöglichkeiten

D

Einstellungen und Werte

E

Bewertung Fördermaßnahmen

F

Detailanalysen Zielgruppen - Neuwagenkäufer

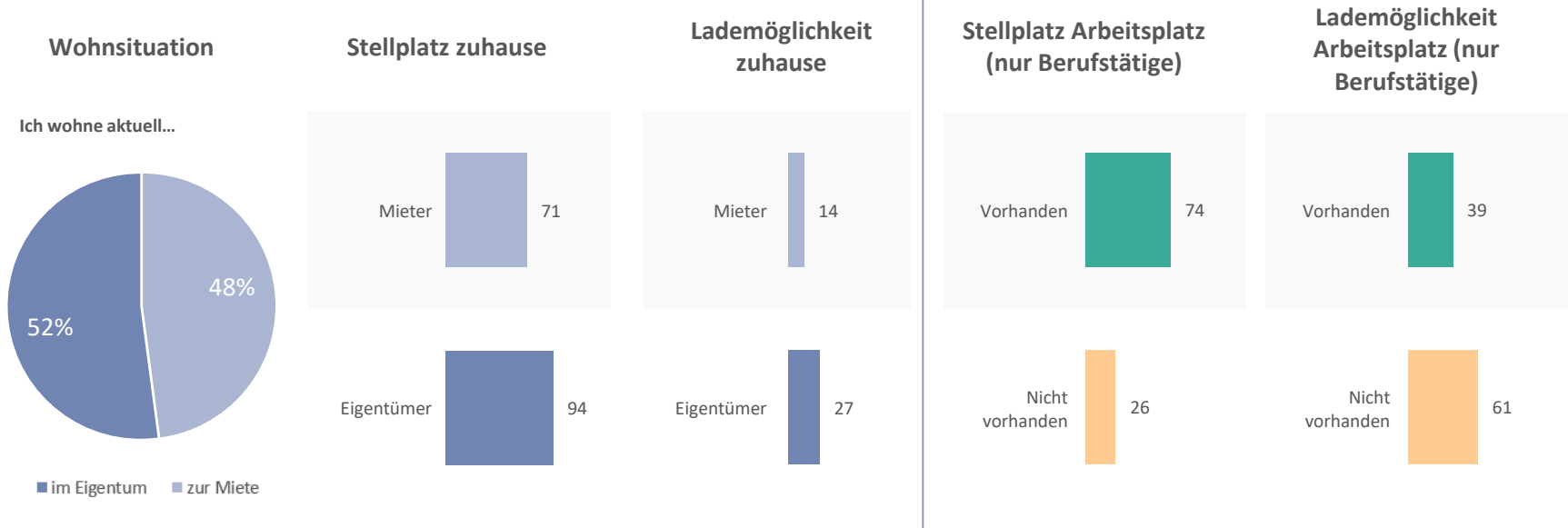
G

Detailanalysen Zielgruppen - Gebrauchtwagenkäufer

H

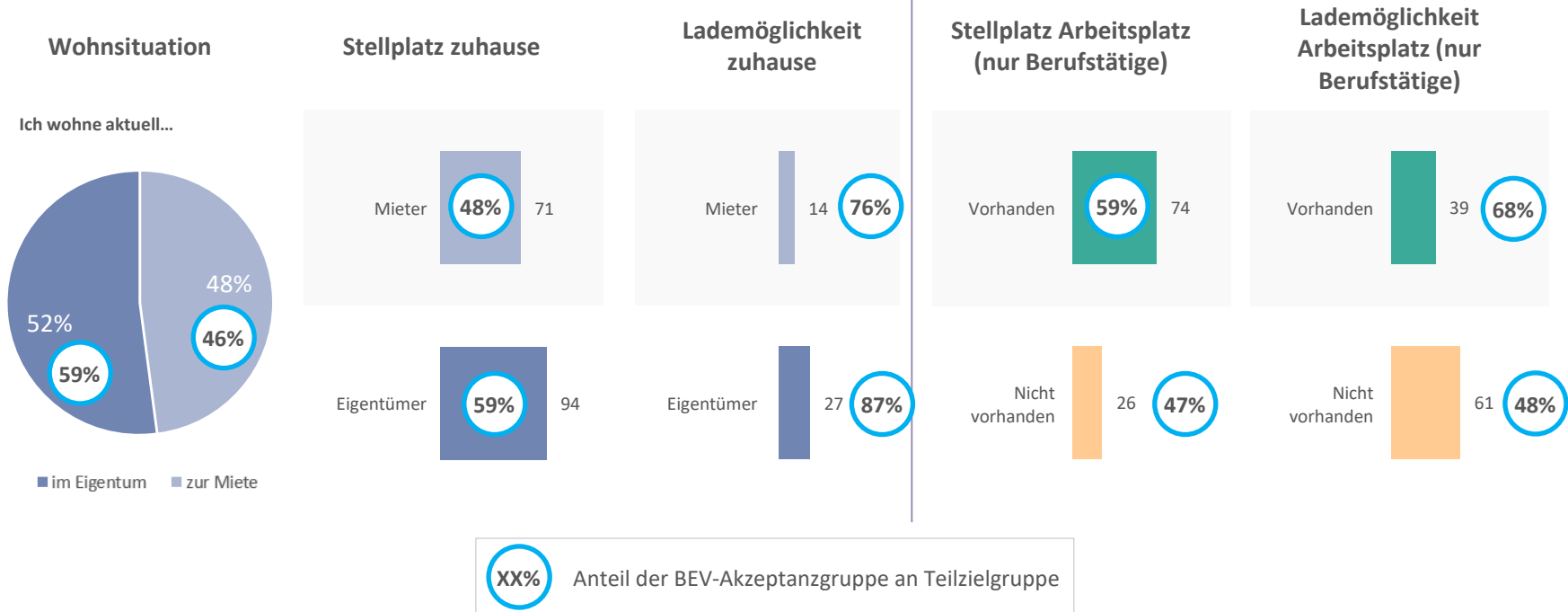
Management Summary

Unabhängig davon, ob man Eigentümer:innen oder Mieter:innen betrachtet, zeigt sich, dass Stellplätze durchaus in großer Anzahl vorhanden sind. Allerdings besteht noch ein großer Bedarf am Ausbau der Lademöglichkeiten zuhause.



F33: Welche Aussage beschreibt Ihre aktuelle Wohnsituation am besten? Ich wohne aktuell... | F34: Gibt es bei Ihnen zu Hause einen eigenen Stellplatz (z. B. Garage, Carport, reservierter Parkplatz)? | F35: Ist dort eine Lademöglichkeit für Elektrofahrzeuge vorhanden (z. B. Wallbox)? Basis: Alle Befragte, n=3.000 | F38: Welche Parkmöglichkeiten gibt es an Ihrem Arbeitsplatz? | F39: Wie ist die Lademöglichkeit für Elektroautos an Ihrem Arbeitsplatz grundsätzlich geregelt? Basis: Nur für berufstätige Befragte aus F37, n=2.273  
Werte in %

Hier bestätigen sich die Ergebnisse der Regressionsanalyse: In den Gruppen mit einer Lademöglichkeit ist der Anteil der Personen mit einer BEV-Kaufbereitschaft am höchsten.

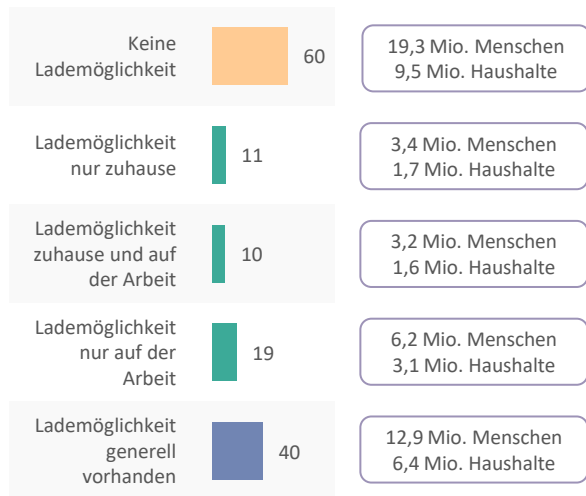


F33: Welche Aussage beschreibt Ihre aktuelle Wohnsituation am besten? Ich wohne aktuell... | F34: Gibt es bei Ihnen zu Hause einen eigenen Stellplatz (z. B. Garage, Carport, reservierter Parkplatz)? | F35: Ist dort eine Lademöglichkeit für Elektrofahrzeuge vorhanden (z. B. Wallbox)? Basis: Alle Befragte, n=3.000 | F38: Welche Parkmöglichkeiten gibt es an Ihrem Arbeitsplatz? | F39: Wie ist die Lademöglichkeit für Elektroautos an Ihrem Arbeitsplatz grundsätzlich geregelt? Basis: Nur für berufstätige Befragte aus F37, n=2.273  
Werte in %

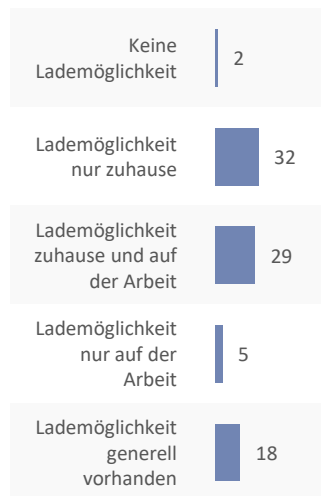
Stiftung Denkfabrik Klimaneutralität | Agora Verkehrswende | Effektive Fahrzeugförderung für Privatkunden | 16

Nur 11% der repräsentativen Stichprobe haben eine Lademöglichkeit zuhause. Der BEV- und PHEV-Besitz ist bei diesen Personen mit 23% bzw. 6% zwar am höchsten, das niedrige Besitzniveau zeigt aber, dass weiterhin ein sehr hohes Verkaufspotenzial an BEV und PHEV für diese Gruppe besteht.

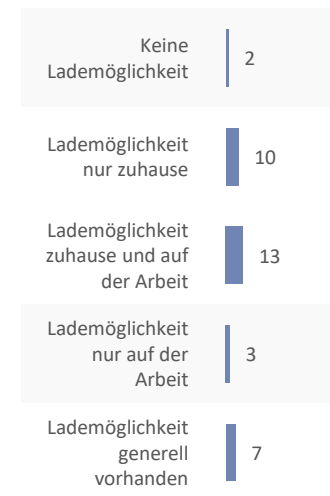
## Übersicht Lademöglichkeit



## Anteil BEV-Besitz je Gruppe



## Anteil PHEV-Besitz je Gruppe



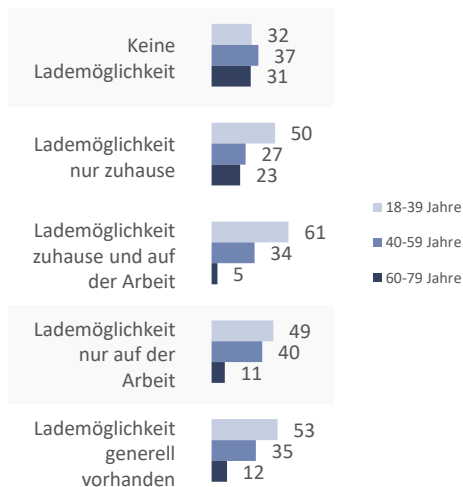
F35: Ist dort eine Lademöglichkeit für Elektrofahrzeuge vorhanden (z. B. Wallbox)? Basis: Alle Befragte, n=3.000

F39: Wie ist die Lademöglichkeit für Elektroautos an Ihrem Arbeitsplatz grundsätzlich geregelt? Basis: Nur für berufstätige Befragte aus F37, n=2.273

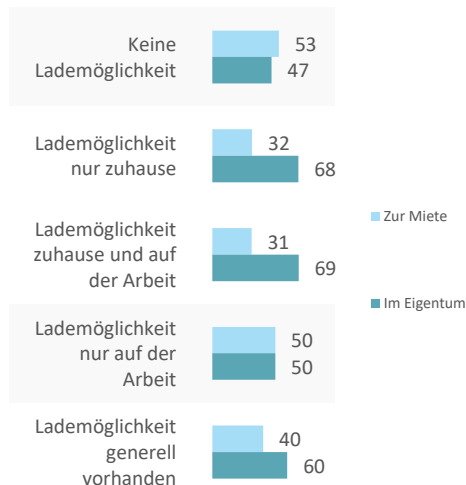
Werte in %

Lademöglichkeiten zuhause haben eher jüngere Befragte und Personen mit höherem Haushaltsnettoeinkommen. Diese Gruppe zeigt auch die höchste Kaufbereitschaft für BEV (51% würden einen BEV definitiv kaufen). Damit zeigt sich der starke Einfluss der privaten Ladeinfrastruktur auf die E-Mobilitätsakzeptanz.

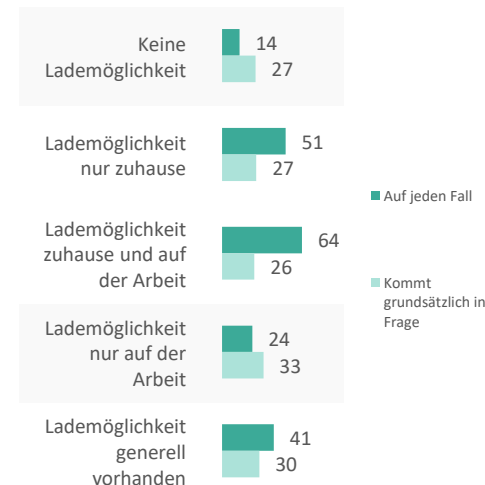
## Alter je Gruppe



## Wohnsituation je Gruppe



## Kaufabsicht BEV je Gruppe



F35: Ist dort eine Lademöglichkeit für Elektrofahrzeuge vorhanden (z. B. Wallbox)? Basis: Alle Befragte, n=3.000

F39: Wie ist die Lademöglichkeit für Elektroautos an Ihrem Arbeitsplatz grundsätzlich geregelt? Basis: Nur für berufstätige Befragte aus F37, n=2.273

Werte in %

## C | Zwischenfazit – Stellplätze und Lademöglichkeiten

---

Die Ergebnisse dieses Kapitels zeigen wichtige Zusammenhänge:

- Personen, die im Eigentum leben, haben im Vergleich zu Mietern einen höheren Anteil an Personen mit BEV-Kaufwahrscheinlichkeit.
- Ein Stellplatz ist kein verlässlicher Indikator für die BEV-Akzeptanz.
- Das Vorhandensein von Lademöglichkeiten hingegen ist ein sehr guter Indikator dafür. Sobald eine Lademöglichkeit vorhanden ist, ist auch der Anteil an Personen mit BEV-Kaufbereitschaft signifikant höher.

Damit werden die Ergebnisse der Regressionsanalyse bestätigt.

A

Studiendesign

B

Akzeptanz BEV

C

Stellplätze und Lademöglichkeiten

D

Einstellungen und Werte

E

Bewertung Fördermaßnahmen

F

Detailanalysen Zielgruppen - Neuwagenkäufer

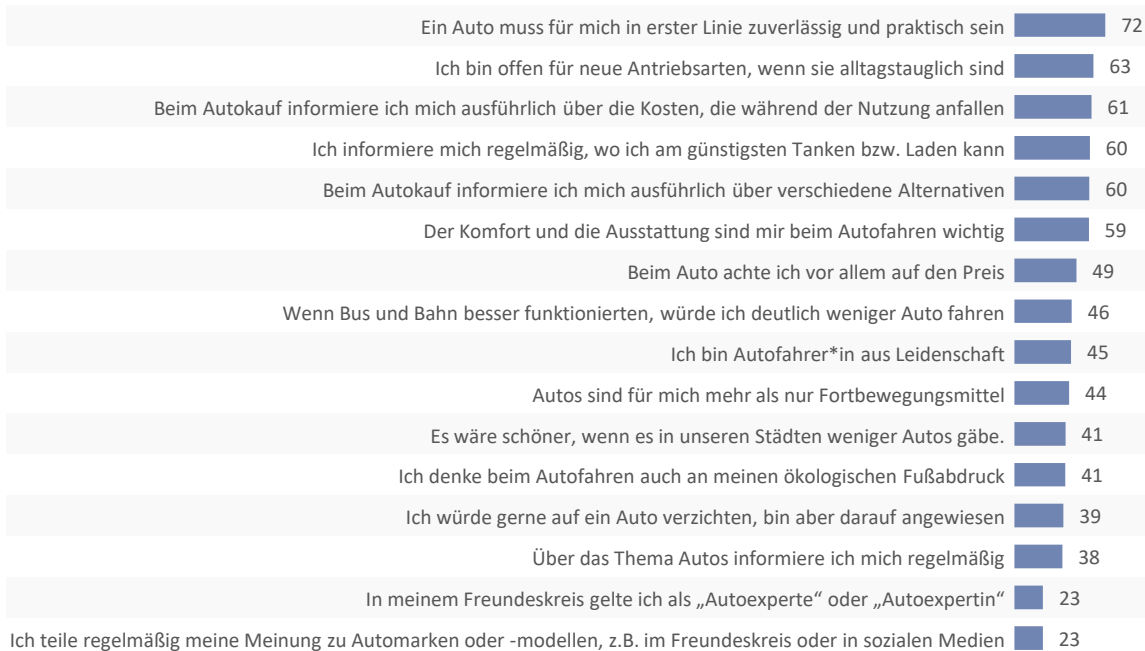
G

Detailanalysen Zielgruppen - Gebrauchtwagenkäufer

H

Management Summary

## Top-2-Werte



- Personen mit Lademöglichkeiten sind im Vergleich die engagierteren Autofahrer, die sich auch mehr informieren und sich häufiger als Experten einschätzen.
- Für Personen ohne Lademöglichkeiten und mit niedrigerem Einkommen muss das Auto vor allem zuverlässig und praktisch sein.
- Bei Personen mit niedrigerem Einkommen spielt der Preis eine höhere Rolle.
- Personen mit höherem Einkommen sind offener für neue Antriebsarten.
- Die Gruppe mit Lademöglichkeiten und höherem Einkommen ist dafür besonders offen. Zudem informiert sie sich stärker über Alternativen und denkt am stärksten an den ökologischen Fußabdruck.

F29: Wir zeigen Ihnen nun ein paar Aussagen rund um das Thema „Auto“. Inwieweit stimmen Sie persönlich der jeweiligen Aussage zu?

Basis: Alle Befragte, n=3.000; Skalierte Abfrage: 1=stimme voll und ganz zu bis 5=stimme überhaupt nicht zu

Werte in %

## Top-2-Werte

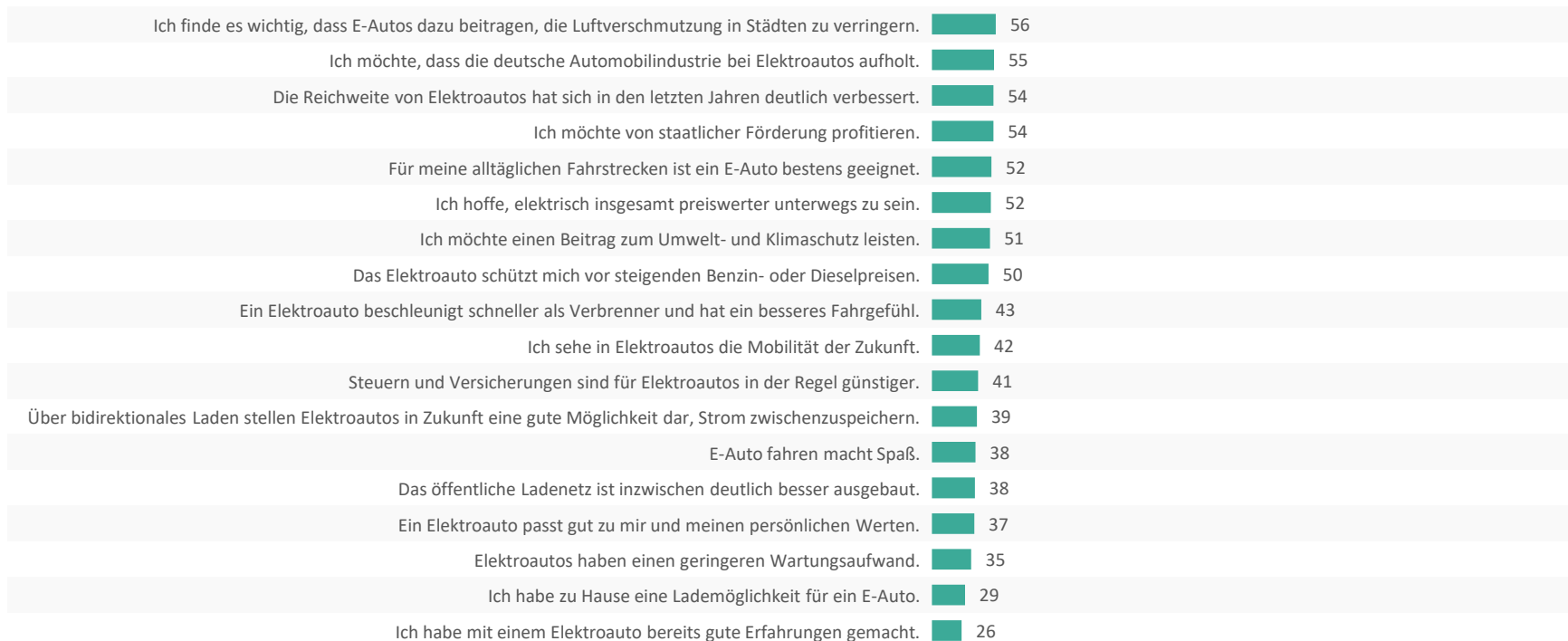


F30: Wir zeigen Ihnen nun ein paar Aussagen rund um das Thema „Elektromobilität“. Inwieweit stimmen Sie persönlich der jeweiligen Aussage zu?

Basis: Alle Befragte, n=3.000; Skalierte Abfrage: 1=stimme voll und ganz zu bis 5=stimme überhaupt nicht zu

Werte in %

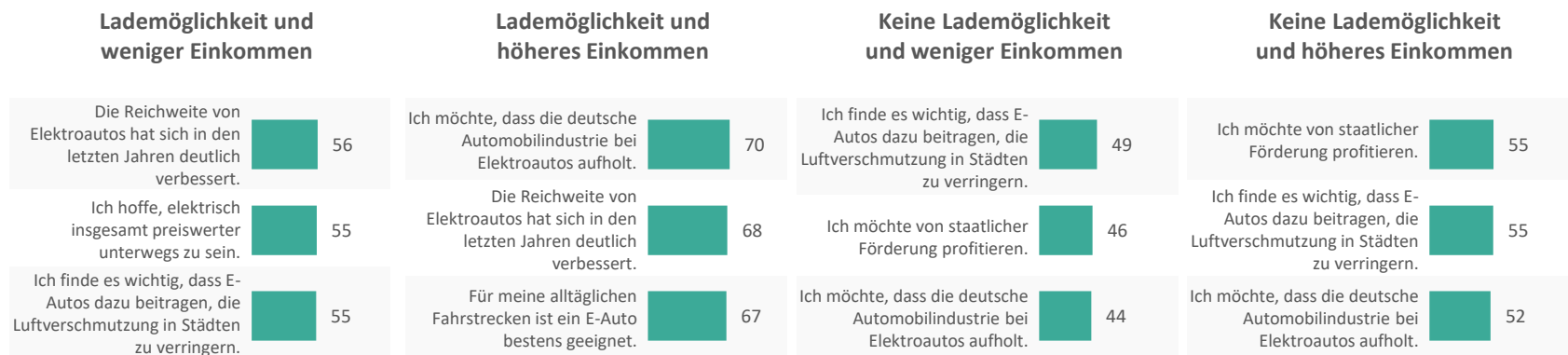
## Top-2-Werte



F31: Was spricht Ihrer Meinung nach für den Kauf eines Elektroautos?

Basis: Alle Befragte, n=3.000; Skalierte Abfrage: 1=stimme voll und ganz zu bis 5=stimme überhaupt nicht zu  
Werte in %

## Top-3-Treiber für BEV je Segment



F31: Was spricht Ihrer Meinung nach für den Kauf eines Elektroautos?

Basis: Alle Befragte, n=3.000; Skalierte Abfrage: 1=stimme voll und ganz zu bis 5=stimme überhaupt nicht zu Werte in %

## Top 2

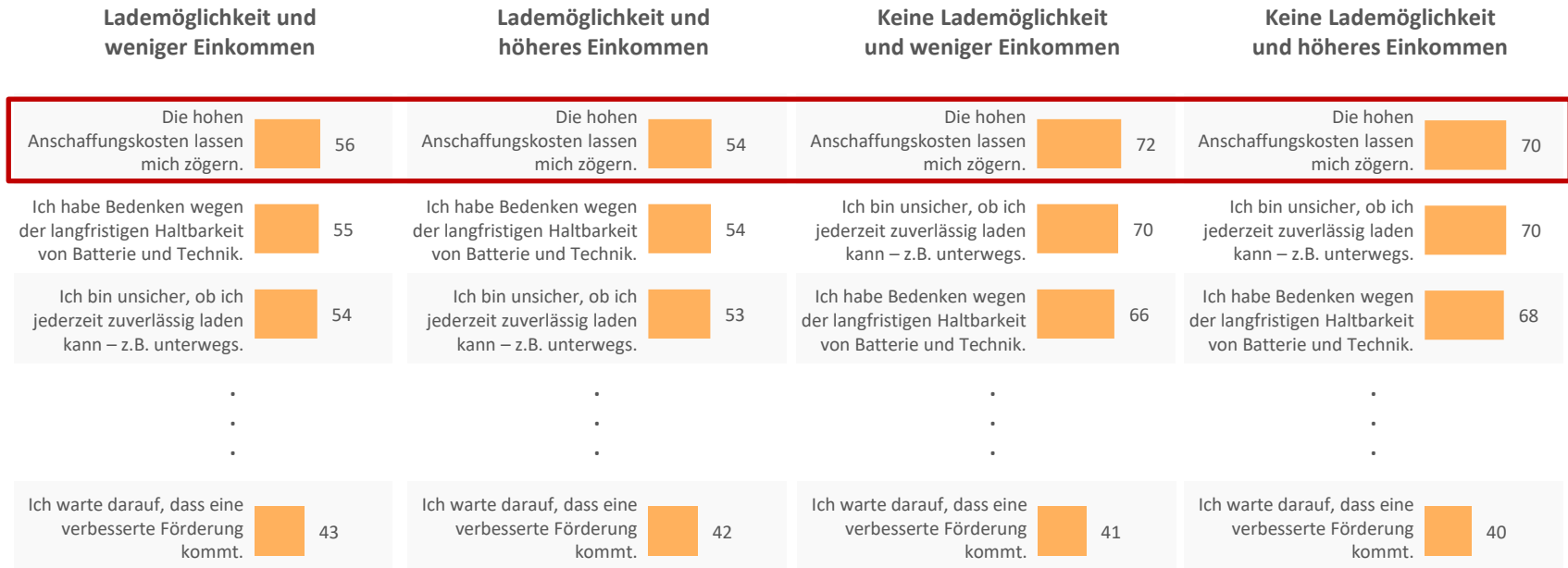


F32: Und welche Gründe könnten Ihrer Meinung nach gegen den Kauf eines Elektroautos sprechen?

Basis: Alle Befragte, n=3.000

Werte in %

## Top-3-Barrieren für BEV-Kauf je Segment



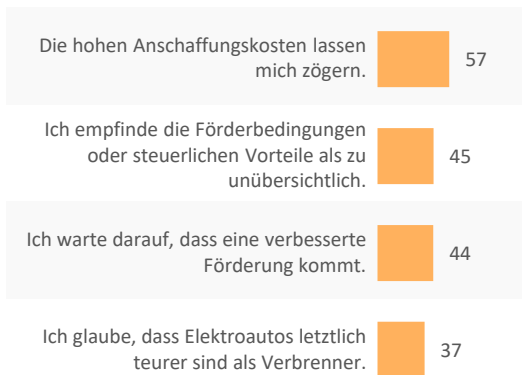
F32: Und welche Gründe könnten Ihrer Meinung nach gegen den Kauf eines Elektroautos sprechen?

Basis: Alle Befragte, n=3.000

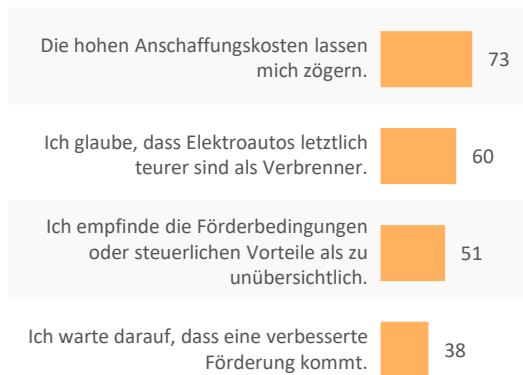
Werte in %

## Betrachtung einzelner relevanter Barrieren

### Die BEV-Akzeptanzgruppe



### Die Skeptischen



#### Definition der Segmente:

**Die BEV-Akzeptanzgruppe:** Haben eine sehr hohe oder grundsätzliche Kaufwahrscheinlichkeit für BEV

**Die Skeptischen:** Sind sich für den Kauf eines BEV nicht sicher oder würden es eher vermeiden.

F32: Und welche Gründe könnten Ihrer Meinung nach gegen den Kauf eines Elektroautos sprechen?

Basis: Alle Befragte, n=3.000

Werte in %

## D | Zwischenfazit – Einstellungen und Werte

---

Die Ergebnisse zeigen, dass das Auto vor allem als verlässliches und praktisches Fortbewegungsmittel eine hohe Relevanz besitzt. Gleichzeitig besteht eine Offenheit für neue Antriebsformen, insbesondere unter Personen mit eigenen Lademöglichkeiten und höherem Einkommen. Generell informiert sich diese Zielgruppe intensiver, sieht sich als Experten und ist stärker an Nachhaltigkeit interessiert.

Bei der Elektromobilität dominiert weiterhin eine grundsätzliche Unsicherheit. Viele Befragten äußern Zweifel an der Ladeinfrastruktur, der ökologischen Gesamtbilanz und der Alltagstauglichkeit von Elektroautos. Trotz dieser Vorbehalte erkennen die meisten Befragten den Beitrag von BEV zur Luftreinhaltung und zum Klimaschutz an und bewerten die Reichweitenentwicklung positiv.

Zentrale Kauftreiber für Elektroautos sind:

- der Wunsch nach Umwelt- und Klimaschutzbeitrag
- verbesserte Reichweiten
- staatliche Förderung
- die Unterstützung der deutschen Automobilindustrie

Demgegenüber stehen Kaufbarrieren wie:

- hohe Anschaffungskosten
- Bedenken hinsichtlich Batterielebensdauer
- Ladezuverlässigkeit

Selbst in Gruppen mit höherer BEV-Kaufbereitschaft bremsen Kosten und eine unübersichtliche Förderlandschaft den Umstieg. Bei skeptischen Zielgruppen überwiegen Preis- und Vertrauensbarrieren deutlich.

A

Studiendesign

B

Akzeptanz BEV

C

Stellplätze und Lademöglichkeiten

D

Einstellungen und Werte

E

Bewertung Fördermaßnahmen

F

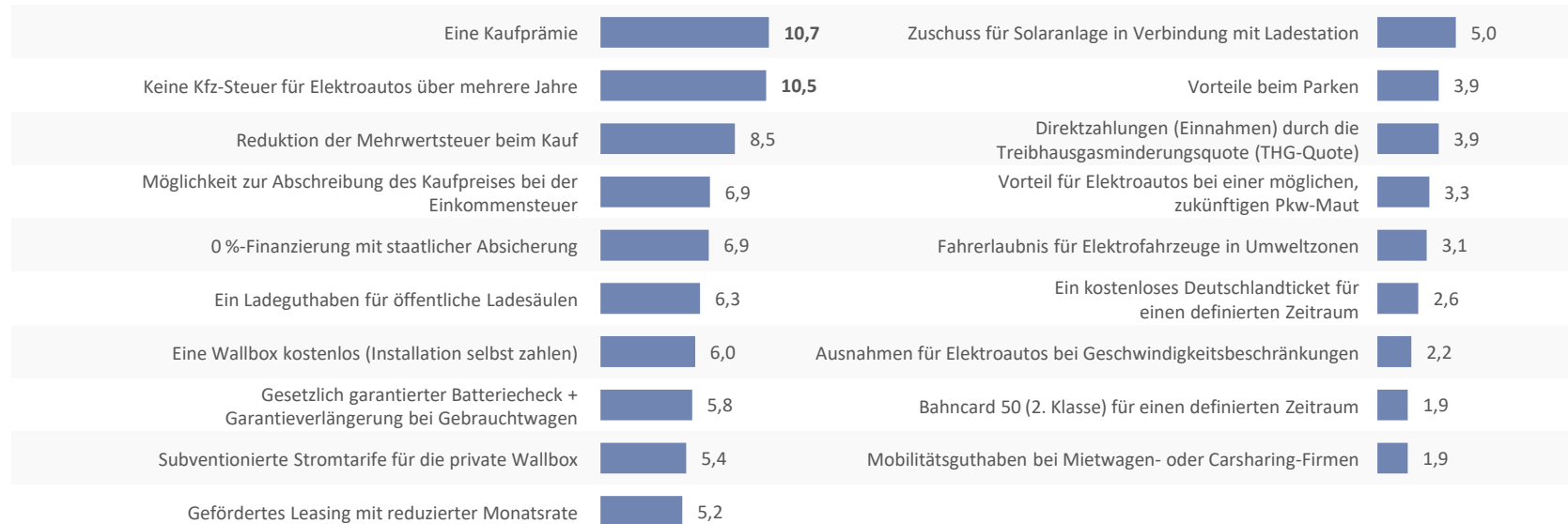
Detailanalysen Zielgruppen - Neuwagenkäufer

G

Detailanalysen Zielgruppen - Gebrauchtwagenkäufer

H

Management Summary



#### Lesebeispiel:

Das Ranking der Fördermaßnahmen wurde per MaxDiff Verfahren ermittelt, bei dem immer Teilmengen der Fördermaßnahmen gezeigt und von den Befragten nach Attraktivität eingeordnet wurden. Es ergibt sich daraus ein Ranking mit Scores, die sich über alle Fördermaßnahmen hinweg auf 100 summieren. Die Scores dürfen dabei ins Verhältnis gesetzt werden, d.h. eine Kaufprämie mit einem Score von 10,7 ist doppelt so attraktiv als ein gefördertes Leasing mit reduzierter Monatsrate mit einem Score von 5,2.

F49: Max-Diff: Wir zeigen Ihnen nun verschiedene Fördermaßnahmen. Wichtig: Alle Fördermaßnahmen haben in unserem Beispiel die gleiche Wertigkeit, d.h. die Fördersumme ist immer gleich. Sie wird nur in unterschiedlicher Form ausgezahlt. Bitte wählen Sie bei den folgenden Fördermaßnahmen jeweils die aus Ihrer Sicht attraktivste und die am wenigsten attraktive Option aus.

Basis: Alle Befragte, n=3.000

Max-Diff, normierte Nutzenwerte auf 100

# E | Zahlungsbereitschaften - BPTO (Brand Price Trade Off)

Bis zu einem Preis von 40.000 € besteht für einen BEV im Vergleich zu einem Verbrenner keine höhere Zahlungsbereitschaft. Es entsteht somit ein Gap, das zur Förderung der BEV-Abverkäufe z.B. über Fördermaßnahmen geschlossen werden könnte.

## Neuwagen

Preisklassen	Höhere Zahlungsbereitschaft für BEV
unter 10.000 Euro (n=5)	
10.000 bis unter 20.000 Euro (n=103)	- 7%
20.000 bis unter 30.000 Euro (n=249)	- 4%
30.000 bis unter 40.000 Euro (n=288)	0%
40.000 bis unter 50.000 Euro (n=238)	+ 2%
50.000 bis unter 60.000 Euro (n=162)	+ 4%
60.000 bis unter 80.000 Euro (n=111)	+ 10%

## Gebrauchtwagen

Preisklassen	Höhere Zahlungsbereitschaft für BEV
unter 10.000 Euro (n=293)	- 35%
10.000 bis unter 20.000 Euro (n=588)	- 12%
20.000 bis unter 30.000 Euro (n=509)	- 6%
30.000 bis unter 40.000 Euro (n=243)	- 3%
40.000 bis unter 50.000 Euro (n=86)	
50.000 bis unter 60.000 Euro (n=38)	+ 4%
60.000 bis unter 80.000 Euro (n=20)	

Geringe Fallzahl

**BPTO:** Angenommen Sie wollen ein Auto in der gezeigten Preisklasse anschaffen, für welches Modell würden Sie sich entscheiden? Die beiden Fahrzeuge unterscheiden sich nur in der Antriebsart. Größe und Ausstattung sind identisch. Ihre Antwort wählen Sie durch Klicken auf den Preis aus. Bitte beachten Sie, dass der Preis sich dadurch ändert. Klicken Sie bitte so lange, bis Ihnen Preise angezeigt werden, für die Sie keines der Autos kaufen würden.

**Basis:** ja nach Zuordnung zur Gruppe der Preisklasse und des Fahrzeugzustandes beim geplanten Kauf.

# E | Kaufabsicht je Antriebsart - BPTO (Brand Price Trade Off)

Wenn es um die reine Präferenz der Autos mit der jeweiligen Antriebsart geht, dann zeigt sich, dass bei Neuwagen bereits in der Preisklasse ab 30.000 € mehr Befragte einen BEV bevorzugen. Bei den Gebrauchtwagen ist der Verbrenner-Anteil in allen analysierbaren Preisklassen höher.

## Neuwagen

Preisklassen	Verbrenner	BEV
unter 10.000 Euro (n=5)		
10.000 bis unter 20.000 Euro (n=103)	<b>62%</b>	<b>38%</b>
20.000 bis unter 30.000 Euro (n=249)	<b>59%</b>	<b>45%</b>
30.000 bis unter 40.000 Euro (n=288)	<b>49%</b>	<b>52%</b>
40.000 bis unter 50.000 Euro (n=238)	<b>44%</b>	<b>56%</b>
50.000 bis unter 60.000 Euro (n=162)	<b>34%</b>	<b>67%</b>
60.000 bis unter 80.000 Euro (n=111)	<b>30%</b>	<b>69%</b>

## Gebrauchtwagen

Preisklassen	Verbrenner	BEV
unter 10.000 Euro (n=256)	<b>63%</b>	<b>40%</b>
10.000 bis unter 20.000 Euro (n=309)	<b>65%</b>	<b>40%</b>
20.000 bis unter 30.000 Euro (n=153)	<b>58%</b>	<b>44%</b>
30.000 bis unter 40.000 Euro (n=43)	<b>70%</b>	<b>35%</b>
40.000 bis unter 50.000 Euro (n=13)		
50.000 bis unter 60.000 Euro (n=5)		
60.000 bis unter 80.000 Euro (n=1)		

Werte können in einer Zeile sich auf einen Wert größer als 100% aufsummieren, da es auch möglich war, beide Antriebsarten gleich hoch einzuschätzen.

Geringe Fallzahl

**BPTO:** Angenommen Sie wollen ein Auto in der gezeigten Preisklasse anschaffen, für welches Modell würden Sie sich entscheiden? Die beiden Fahrzeuge unterscheiden sich nur in der Antriebsart. Größe und Ausstattung sind identisch. Ihre Antwort wählen Sie durch Klicken auf den Preis aus. Bitte beachten Sie, dass der Preis sich dadurch ändert. Klicken Sie bitte so lange, bis Ihnen Preise angezeigt werden, für die Sie keines der Autos kaufen würden.

**Basis:** ja nach Zuordnung zur Gruppe der Preisklasse und des Fahrzeugzustandes beim geplanten Kauf.

## E | Zwischenfazit – Bewertung Fördermittel

---

Wesentliche Erkenntnisse dieses Kapitels:

- Direkte finanzielle Anreize bleiben der stärkste Hebel zur Förderung der E-Mobilität. Kaufprämien, eine mehrjährige Kfz-Steuerbefreiung und eine Reduktion der Mehrwertsteuer beim Kauf werden klar als attraktivste Maßnahmen bewertet.
- Auch wenn in Kombination unrealistisch, trotzdem interessant: Ein Bündel von Kaufprämie, Kfz-Steuerbefreiung und die 0%-Finanzierung von Elektroautos mit staatlicher Absicherung erreicht bereits über 70% der potenziellen Käufer:innen. Zusätzliche Förderungen würden nur noch geringe Reichweitensteigerungen bringen.
- Die Zahlungsbereitschaft für BEVs im direkten Vergleich mit Verbrenner ist stark abhängig von der Preisklasse:
  - Unter 30.000 € überwiegt die Präferenz für Verbrenner deutlich.
  - Ab 40.000 € kippt das Bild zugunsten der BEVs, mit einer positiven Zahlungsbereitschaft ab rund 50.000 € bei Neuwagen.
- Die BEV-Kaufabsicht steigt ebenfalls mit der Preisklasse:
  - Bei Neuwagen ab 30.000 € liegt die Präferenz bereits zugunsten von BEVs, bei Premiumfahrzeugen über 60.000 € sogar noch ausgeprägter.
  - Im Gebrauchtwagensegment dominiert hingegen weiterhin der Verbrenner, was auf Kosten und Infrastrukturbarrieren hinweist.

Insgesamt zeigt sich, dass zielgerichtete, transparente Förderprogramme und finanzielle Planbarkeit entscheidend sind, um auch mittlere Einkommens- und Preissegmente stärker für die Elektromobilität zu aktivieren.

A

Studiendesign

B

Akzeptanz BEV

C

Stellplätze und Lademöglichkeiten

D

Einstellungen und Werte

E

Bewertung Fördermaßnahmen

F

Detailanalysen Zielgruppen - Neuwagenkäufer

G

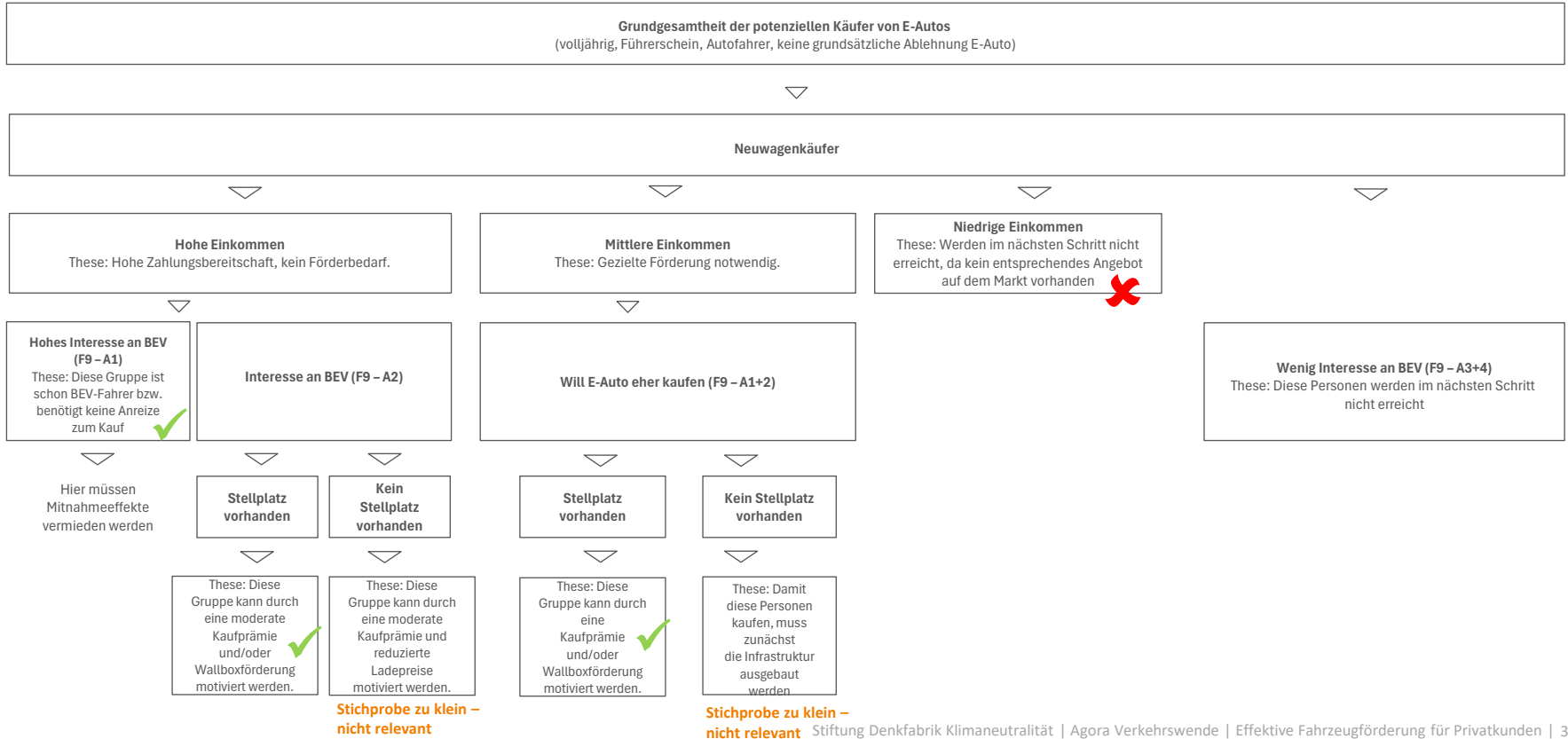
Detailanalysen Zielgruppen - Gebrauchtwagenkäufer

H

Management Summary

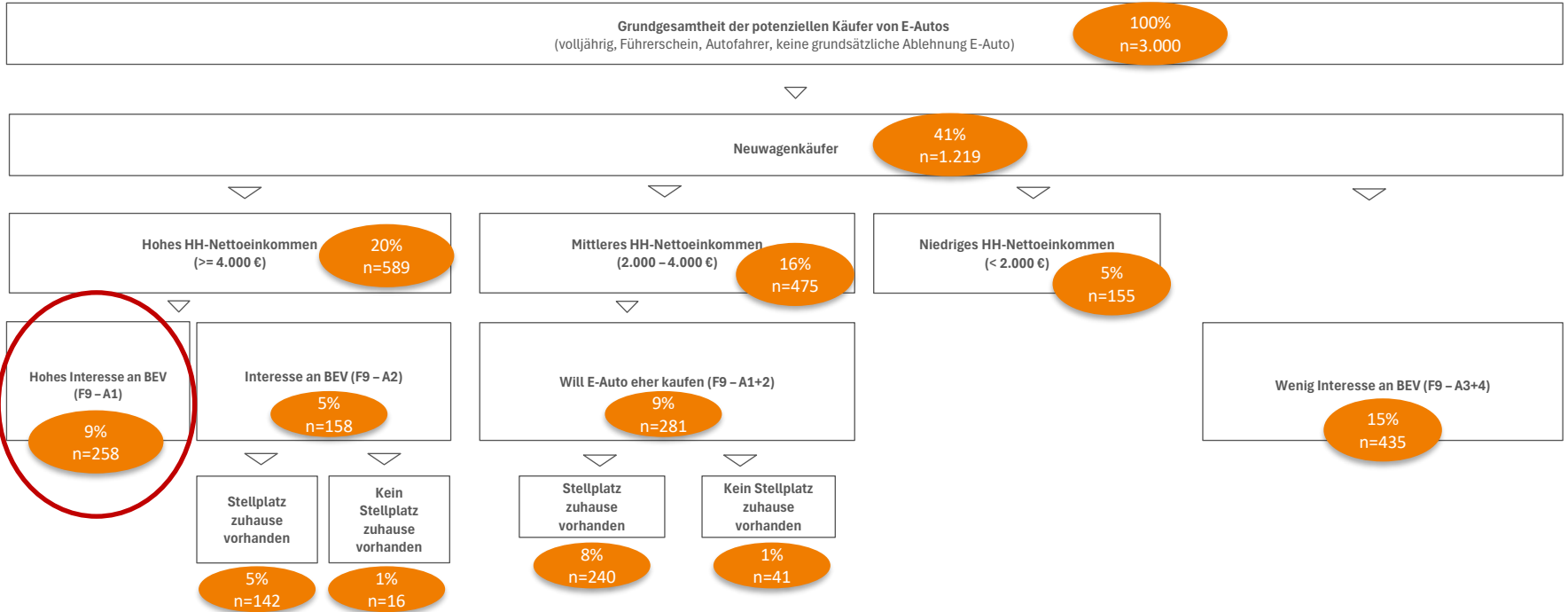
# Visualisierung der Cluster für die Differenzierung der Käufer von E-Autos

## NEUWAGENKÄUFER



# Visualisierung der Cluster für die Differenzierung der Käufer von E-Autos

## NEUWAGENKÄUFER



Zielgruppe:

Neuwagenkäufer mit hohem Haushaltsnettoeinkommen (> 4.000 €) und hohem Interesse an BEV-Kauf

Größe der Zielgruppe:

9 % aller Personen in Deutschland, die einen PKW-Führerschein haben, aktiv Autofahren (mind. 10 Tage pro Jahr), (Mit-) Entscheider beim Autokauf sind, eine grundsätzliche Anschaffungsabsicht für ein Auto haben und BEVs nicht komplett ablehnen.

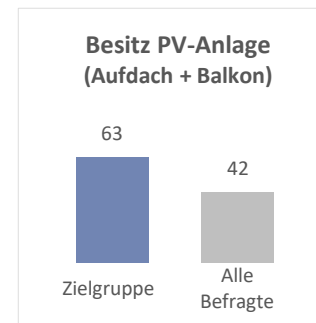
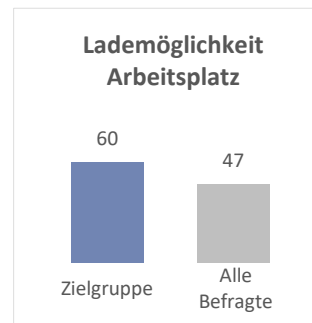
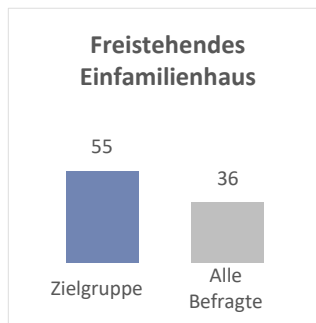
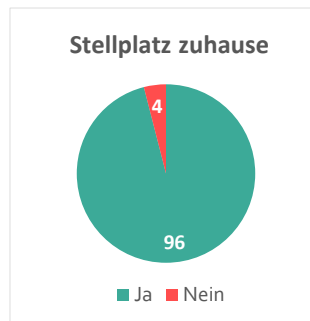
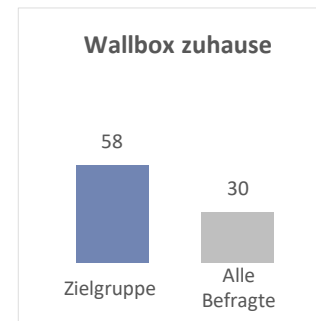
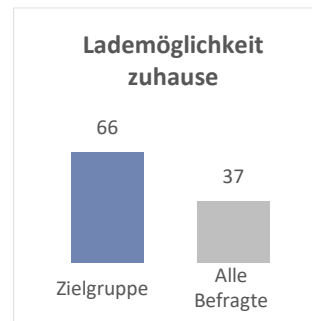
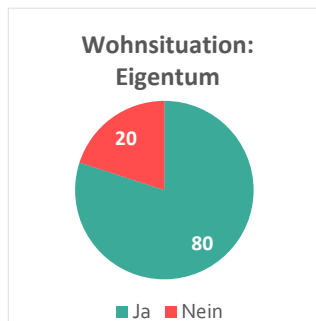
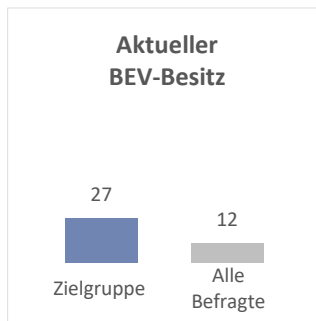
Die entspricht ca. 2,9 Mio. Einzelpersonen in Deutschland.

These: Diese Gruppe ist schon BEV-Fahrer bzw. benötigt keine Anreize zum Kauf



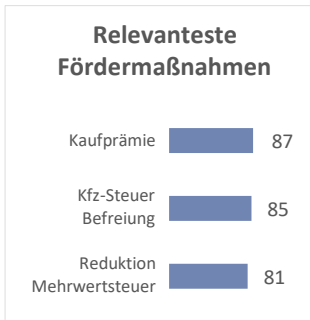
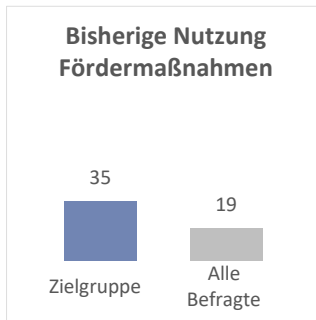
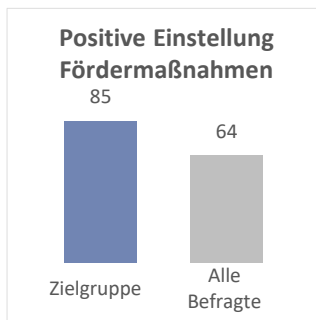
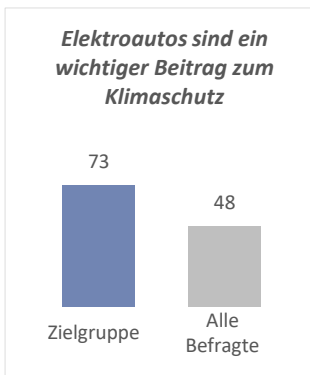
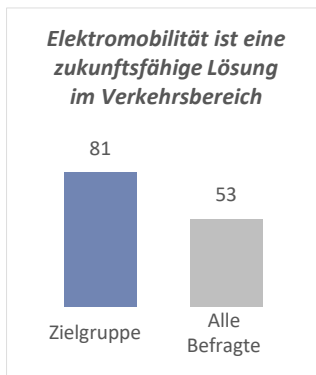
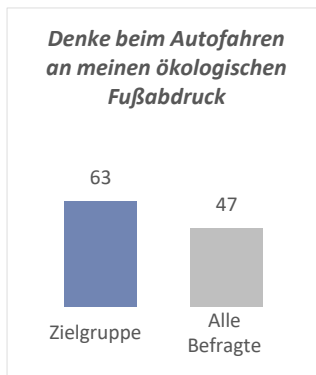
Wird die These durch die Studienergebnisse bestätigt oder widerlegt?

These: Diese Gruppe ist schon BEV-Fahrer bzw. benötigt keine Anreize zum Kauf.



Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=258) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Neuwagenkäufer (n=1.219)  
Werte in %

These: Diese Gruppe ist schon BEV-Fahrer bzw. benötigt keine Anreize zum Kauf.



## Zahlungsbereitschaften - BPTO

Preisklassen	Höhere Zahlungsbereitschaft für BEV
unter 10.000 Euro (n=0)	
10.000 bis unter 20.000 Euro (n=1)	
20.000 bis unter 30.000 Euro (n=21)	✓ + 9%
30.000 bis unter 40.000 Euro (n=37)	✓ + 14%
40.000 bis unter 50.000 Euro (n=60)	✓ + 14%
50.000 bis unter 60.000 Euro (n=60)	✓ + 10%
60.000 bis unter 80.000 Euro (n=51)	✓ + 15%

Geringe Fallzahlen

Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=258) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Neuwagenkäufer (n=1.219)  
Werte in %

- Gruppe mit signifikant höchstem BEV-Anteil (27%) im aktuellen Besitz
- Höchster Mittelwert bei Preisklasse für geplanten Autokauf (rund 54.000 €)
- Höchster Anteil an Personen, die an den ökologischen Fußabdruck denken (63%).
- 81% halten Elektromobilität für eine zukunftsfähige Lösung. 73% sehen E-Autos als wichtigen Beitrag zum Klimaschutz.
- Hoher Anteil Eigentum (80% vs. allgemein 60%) - speziell freistehendes Einfamilienhaus 55% vs. allgemein 36%.
- 96% dieser Gruppe hat einen Stellplatz zuhause.
- Höchster Anteil an Lademöglichkeiten zuhause (66% zu 37%) und insbesondere bei der Wallbox (58% zu 30%). Aber auch bei der Arbeit -> 60% vs. allgemein 47%.
- 63% haben eine PV-Anlage (vs. allgemein 42%)
- Die Gruppe, die sich zum Thema Fördermaßnahmen am besten auskennt.
- 35% der Gruppe haben bereits Fördermaßnahmen in Anspruch genommen.
- Kaufprämie hat die höchste Attraktivität.
- Die Gruppe hat in allen analysierbaren Preisklassen bereits eine deutlich höhere Zahlungsbereitschaft für BEV.

These: Diese Gruppe ist schon BEV-Fahrer bzw. benötigt keine Anreize zum Kauf.



THESE  
BESTÄTIGT

# Visualisierung der Cluster für die Differenzierung der Käufer von E-Autos

## NEUWAGENKÄUFER



Zielgruppe:

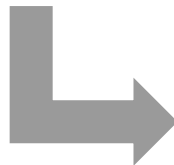
Neuwagenkäufer mit hohem Haushaltsnettoeinkommen (> 4.000 €), Interesse an BEV-Kauf und mit Stellplatz zuhause

Größe der Zielgruppe:

5 % aller Personen in Deutschland, die einen PKW-Führerschein haben, aktiv Autofahren (mind. 10 Tage pro Jahr), (Mit-) Entscheider beim Autokauf sind, eine grundsätzliche Anschaffungsabsicht für ein Auto haben und BEVs nicht komplett ablehnen.

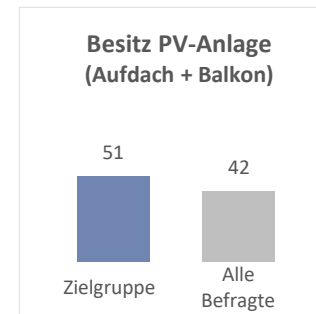
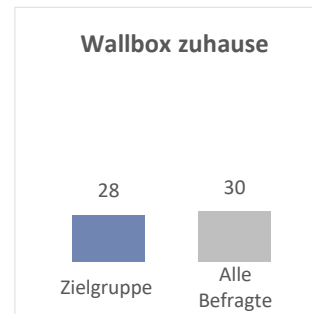
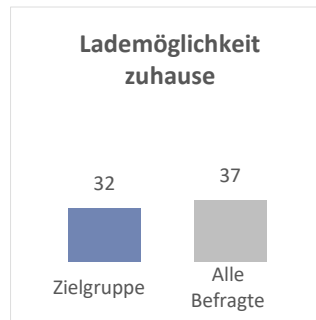
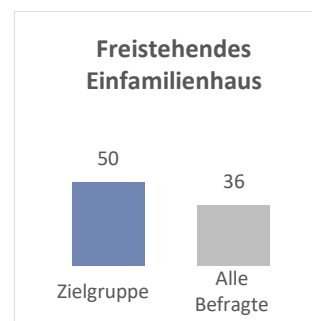
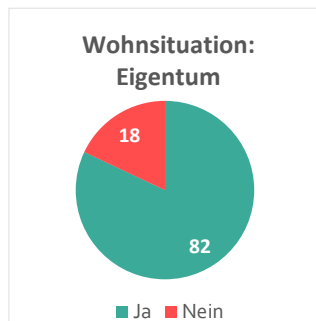
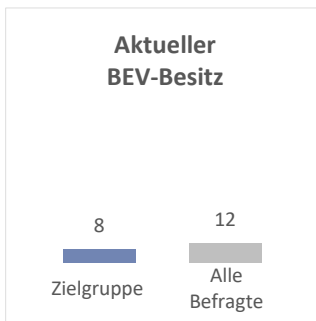
Die entspricht ca. 1,6 Mio. Einzelpersonen in Deutschland.

These: Diese Gruppe kann durch eine moderate Kaufprämie und/oder Wallboxförderung motiviert werden.



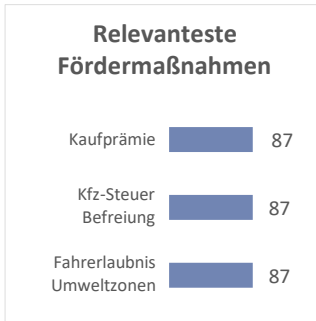
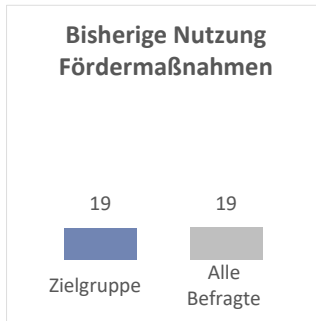
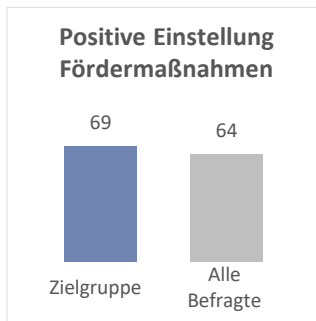
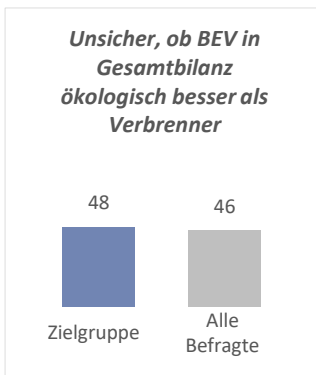
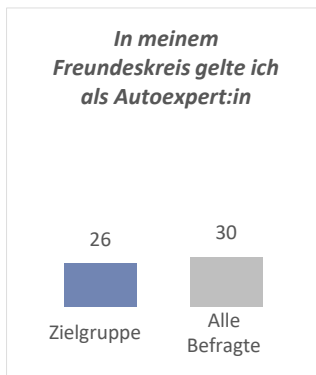
Wird die These durch die Studienergebnisse bestätigt oder widerlegt?

These: Diese Gruppe kann durch eine moderate Kaufprämie und/oder Wallboxförderung motiviert werden.



Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=142) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Neuwagenkäufer (n=1.219)  
Werte in %

These: Diese Gruppe kann durch eine moderate Kaufprämie und/oder Wallboxförderung motiviert werden.



## Zahlungsbereitschaften - BPTO

Preisklassen	Höhere Zahlungsbereitschaft für BEV
unter 10.000 Euro (n=0)	
10.000 bis unter 20.000 Euro (n=4)	
20.000 bis unter 30.000 Euro (n=20)	✓ + 4%
30.000 bis unter 40.000 Euro (n=23)	✗ - 1%
40.000 bis unter 50.000 Euro (n=39)	✗ - 2%
50.000 bis unter 60.000 Euro (n=26)	✓ + 3%
60.000 bis unter 80.000 Euro (n=19)	✓ + 21%

Geringe Fallzahlen

Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=142) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Neuwagenkäufer (n=1.219)  
Werte in %

- Eine Gruppe mit eher geringem BEV-Anteil (8%) und moderatem Hybrid-Anteil (14%)
- Im Mittel wird der nächste gekaufte PKW innerhalb dieser Gruppe rund 48.000 € kosten.
- Höchster Anteil Eigentum (82% vs. allgemein 60%).
- Lademöglichkeiten zuhause relativ seltener (32% zu 37%) und insbesondere bei der Wallbox (28% zu 30%). 51% haben aber eine Art der PV-Anlage (vs. allgemein 42%)
- Höchster Anteil an Personen, die offen für neue Antriebsarten sind, wenn sie alltagstauglich sind (84%). Gruppe mit dem geringsten Anteil an Autoexperten unter den BEV-Interessierten.
- Eher verhaltene Zustimmung zu Statements zur Elektromobilität. Größte Unsicherheit unter Pro-BEV zum Thema ökologische Gesamtbilanz (48% eher kritisch).
- Kennen eher weniger Detail zum Thema Förderungen. Fühlen sich nicht gut informiert. Sind im Vergleich eher skeptischer bzgl. Förderungen unter den Pro-BEV Befragten.
- Kaufprämie hat die höchste Attraktivität.
- Gemischtes Bild bei der Zahlungsbereitschaft BEV vs. Verbrenner über die Preisklassen. Moderat geringere Zahlungsbereitschaft BEV in Kaufklasse mit höchster Kaufwahrscheinlichkeit 30.000 bis 50.000 €

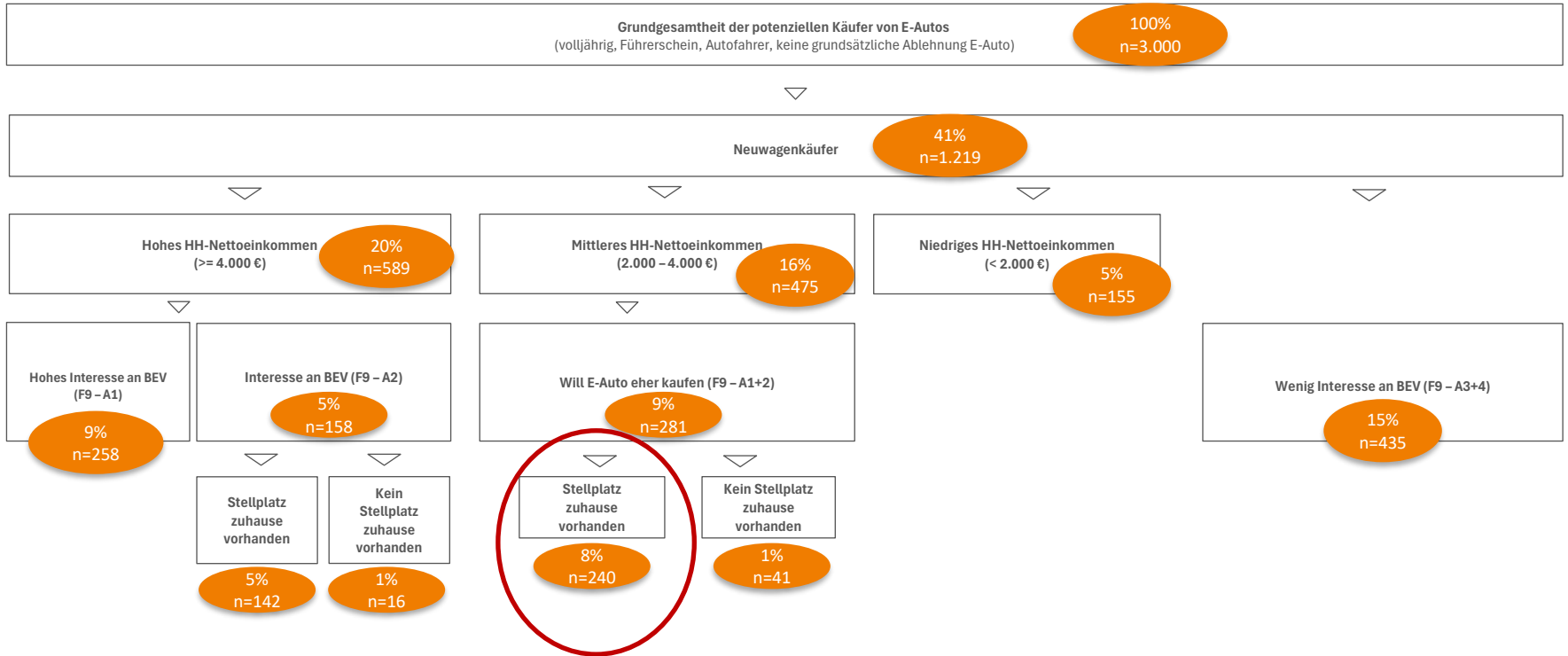
These: Diese Gruppe kann durch eine moderate Kaufprämie und/oder Wallboxförderung motiviert werden.



THESE  
BESTÄTIGT

# Visualisierung der Cluster für die Differenzierung der Käufer von E-Autos

## NEUWAGENKÄUFER



Zielgruppe:

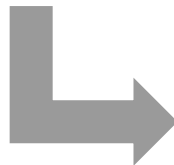
Neuwagenkäufer mit mittlerem Haushaltsnettoeinkommen (2.000 - 4.000 €), BEV-Kaufbereitschaft und mit Stellplatz zuhause

Größe der Zielgruppe:

8 % aller Personen in Deutschland, die einen PKW-Führerschein haben, aktiv Autofahren (mind. 10 Tage pro Jahr), (Mit-) Entscheider beim Autokauf sind, eine grundsätzliche Anschaffungsabsicht für ein Auto haben und BEVs nicht komplett ablehnen.

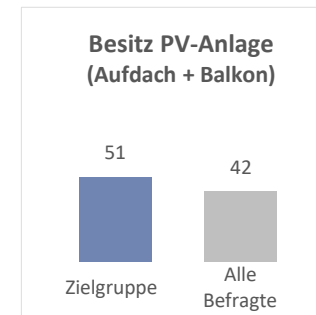
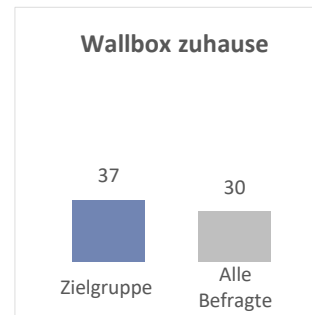
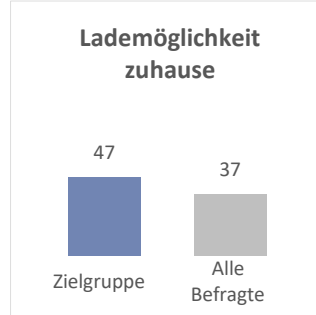
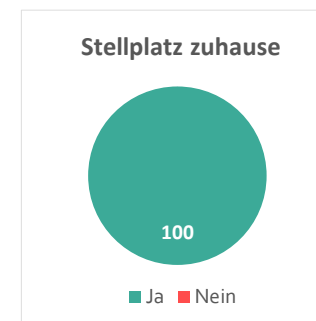
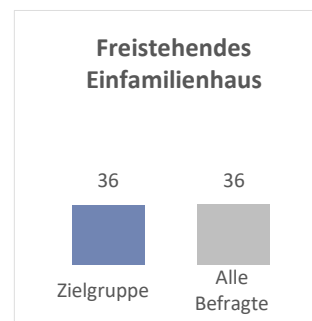
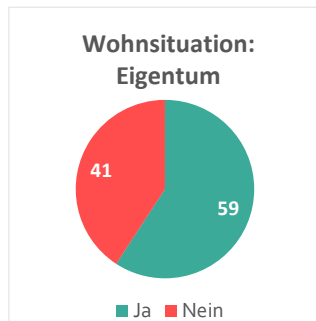
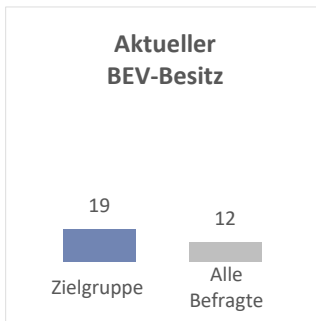
Die entspricht ca. 2,6 Mio. Einzelpersonen in Deutschland.

These: Diese Gruppe kann durch eine Kaufprämie und/oder Wallboxförderung motiviert werden.



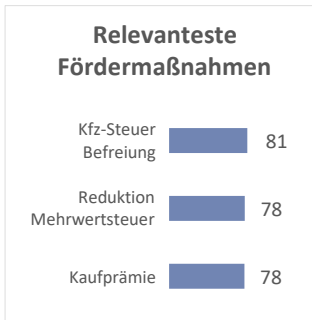
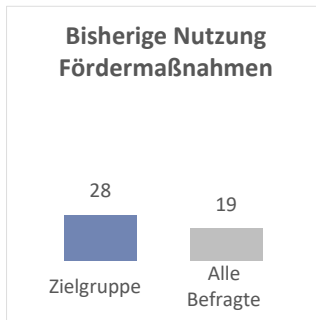
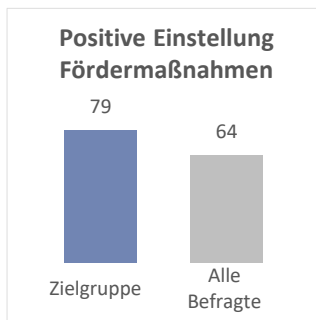
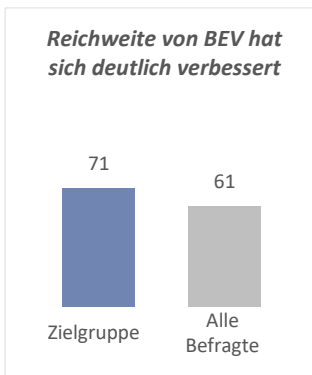
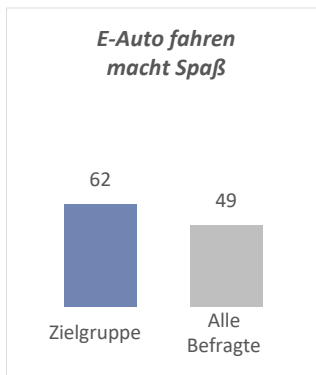
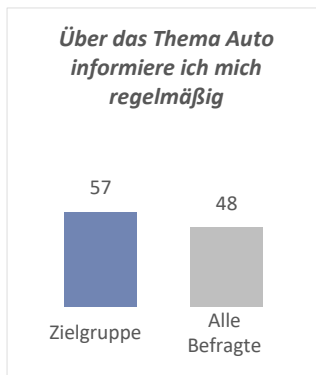
Wird die These durch die Studienergebnisse bestätigt oder widerlegt?

These: Diese Gruppe kann durch eine moderate Kaufprämie und/oder Wallboxförderung motiviert werden.



Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=240) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Neuwagenkäufer (n=1.219)  
Werte in %

These: Diese Gruppe kann durch eine moderate Kaufprämie und/oder Wallboxförderung motiviert werden.



## Zahlungsbereitschaften - BPTO

Preisklassen	Höhere Zahlungsbereitschaft für BEV
unter 10.000 Euro (n=0)	
10.000 bis unter 20.000 Euro (n=14)	✓ + 0%
20.000 bis unter 30.000 Euro (n=49)	✓ + 7%
30.000 bis unter 40.000 Euro (n=73)	✓ + 9%
40.000 bis unter 50.000 Euro (n=55)	✓ + 4%
50.000 bis unter 60.000 Euro (n=29)	✓ + 9%
60.000 bis unter 80.000 Euro (n=13)	✓ + 18%

Geringe Fallzahlen

Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=142) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Neuwagenkäufer (n=1.219)  
Werte in %

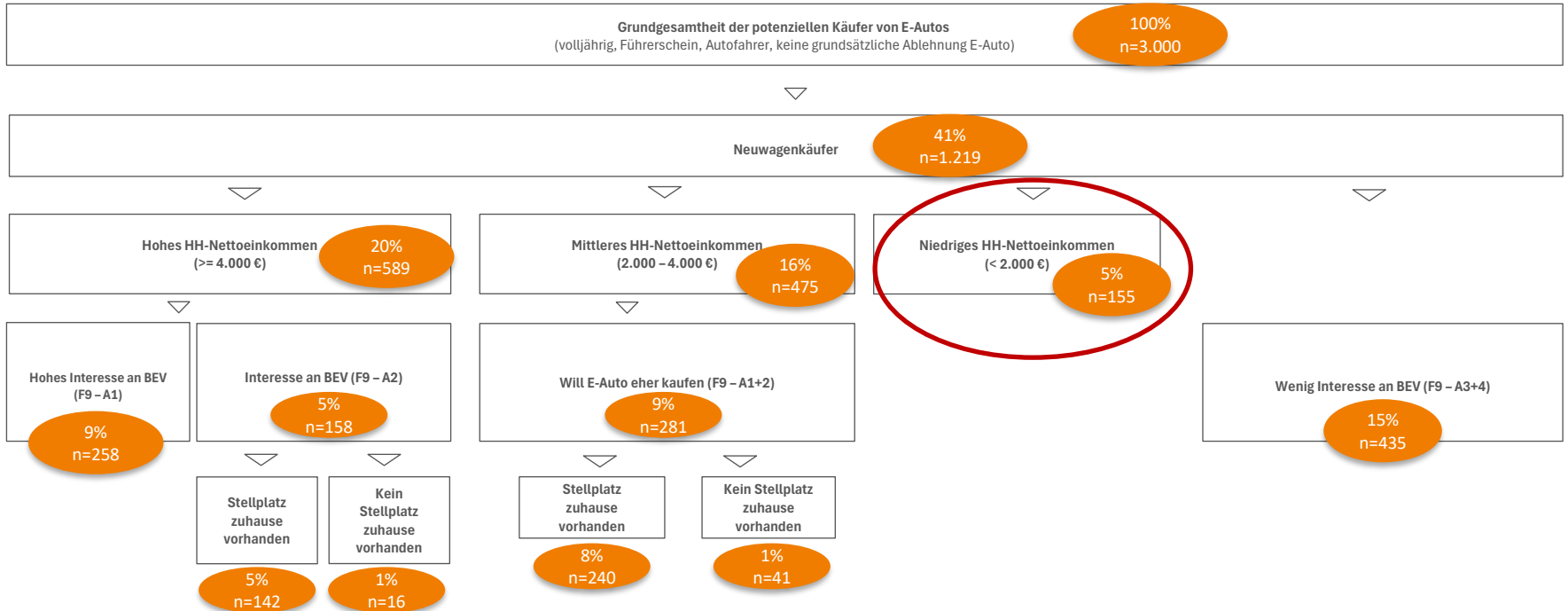
- Eine Gruppe mit überdurchschnittlichem BEV-Anteil (19% vs. 12%).
- Im Mittel wird der nächste gekaufte PKW innerhalb dieser Gruppe rund 40.000 € kosten.
- Anteil Eigentum durchschnittlich (59% vs. allgemein 60%), genauso wie der Anteil an freistehenden Einfamilienhäusern (36% vs. 36%).
- Stellplatz bei allen vorhanden, und Lademöglichkeiten zuhause überdurchschnittlich häufig (47% zu 37%). Auch die Wallbox ist im Vergleich zur Gesamtstichprobe häufiger vorhanden (37% zu 30%). 51% haben eine Art der PV-Anlage (vs. allgemein 42%)
- Es handelt sich hierbei um eine Gruppe, die sich zum Thema Auto häufiger informiert (57% vs. 48%) und bei der mehr Personen sagen, dass E-Auto fahren Spaß macht (62% zu 49%). Die Gruppe hat besonders stark erkannt, dass die Reichweite von BEV sich deutlich verbessert hat (71% vs. 61%).
- Sehr positive Einstellung zu Fördermaßnahmen (79% vs. 64%). Die KfZ-Steuer Befreiung ist hierbei an Platz 1, gefolgt von einer Mehrwegsteuerreduktion und der Kaufprämie.
- In allen Preisklassen besteht bereits eine höhere Zahlungsbereitschaft BEV vs. Verbrenner.

These: Diese Gruppe kann durch eine moderate Kaufprämie und/oder Wallboxförderung motiviert werden.



# Visualisierung der Cluster für die Differenzierung der Käufer von E-Autos

## NEUWAGENKÄUFER



Zielgruppe:

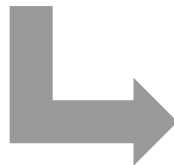
Neuwagenkäufer mit niedrigerem Haushaltsnettoeinkommen (< 2.000 €)

Größe der Zielgruppe:

5 % aller Personen in Deutschland, die einen PKW-Führerschein haben, aktiv Autofahren (mind. 10 Tage pro Jahr), (Mit-) Entscheider beim Autokauf sind, eine grundsätzliche Anschaffungsabsicht für ein Auto haben und BEVs nicht komplett ablehnen.

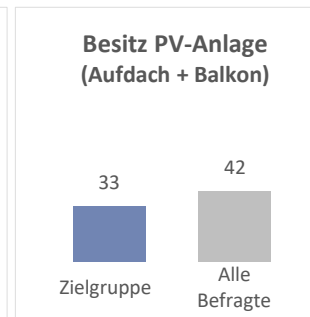
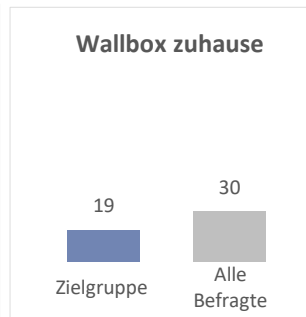
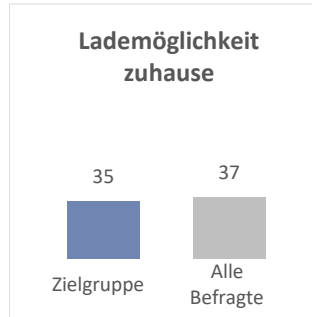
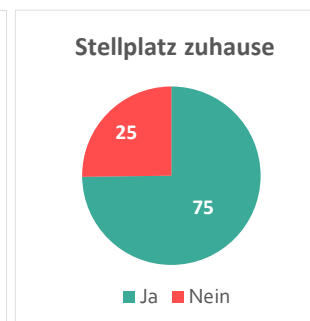
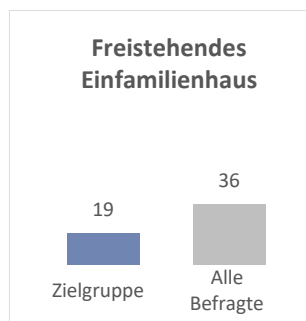
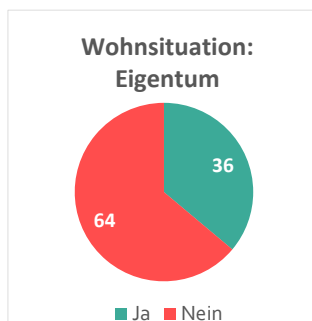
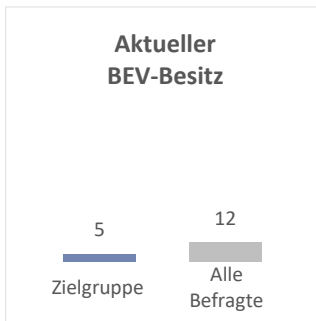
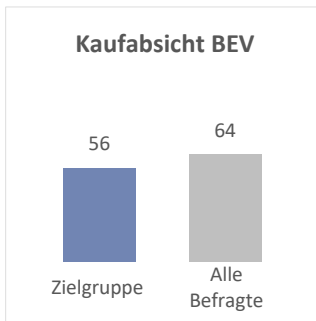
Die entspricht ca. 1,6 Mio. Einzelpersonen in Deutschland.

These: Werden im nächsten Schritt nicht erreicht, da kein entsprechendes Angebot auf dem Markt vorhanden



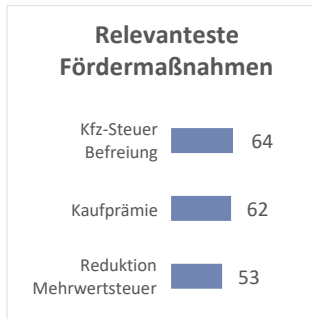
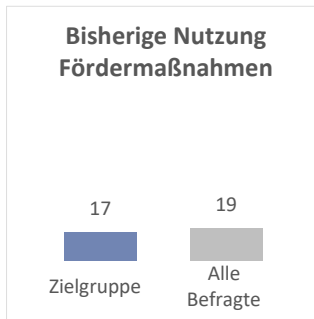
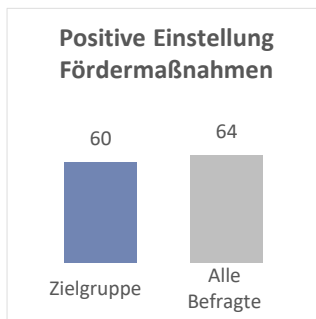
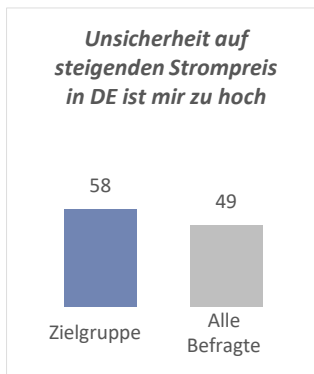
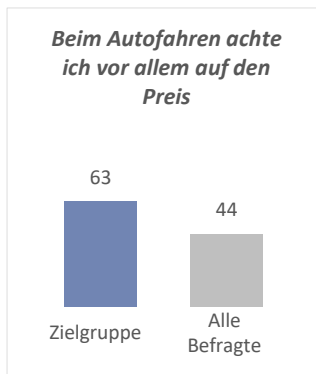
Wird die These durch die Studienergebnisse bestätigt oder widerlegt?

These: Werden im nächsten Schritt nicht erreicht, da kein entsprechendes Angebot auf dem Markt vorhanden



Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=155) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Neuwagenkäufer (n=1.219)  
 Werte in %

These: Werden im nächsten Schritt nicht erreicht, da kein entsprechendes Angebot auf dem Markt vorhanden



## Zahlungsbereitschaften - BPTO

Preisklassen	Höhere Zahlungsbereitschaft für BEV
unter 10.000 Euro (n=5)	
10.000 bis unter 20.000 Euro (n=48)	✗ - 4%
20.000 bis unter 30.000 Euro (n=44)	✗ - 6%
30.000 bis unter 40.000 Euro (n=34)	✗ - 2%
40.000 bis unter 50.000 Euro (n=11)	✗ - 1%
50.000 bis unter 60.000 Euro (n=6)	
60.000 bis unter 80.000 Euro (n=2)	

Geringe Fallzahlen

Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=155) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Neuwagenkäufer (n=1.219)  
Werte in %

- Die BEV Kaufabsicht (56% vs. 64%) und auch der aktuelle BEV Besitz (5% zu 12%) sind aktuell in dieser Gruppe unterdurchschnittlich, aber die BEV-Kaufabsicht zeigt ein durchaus vorhandenes Potenzial.
- Die Ausgabebereitschaft für den nächsten gekauften PKW liegt mit rund 29.000 € signifikant niedriger als der Vergleichswert aller Neuwagenkäufer (rund 42.000 €).
- Es handelt sich hierbei um eine Gruppe mit deutlich geringerem Anteil an Eigentum und einem Stellplatz zuhause. Bei der Lademöglichkeit zuhause nur knapp unter dem Durchschnitt (35% vs. 37%). Vor allem ist die Wallbox deutlich geringer vorhanden (19% vs. 30%).
- Es handelt sich hierbei um eine preisaffine Gruppe, deren Unsicherheiten im Hinblick auf die Elektromobilität vor allem preisbezogen sind.
- Es besteht eine durchaus positive Einstellung gegenüber Fördermaßnahmen. In dieser Gruppe haben die Kfz-Steuer Befreiung und die Kaufprämie die höchste Relevanz.
- In allen relevanten Preisklassen (vor allem 10K € bis 40K €) besteht für den BEV eine geringere Zahlungsbereitschaft. Diese Lücke könnten Fördermaßnahmen füllen. Allerdings sind BEV Angebote in der relevantesten Preisklasse „10K bis 20K €“ noch weniger vorhanden.

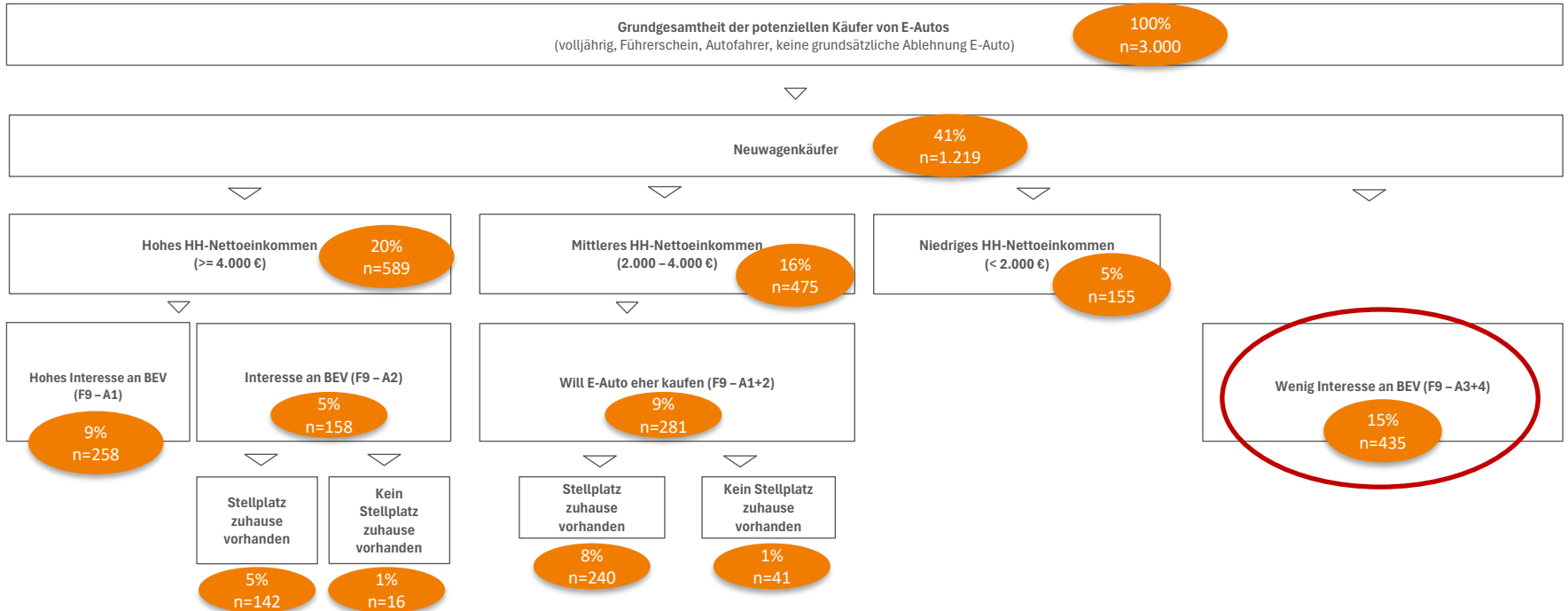
These: Werden im nächsten Schritt nicht erreicht, da kein entsprechendes Angebot auf dem Markt vorhanden



**THESE NICHT  
BESTÄTIGT**

# Visualisierung der Cluster für die Differenzierung der Käufer von E-Autos

## NEUWAGENKÄUFER



Zielgruppe:

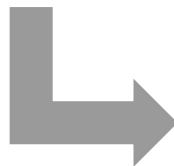
Neuwagenkäufer mit wenig Interesse an BEV

Größe der Zielgruppe:

15 % aller Personen in Deutschland, die einen PKW-Führerschein haben, aktiv Autofahren (mind. 10 Tage pro Jahr), (Mit-) Entscheider beim Autokauf sind, eine grundsätzliche Anschaffungsabsicht für ein Auto haben und BEVs nicht komplett ablehnen.

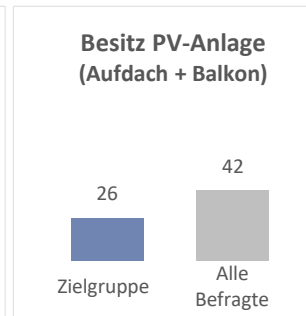
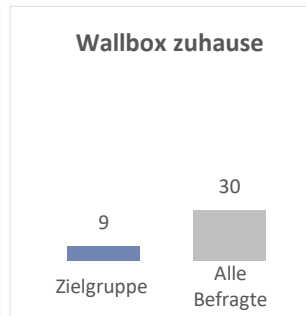
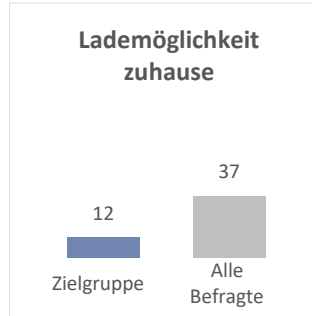
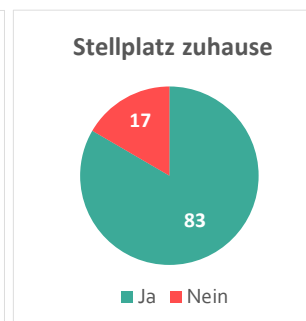
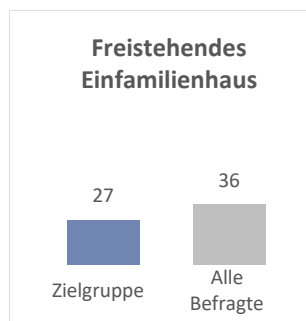
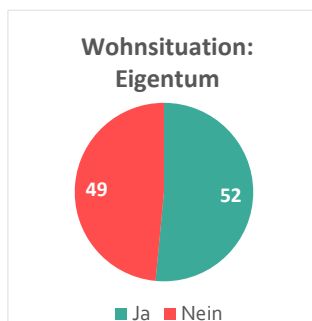
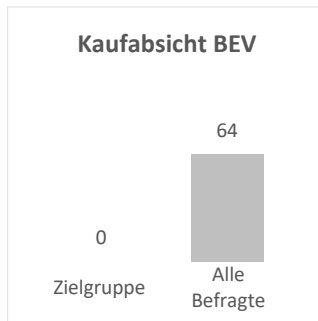
Die entspricht ca. 4,8 Mio. Einzelpersonen in Deutschland.

These: Diese Personen werden im nächsten Schritt nicht erreicht



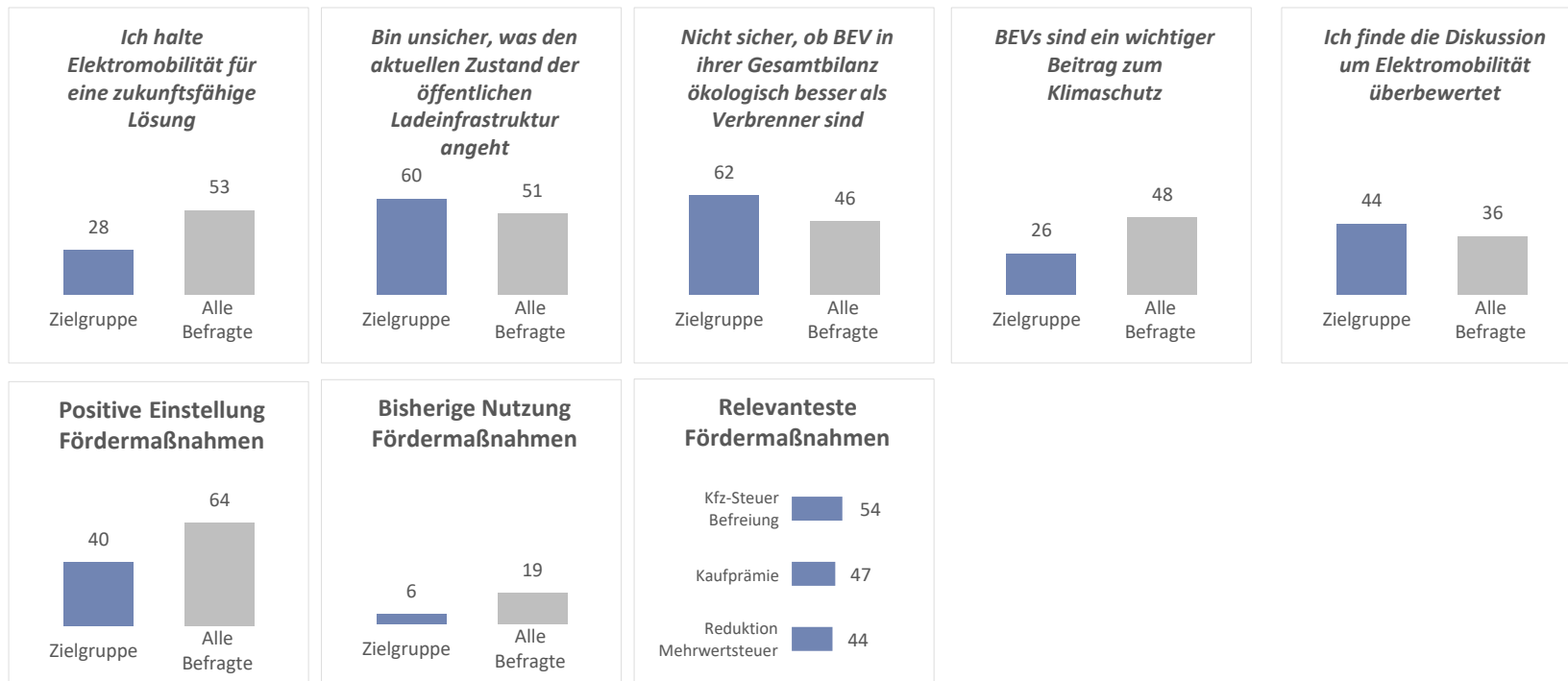
Wird die These durch die Studienergebnisse bestätigt oder widerlegt?

These: Werden im nächsten Schritt nicht erreicht



Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=435) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Neuwagenkäufer (n=1.219)  
Werte in %

These: Werden im nächsten Schritt nicht erreicht



Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=155) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Neuwagenkäufer (n=1.219)  
Werte in %

- Diese Gruppe mit keinerlei BEV-Kaufabsicht hat auch kaum BEV im aktuellen Besitz (0,3%).
- Im Mittel wird der nächste gekaufte PKW innerhalb dieser Gruppe rund 37.000 € kosten.
- Eigentumsanteil und der Anteil mit Stellplatz zuhause leicht unterdurchschnittlich.
- Allerdings ist der Anteil mit einer Lademöglichkeit, und hier insbesondere einer Wallbox, im Vergleich deutlich unterdurchschnittlich.
- Diese Gruppe zeichnet eine kritische Haltung gegenüber der Elektromobilität aus. Nur 28% halten die Elektromobilität für eine zukunftsfähige Lösung und nur 26% denken, dass BEVs ein wichtiger Beitrag zum Klimaschutz sind.
- Dies spiegelt sich auch in der verhaltenen Einstellung gegenüber Fördermaßnahmen wider: nur 40% haben eine positive Einstellung gegenüber Fördermaßnahmen. Auch bei der bisherigen Nutzung von Fördermaßnahmen haben wir es hier mit der schwächsten Gruppe zu tun.

These: Werden im nächsten Schritt nicht erreicht



## F | Zwischenfazit – Detailanalysen Zielgruppen - Neuwagenkäufer

---

Die Analyse von Thesen auf Zielgruppenebene hat gezeigt, dass die Förderlogik zielgruppenspezifisch differenzieren muss:

- **Obere Einkommensgruppen:**  
Fokus auf attraktive BEV-Angebote im höheren Preissegment. Kaum weitere Anreize erforderlich. Bei Personen, die nur einen Stellplatz haben, wäre eine Wallbox-Förderung sicherlich positiv, aber schlussendlich nicht entscheidend.
- **Mittlere Einkommensgruppen:**  
Durchaus BEV-affin, positiv gegenüber Förderungen und technologischem Fortschritt.  
Gezielte Fördermaßnahmen (z.B. Kaufprämie) und Ausbau der Ladeinfrastruktur stärken die Umstiegsbereitschaft.
- **Niedrigere Einkommensgruppen:**  
Preisbewusst, grundsätzlich offen, aber mit deutlicher Unsicherheit und geringeren Möglichkeiten.  
BEV-Einstiegsmodelle und gezielte finanzielle Förderungen notwendig, um Zugang zu schaffen.
- **Gruppen mit geringem BEV-Interesse:**  
Eine Gruppe mit kritischer Haltung zur Elektromobilität, kaum mit aktueller BEV-Nutzung, wenig Umweltorientierung.  
Kurzfristig kein Fokusegment, auch nicht mit Fördermaßnahmen. Erfordert langfristige Überzeugungsarbeit über Alltagstauglichkeit und Wirtschaftlichkeit der Elektromobilität.

A

Studiendesign

B

Akzeptanz BEV

C

Stellplätze und Lademöglichkeiten

D

Einstellungen und Werte

E

Bewertung Fördermaßnahmen

F

Detailanalysen Zielgruppen - Neuwagenkäufer

G

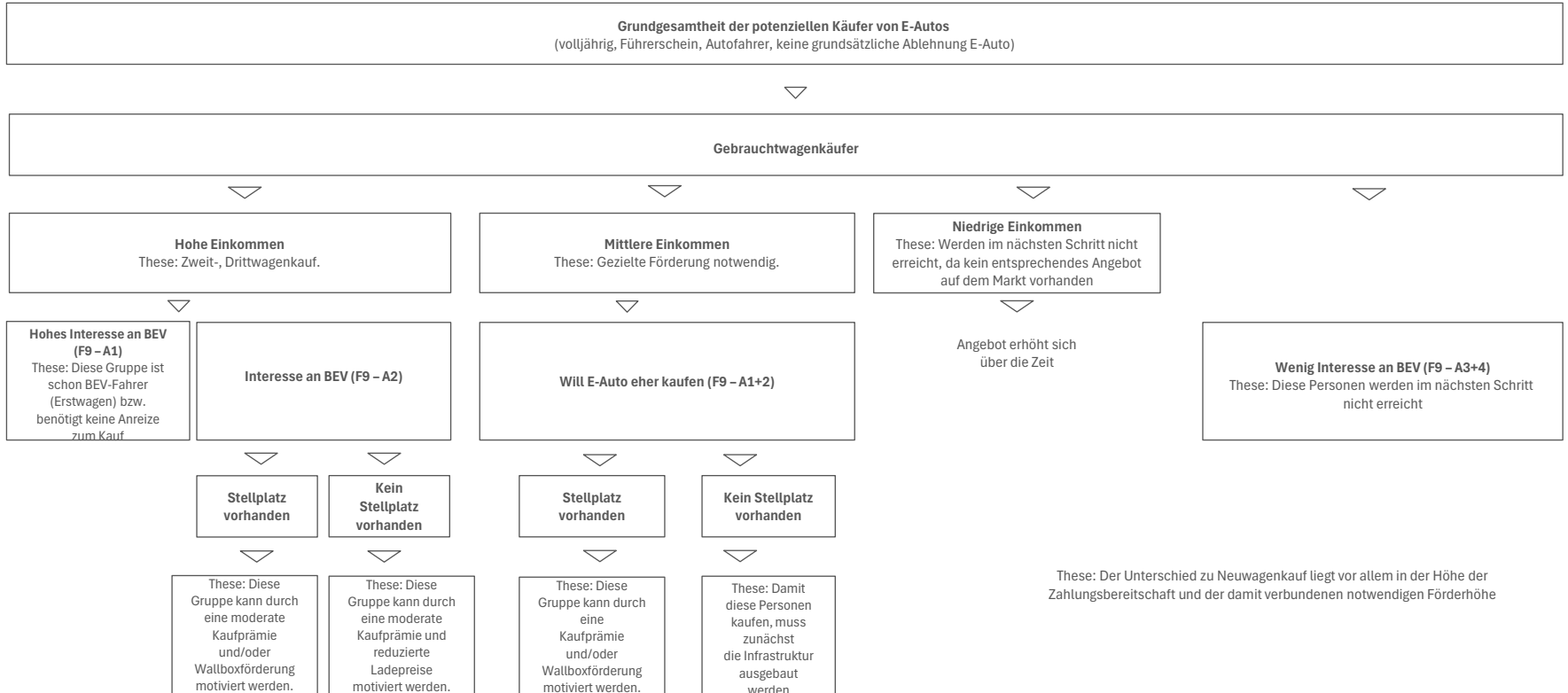
Detailanalysen Zielgruppen - Gebrauchtwagenkäufer

H

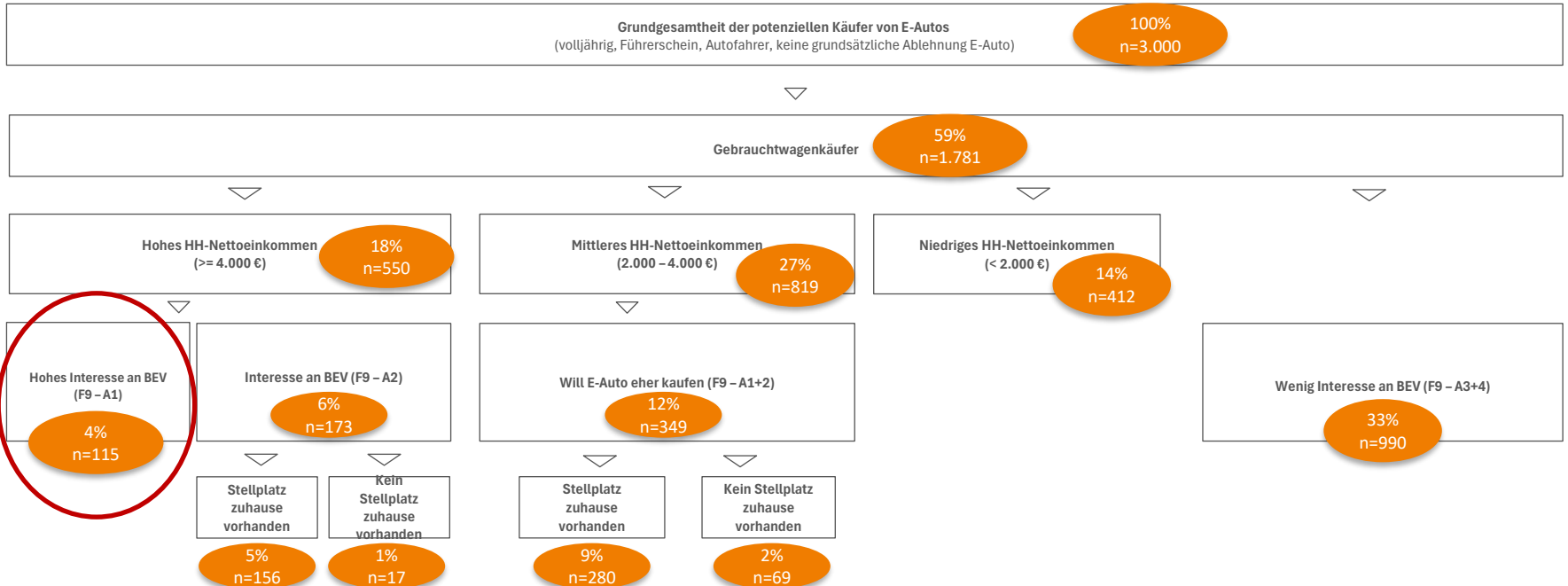
Management Summary

# Visualisierung der Cluster für die Differenzierung der Käufer von E-Autos

## GEBARAUCHTWAGENKÄUFER



# Visualisierung der Cluster für die Differenzierung der Käufer von E-Autos GEBRAUCHTWAGENKÄUFER



Zielgruppe:

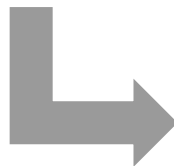
Gebrauchtwagenkäufer mit hohem Haushaltsnettoeinkommen (> 4.000 €) und hohem Interesse an BEV-Kauf

Größe der Zielgruppe:

4 % aller Personen in Deutschland, die einen PKW-Führerschein haben, aktiv Autofahren (mind. 10 Tage pro Jahr), (Mit-) Entscheider beim Autokauf sind, eine grundsätzliche Anschaffungsabsicht für ein Auto haben und BEVs nicht komplett ablehnen.

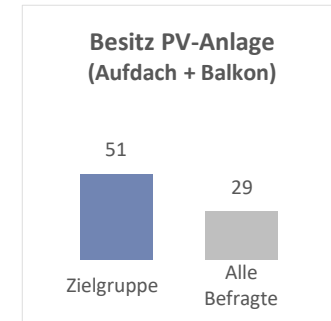
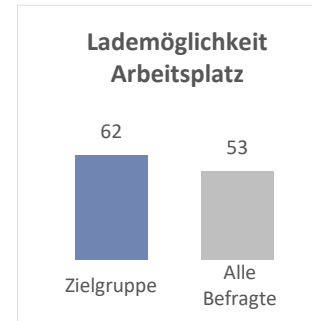
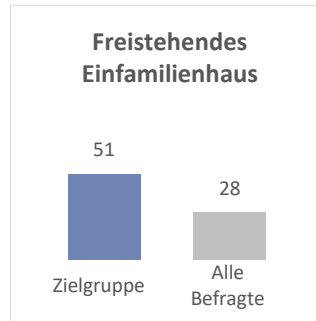
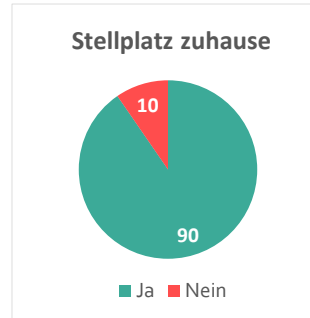
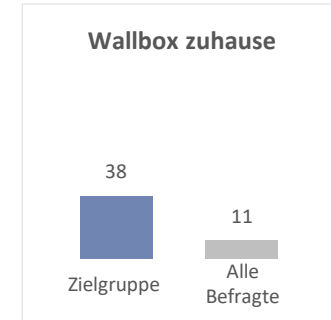
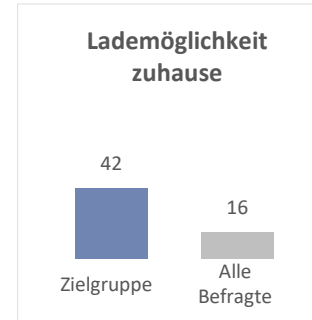
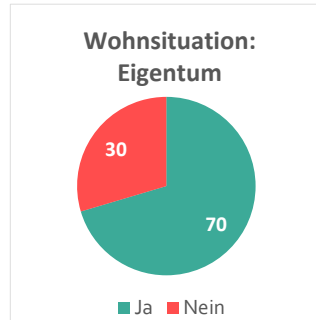
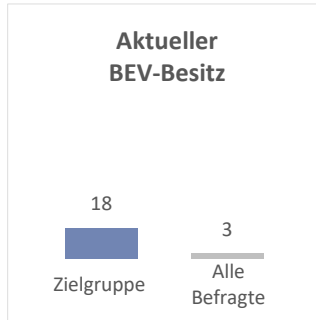
Die entspricht ca. 1,3 Mio. Einzelpersonen in Deutschland.

These: Diese Gruppe ist schon BEV-Fahrer (Erstwagen) bzw. benötigt keine Anreize zum Kauf.



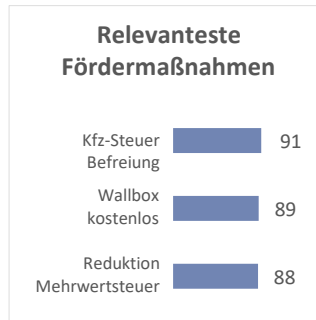
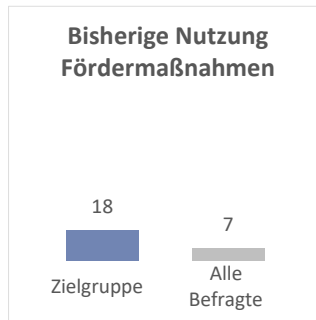
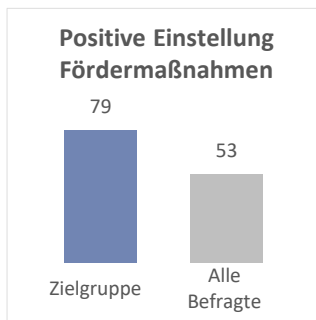
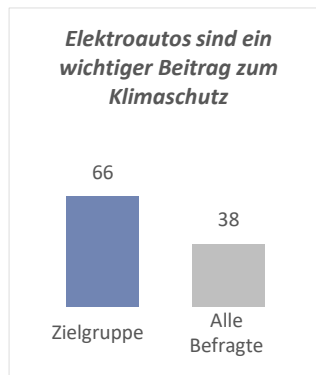
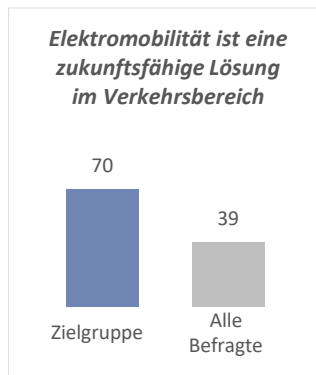
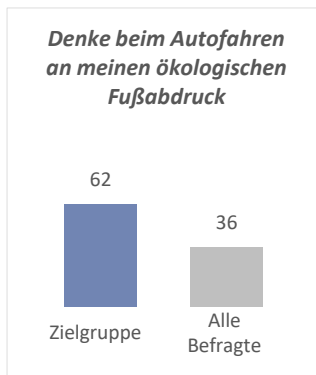
Wird die These durch die Studienergebnisse bestätigt oder widerlegt?

These: Diese Gruppe ist schon BEV-Fahrer (Erstwagen) bzw. benötigt keine Anreize zum Kauf.



Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=115) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Gebrauchtwagenkäufer (n=1.781)  
Werte in %

These: Diese Gruppe ist schon BEV-Fahrer (Erstwagen) bzw. benötigt keine Anreize zum Kauf.



**Zahlungsbereitschaften - BPTO**

Preisklassen	Höhere Zahlungsbereitschaft für BEV
unter 10.000 Euro (n=3)	
10.000 bis unter 20.000 Euro (n=29)	✓ + 20%
20.000 bis unter 30.000 Euro (n=32)	✓ + 12%
30.000 bis unter 40.000 Euro (n=24)	✓ + 6%
40.000 bis unter 50.000 Euro (n=13)	✓ + 8%
50.000 bis unter 60.000 Euro (n=8)	
60.000 bis unter 80.000 Euro (n=5)	
Über 80.000 Euro (n=1)	

Geringe Fallzahlen

Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=115) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Gebrauchtwagenkäufer (n=1.781)  
Werte in %

- Gruppe mit signifikant höchstem BEV-Anteil (18%) im aktuellen Besitz unter den Gebrauchtwagenkäufern.
- Höchster Mittelwert bei Preisklasse für geplanten Gebrauchtwagenkauf (rund 31.000 € vs. 23.000 €).
- Hoher Anteil Eigentum (70%) - speziell freistehendes Einfamilienhaus (51% vs. allgemein 28%).
- Höchster Anteil an Lademöglichkeiten zuhause (42% zu 16%) und auch bei der Wallbox (38% zu 11%). Aber auch bei der Arbeit -> 62% vs. allgemein 53%.
- Insgesamt aber niedrigere Werte als bei der gleichen Gruppe innerhalb der Neuwagenkäufer.
- Höchster Anteil an Personen, die an den ökologischen Fußabdruck denken (62% vs. 36%). 70% halten Elektromobilität für eine zukunftsfähige Lösung. 66% sehen E-Autos als wichtigen Beitrag zum Klimaschutz.
- Die Gruppe, die die positivste Einstellung zum Thema Fördermaßnahmen hat.
- Aber nur 18% der Gruppe haben bereits Fördermaßnahmen in Anspruch genommen.
- Kfz-Steuer Befragung, eine kostenlose Wallbox und die Reduktion der Mehrwegsteuer haben die höchste Attraktivität.
- Die Gruppe hat in allen analysierbaren Preisklassen bereits eine deutlich höhere Zahlungsbereitschaft für BEV.

These: Diese Gruppe ist schon BEV-Fahrer (Erstwagen) bzw. benötigt keine Anreize zum Kauf.



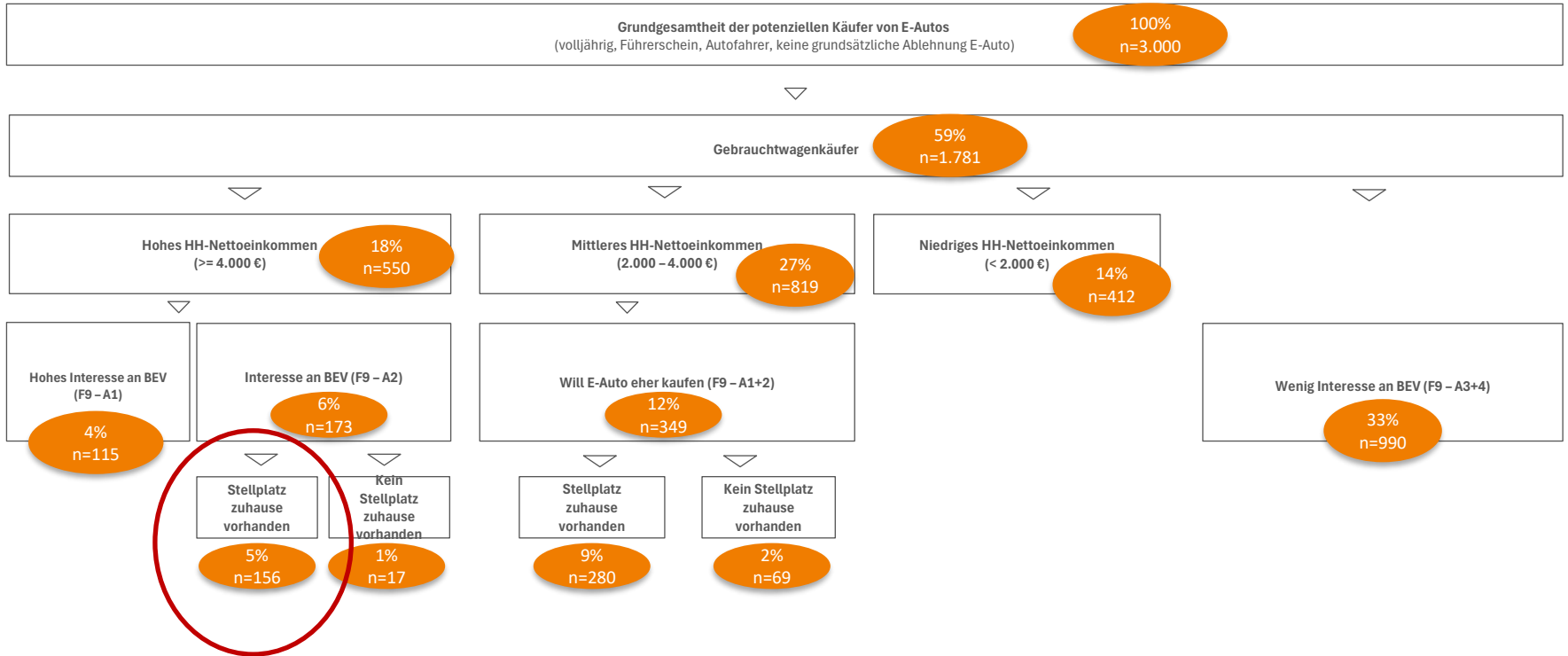
THESE  
BESTÄTIGT



Die Gruppe benötigt weniger Kaufanreize oder Überzeugungsarbeit, einen BEV zu kaufen. Stattdessen benötigt sie gute Gebrauchtwagen-BEV in der Preisklasse rund um 31.000 €.

# Visualisierung der Cluster für die Differenzierung der Käufer von E-Autos

## GEBRAUCHTWAGENKÄUFER



Zielgruppe:

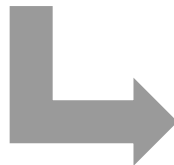
Gebrauchtwagenkäufer mit hohem Haushaltsnettoeinkommen (> 4.000 €), Interesse an BEV-Kauf und mit Stellplatz zuhause

Größe der Zielgruppe:

5 % aller Personen in Deutschland, die einen PKW-Führerschein haben, aktiv Autofahren (mind. 10 Tage pro Jahr), (Mit-) Entscheider beim Autokauf sind, eine grundsätzliche Anschaffungsabsicht für ein Auto haben und BEVs nicht komplett ablehnen.

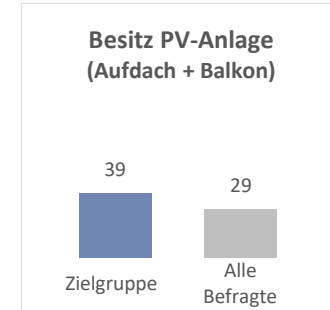
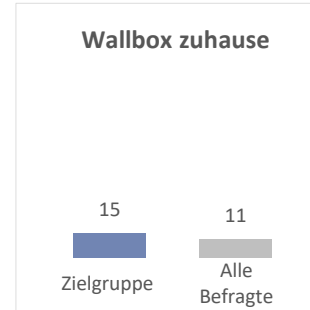
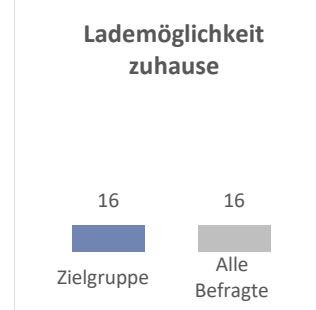
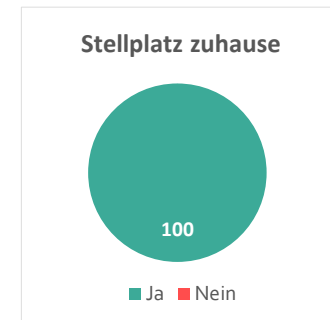
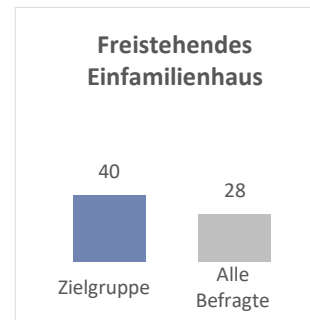
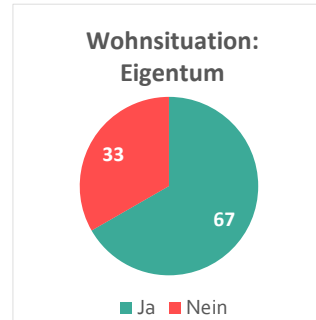
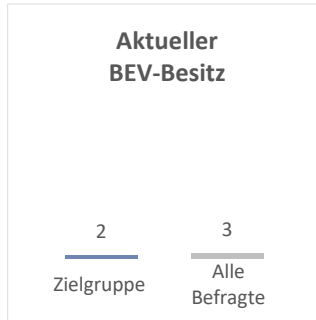
Die entspricht ca. 1,6 Mio. Einzelpersonen in Deutschland.

These: Diese Gruppe kann durch eine moderate Kaufprämie und/oder Wallboxförderung motiviert werden.



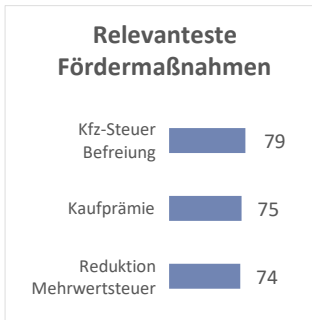
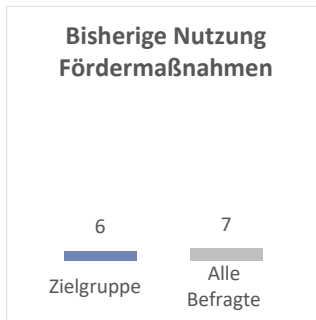
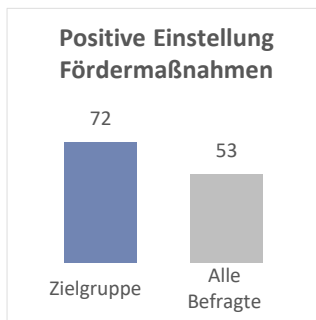
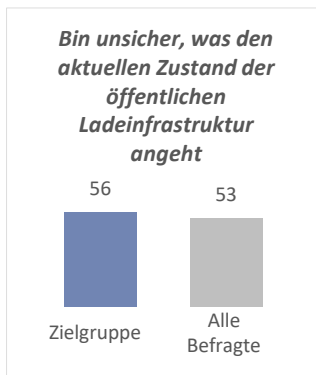
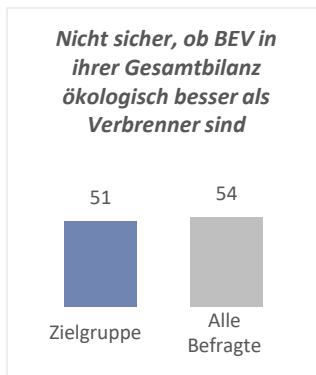
Wird die These durch die Studienergebnisse bestätigt oder widerlegt?

These: Diese Gruppe kann durch eine moderate Kaufprämie und/oder Wallboxförderung motiviert werden.



Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=156) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Gebrauchtwagenkäufer (n=1.781)  
Werte in %

These: Diese Gruppe kann durch eine moderate Kaufprämie und/oder Wallboxförderung motiviert werden.



**Zahlungsbereitschaften - BPTO**

Preisklassen	Höhere Zahlungsbereitschaft für BEV
unter 10.000 Euro (n=6)	
10.000 bis unter 20.000 Euro (n=42)	✓ + 2%
20.000 bis unter 30.000 Euro (n=53)	✗ - 3%
30.000 bis unter 40.000 Euro (n=30)	✗ - 0,4%
40.000 bis unter 50.000 Euro (n=13)	✗ - 4%
50.000 bis unter 60.000 Euro (n=8)	
60.000 bis unter 80.000 Euro (n=3)	
Über 80.000 Euro (n=1)	

Geringe Fallzahlen

Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=156) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Gebrauchtwagenkäufer (n=1.781)  
Werte in %

- Eine Gruppe mit eher geringem BEV-Anteil (7%).
- Im Mittel wird der nächste gekaufte Gebrauchtwagen innerhalb dieser Gruppe rund 26.000 € kosten.
- Hoher Anteil Eigentum (61% vs. allgemein 46%). Stellplatz bei allen vorhanden, aber Lademöglichkeiten zuhause nur in jedem vierten Fall vorhanden (25%). Eine Wallbox ist nur in 15% der Fälle vorhanden.
- Es handelt sich hierbei um Personen, die nicht leidenschaftlich an ihrem Auto hängen. Sie sehen in Elektroautos die Zukunft der Mobilität.
- Diese Gruppe hat eine sehr positive Einstellung zu Fördermaßnahmen.
- Kfz-Steuer Befreiung, Kaufprämie und die Mehrwegsteuer-Reduktion haben die höchste Relevanz.
- Es besteht in allen analysierbaren Preisklassen eine höhere Zahlungsbereitschaft von BEV im Vergleich zu Verbrennern.

These: Diese Gruppe kann durch eine moderate Kaufprämie und/oder Wallboxförderung motiviert werden.

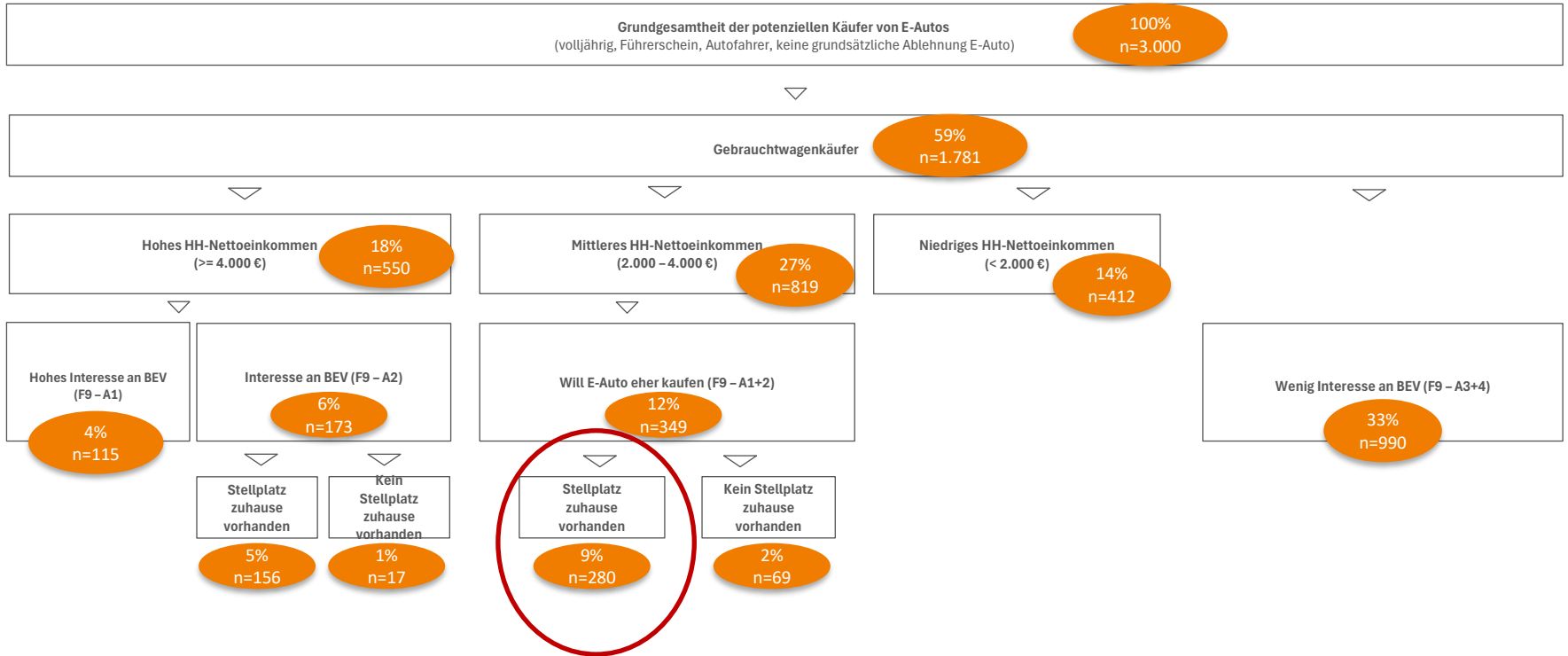


THESE  
BESTÄTIGT



Eine Wallboxförderung ist für diese Gruppe sicherlich besser, da eine Zahlungsbereitschaft für BEV vorhanden ist und auch generell die Elektromobilität positiv gesehen wird, aber die Lademöglichkeiten zuhause noch zu unterentwickelt sind.

# Visualisierung der Cluster für die Differenzierung der Käufer von E-Autos GEBRAUCHTWAGENKÄUFER



Zielgruppe:

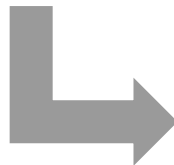
Gebrauchtwagenkäufer mit mittlerem Haushaltsnettoeinkommen (2.000 - 4.000 €), BEV-Kaufbereitschaft und mit Stellplatz zuhause

Größe der Zielgruppe:

9 % aller Personen in Deutschland, die einen PKW-Führerschein haben, aktiv Autofahren (mind. 10 Tage pro Jahr), (Mit-) Entscheider beim Autokauf sind, eine grundsätzliche Anschaffungsabsicht für ein Auto haben und BEVs nicht komplett ablehnen.

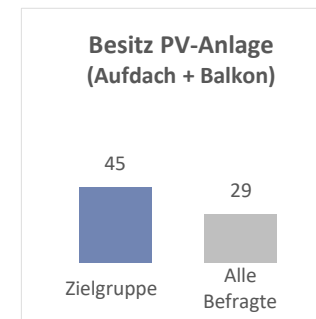
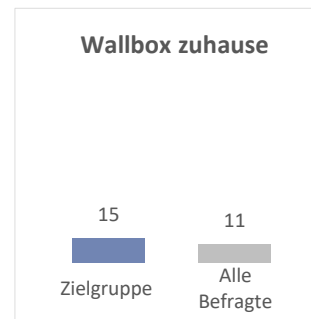
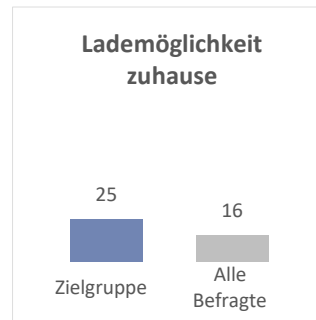
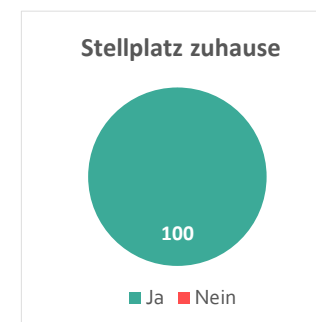
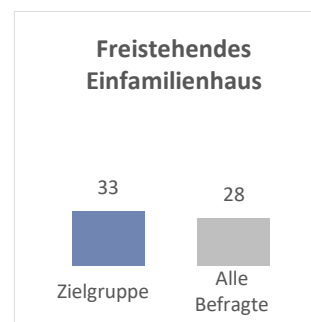
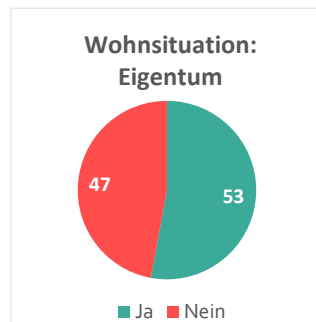
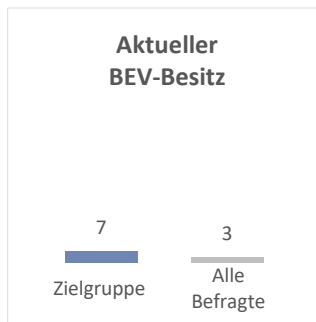
Die entspricht ca. 2,9 Mio. Einzelpersonen in Deutschland.

These: Diese Gruppe kann durch eine Kaufprämie und/oder Wallboxförderung motiviert werden.



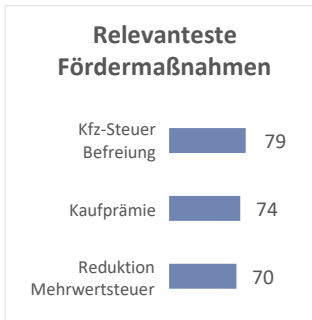
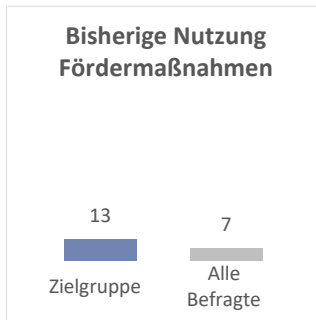
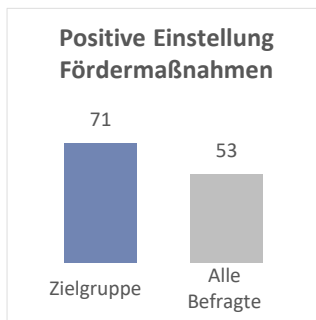
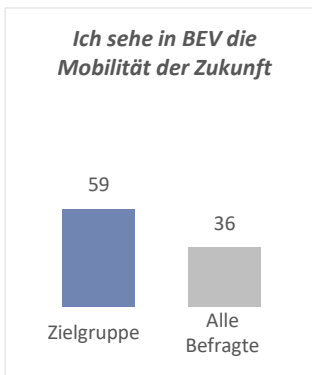
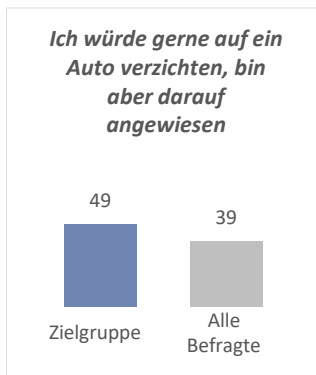
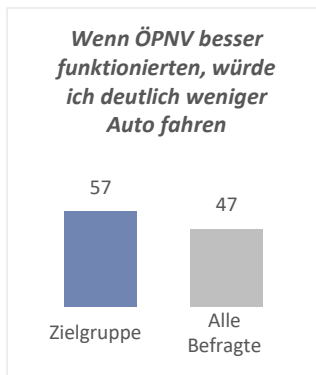
Wird die These durch die Studienergebnisse bestätigt oder widerlegt?

These: Diese Gruppe kann durch eine Kaufprämie und/oder Wallboxförderung motiviert werden.



Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=280) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Gebrauchtwagenkäufer (n=1.781)  
 Werte in %

These: Diese Gruppe kann durch eine Kaufprämie und/oder Wallboxförderung motiviert werden.



**Zahlungsbereitschaften - BPTO**

Preisklassen	Höhere Zahlungsbereitschaft für BEV
unter 10.000 Euro (n=24)	✓ + 10%
10.000 bis unter 20.000 Euro (n=71)	✓ + 8%
20.000 bis unter 30.000 Euro (n=97)	✓ + 3%
30.000 bis unter 40.000 Euro (n=57)	✓ + 1%
40.000 bis unter 50.000 Euro (n=23)	✓ + 8%
50.000 bis unter 60.000 Euro (n=6)	
60.000 bis unter 80.000 Euro (n=2)	
Über 80.000 Euro (n=0)	

Geringe Fallzahlen

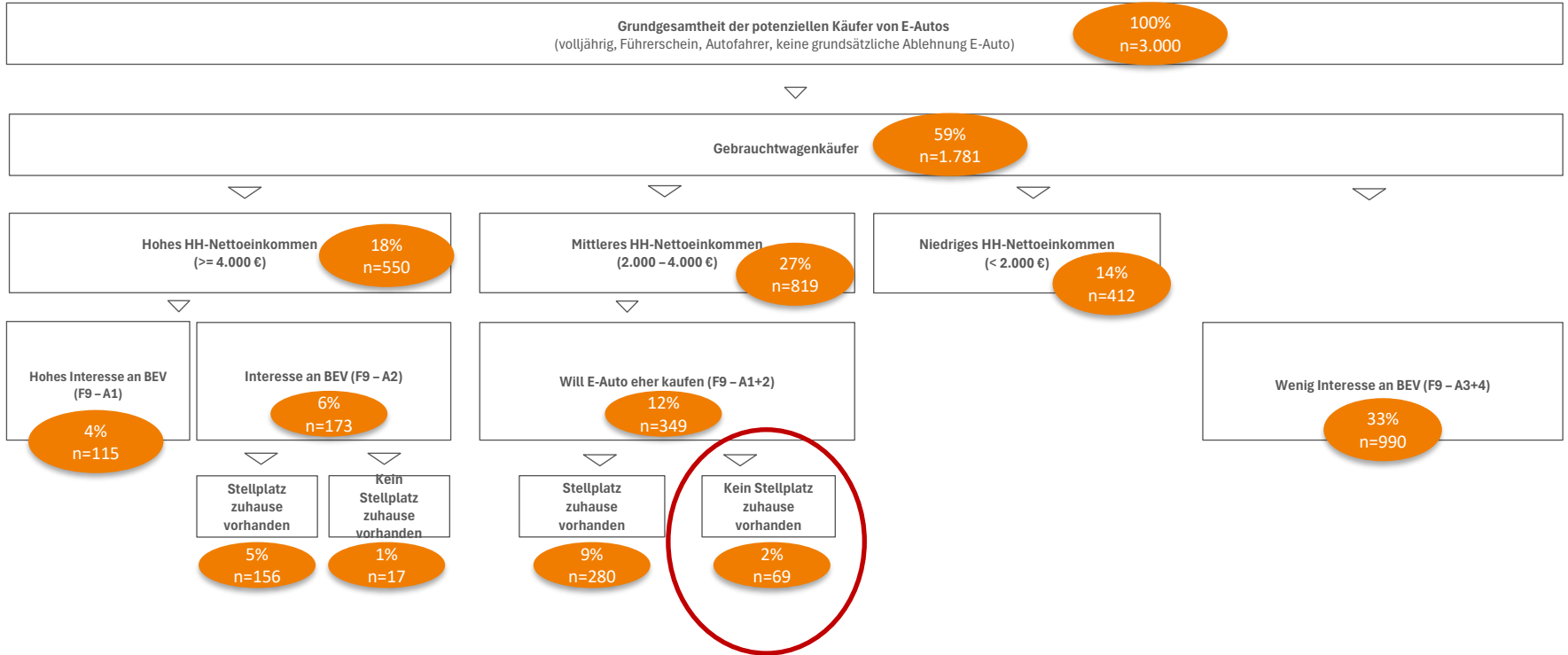
Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=280) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Gebrauchtwagenkäufer (n=1.781)  
Werte in %

- Eine Gruppe mit überdurchschnittlichem BEV-Anteil (19% vs. 12%).
- Im Mittel wird der nächste gekaufte PKW innerhalb dieser Gruppe rund 40.000 € kosten.
- Anteil Eigentum durchschnittlich (59% vs. allgemein 60%), genauso wie der Anteil an freistehenden Einfamilienhäusern (36% vs. 36%).
- Stellplatz bei allen vorhanden, und Lademöglichkeiten zuhause überdurchschnittlich häufig (47% zu 37%). Auch die Wallbox ist im Vergleich zur Gesamtstichprobe häufiger vorhanden (37% zu 30%). 51% haben eine Art der PV-Anlage (vs. allgemein 42%)
- Es handelt sich hierbei um eine Gruppe, die sich zum Thema Auto häufiger informiert (57% vs. 48%) und bei der mehr Personen sagen, dass E-Auto fahren Spaß macht (62% zu 49%). Die Gruppe hat besonders stark erkannt, dass die Reichweite von BEV sich deutlich verbessert hat (71% vs. 61%).
- Sehr positive Einstellung zu Fördermaßnahmen (79% vs. 64%). Die KfZ-Steuer Befreiung ist hierbei an Platz 1, gefolgt von einer Mehrwegsteuerreduktion und der Kaufprämie.
- In allen Preisklassen besteht bereits eine höhere Zahlungsbereitschaft BEV vs. Verbrenner.

These: Diese Gruppe kann durch eine Kaufprämie und/oder Wallboxförderung motiviert werden.



# Visualisierung der Cluster für die Differenzierung der Käufer von E-Autos GEBRAUCHTWAGENKÄUFER



Zielgruppe:

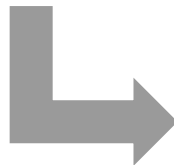
Gebrauchtwagenkäufer mit mittlerem Haushaltsnettoeinkommen (2.000 - 4.000 €), BEV-Kaufbereitschaft und **ohne** Stellplatz zuhause

Größe der Zielgruppe:

2 % aller Personen in Deutschland, die einen PKW-Führerschein haben, aktiv Autofahren (mind. 10 Tage pro Jahr), (Mit-) Entscheider beim Autokauf sind, eine grundsätzliche Anschaffungsabsicht für ein Auto haben und BEVs nicht komplett ablehnen.

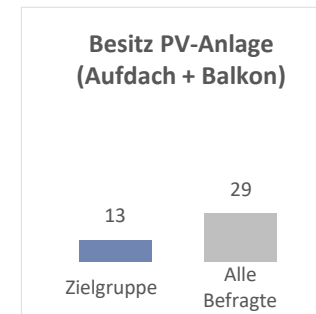
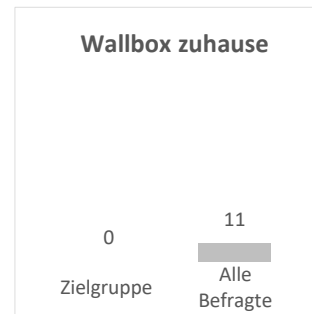
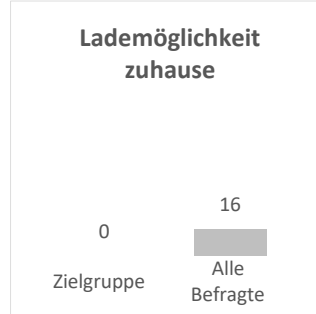
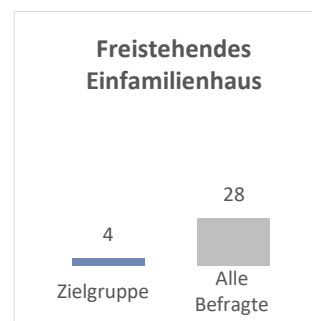
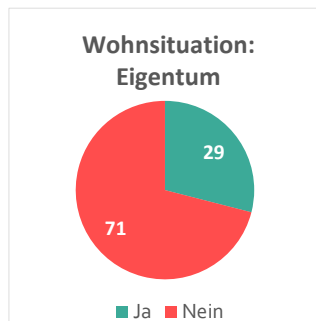
Die entspricht ca. 0,6 Mio. Einzelpersonen in Deutschland.

These: Damit diese Personen kaufen, muss zunächst die Infrastruktur ausgebaut werden.



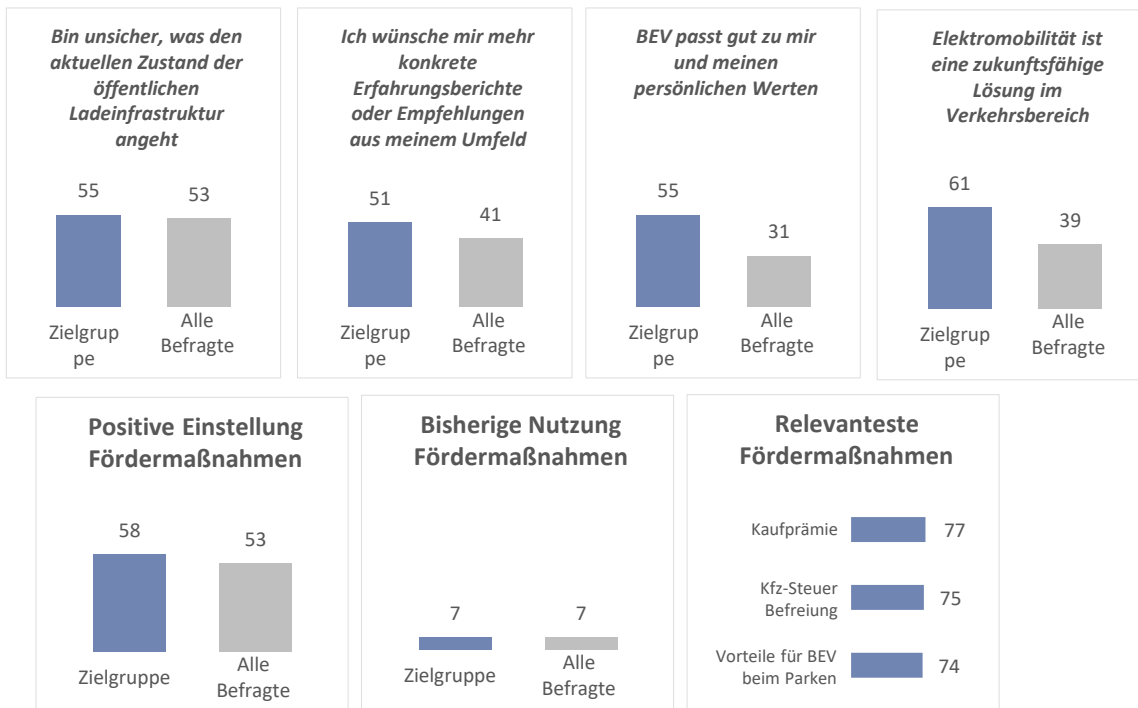
Wird die These durch die Studienergebnisse bestätigt oder widerlegt?

These: Damit diese Personen kaufen, muss zunächst die Infrastruktur ausgebaut werden.



Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=69) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Gebrauchtwagenkäufer (n=1.781)  
 Werte in %

These: Damit diese Personen kaufen, muss zunächst die Infrastruktur ausgebaut werden.



### Zahlungsbereitschaften - BPTO

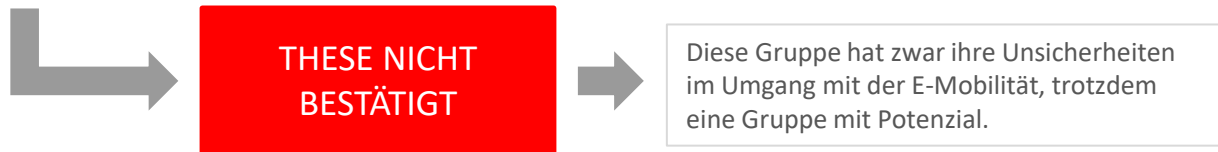
Preisklassen	Höhere Zahlungsbereitschaft für BEV
unter 10.000 Euro (n=6)	
10.000 bis unter 20.000 Euro (n=18)	✓ + 7%
20.000 bis unter 30.000 Euro (n=23)	✓ + 5%
30.000 bis unter 40.000 Euro (n=18)	✓ + 2%
40.000 bis unter 50.000 Euro (n=4)	
50.000 bis unter 60.000 Euro (n=1)	
60.000 bis unter 80.000 Euro (n=0)	
Über 80.000 Euro (n=1)	

Geringe Fallzahlen

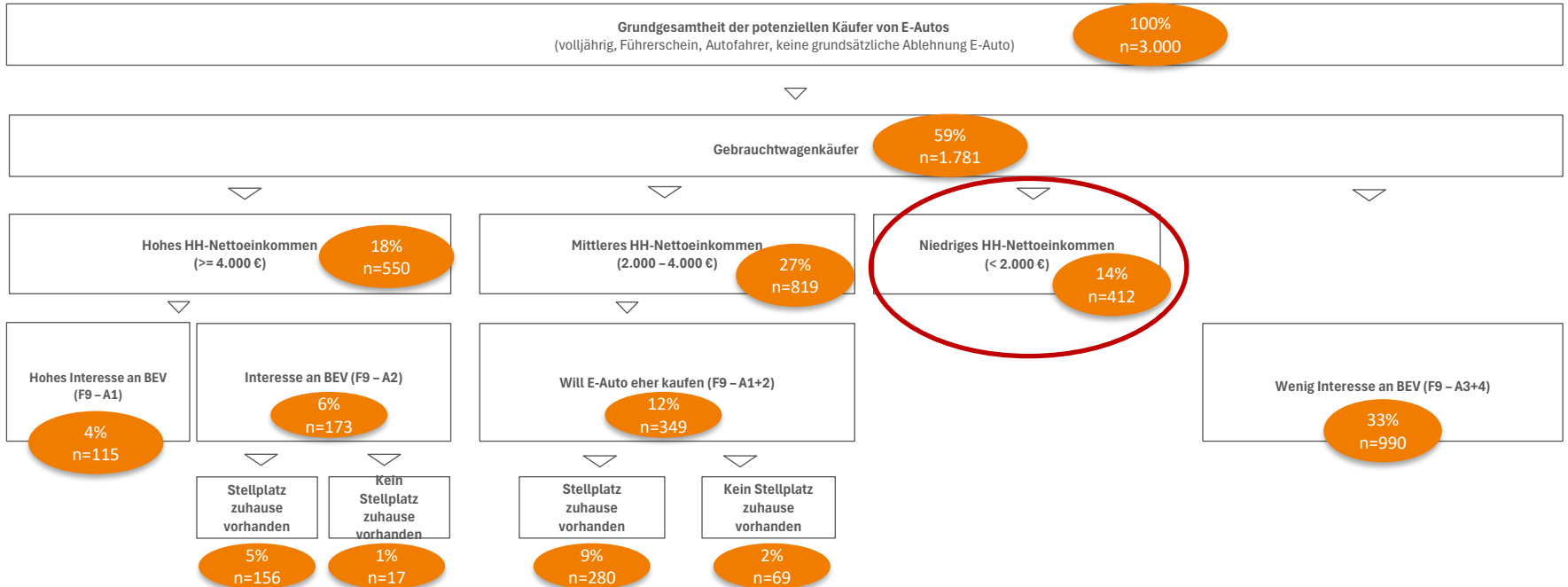
Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=69) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Gebrauchtwagenkäufer (n=1.781)  
Werte in %

- Eine Gruppe mit kaum BEV-Besitz (3%), aber einer BEV-Kaufbereitschaft.
- Im Mittel wird der nächste gekaufte Gebrauchtwagen innerhalb dieser Gruppe rund 26.000 € kosten.
- Anteil Eigentum unterdurchschnittlich (29% vs. allgemein 46%), genauso wie der Anteil an freistehenden Einfamilienhäusern (4% vs. 28%).
- Stellplatz ist bei dieser Gruppe NICHT vorhanden, entsprechend sind auch Lademöglichkeiten zuhause nicht vorhanden.
- Diese Gruppe macht sich durchaus Gedanken zum Zustand der öffentlichen Ladestruktur und zeigt ihr Unsicherheit, indem sie sich mehr wünscht sich mehr konkrete Erfahrungsberichte und Empfehlungen aus ihrem Umfeld wünscht.
- Generell ist diese Gruppe der Elektromobilität aber positiv gegenüber eingestellt. 55% denken, dass BEV gut zu ihnen und ihren Werten passen (in Gesamtstichprobe sind es nur 31%) und 61% schätzen die E-Mobilität als eine zukunftsfähige Lösung im Verkehrsbereich ein.
- Positive Einstellung zu Fördermaßnahmen (58% vs. 53%). Die Kaufprämie ist hierbei an Platz 1, gefolgt von einer Kfz-Steuer Befreiung und von Vorteilen für BEV beim öffentlichen Parken.
- In allen analysierbaren Preisklassen besteht bereits eine höhere Zahlungsbereitschaft BEV vs. Verbrenner.

These: Damit diese Personen kaufen, muss zunächst die Infrastruktur ausgebaut werden.



# Visualisierung der Cluster für die Differenzierung der Käufer von E-Autos GEBRAUCHTWAGENKÄUFER



Zielgruppe:

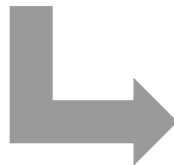
Gebrauchtwagenkäufer mit niedrigerem Haushaltsnettoeinkommen (< 2.000 €)

Größe der Zielgruppe:

14 % aller Personen in Deutschland, die einen PKW-Führerschein haben, aktiv Autofahren (mind. 10 Tage pro Jahr), (Mit-) Entscheider beim Autokauf sind, eine grundsätzliche Anschaffungsabsicht für ein Auto haben und BEVs nicht komplett ablehnen.

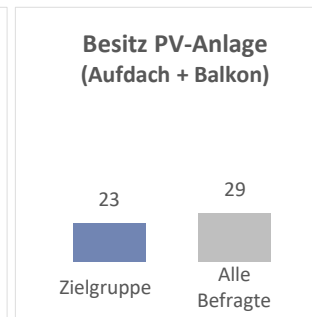
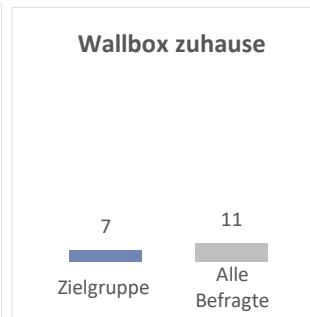
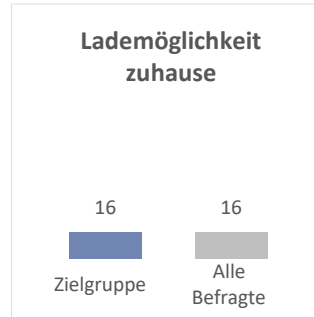
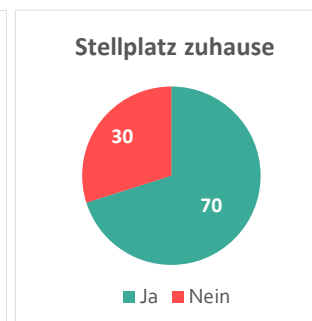
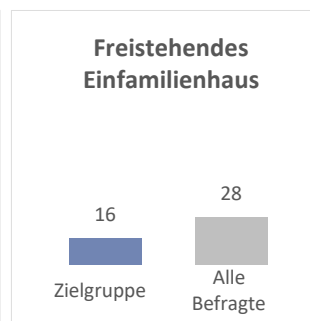
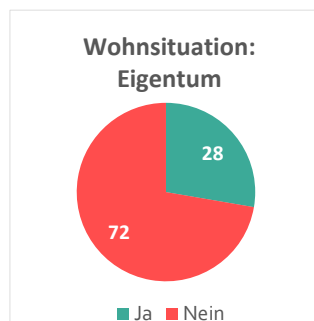
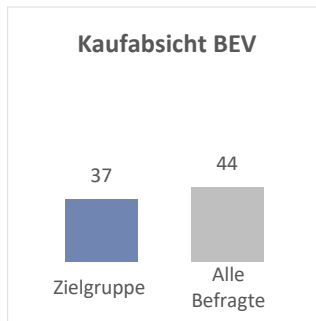
Die entspricht ca. 4,5 Mio. Einzelpersonen in Deutschland.

These: Werden im nächsten Schritt nicht erreicht, da kein entsprechendes Angebot auf dem Markt vorhanden.



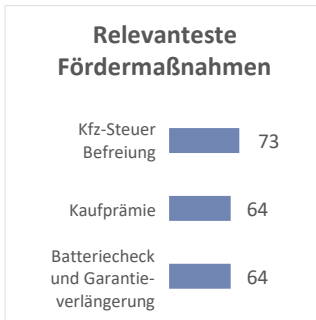
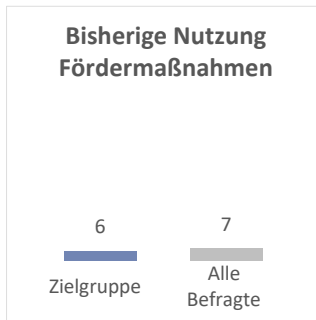
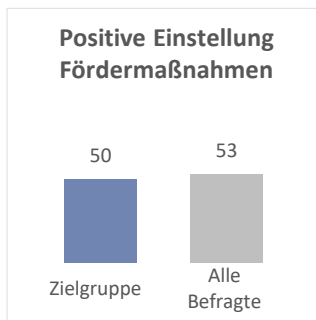
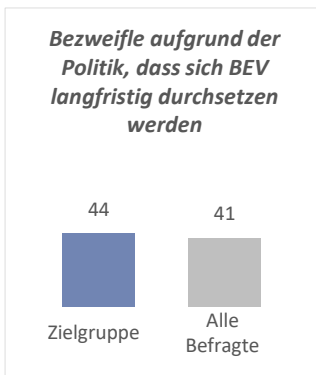
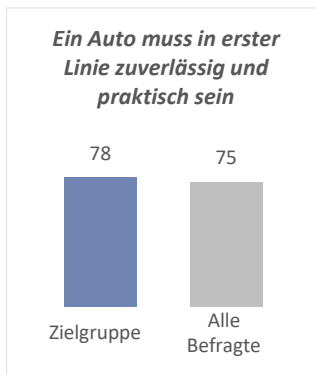
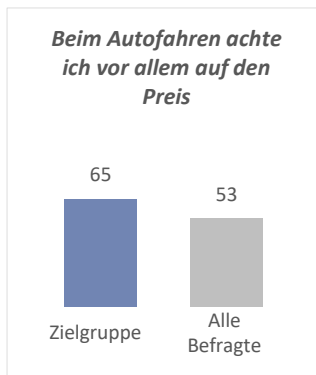
Wird die These durch die Studienergebnisse bestätigt oder widerlegt?

These: Werden im nächsten Schritt nicht erreicht, da kein entsprechendes Angebot auf dem Markt vorhanden.



Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=412) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Gebrauchtwagenkäufer (n=1.781)  
 Werte in %

These: Werden im nächsten Schritt nicht erreicht, da kein entsprechendes Angebot auf dem Markt vorhanden.



## Zahlungsbereitschaften - BPTO

Preisklassen	Höhere Zahlungsbereitschaft für BEV
unter 10.000 Euro (n=141)	✗ - 34%
10.000 bis unter 20.000 Euro (n=161)	✗ - 12%
20.000 bis unter 30.000 Euro (n=78)	✗ - 5%
30.000 bis unter 40.000 Euro (n=25)	✓ + 2%
40.000 bis unter 50.000 Euro (n=4)	
50.000 bis unter 60.000 Euro (n=3)	
60.000 bis unter 80.000 Euro (n=0)	
Über 80.000 Euro (n=0)	

Geringe Fallzahlen

Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=412) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Gebrauchtwagenkäufer (n=1.781)  
Werte in %

- Eine Gruppe mit kaum aktuellen BEV-Besitz (1%), aber 37% können sich vorstellen, sich einen BEV zu kaufen.
- Im Mittel wird der nächste gekaufte Gebrauchtwagen innerhalb dieser Gruppe rund 17.000 € kosten.
- Anteil Eigentum unterdurchschnittlich (28% vs. allgemein 46%), genauso wie der Anteil an freistehenden Einfamilienhäusern (16% vs. 28%).
- Stellplatz bei rund 70% vorhanden, aber Lademöglichkeiten zuhause sind in 16% der Fälle da. Auch die Wallbox ist mit 7% der Haushalte nur unterdurchschnittlich vorhanden.
- Es handelt sich hierbei um eine preisaffine Gruppe, die vor dem Hintergrund der aktuellen Politik Zweifel an der Elektromobilität hat.
- Es besteht eine durchschnittlich positive Einstellung gegenüber Fördermaßnahmen (50% vs. 53%). In dieser Gruppe haben die Kfz-Steuer Befreiung und die Kaufprämie die höchste Relevanz, gefolgt vom Batteriecheck und der Garantieverlängerung für Gebrauchte.
- In allen den Preisklassen bis 30.000 € besteht für den BEV eine geringere Zahlungsbereitschaft als für den Verbrenner. Diese Lücke könnten Fördermaßnahmen füllen.

These: Werden im nächsten Schritt nicht erreicht, da kein entsprechendes Angebot auf dem Markt vorhanden.

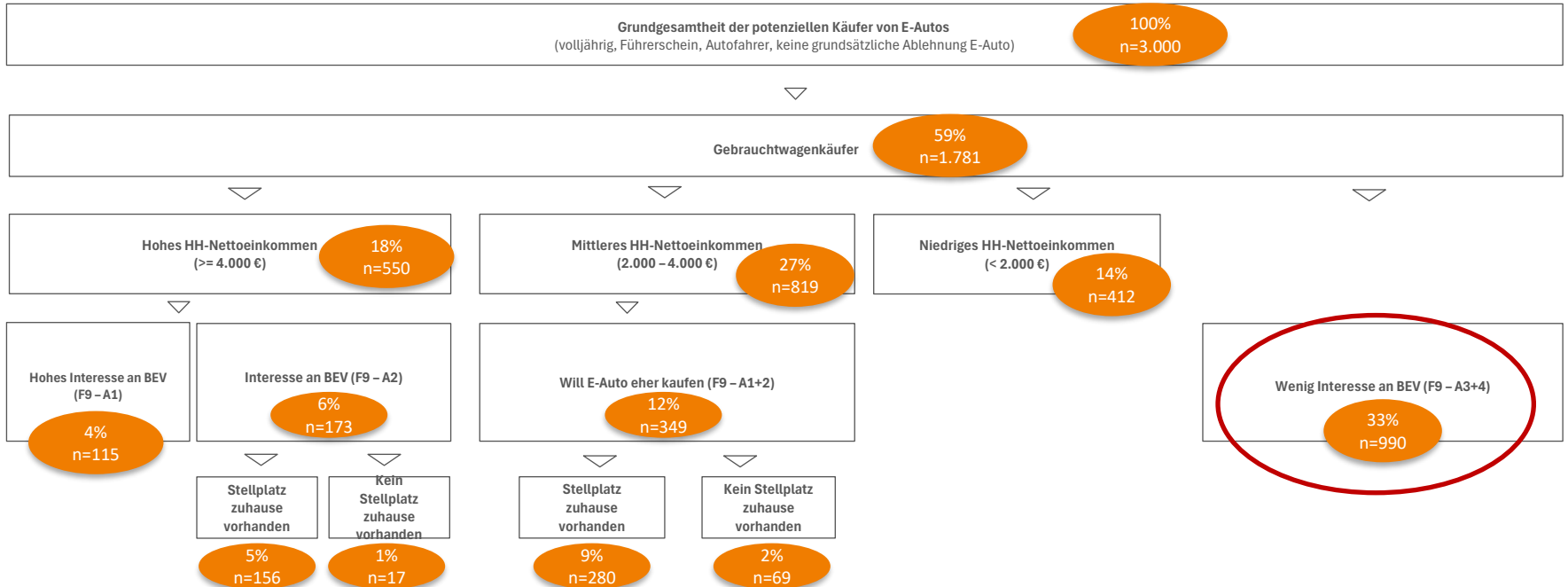


**THESE NICHT  
BESTÄTIGT**



In den relevanten Preisklassen bis 30.000 € sind mittlerweile BEV-Angebot vorhanden. Generelle Vorbehalte gegenüber E-Mobilität könnten mit gezielten Fördermaßnahmen ausgeglichen werden.

# Visualisierung der Cluster für die Differenzierung der Käufer von E-Autos GEBRAUCHTWAGENKÄUFER



Zielgruppe:

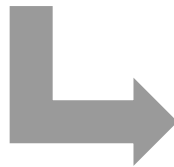
Gebrauchtwagenkäufer mit wenig Interesse an BEV

Größe der Zielgruppe:

33 % aller Personen in Deutschland, die einen PKW-Führerschein haben, aktiv Autofahren (mind. 10 Tage pro Jahr), (Mit-) Entscheider beim Autokauf sind, eine grundsätzliche Anschaffungsabsicht für ein Auto haben und BEVs nicht komplett ablehnen.

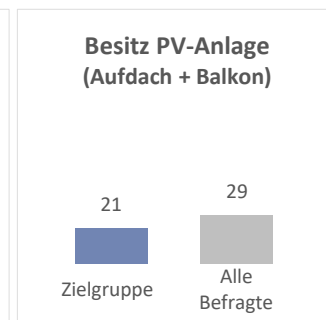
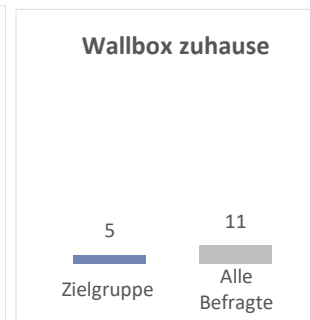
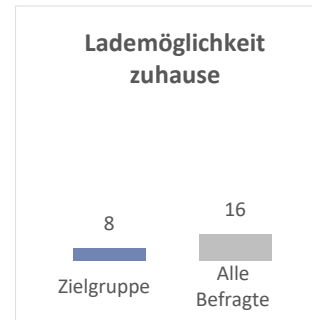
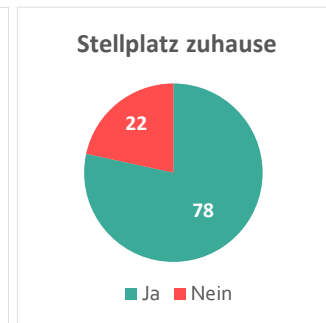
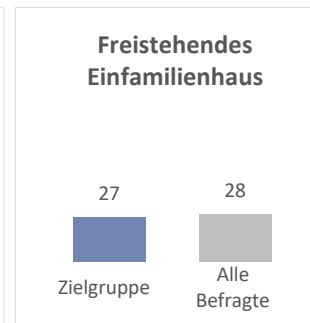
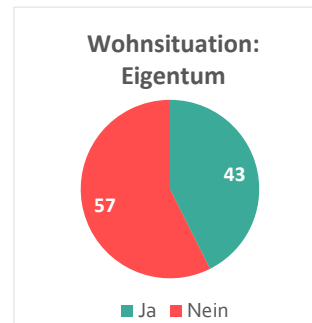
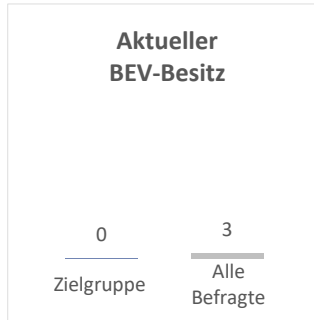
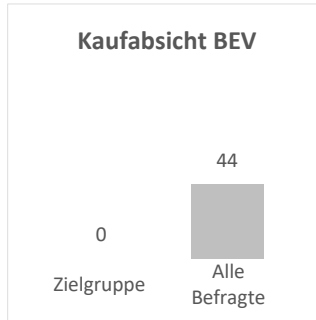
Die entspricht ca. 10,6 Mio. Einzelpersonen in Deutschland.

These: Diese Personen werden im nächsten Schritt nicht erreicht.



Wird die These durch die Studienergebnisse bestätigt oder widerlegt?

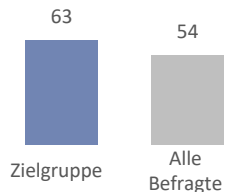
These: Diese Personen werden im nächsten Schritt nicht erreicht.



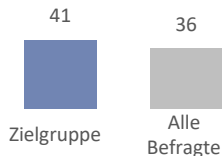
Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=990) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Gebrauchtwagenkäufer (n=1.781)  
Werte in %

These: Diese Personen werden im nächsten Schritt nicht erreicht.

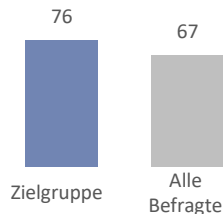
*Nicht sicher, ob BEV in ihrer Gesamtbilanz ökologisch besser als Verbrenner sind*



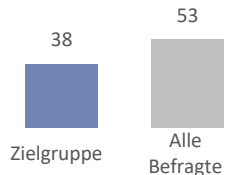
*Ich finde die Diskussion um Elektromobilität überbewertet*



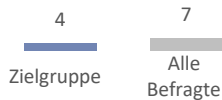
*Bin unsicher, ob ich jederzeit zuverlässig laden kann*



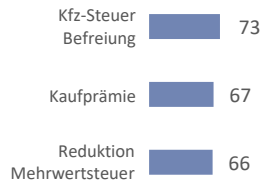
**Positive Einstellung Fördermaßnahmen**



**Bisherige Nutzung Fördermaßnahmen**



**Relevanteste Fördermaßnahmen**



**Zahlungsbereitschaften - BPTO**

Preisklassen	Höhere Zahlungsbereitschaft für BEV
unter 10.000 Euro (n=212)	✗ - 80%
10.000 bis unter 20.000 Euro (n=368)	✗ - 30%
20.000 bis unter 30.000 Euro (n=263)	✗ - 14%
30.000 bis unter 40.000 Euro (n=98)	✗ - 12%
40.000 bis unter 50.000 Euro (n=29)	✗ - 8%
50.000 bis unter 60.000 Euro (n=12)	
60.000 bis unter 80.000 Euro (n=7)	
Über 80.000 Euro (n=1)	

Geringe Fallzahlen

Basis: Nur Befragte aus der Zielgruppe (n=990) und als Benchmark die Gesamtstichprobe der Gebrauchtwagenkäufer (n=1.781)  
Werte in %

- Diese Gruppe mit keinerlei BEV-Kaufabsicht hat auch kaum BEV im aktuellen Besitz (0,5%).
- Im Mittel wird der nächste gekaufte PKW innerhalb dieser Gruppe rund 37.000 € kosten.
- Eigentumsanteil und der Anteil mit Stellplatz zuhause nicht auffällig.
- Allerdings ist der Anteil mit einer Lademöglichkeit, und hier insbesondere einer Wallbox, im Vergleich deutlich unterdurchschnittlich.
- Diese Gruppe zeichnet eine kritische Haltung gegenüber der Elektromobilität aus.
- Dies spiegelt sich auch in der verhaltenen Einstellung gegenüber Fördermaßnahmen wider: nur 38% haben eine positive Einstellung gegenüber Fördermaßnahmen. Auch bei der bisherigen Nutzung von Fördermaßnahmen haben wir es hier mit der schwächsten Gruppe zu tun.

These: Diese Personen werden im nächsten Schritt nicht erreicht.



## G | Zwischenfazit – Detailanalysen Zielgruppen - Gebrauchtwagenkäufer

---

Die Gebrauchtwagenkäufer stehen generell der Elektromobilität kritischer gegenüber. Dies zeigt sich in den allgemein niedrigeren Bewertungs- und Kaufbereitschaftsniveaus im Vergleich zu den Neuwagenkäufern.

Trotzdem besitzt auch der Gebrauchtwagenmarkt Chancen für die Elektromobilität:

- **Obere Einkommensgruppen:**  
Fokus auf attraktive verfügbare BEV-Gebrauchtwagen im mittleren Preissegment (rund 31.000 €). Fördermaßnahmen rund um die Ladeinfrastruktur (z.B. Wallbox) wirken aktivierend.
- **Mittlere Einkommensgruppen:**  
BEV-Affinität und eine gute Förderakzeptanz sind vorhanden. Aber bei Personen ohne Stellplatz besteht ein fehlendes Vertrauen in die öffentliche Ladeinfrastruktur.  
Gezielte Fördermaßnahmen (z.B. Kaufprämie oder Kfz-Steuerbefreiung) sind starke Hebel, aber der öffentliche Infrastrukturausbau ist zwingend notwendig, um BEV-Kaufbereitschaft in tatsächliche Käufe umzuwandeln.
- **Niedrigere Einkommensgruppen:**  
Preisbewusst und politisch skeptischer gegenüber E-Mobilität.  
Diese Gruppe erfordert bezahlbare BEV-Gebrauchtwagenmodelle und gezielte Fördermaßnahmen.
- **Gruppen mit geringem BEV-Interesse:**  
Auch bei Gebrauchtwagen eine Gruppe mit kritischer Haltung zur Elektromobilität, kaum mit aktueller BEV-Nutzung, wenig Umweltorientierung. Kurzfristig nicht erreichbar.

A

Studiendesign

B

Akzeptanz BEV

C

Stellplätze und Lademöglichkeiten

D

Einstellungen und Werte

E

Bewertung Fördermaßnahmen

F

Detailanalysen Zielgruppen - Neuwagenkäufer

G

Detailanalysen Zielgruppen - Gebrauchtwagenkäufer

H

Management Summary

# H | Management Summary

---

- Elektromobilität erreicht die Breite der Bevölkerung:  
Fast die Hälfte der Befragten zieht beim nächsten Fahrzeugkauf ein BEV in Betracht.
- Ladeinfrastruktur ist ein Schlüsselfaktor:  
Ein vorhandener Ladepunkt zuhause oder auch bei der Arbeit ist der stärkste Treiber für BEV-Kaufbereitschaft. Deutlich wichtiger als Alter, Bildung oder Einkommen.
- Offenheit trifft auf Unsicherheit:  
Elektromobilität wird als klimafreundlich und praktikabel wahrgenommen, aber hohe Kosten, Zweifel an der Technik und der öffentlichen Ladeinfrastruktur bremsen den Umstieg.
- Fördermaßnahmen wirken:  
Finanzielle Förderungen wie Kaufprämien, Kfz-Steuerbefreiungen und Mehrwertsteuerreduktionen sind die klar attraktivsten Hebel.
- Die Preisklasse des Fahrzeugs ist ein zentral wichtiger Punkt:  
Bei Neuwagen macht bereits eine Förderung unterhalb von 40.000 € Sinn. Unterhalb von 30.000 € ist die Förderung unerlässlich.
- Gebrauchtwagenmarkt schwierig, aber mit Potenzial:  
Käufer sind insgesamt zurückhaltender und preisbewusster als Neuwagenkäufer, zeigen in Teilen aber klare Aufgeschlossenheit gegenüber BEVs. Entscheidend sind bezahlbare Angebote im mittleren Preissegment und ein Vertrauensaufbau in die öffentliche Ladeinfrastruktur.
- Eine einkommensorientierte Förderung ist notwendig:  
Besonders mittlere Einkommen reagieren positiv auf Fördermaßnahmen. Niedrigere Einkommen benötigen noch stärkere finanzielle Einstiegshilfen.



**INNOFACT AG**  
Neuer Zollhof 3  
40221 Düsseldorf

**Karsten Polthier**  
k.polthier@innofact.com  
Tel: +49 211 / 86 20 29 - 0

**Tomislav Djoja**  
t.djoja@innofact.com  
Tel: +49 211 / 86 20 29 - 238

**Maximilian Knaup**  
m.knaup@innofact.com  
Tel: +49 211 / 86 20 29 - 280