

Renault ist bekanntester Elektroautohersteller

Mit rund 32 Prozent der Nennungen ist Renault mit deutlichem Abstand die bekannteste Marke für Elektrofahrzeuge, weit vor allen anderen Wettbewerbern. Dies geht aus einer Verbraucherumfrage der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) hervor, die Renault in Auftrag gab. Vor allem die jüngeren E-Auto-Fans äußern klare Vorlieben: Der Twizy ist in der Altersklasse von 25 bis 44 Jahren bei Probefahrten die erste Wahl. Der agile Zweisitzer ist mit mehr als 2400 Zulassungen seit seinem Marktstart im April 2012 das meistgefragte Elektromodell in Deutschland.

Laut der GfK-Umfrage mit mehr als 1000 Teilnehmer haben sich bereits knapp 60 Prozent der Autofahrer intensiv mit dem Thema Elektromobilität befasst. Dabei steigt das Interesse mit zunehmendem Alter: Sind es in der Gruppe der 25- bis 34-jährigen erst rund 54 Prozent, so steigt das Interesse bei den 45- bis 59-jährigen schon auf knapp 63 Prozent.

Elektroautos bereiten in der Praxis Fahrspaß. Besonders die spritzige Beschleunigung aus dem Stand und die gleichmäßige Leistungsentfaltung werden von den Befragten gelobt, die über eine persönliche Fahrerfahrung verfügen. Überraschende Kritik: Frauen empfanden gelegentlich die fehlenden Motorengeräusche als negativ.

Die GfK-Studie unterstreicht darüber hinaus die wesentliche Bedeutung der flächendeckenden Infrastruktur mit Ladepunkten, um dem Elektroauto in Deutschland zum Durchbruch zu verhelfen: Jeder zweite Teilnehmer nennt ein dichtes Netz von Ladestationen als Voraussetzung für den Kauf eines Elektroautos. Erst danach zählen günstige Anschaffungspreise auf dem Niveau vergleichbarer Fahrzeuge mit Verbrennungsmotor sowie die alltagstaugliche Batteriereichweite zu den wichtigsten Kaufkriterien.

Den Besitz eines Elektroautos würde sich jeder zweite Befragte durchaus etwas kosten lassen: Die Hälfte der Teilnehmer ist bereit, mehr als 25 000 Euro auszugeben. Gründe für den Wechsel vom konventionellen Antrieb auf Batteriekraft sind vor allem Umweltaspekte und der Wunsch nach nachhaltiger Mobilität. Für jüngere Zielgruppen

steht darüber hinaus auch der Kostenaspekt im Vordergrund: Für sie sind die geringen Betriebs- und „Kraftstoff“-Kosten ein Argument für den Kauf eines Elektrofahrzeugs.

Die meisten sehen Elektrofahrzeuge derzeit noch als sinnvolle Ergänzung für ihr Mobilitätsbedürfnis und als umweltschonenden sowie praktischen Zweitwagen.

(ampnet/deg)