

# Aral Studie.

Trends beim Autokauf 2021





# Inhalt

Vorwort.....	04
Methodik und Ergebnisse .....	05
Kaufabsicht in den nächsten 18 Monaten.....	06
Die Marke des nächsten Autos.....	08
Umweltimage der Hersteller .....	10
Wahl der Karosserieform .....	12
Farbe des nächsten Autos.....	13
Gewünschte Ausstattung des nächsten Autos.....	14
Bezahlungsart und Rabatt beim Autokauf.....	16
Gründe für das neue Auto.....	17
Antriebsenergie des nächsten Autos.....	18
Maßnahmen zur Schadstoffreduzierung .....	20
CO <sub>2</sub> -Vermeidungspotenzial .....	22
Ende des Verbrenners.....	23
Akzeptanz von Elektroautos .....	24
Mindestreichweite, maximale Ladedauer und Erst- oder Zweitwagen.....	25
Mehrpreis für Elektroautos .....	26
Elektromobilität: eigene Erfahrung und Ladeinfrastruktur .....	27
Erwartete Hindernisse für die Elektromobilität.....	28
Nutzung verschiedener Verkehrskonzepte und Car-Sharing .....	29
Autonomes Fahren.....	30
Das Wunschauto des Jahres 2021 und die Trends für die nächsten 18 Monate .....	32
Antriebsenergien bei Neuzulassungen .....	33
Zusammenfassung.....	34

# Vorwort



Liebe Leserinnen und Leser, die Automobilindustrie steckt mitten im vielleicht größten Transformationsprozess ihrer Geschichte.

Neue Mobilitätskonzepte sind nicht nur aufgrund der immer strengeren gesetzlichen Vorgaben zur Emissionsreduzierung gefragt. Auch die Corona-Pandemie und die damit verbundenen Einschränkungen haben den Autohandel vor große Herausforderungen gestellt. Umso wichtiger sind die Markenpflege und das Bild, das potenzielle Autokaufende von einer Marke oder einem Fahrzeugmodell haben.

Denn der Autokauf ist für viele Konsumenten eine der wichtigsten Investitionsentscheidungen und wird von unterschiedlichen Faktoren beeinflusst: Harte Fakten wie der Kaufpreis oder das gewünschte Antriebssystem bestimmen ebenso die Kaufentscheidung wie weiche Faktoren, die eher von subjektiven Empfindungen geleitet werden.

Seit 2003 liefert die Aral Studie „Trends beim Autokauf“ Antworten auf die Fragen, welche Interessen und Argumente demnächst das Gespräch zwischen Autohandel und Kaufenden bestimmen werden. Im Mittelpunkt stehen dabei wie immer die private Pkw-Nutzung, das Kaufinteresse und die Kaufabsichten in den kommenden 18 Monaten.

Dabei deckt vor allem die langfristige Betrachtung oft aufschlussreiche Entwicklungen auf. Denn seit der Ersterhebung wiederholen sich beispielsweise die Fragen zur bevorzugten Marke, zu den Präferenzen bei der Kaufentscheidung oder zu Rabatterwartungen. Die Ergebnisse zeigen oft, dass in einigen

Teilbereichen Trends kommen und gehen, in anderen Segmenten aber eine erstaunliche Kontinuität das Kaufverhalten prägt.

Die im März 2021 erhobenen Daten werfen ein Schlaglicht auf die aktuelle Marktsituation und die Erwartungshaltung, mit der potenzielle Autokaufende dem Autohandel begegnen und welche Wünsche sie mitbringen. Der Autokauf bildet somit deutlich mehr als eine Konsumententscheidung ab, er ist immer auch ein vom Zeitgeist getriebenes Stimmungsbild der Gesellschaft. Es erwarten Sie spannende Fakten zu vielen Themenbereichen wie Antriebsart – Verbrenner, Hybrid oder E-Fahrzeug, Mehrkosten für E-Autos oder auch zur Reichweitenerwartung.

Die Studie erlaubt keinen Aufschluss darüber, ob die damals herrschenden Corona-Einschränkungen Einfluss auf die Ergebnisse hatten. Die Konstanz in einigen Bereichen legt jedoch den Schluss nahe, dass längst nicht alle Antworten von Corona beeinflusst wurden – was die Zahlen eindeutig belegen: Die Lust auf ein neues Auto ist ungebrochen.

Viel Spaß bei der Lektüre wünscht Ihnen

Ihr

Patrick Wendeler,  
Vorstandsvorsitzender der Aral AG



# Methodik und Ergebnisse

## Methodik

In der Zeit vom 7. bis zum 16. März 2021 wurden insgesamt 1.000 Interviews geführt. Die Auswahl der Studienteilnehmenden erfolgte als repräsentative Stichprobe von Autofahrenden bundesweit nach Postleitzahlgebieten. Um statistisch belastbarere Aussagen zu treffen, umfasst die Basis der angehenden Neuwagenkaufenden 300 Personen. Insgesamt wurden mehr als 40 Fragen zu den Themen Fahrzeugnutzung, Zufriedenheit, Ansprüche und Kaufabsichten gestellt. Die Studie gibt das Meinungsbild der Befragten wieder und analysiert die zugrundeliegenden Motive. Mit der Durchführung der Befragung und Auswertung der Ergebnisse wurde wie bereits in den Vorjahren die IfA Marktforschung Bremer + Partner GmbH beauftragt.

## Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Zweithöchstes Kaufinteresse in der Geschichte der „Trends beim Autokauf“: 40% der befragten Personen können sich vorstellen, in den kommenden 18 Monaten ein anderes Auto zu kaufen. Nur im Jahr

2017 lag das generelle Kaufinteresse noch einen Prozentpunkt höher. Davor pendelte der Anteil zwischen 18 und 26%.

Bei der Markenwahl lösen Volkswagen und Audi den 2019er-Spitzenreiter BMW ab. Dahinter folgt Mercedes, während ehemalige Volumenmarken wie Ford und Opel sich inzwischen auf einem Niveau mit Škoda und Tesla bewegen.

Beim Thema Umweltschutz ist Tesla der Konkurrenz enteilt. Die Mehrheit der Teilnehmenden beschreibt die Elektromarke als „umweltfreundlich“. Dieses Attribut schreibt nur jeder Fünfte auch BMW, Audi oder Volkswagen zu.

Beim Fahrzeugwerb erwarten die potenziellen Autokaufenden einen Rabatt von 15%. Wird dieses Nachlass-Niveau nicht erreicht, droht dem Autohandel stärker als je zuvor die Abwanderung zu einer anderen Marke.

Bei der Wahl der bevorzugten Antriebsart haben konventionelle Antriebe die klare

Führung vergangener Jahre verloren. Inzwischen ziehen fast ebenso viele Kaufinteressierte ein Hybrid- oder Elektrofahrzeug in Erwägung.

Ein schnelles Ende des Verbrenners sehen die Teilnehmenden trotzdem nicht. Rund jeder Sechste gibt an, dass der klassische Verbrenner nie ganz verschwinden wird. Auch ein gesetzliches Verbot ist für viele zumindest kurz- bis mittelfristig nicht in Sichtweite.

Beim Thema Elektromobilität steigen die Anforderungen an die Alltagstauglichkeit. Das drückt sich unter anderem bei der erwarteten Reichweite und Ladedauer aus. Dafür werden aber auch höhere Zusatzausgaben immer häufiger akzeptiert.

---

Weitere Informationen sowie ausführliche Grafiken finden Sie unter: [aral.de/presse](https://www.aral.de/presse)

# Kaufabsicht in den nächsten 18 Monaten.

Kaufinteresse so groß wie selten –  
Neuwagen rücken wieder stärker in den Fokus.



## Kauflust statt Corona-Blues: 40 % der befragten Personen können sich vorstellen, in den kommenden 18 Monaten ein anderes Auto zu kaufen.

Das ist der zweithöchste Wert, der seit der Ersterhebung der Studie im Jahr 2003 ermittelt wurde. Nur im Jahr 2017 lag das generelle Kaufinteresse noch einen Prozentpunkt höher. Zum Vergleich: Zwischen 2003 und 2013 bewegte sich der Anteil derer, die sich für einen anderen Wagen interessierten, nur in einem vergleichsweise schmalen Korridor zwischen 18 und 26 %.

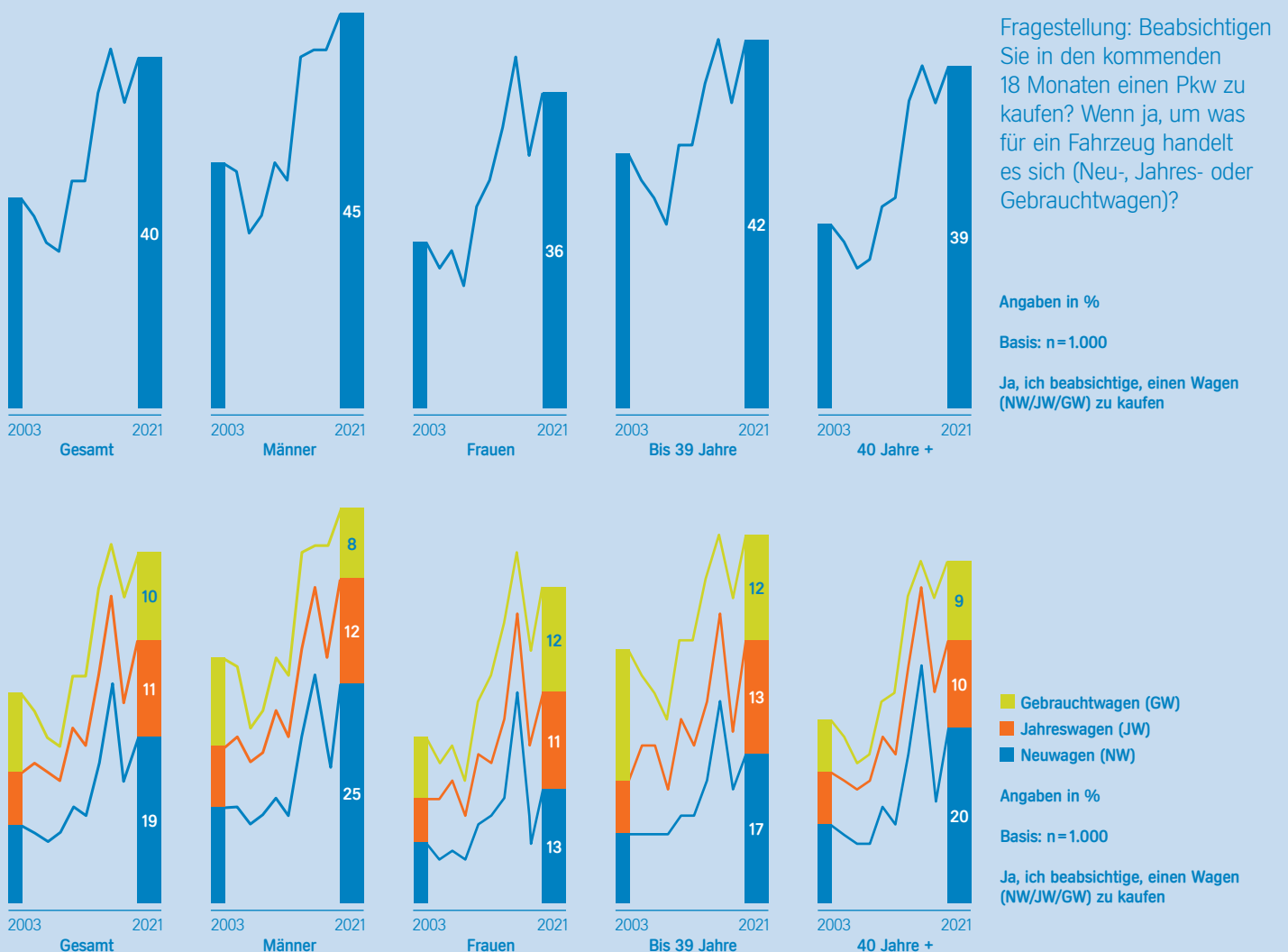
Deutliche Veränderungen belegt die Studie nicht nur beim generellen Kaufinteresse, sondern auch bei der Frage, ob das nächste Auto ein Neu-, Jahres- oder Gebrauchtwagen sein soll. Während bei der Vorgängerstudie aus dem Jahr 2019 die Teilnehmenden noch nahezu gleich häufig

einen Neuwagen oder einen Gebrauchtwagen auf dem Einkaufszettel hatten, gibt es jetzt einen klaren Favoriten: 19 % der Kaufinteressierten wünschen sich einen Neuwagen – das entspricht einem deutlichen Zuwachs von 5 Prozentpunkten gegenüber der Erhebung des Jahres 2019. Dagegen sinkt das Interesse an einem Gebrauchtwagen von 12 auf jetzt 10 %. Somit bleibt dem Gebrauchtwagen nur noch Rang 3 auf der Prioritätenliste, da 11 % der Teilnehmenden demnächst einem Jahreswagen den Vorzug geben wollen.

Getragen wird das insgesamt hohe Kaufinteresse vor allem von den Männern. Von ihnen beschäftigen sich derzeit 45 %

mit der Anschaffung eines anderen Autos. Bei den Frauen ist das bei 36 % der Fall. Die Männer sind es auch, die überdurchschnittlich häufig einem fabrikneuen Fahrzeug den Vorzug geben wollen. Jeder vierte Mann möchte gerne Erstbesitzer sein. Bei den Frauen beträgt dieser Anteil nur 13 %. Hier liegen Gebrauchtwagen (12 %) und Jahreswagen (11 %) nahezu gleichauf.

Während sich das Kaufinteresse in den untersuchten Altersgruppen kaum unterscheidet, hat die Wohnsituation eine große Auswirkung auf die Art des gewünschten Autos. 22 % der Autofahrenden aus dem städtischen Umfeld wollen sich einen Neuwagen zulegen. Bei Befragten mit Wohnsitz am Stadtrand sinkt dieser Anteil auf 16 % und bei der Landbevölkerung sind es nur noch 8 %. In ländlich geprägten Gebieten steht ein Gebrauchter mit einem Anteil von 10 % sogar am häufigsten auf der Einkaufsliste.





# Die Marke des nächsten Autos.

VW zurück auf Platz 1, zusammen mit Audi – Weiterer Bedeutungsrückgang für Opel.

Enges Rennen an der Spitze: Stand BMW bei der Befragung aus dem Jahr 2019 ganz oben in der Gunst der Kaufinteressierten, reicht nun ein kleiner Rückgang von 14 auf jetzt 13 %, um die Pole-Position einzubüßen. Ganz oben in der Markenwahl stehen nun Audi und Volkswagen mit jeweils 14 %. Während bei Audi der Zuwachs mit 2 Prozentpunkten eher moderat ausfällt, gewinnt Konzernmutter Volkswagen kräftig. Die Wolfsburger legen 5 Prozentpunkte zu und haben damit das historische Tief aus dem Jahr 2019 überwunden. Von der Stärke vergangener Jahre ist das Unternehmen dennoch weit entfernt, denn im Jahr 2009 wollte noch fast jeder vierte Autofahrende in Deutschland ein Auto der Marke VW kaufen. Hinter dem Spitzentrio folgt Mercedes mit einem

Anteil von 8 %, was einen Rückgang von 2 Prozentpunkten bedeutet.

Ehemalige Volumenmarken sind von diesen Werten deutlich entfernt. Während Ford ein kleines Plus von einem Prozentpunkt verbucht und 5 % der Kaufinteressierten auf sich vereint, setzt sich der Bedeutungsrückgang von Opel ungebremst fort. Nur noch 3 % der Teilnehmenden planen, ein Auto der Marke zu kaufen. Damit liegt Opel inzwischen hinter Škoda und Tesla mit jeweils 4 %. Auf diesem Niveau bewegen sich auch die japanischen und französischen Importeure. Autos aus Italien fristen nur noch ein Nischendasein (2 %).

Die Rückkehr in die Spitzengruppe bei der Markenwahl hat Volkswagen vor allem

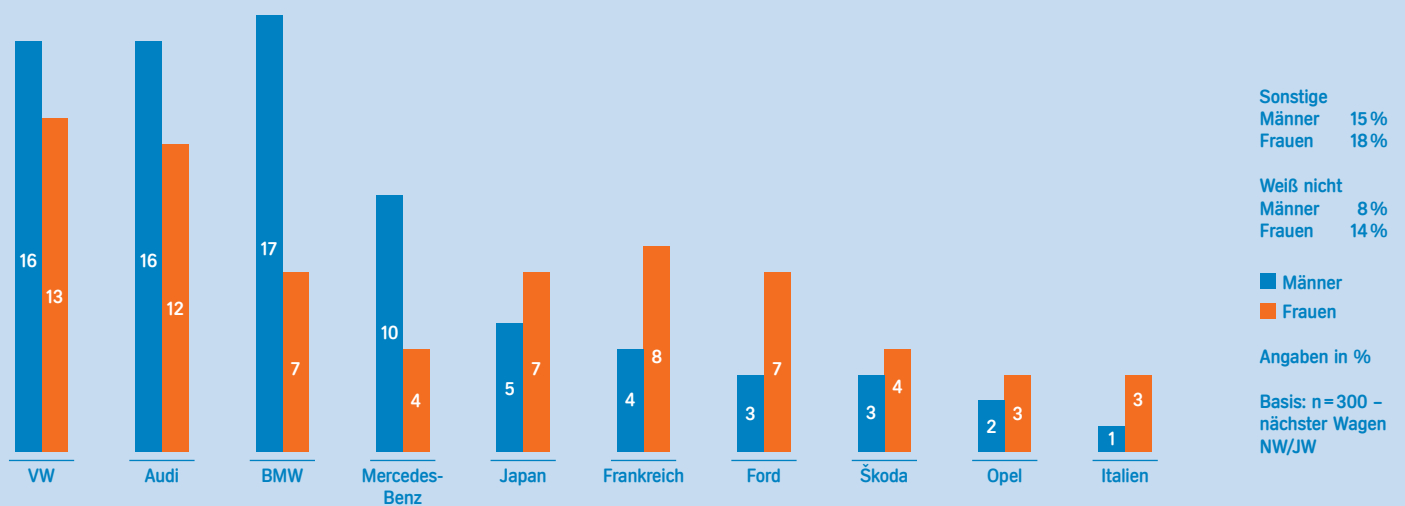
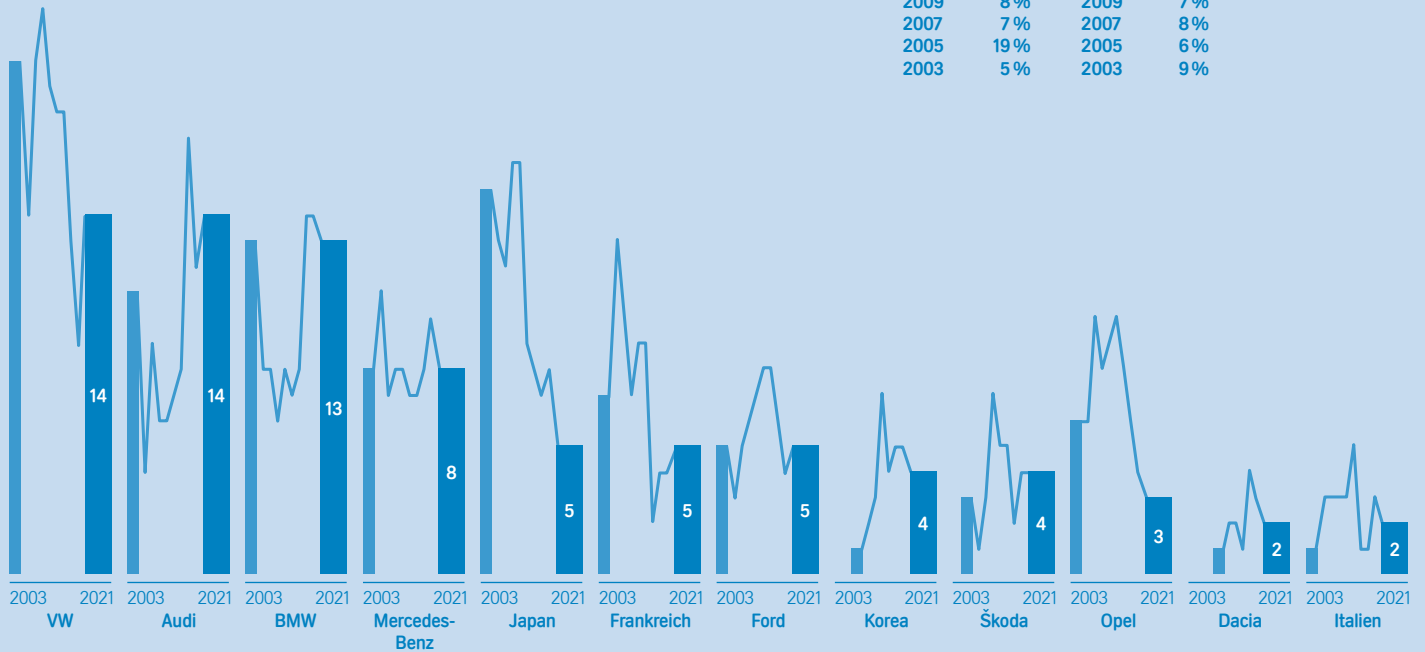
den älteren Kaufinteressierten zu verdanken. Vor zwei Jahren hegten nur 8 % der über 40-Jährigen konkrete Kaufpläne, jetzt hat sich dieser Anteil auf 17 % mehr als verdoppelt. Bei den unter 40-Jährigen fällt der Zuwachs von 9 auf 12 % wesentlich geringer aus. Bei den über 40-Jährigen interessieren sich vor zwei Jahren noch 12 % für ein Fahrzeug von Mercedes, jetzt sinkt dieser Anteil auf 7 %.

Die Wohnsituation als demografischer Unterscheidungsfaktor zeigt vor allem bei BMW und Ford große Unterschiede. Der typische BMW-Kaufende wohnt in der Stadt oder am Stadtrand (jeweils 13 % Kaufinteresse), während bei der Landbevölkerung nur 5 % diese Marke in Betracht ziehen. Dort hat Ford hingegen eine treue Klientel mit 11 %.



Fragestellung: Von welcher Marke wird Ihr nächster Pkw voraussichtlich sein?

Sonstige		Weiß nicht		Angaben in %
2021	11 %	2021	10 %	Basis: n=300 – nächster Wagen NW/JW
2019	7 %	2019	13 %	
2017	7 %	2017	7 %	
2015	7 %	2015	15 %	
2013	6 %	2013	0 %	
2011	10 %	2011	0 %	
2009	8 %	2009	7 %	
2007	7 %	2007	8 %	
2005	19 %	2005	6 %	
2003	5 %	2003	9 %	



Frauen häufiger an Importautos interessiert, Männer eher an BMW und Mercedes.

An aerial photograph showing a dark asphalt road with double yellow lines curving through a lush, dense forest. The trees are in various shades of green and yellow, suggesting a mix of species and possibly some autumnal tints. The road is bordered by a white line on the outside edge.

# Umweltimage der Hersteller.

Umweltfreundlich? Tesla und dann lange nichts – BMW, Audi und VW folgen mit deutlichem Abstand.

Lassen sich Umweltschutz und individuelle Mobilität in Einklang bringen? Immer mehr Autofahrende meinen, dass das funktioniert.

Denn der Anteil derer, die eine oder mehrere Automarken als „umweltfreundlich“ bezeichnen, wächst. Inzwischen gehören 45 % der Teilnehmenden zu dieser Gruppe. Vor zwei Jahren waren es mit 37 % deutlich weniger. Damit setzt sich ein Trend aus dem Jahr 2015 fort. Damals markierte eine Zustimmungsrate von 31 % den bisherigen Tiefpunkt. Aktuell stuft bei den Männern und der jüngeren Altersgruppe sogar eine Mehrheit eine oder mehrere Marken als „umweltfreundlich“ ein.

Im Detail zeigt sich jedoch, dass längst nicht alle Marken gleichermaßen profitieren. Denn Tesla hat sich in diesem Bereich fast ein Alleinstellungsmerkmal gesichert. 52 % halten den Elektrofahrzeug-Hersteller für „umweltfreundlich“. Das ist auf hohem Niveau ein erneutes Plus von 2 Prozentpunkten gegenüber der Vorgängerstudie. Dahinter klafft eine Lücke von mehr als 30 Prozentpunkten, denn nur jeder fünfte Autofahrende meint, dass BMW, Audi und Volkswagen „umweltfreundlich“ sind. Während BMW innerhalb von zwei Jahren 2 Prozentpunkte einbüßt, verzeichnen Audi (plus 2 Prozentpunkte) und Volkswagen (plus 4 Prozentpunkte) Zuwächse. Toyota, einst mit Tesla noch auf Augenhöhe, gehört mit 19 % nur noch zum erweiterten Verfolgerfeld. Mercedes punktet nur bei 11 % der Kaufinteressierten in puncto Umweltschutz. Bei den Volumenmarken ist die Zustimmung noch geringer. Interessanter Neuzugang: Die erstmals abgefragten Newcomer Polestar und Nio schaffen es aus dem Stand auf ein ähnliches Niveau wie Opel, Ford oder Smart.



Fragestellung: Welche Automarken sind Ihrer Meinung nach umweltfreundlich?

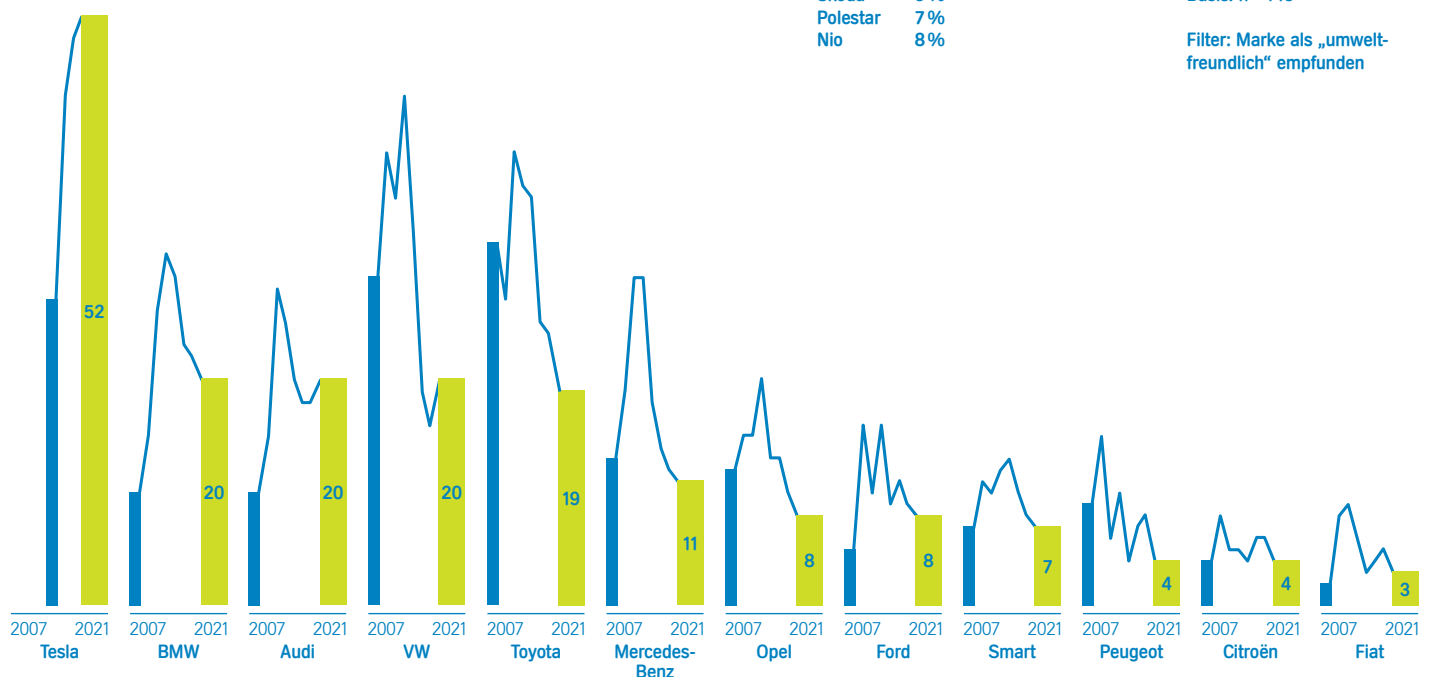
Weitere Nennungen

Renault	9%
Volvo	7%
Škoda	5%
Polestar	7%
Nio	8%

Angaben in %  
Mehrfachnennungen möglich

Basis: n = 445

Filter: Marke als „umweltfreundlich“ empfunden



# Wahl der Karosserieform.

Renaissance der Limousine – Kombi und SUVs dahinter – Kleinwagen-Anteil bleibt gering.



Von Rang 3 zurück auf Rang 1: Nachdem vor zwei Jahren die Limousine als damaliger Seriensieger bei den beliebtesten Karosserieformen den ersten Platz räumen musste, geht es jetzt genau dahin zurück. Innerhalb von zwei Jahren legt der Klassiker um 7 Prozentpunkte auf jetzt 27% zu. Dahinter landet der Kombi trotz leichter Einbußen (minus 2 Prozentpunkte) mit einem potenziellen Kaufanteil von 21% auf Platz 2. Ein wenig bergab ging es für die Karosserieform „SUV/Geländewagen“. Heute können sich noch 19% der Teilneh-

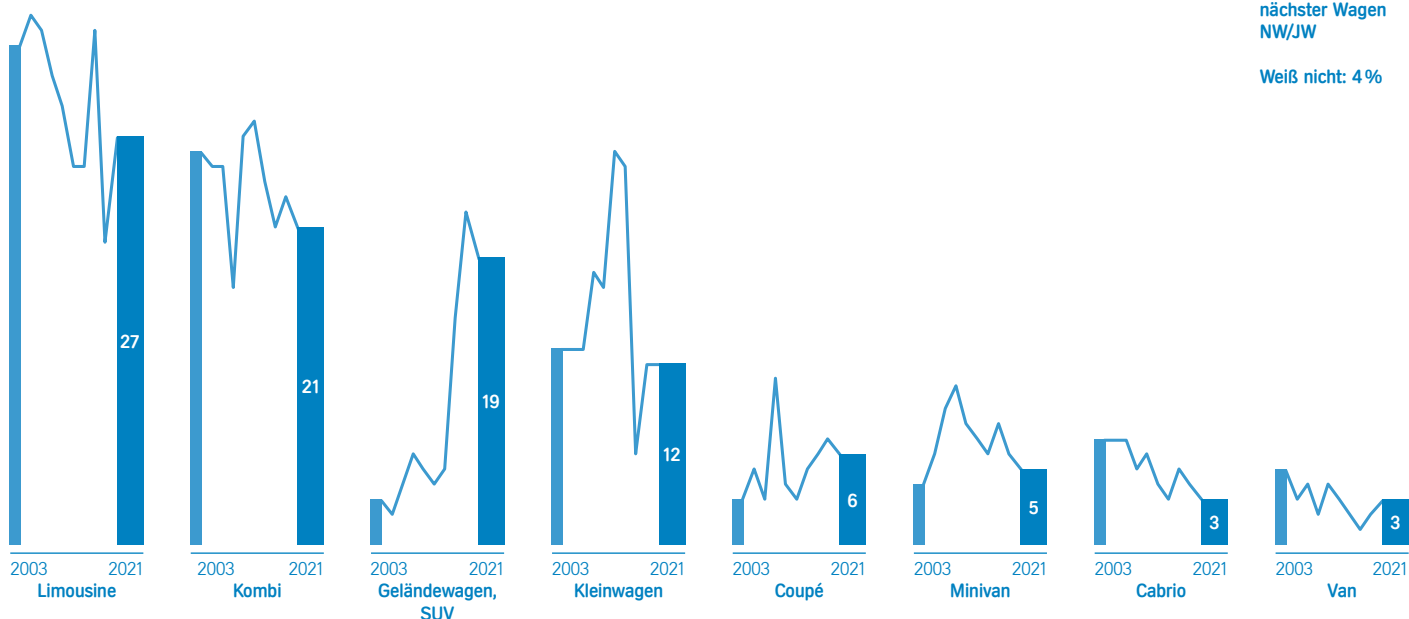
menden vorstellen, eine offroad-taugliche Variante zu wählen. Somit scharen die drei beliebtesten Karosserieformen rund zwei Drittel der Autokaufenden hinter sich.

Der Kleinwagen spielt als Alternative dazu nur eine untergeordnete Rolle. Sein Anteil stagniert bei 12% – vor sechs Jahren war dagegen noch jeder Vierte an einem Kleinwagen interessiert. Übrigens sind sich die Teilnehmenden bei dieser Frage besonders sicher: Nur 4% geben an,

dass sie noch unentschieden sind. Bei anderen Themenkomplexen ist die Unsicherheit deutlich größer.

Die Limousine als Gesamtsieger hat ihre treueste Anhängerschaft vor allem in der Stadt und am Stadtrand, während nur 11% der Teilnehmenden aus dem ländlichen Raum bei dieser Karosserieform fündig werden. Sie tendieren überdurchschnittlich oft zu Geländewagen, Kleinwagen und auch Mini-Vans.

Fragestellung: Welche Karosserieform wird Ihr nächster Wagen voraussichtlich haben?



# Farbe des nächsten Autos.

Schwarz verliert an Zustimmung und bleibt doch oben – Blau ist die Trendfarbe des Jahres.

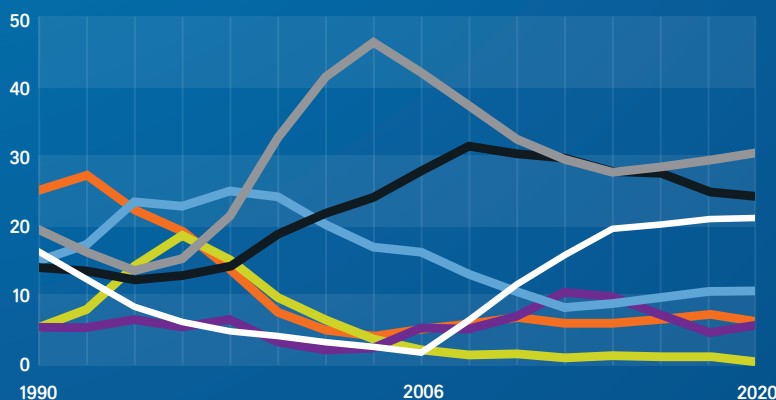
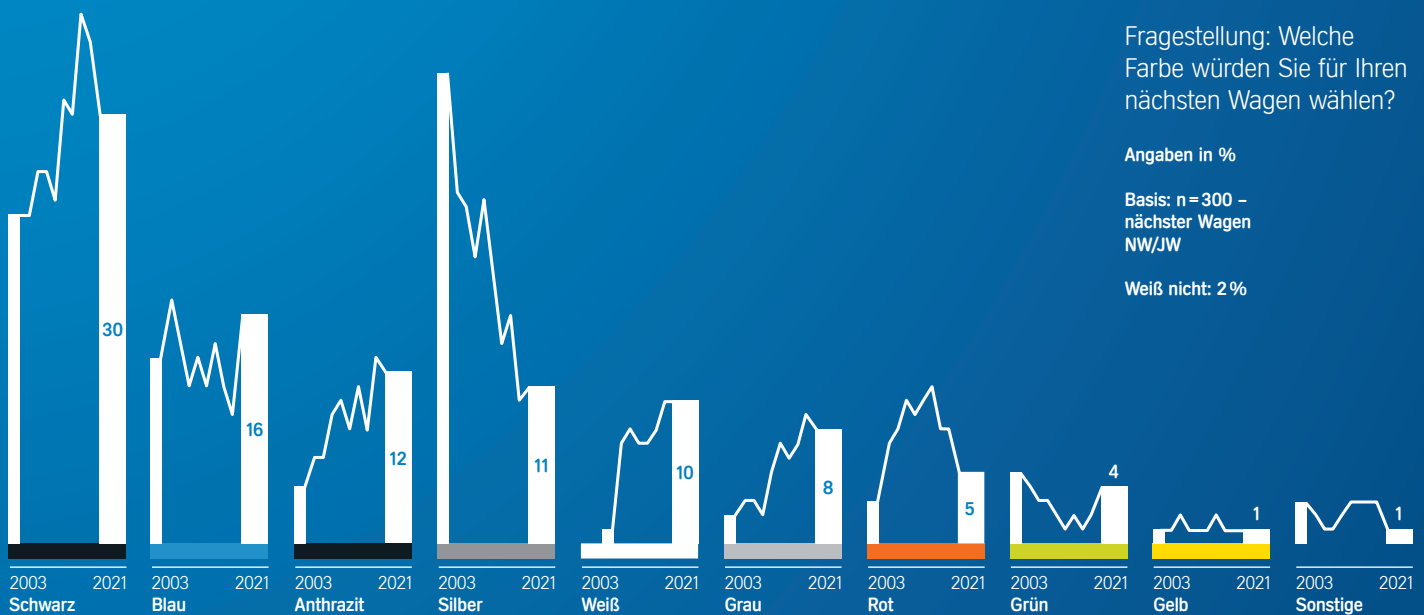
Dauersieger seit 2009: In den vergangenen 12 Jahren lag die Farbe Schwarz immer ganz oben in der Gunst der Teilnehmenden. Daran hat sich auch in der aktuellen Erhebung nichts geändert, obwohl der dezente Farbton immerhin 5 Prozentpunkte im Vergleich zur Vorgängerstudie auf jetzt 30% einbüßt. Damit liegt Schwarz jedoch immer noch deutlich vor den Folgeplätzen. Die Nummer 2 der Hitliste der beliebtesten Lackierungen belegt jetzt Blau. Dafür

sorgt ein deutliches Plus von 7 Prozentpunkten auf jetzt 16%. Dagegen ging es für Anthrazit um einen Prozentpunkt auf 12% bergab, während sich mit 11% annähernd der gleiche Anteil auch für Silber interessiert. Apropos Silber: Hier hat sich der Anteil seit dem Allzeithoch mit 33% im Jahr 2003 mehr als halbiert. Den umgekehrten Weg hat Weiß hinter sich. Waren weiße Autos bei der ersten Erfassung vor 14 Jahren noch eine absolute Ausnahme

und machten nur 1% des Kaufinteresses aus, stieg der Anteil kontinuierlich auf 10% und hat dort jetzt ein gleichbleibendes Niveau erreicht. Kräftige Farben wie Rot, Grün oder Gelb spielen unverändert eine untergeordnete Rolle.

Differenziert man die Farbwahl nach Geschlechtern, so fällt auf, dass der aktuelle Zuwachs bei Blau fast nur von den Frauen getragen wird. Bei den Männern bewegt sich die Zustimmungsrates für diese Farbe stabil zwischen 11 und 14%. Bei den befragten Frauen steigt der Anteil dagegen innerhalb von zwei Jahren von 12 auf jetzt 19%. Groß sind die Unterschiede auch bei Grün. Nur 2% der Männer können sich vorstellen, ein grünes Auto zu kaufen. Bei den Frauen sind das immerhin 7%.

Interessanter Nebenaspekt: Bei der Farbwahl ist die Entschlusskraft der Deutschen besonders ausgeprägt, denn die Antwort „weiß nicht“ liegt bei nur 2%.



Neuzulassungen von Pkw in den Jahren 1990 bis 2020 nach ausgewählten Farben  
Quelle: Kraftfahrt-Bundesamt, Januar 2021

Angaben in %  
 ■ Silber/Grau  
 ■ Schwarz  
 ■ Weiß  
 ■ Blau  
 ■ Rot  
 ■ Grün  
 ■ Sonstige

# Gewünschte **Ausstattung** des nächsten Autos.

Ausstattungslevel steigt kontinuierlich – Auch teure Features immer häufiger nachgefragt – CD ein Opfer des technischen Fortschritts.

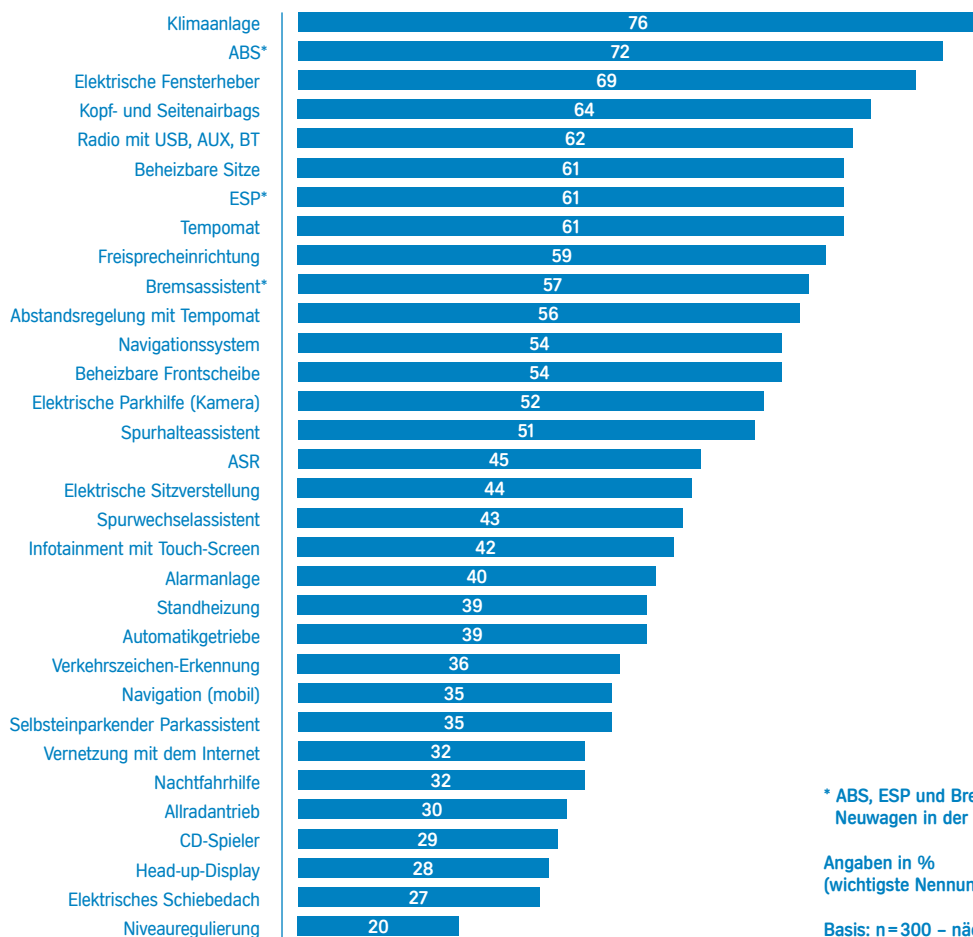


## Klimaanlage, Antiblockiersystem (ABS)\* und elektrische Fensterheber: Dieses Trio steht seit vielen Jahren ganz oben auf der Liste der potenziellen Autokaufenden.

Mit geringem Abstand folgen Seiten- und Kopfairbags auf dem vierten Platz. Während diese Features für die Mehrheit der Teilnehmenden seit vielen Jahren unverändert zum Standard gehören, zeigen andere Extras, dass die grundsätzliche Erwartungshaltung an das Ausstattungsniveau deutlich gestiegen ist. Jeweils mehr als 60 % der Autofahrenden in Deutschland würden ein hochwertiges Radio, beheizbare Sitze, ein Elektronisches Stabilitätsprogramm (ESP)\* oder einen Tempomaten mitordern.

Hinzukommen verstärkt weitere Features, die entweder den Sicherheitsaspekt betonen oder zusätzlichen Komfort versprechen. Bei der Ersterhebung vor 14 Jahren waren nur 14 % an einer Abstandsregelung interessiert, jetzt sind es 56 %. Beim Navigationssystem steigt der Anteil in der gleichen Zeit von 33 auf jetzt 54 % und die elektrische Parkhilfe machte seit 2011 einen Nachfragesprung von 11 auf 52 %. Einen ähnlichen Anstieg verzeichnen der Spurhalteassistent (von 13 auf 51 % in 10 Jahren) und der Spurwechselassistent (von 31 auf 43 % in 4 Jahren). Auch teure Extras wie eine Nachtfahrhilfe oder ein Head-up-Display werden deutlich häufiger nachgefragt. Ein Opfer der technischen Entwicklung ist dagegen das CD-Radio. Gehörte es 2005 noch für 70 % der Teilnehmenden zum Auto dazu, verlangen heute nur noch 29 % danach.

Fragestellung: Welche der folgenden Ausstattungen werden Sie höchstwahrscheinlich für Ihren nächsten Wagen kaufen oder mitbestellen?



\* ABS, ESP und Bremsassistent sind bei Neuwagen in der EU inzwischen Pflicht.

Angaben in %  
(wichtigste Nennungen)

Basis: n = 300 – nächster Wagen NW/JW

# Bezahlungsart und Rabatt beim Autokauf.

Rabatterwartung stabil, Markenloyalität sinkt weiter – Wechselwille bei fehlendem Nachlass steigt.

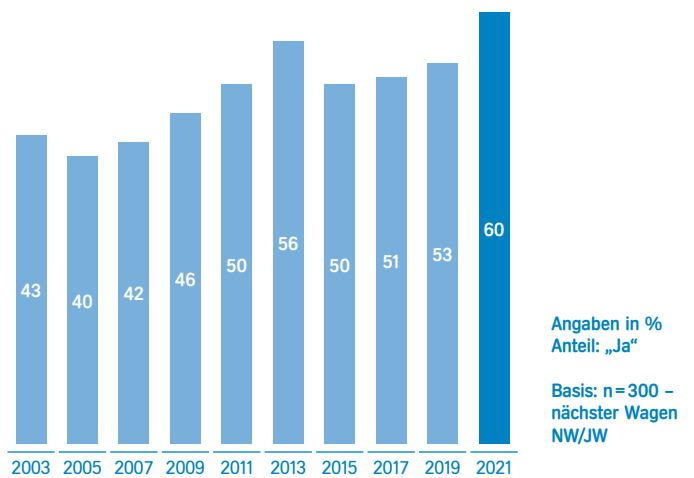
Klare Vorstellungen beim Rabatt, deutlich größerer Abwanderungswille bei enttäuschten Nachlass-Hoffnungen: Beim Autokauf erwarten die potenziellen Autokaufenden einen Rabatt von 15%. Das markiert zwar ein neues Allzeithoch in der Geschichte von „Trends beim Autokauf“, doch ist der Unterschied zu den Jahren davor überschaubar: Denn zwischen 2003 und 2019 pendelte dieser Wert zwischen 12 und 14% und damit in einem äußerst schmalen Korridor.

Doch was passiert, wenn die Rabatterwartungen vom Autohandel nicht erfüllt werden? In diesem Punkt ist weitaus mehr Bewegung zu beobachten. Wollten vor zwei Jahren noch 53% der Teilnehmenden in diesem Fall die Marke wechseln, steigt dieser Wert um 7 Prozentpunkte auf jetzt 60%. Damit wird ebenfalls ein neues Allzeithoch markiert und ein grundsätzlicher Trend bestätigt, da im Jahr 2005 nur 40% bei zu geringen Nachlässen die Marken wechseln wollten. Besonders konsequent macht sich die jüngere Vergleichsgruppe der 18- bis 39-Jährigen auf die Suche nach Alternativangeboten (65%). Noch größer ist der Wechselwille mit 68% nur unter den Teilnehmenden, die sich selbst einem ländlichen Wohnort zuordnen.

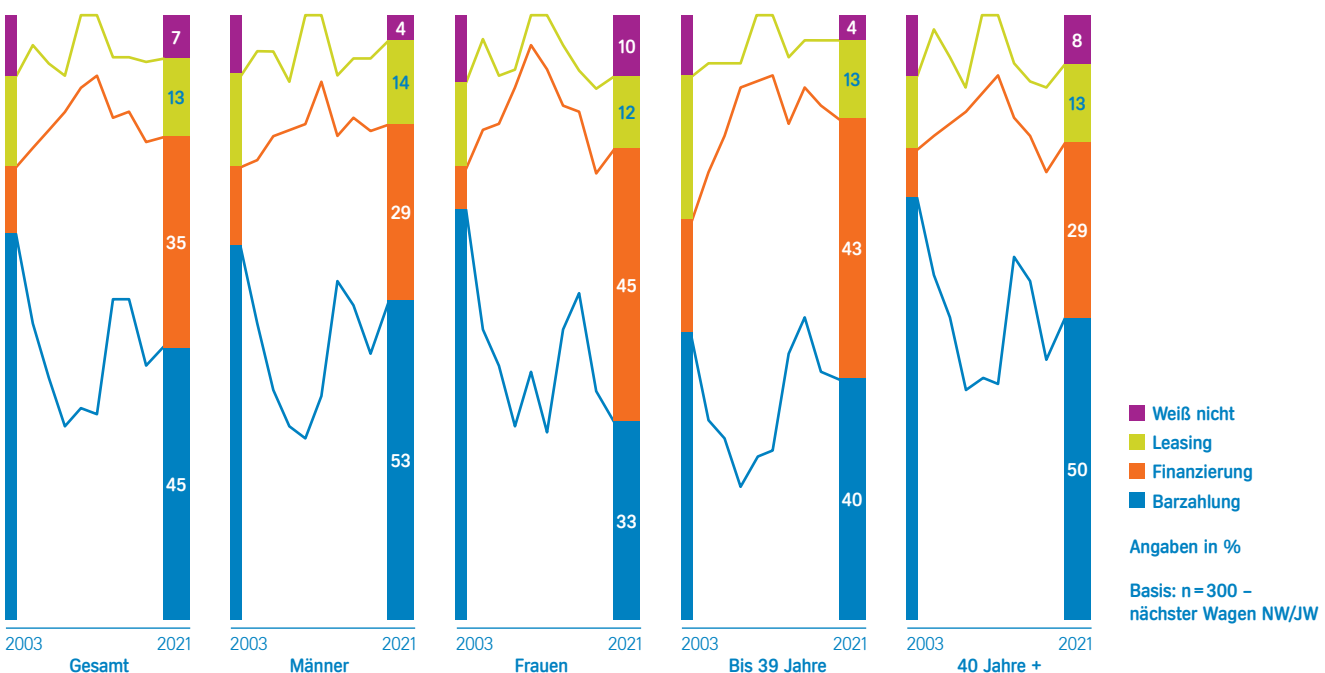
Die wichtigste Bezahlart bleibt der Barkauf. Davon wollen 45% der Teilnehmenden Gebrauch machen. Das entspricht einem Plus von 3 Prozentpunkten, liegt aber deutlich unter dem

Allzeithoch aus dem Jahr 2003. Damals wollten zwei Drittel der Studienteilnehmenden den neuen Wagen direkt bezahlen. Heute bevorzugen 35% eine Finanzierung und 13% denken an ein Privat-Leasing.

Fragestellung: Würden Sie auch eine andere Pkw-Marke kaufen, wenn Sie dort mehr Rabatt bekämen?



Fragestellung: Werden Sie Ihren neuen Pkw voraussichtlich bar bezahlen, finanzieren oder leasen?

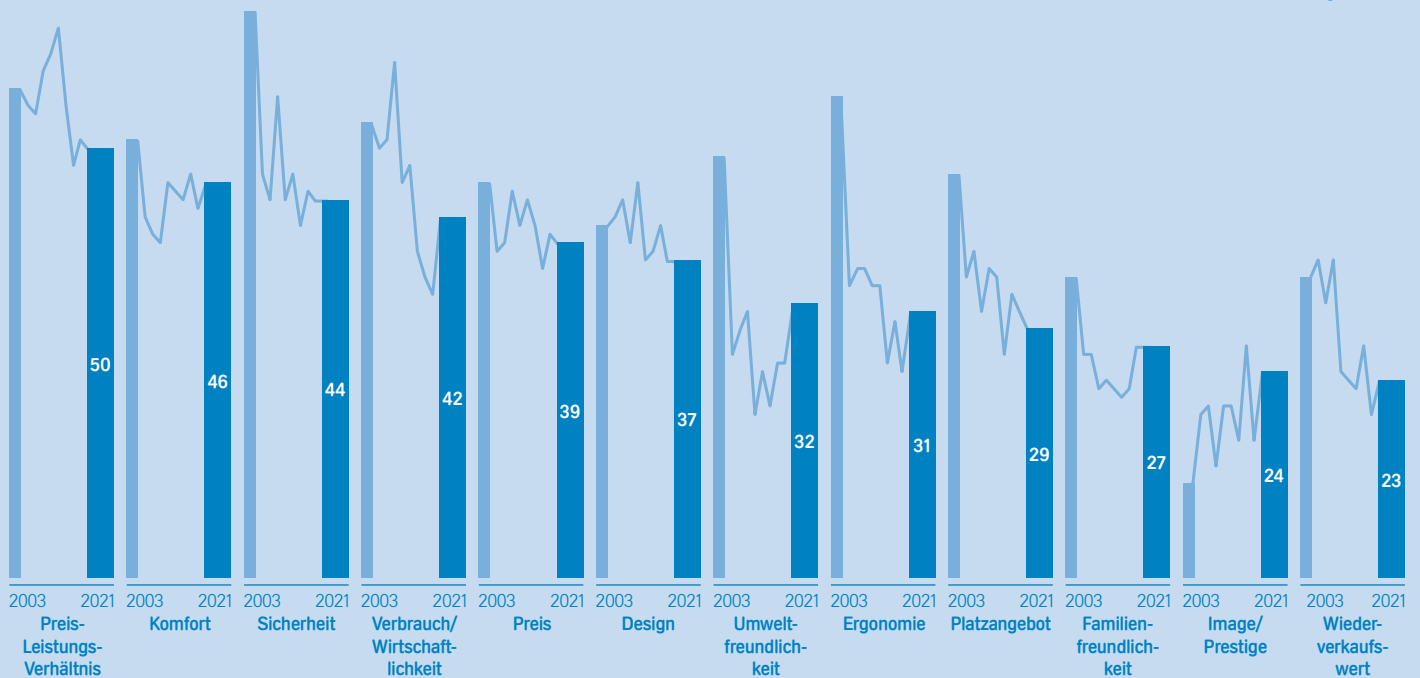




Fragestellung: Was sind die Gründe, die in erster Linie zu der Entscheidung für Ihren neuen Pkw beitragen?

Angaben in %  
(wichtigste Nennungen)

Basis: n=300 –  
nächster Wagen NW/JW



# Gründe für das neue Auto.

Monetäre Aspekte ganz vorn – Beim Autokauf dominieren wirtschaftliche Gründe – Komfort und Sicherheit ebenfalls entscheidend.

Wirtschaftliche Gründe stehen klar im Fokus: Bei der Frage nach den wesentlichen Gründen, die zu einer Entscheidung für ein anderes Fahrzeug führen, haben drei der fünf Top-Nennungen mit Geld zu tun (Mehrfachnennungen möglich). Auf Rang 1 steht unverändert das Preis-Leistungs-Verhältnis, Verbrauch/Wirtschaftlichkeit landen auf Rang 4 und der Anschaffungspreis liegt auf Platz 5. Die rein monetäre Perspektive wird durch den Wunsch nach Komfort auf Platz 2 und Sicherheit auf Rang 3 unterbrochen. In diesem Quintett verzeichnen Verbrauch/Wirtschaftlichkeit das deutlichste Plus von 9 Prozentpunkten und eine Zustimmungsquote von jetzt 42 %.

Eine größere Berücksichtigung findet auch die Umweltfreundlichkeit eines Autos. 32 % machen diese zu einem Kernkriterium beim Autokauf. Das sind 7 Prozentpunkte mehr im Vergleich zur Vorgängerbefragung vor zwei Jahren. Deutlich im Plus ist auch die Ergonomie (plus 7 Prozentpunkte), doch mit einer Zustimmungsrate von 31 % liegt diese Eigenschaft weit hinter der Bedeutung vergangener Tage: Im Jahr 2005 wollten noch 56 % der Befragten darauf achten. Den gegenläufigen Trend verzeichnet die Vernetzung des Fahrzeugs mit dem Internet. Seit der Ersterhebung vor 6 Jahren hat sich der Anteil dieses Kriteriums zwar mehr als verdreifacht,

doch mit 18 % spielt es noch immer eine untergeordnete Rolle.

Unterteilt nach der Wohnsituation der Teilnehmenden zeigt sich, dass sich Stadtbewohner und Autofahrende vom Stadtrand in ihren Präferenzen kaum unterscheiden. Im Vergleich dazu achten die Teilnehmenden mit Wohnsitz auf dem Land beim Autokauf überdurchschnittlich stark auf den Anschaffungspreis, das Platzangebot, die Familienfreundlichkeit und die Variabilität.

# Antriebsenergie des nächsten Autos.

(Teil-)Elektrifiziert fast gleichauf mit Verbrennern –  
Reine Benziner büßen massiv an Kaufinteresse ein –  
Erdgas und Autogas fast komplett verschwunden.

Vom Nischenprodukt zur gleichwertigen Alternative: Innerhalb von nur zwei Jahren hat sich das Kaufinteresse bei den Teilnehmenden bezüglich der Antriebsart massiv verändert.

Bei der Erhebung im Jahr 2019 setzten zwei Drittel der Autofahrenden noch auf Diesel- oder Ottomotoren. Inzwischen ist das Kräfteverhältnis zwischen den konventionellen Antrieben und den Alternativen wie Hybrid- oder Elektromotor nahezu ausgeglichen.

Bei den konventionellen Antrieben gibt es unterschiedliche Tendenzen. Nur noch 32 % der Teilnehmenden wollen sich einen Benziner zulegen. Vor zwei Jahren waren es noch 55 %. Beim Diesel gibt es dagegen sogar Zuwächse – auf niedrigem Niveau. Aktuell interessieren sich 16 % der potenziellen Autokaufenden für einen Selbstzünder. Vor zwei Jahren waren es nur 12 %. Zum Vergleich: Zu Beginn der Studie Anfang der 2000er-Jahre lag das Kaufinteresse bei nahezu einem Drittel. Zusammen kommen die Verbrenner auf ein Kaufinteresse von 48 %.

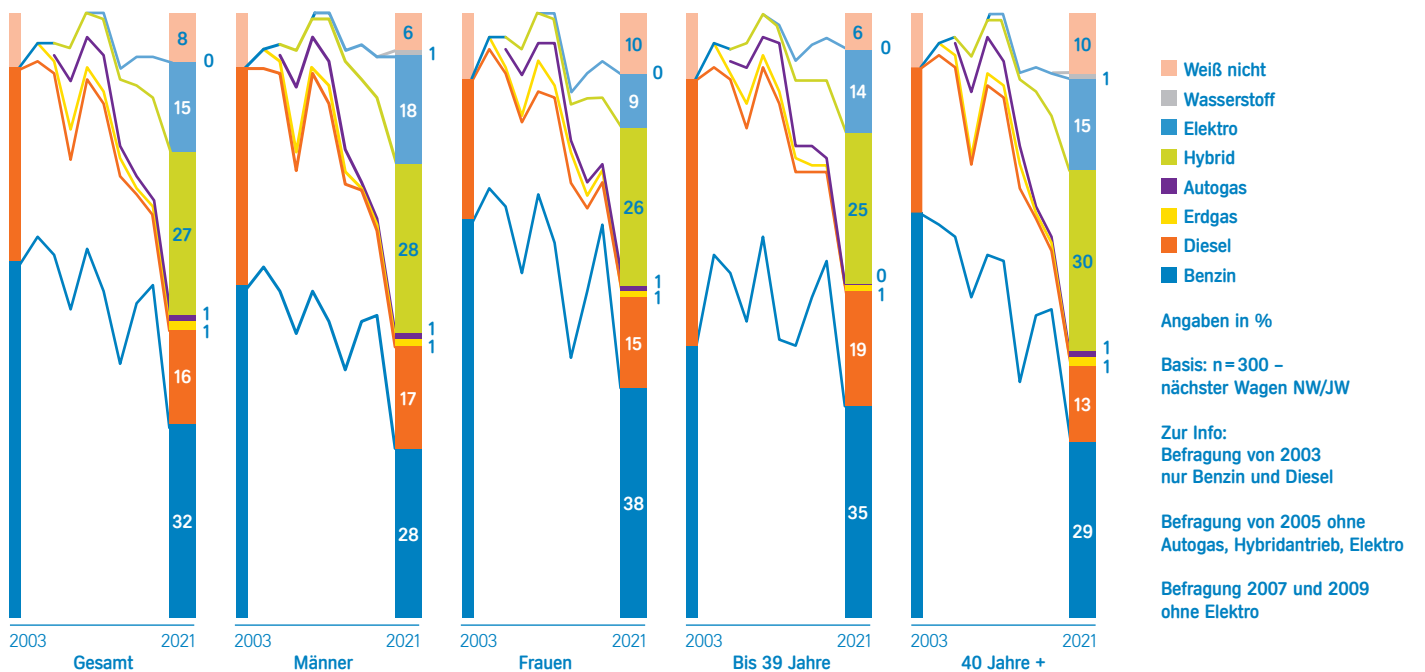
Die Schwäche der Verbrenner trifft auf ein starkes Kaufinteresse an batterieelektrisch

angetriebenen Autos und Hybridfahrzeugen. 27 % der Teilnehmenden interessieren sich für ein Hybridfahrzeug (plus 10 Prozentpunkte) und das Kaufinteresse an einem reinen Elektroauto hat sich mit einem Anstieg von 7 auf 15 % innerhalb von zwei Jahren mehr als verdoppelt. Übrigens hat in der älteren Vergleichsgruppe der über 40-Jährigen der (teil-)elektrifizierte Antrieb mit einem Anteil von zusammen 45 % die Verbrenner (42 %) bereits überholt.

Dagegen sind andere Optionen vom Einkaufszettel nahezu verschwunden: Erdgas, Autogas und Wasserstoff kommen zusammen auf ein Kaufinteresse von rund 2 %. Vor rund einem Jahrzehnt hatte allein Autogas ein Verkaufspotenzial von 10 %. Immerhin 8 % der Teilnehmenden haben sich noch nicht abschließend für eine Antriebsart entschieden.



Fragestellung: Mit welchem Kraftstoff wird Ihr nächster Wagen voraussichtlich betrieben?



# Maßnahmen zur Schadstoffreduzierung.

Bürgerticket und ÖPNV sollen das Klima retten –  
Absage an Sonntagsfahrverbote und zusätzliche  
CO<sub>2</sub>-Steuer auf Kraftstoffe.

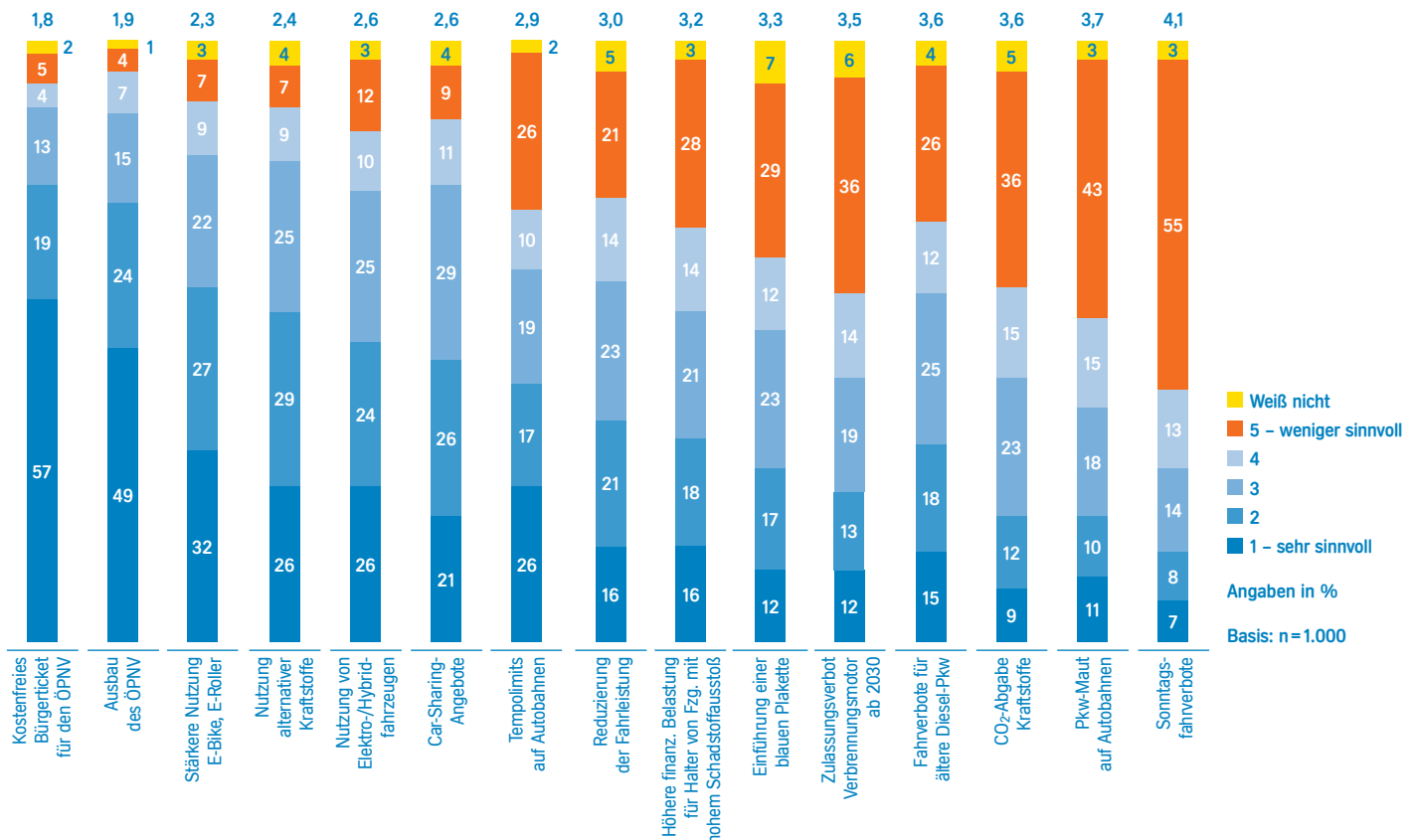
## Bei der Frage, welche Maßnahmen besonders stark zu einer Reduzierung der Schadstoffbelastung beitragen könnten, bleibt das Spitzenduo unverändert.

Ein kostenfreies Bürgerticket für den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) erhält die Gesamtnote 1,8 (Note 1: besonders positiv; Note 5: besonders negativ), dicht gefolgt vom Ausbau des ÖPNV mit 1,9. Beide Optionen verloren jeweils minimal an Zustimmung. Bereits auf Rang 3 folgt die stärkere Nutzung von Fahrrad, E-Bike oder E-Roller mit einer Note von 2,3. Der Einsatz alternativer Kraftstoffe wird mit 2,4 ebenfalls positiv bewertet. Was bei den Top-Nennungen auffällt: Drei der am häufigsten genannten Maßnahmen haben keine persönlichen Auswirkungen auf das Mobilitätsverhalten zur Folge, sondern beruhen auf Förderungen oder technischen Weiterentwicklungen.

Ein deutliches Plus bei der Zustimmung verbuchen derzeit Tempolimits auf Autobahnen (von 3,2 auf jetzt 2,9 in der Gesamtnote), die Reduzierung der Fahrleistung (von 3,4 auf 3,0), Fahrverbote für ältere Diesel-Pkw (3,6 auf 3,2) und die Einführung einer blauen Plakette (3,5 auf 3,3). Abgeschlagen auf dem letzten Platz bleiben die Sonntagsfahrverbote. Erstmals wurde auch gefragt, ob eine CO<sub>2</sub>-Abgabe auf Kraftstoffe an der Tankstelle die Umwelt entlasten könne. Das Ergebnis ist eindeutig: Mit einer Benotung von 3,6 liegt diese Option auf dem drittletzten Platz nur knapp vor einer Pkw-Maut und den Sonntagsfahrverboten.

In der langfristigen Betrachtung der Daten fällt auf, dass die Meinung zu den unterschiedlichen Aspekten der Schadstoffreduzierung relativ konstant bleibt. Beispielsweise schwankt die durchschnittliche Benotung von Sonntagsfahrverboten seit 2007 nur in einem schmalen Korridor zwischen 3,9 und 4,2. Ähnliche Schwankungsbreiten gibt es auch bei der Reduzierung der Fahrleistung, der Nutzung alternativer Kraftstoffe oder der Frage nach einer Pkw-Maut für die Autobahn.

Fragestellung: Welche der folgenden Maßnahmen halten Sie für die Reduzierung der Schadstoffbelastung durch Autos für sinnvoll?



# CO<sub>2</sub>-Vermeidungspotenzial.

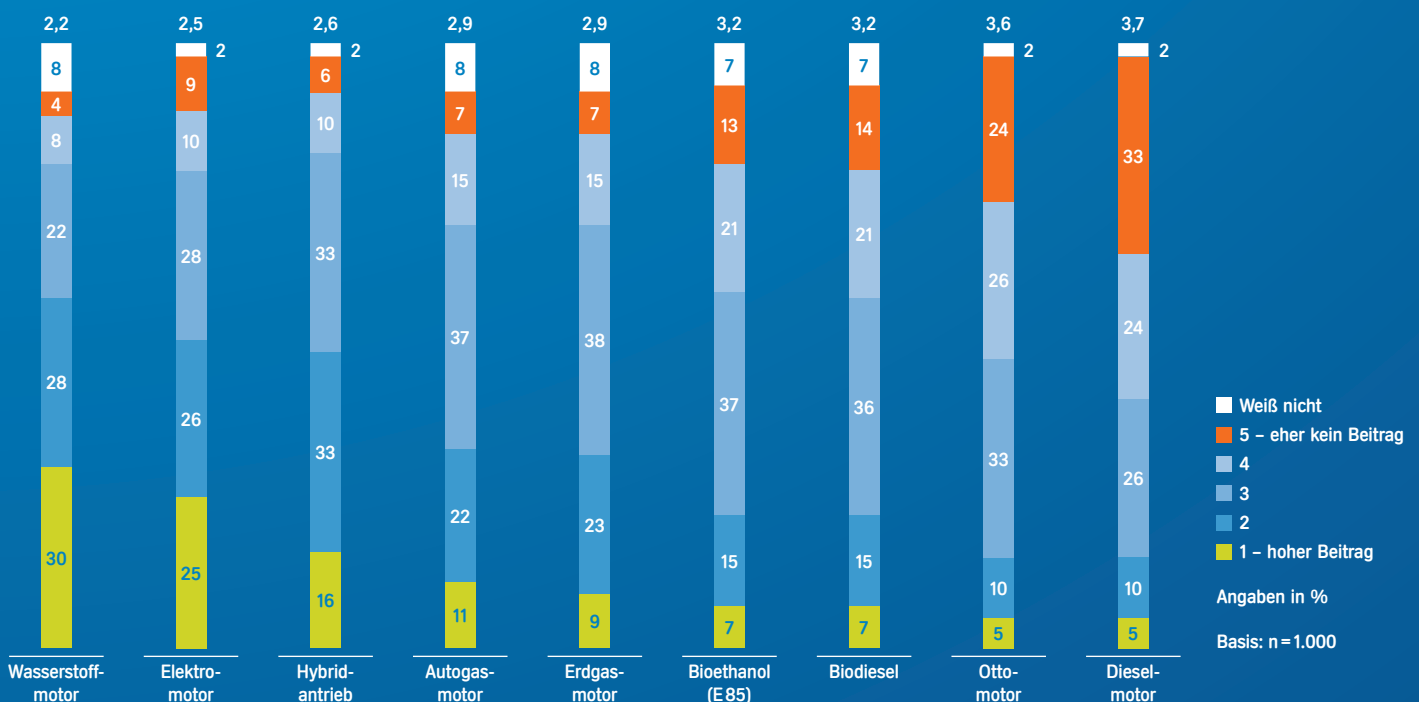
Wasserstoffmotor besonders zukunftsfähig – Glaube an Beitrag durch technische Weiterentwicklung schwindet.

Der Wasserstoffmotor bleibt die Nummer 1: Dieser Antriebsart trauen die Teilnehmenden den größten Beitrag zum Umweltschutz in den nächsten zehn Jahren zu. Die Gesamtnote verbesserte sich sogar leicht um 0,1 auf 2,2. Dagegen ging die Zustimmung beim Elektromotor (Gesamtnote 2,5) und Hybridantrieb (2,6) sogar leicht zurück. Dem klassischen Verbrennungsmotor wird dagegen kein signifikantes Verbesserungspotenzial zugetraut. Der Ottomotor (3,6) und das Dieselaggregat (3,7) landen auf den beiden letzten Plätzen.

Die langfristige Perspektive zeigt jedoch, dass die Teilnehmenden der technischen Weiterentwicklung grundsätzlich immer weniger zutrauen, einen Beitrag zum Umwelt-

schutz zu leisten. Während der klassische Verbrenner von Anfang an eher negativ bewertet wurde und auf niedrigem Niveau bleibt, haben andere Alternativen vorhandenes Vertrauen inzwischen eingebüßt. Erdgas- und Autogasmotoren markieren mit einer Benotung von jeweils 2,9 ein neues Allzeittief und sind deutlich abgefallen. Vergleichbar verläuft die Entwicklung bei Hybridfahrzeugen und Elektromotoren, die seit der Top-Bewertung bei Hybridantrieben von 2,1 auf jetzt 2,6 und beim Elektroauto von 2,0 auf jetzt 2,5 ebenfalls weniger positiv eingeschätzt werden. Dagegen hält der Wasserstoffantrieb ein hohes Niveau und pendelt zwischen 2,0 und 2,2, obwohl unverändert kaum Fahrzeuge mit dieser Option bestellbar sind.

Fragestellung: Welche Antriebsarten können für den Umweltschutz in den nächsten zehn Jahren am meisten leisten?





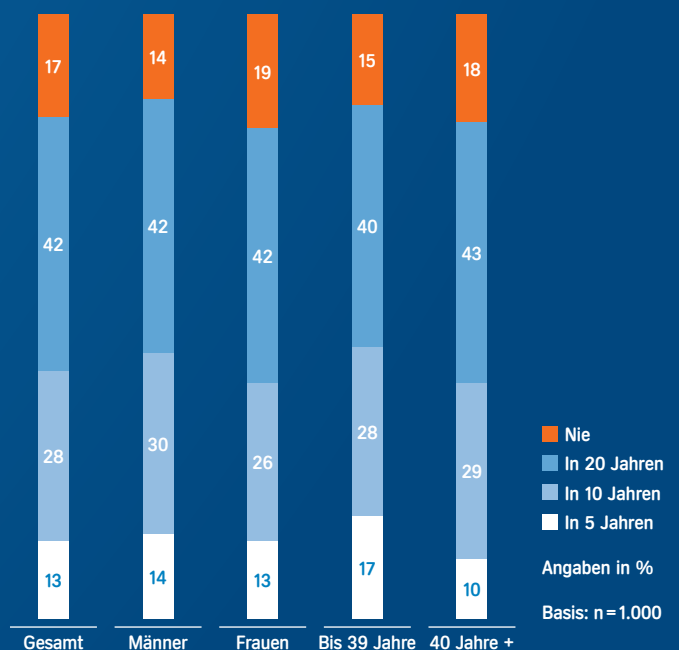
# Ende des Verbrenners.

Verbrenner gehört (noch) die Zukunft – Klare Mehrheit erwartet Verbot frühestens 2035 oder nie.

Kein abruptes Ende in Sicht: Danach befragt, ob und wann das Elektroauto den klassischen Verbrenner bei den Neuzulassungen vollständig ersetzen könnte, erwarten die Teilnehmenden einen langen oder gar keinen Abschied. Immerhin 17 % geben an, dass sie nicht damit rechnen, dass der klassische Verbrenner irgendwann ganz verschwindet. Weitere 42 % rechnen erst in 20 Jahren damit. Nur 13 % glauben, dass es schon innerhalb von fünf Jahren so weit sein könnte. Bei der Landbevölkerung ist der Anteil derer, die in 20 Jahren oder nie mit dem Ende des Verbrenners rechnen, besonders hoch. Drei von vier Teilnehmenden gehören zu dieser Gruppe. In der Stadt liegt der Anteil dagegen bei nur 56 % und am Stadtrand bei 57 %.

Das Meinungsbild zeigt auch, dass die Autofahrenden in Deutschland eher mit einer automatischen Regulierung über Angebot und Nachfrage rechnen und weniger mit einer gesetzlichen Vorgabe. Bei der Frage, ob und wann der Verbrennungsmotor in Deutschland gesetzlich verboten sein könnte, erwarten 42 %, dass das nie passieren wird. Weitere 27 % glauben, dass ein Verbot frühestens nach dem Jahr 2035 in Kraft treten könnte. Ein gesetzliches Verbot schon im Jahr 2025 können sich nur 5 % vorstellen. In den demografischen Segmenten ist der Unterschied erneut bei der Wohnsituation besonders hoch. 81 % der Landbevölkerung glauben daran, dass der Verbrenner nie oder nach 2035 verboten wird. In der Stadt vertreten nur 64 % diese Meinung, am Stadtrand sind es 71 %.

Fragestellung: Was meinen Sie, wann wird das Elektroauto den klassischen Pkw mit Verbrennungsmotor bei den Neuzulassungen vollständig ersetzen?



# Akzeptanz von Elektroautos.

Interesse an Elektroautos stagniert – Mehr als jeder Zweite kann sich vorstellen, auf ein Elektroauto umzusteigen – 38 % machen den Kauf von Umweltprämie abhängig.



62 % würden ein Elektroauto auch ohne staatliche Förderung kaufen.

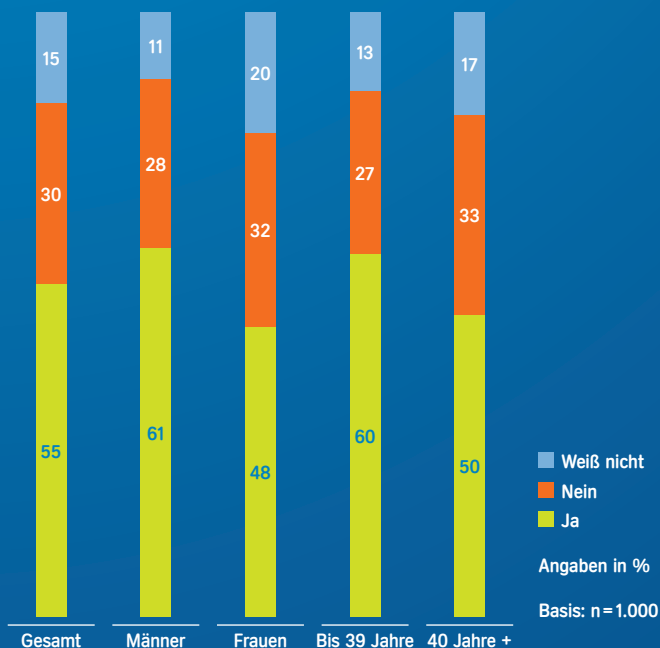
Keine Veränderung bei der Akzeptanz von Elektroautos: 55 % der Teilnehmenden können sich grundsätzlich vorstellen, einen Stromer zu kaufen. Das entspricht exakt dem Niveau der beiden Vorgängerbefragungen aus den Jahren 2019 und 2017 und liegt nur minimal höher als im Jahr 2015 mit damals 53 %. Größere Verschiebungen gab es in diesem Zeitraum lediglich im Lager der Unentschlossenen. Wussten 2015 noch 21 % nicht so recht, ob ein Elektroauto in Frage kommt, sinkt der Anteil auf nun 15 %.

Erstmals wurde in der aktuellen Studie auch abgefragt, ob der potenzielle Elektroauto-Kauf von der Umweltprämie abhängt. Dem stimmten 38 % der Teilnehmenden zu. 62 % würden demnach ein Elektroauto auch ohne staatliche

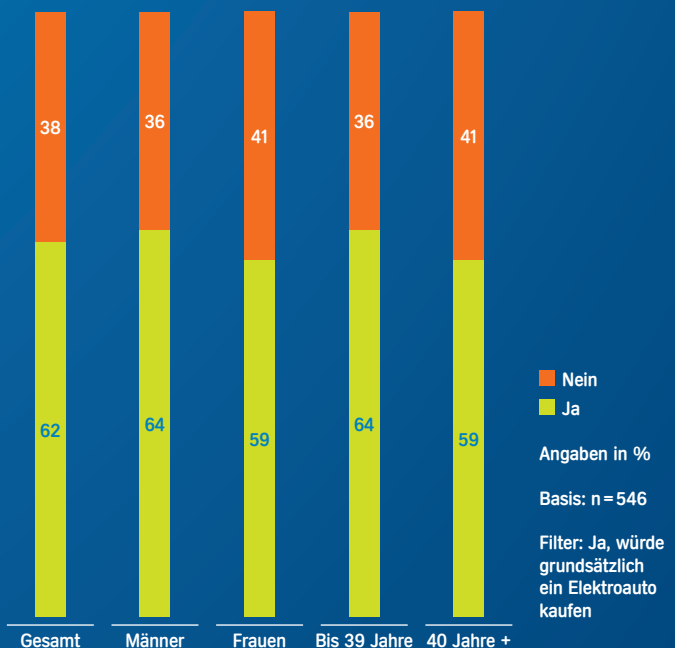
Förderung kaufen. Die Prämien-Interessierten sind in ländlichen Wohngebieten mit einer Quote von 47 % deutlich stärker vertreten als in der Stadt (34 %).

Bei der Frage, welche Maßnahmen der Elektromobilität noch schneller zum Durchbruch verhelfen könnten, steht die Kaufprämie mit einer Benotung von 2,2 ganz vorn. 64 % der Befragten halten sie für sinnvoll oder sehr sinnvoll. Das gleiche durchschnittliche Zustimmungsniveau erreichen die Befreiung von der Kfz-Steuer für Elektroautos, Zuschüsse für Stromkosten sowie Zuschüsse für Wallboxen am eigenen Zuhause. Am negativsten wird mit einer Benotung von jeweils 3,8 die Erhöhung des Kaufpreises für konventionelle Antriebe und Preiserhöhungen für konventionelle Kraftstoffe bewertet.

Fragestellung: Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, ein Elektroauto zu kaufen?

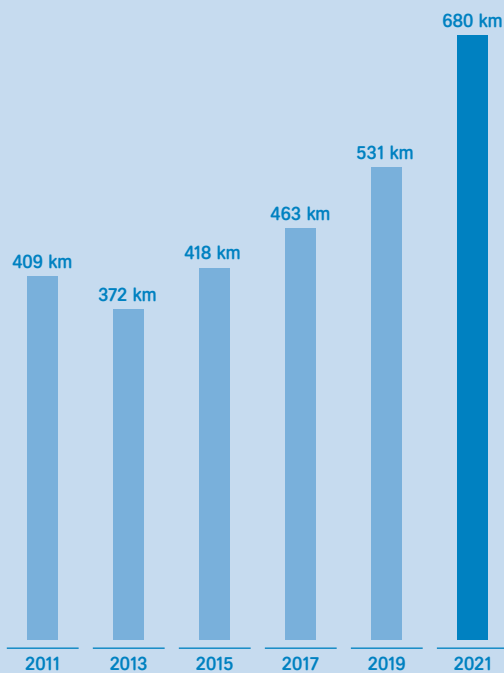


Fragestellung: Würden Sie ein Elektroauto auch ohne Umweltprämie kaufen?



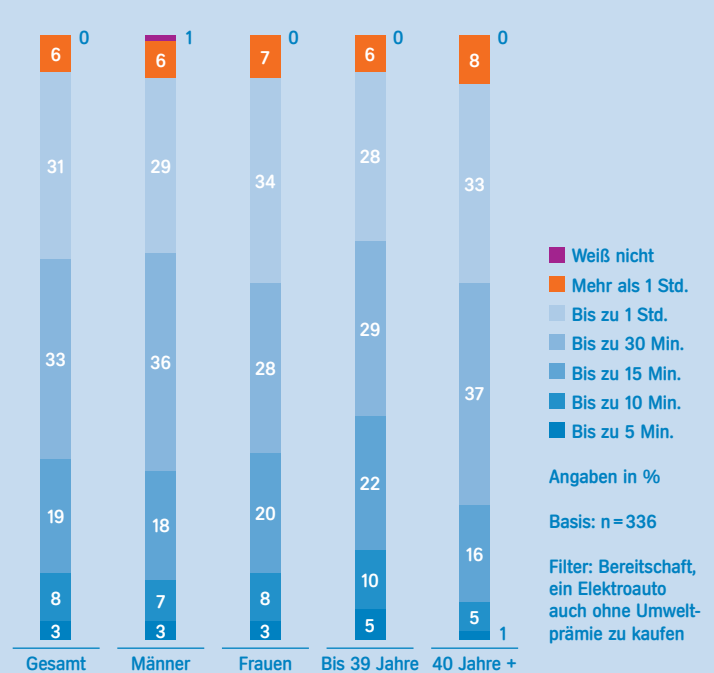


Fragestellung: Welche Mindestreichweite müsste ein Elektroauto aus Ihrer Sicht aufweisen?



Basis: n=336  
 Filter: Bereitschaft, ein Elektroauto auch ohne Umweltprämie zu kaufen  
 Weiß nicht: n=39

Fragestellung: Welche Ladedauer bei einem Elektroauto halten Sie für akzeptabel?



Angaben in %  
 Basis: n=336  
 Filter: Bereitschaft, ein Elektroauto auch ohne Umweltprämie zu kaufen

# Mindestreichweite, maximale Ladedauer und Erst- oder Zweitwagen.

680 Kilometer Reichweite und maximal 30 Minuten Ladedauer – Elektroauto soll immer mehr Erstwagen-Qualitäten mitbringen.

Vom Zweitwagen zur ersten Wahl mit hohen Erwartungen: Für zwei von drei potenziellen Autokaufenden wäre das Elektroauto der Erstwagen. Das entspricht einer deutlichen Steigerung von 9 Prozentpunkten innerhalb von zwei Jahren. Als Zweitwagen planen den Stromer nur noch 30% ein, 4% sind unentschlossen. Bei der Erhebung vor sechs Jahren kam das Elektrofahrzeug nur für 45% der Teilnehmenden als Erstwagen in Betracht.

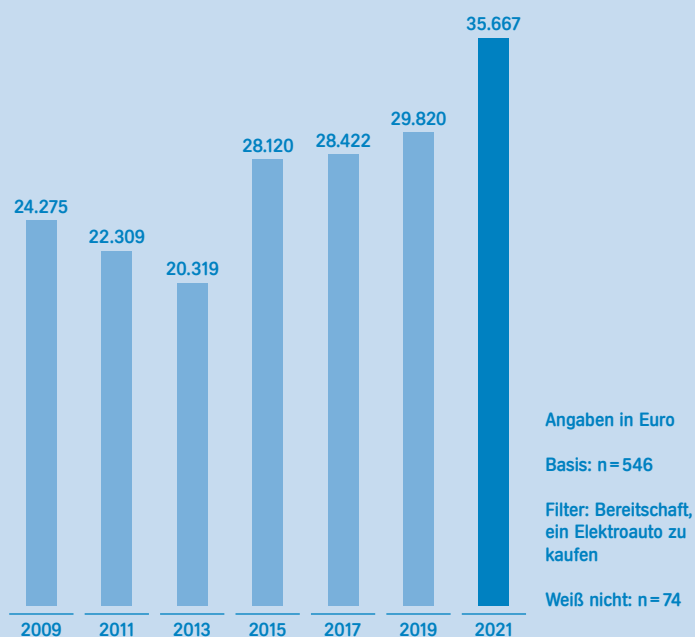
Zugleich steigen die Anforderungen an die Alltagstauglichkeit. Vor zwei Jahren lag die durchschnittlich erwartete Reichweite noch bei 531 Kilometern, heute sollen es mit 680 Kilometern deutlich mehr sein. Interessanter Teilaspekt: Stadtbewohner, deren Zugang zum ÖPNV und damit zu Alternativen zum eigenen Auto durchschnittlich besser ist, haben beson-

ders hohe Anforderungen an die Reichweite. Sie erwarten durchschnittlich 778 Kilometer. Auf dem Land mit grundsätzlich höheren jährlichen Fahrleistungen erwartet man dagegen nur 413 Kilometer.

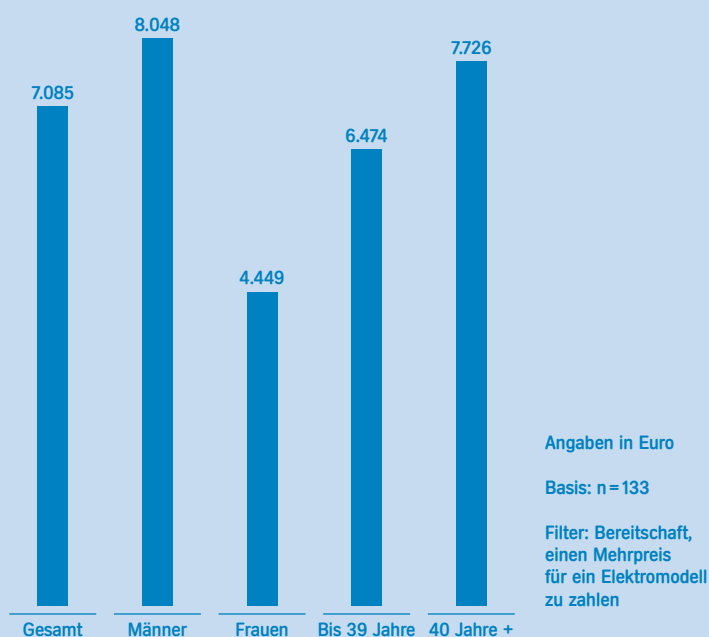
In der Langzeitbetrachtung fällt auf, dass die Erwartungshaltung seit 2013 kontinuierlich gestiegen ist. Damals wurden noch durchschnittlich 372 Kilometer gefordert. Über 418, 463 und 531 Kilometer folgte jetzt der deutliche Sprung.

Bei der Mindestreichweite geht die Schere zwischen realem Angebot und Kundenwunsch somit weiter auseinander. Ähnlich ist die Situation bei der Ladedauer. Für 63% der Teilnehmenden verläuft die Schmerzgrenze bei 30 Minuten oder deutlich darunter. Nur 37% würden eine Stunde oder länger akzeptieren.

Fragestellung: Was meinen Sie, wie viel würden Sie wohl für ein Elektroauto bezahlen müssen?



Fragestellung: Wie hoch wäre der Mehrpreis, den Sie bereit wären für eine Elektrovariante Ihres Wunschautos zu zahlen?



# Mehrpreis für Elektroautos.

Das E-Auto darf durchschnittlich 35.667 Euro kosten – Akzeptierter Mehrpreis verdoppelt sich auf über 7.000 Euro.

Die deutlich gestiegenen Erwartungen an die maximale Ladedauer und die erhoffte Reichweite drücken sich in einer deutlich gestiegenen Preiserwartung aus. Vor zwei Jahren rechneten die Autofahrenden noch mit einem Anschaffungspreis von



29.820 Euro für ein Elektrofahrzeug. Jetzt liegt die Erwartung im Durchschnitt bei 35.667 Euro. Männer meinen, dass sie 39.456 Euro bezahlen müssen, während Frauen den Preis auf durchschnittlich 29.467 Euro und damit um einiges niedriger taxieren.

Bemerkenswert: Trotz der deutlichen Steigerung liegt die Preiserwartung für ein Elektroauto noch immer unter der durchschnittlichen Preiserwartung für ein neues Auto über alle Antriebsarten hinweg. Die Teilnehmenden rechnen damit, dass das nächste Auto 38.353 Euro kostet. Auch hier verzeichnet die aktuelle Studie eine bemerkenswerte Steigerung gegenüber der Vorgängererhebung. Im Jahr 2019 lag der erwartete Kaufpreis noch bei 33.349 Euro. Zum Vergleich: Im Jahr 2013 kalkulierten die Autokaufenden noch mit einem Anschaffungswert von 21.569 Euro. Groß ist das Gefälle in der Erwartungshaltung von Frauen und Männern. Frauen

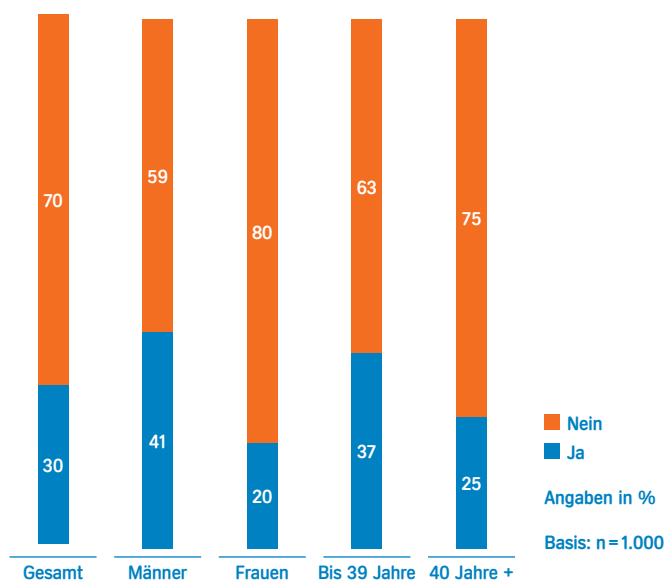
nennen durchschnittlich einen Preis von 28.046 Euro, Männer sehen auf dem Preisschild im Schnitt 44.232 Euro.

In völlig neue Dimensionen rückt derweil die Bereitschaft vor, mehr für ein Elektroauto auszugeben, wenn das gewünschte Modell auch als reiner Stromer verfügbar wäre. Zwar hat sich der Anteil derer, die für diesen Fall überhaupt mehr Geld ausgeben würden, nur leicht von 39 auf jetzt 44 % erhöht, aber die Zahlungsbereitschaft ist dafür so groß wie nie. Zusatzausgaben von durchschnittlich 7.085 Euro wären für diese Klientel demnach akzeptabel. Vor zwei Jahren lagen die akzeptierten Mehrausgaben dagegen nur bei 3.210 Euro.

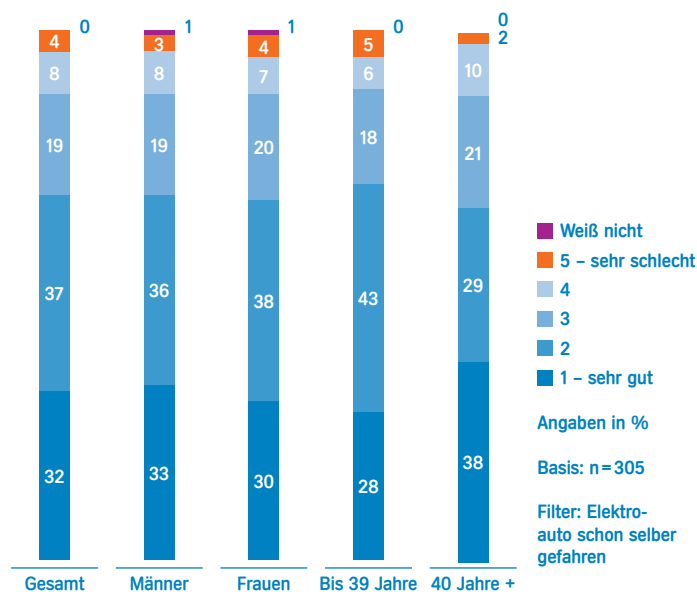
# Elektromobilität: eigene Erfahrung und Ladeinfrastruktur.

Nur 30% schon selbst am E-Auto-Lenkrad – Erfahrungen weitgehend positiv – Wer ein E-Auto will, plant auch eigene Wallbox.

Fragestellung: Haben Sie selbst schon einmal ein Elektroauto gesteuert und gefahren?



Fragestellung: Wie würden Sie Ihre Fahreindrücke bewerten?



Für viele Autofahrende steht der Praxis-Check noch aus: Erstmals wurden die Teilnehmenden danach befragt, ob sie selbst bereits ein Elektroauto gesteuert haben und wie ihre Eindrücke ausfallen. Bislang haben 30% der Deutschen schon eigene Erfahrungen gesammelt. Bei den Männern liegt die Quote mit 41% mehr als doppelt so hoch wie bei den Frauen. Auch die junge Vergleichsgruppe der unter 40-Jährigen liegt mit 37% deutlich vor der zweiten Altersgruppe mit 25%. Für die Bewertung der Fahreindrücke spielen demografische Faktoren eine geringe Rolle.

Im Praxis-Check weiß die Elektromobilität weitgehend zu überzeugen. 69% beschreiben den Selbsttest als sehr gut oder gut. Nur 12% können dem Stromer wenig oder gar nichts abgewinnen. Deutlich wird aber auch, dass Elektromobilität polarisiert. Die Quote derer, die ihre Eindrücke nicht bewerten können und „weiß nicht“ antworten, liegt bei unter 1%.

43% der Teilnehmenden mit Elektroauto-Erfahrung haben auch bereits einen öffentli-

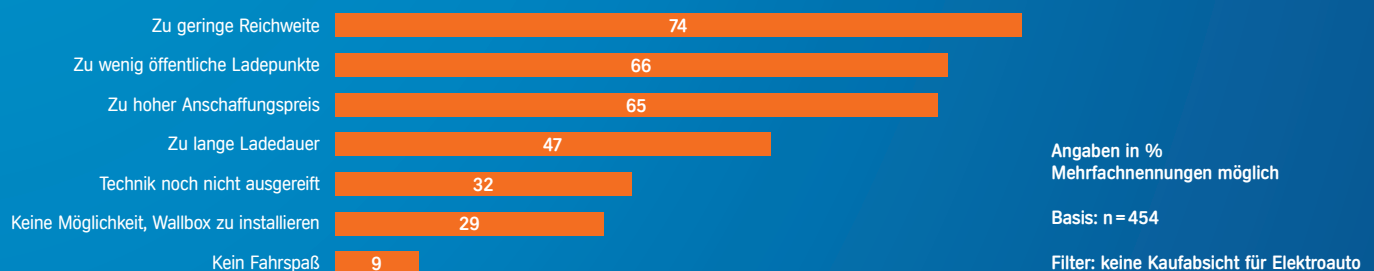


chen Ladepunkt benutzt. Die Jüngeren und die Stadtbewohner haben diese Gelegenheit überdurchschnittlich oft genutzt. Doch offensichtlich will sich nur eine Minderheit vollkommen auf das öffentliche Ladenetz verlassen. 78% der potenziellen E-Auto-Kaufenden würden nach dem Kauf auch eine eigene Wallbox anschaffen und installieren.

# Erwartete Hindernisse für die Elektromobilität.

Reichweite als größtes Hindernis – Nur 9% der E-Skeptiker befürchten mangelnden Fahrspaß – Wallbox-Installation scheitert oft an Räumlichkeiten.

Fragestellung: Was spricht aus Ihrer Sicht gegen ein Elektroauto?



Die Trends beim Autokauf 2021 haben auch erstmals ermittelt, worin die Teilnehmenden die größten Hindernisse für die Elektromobilität sehen. Das Ergebnis: Die Angst vor einer zu geringen Reichweite und einer zu geringen Kilometerleistung pro Ladung sind die zentralen Probleme. Unter denen, die sich grundsätzlich nicht vorstellen können, ein E-Auto zu kaufen, teilen 74% die Reichweiten-Sorge (Mehrfachnennungen möglich). 66% bemängeln die zu geringe Anzahl an öffentlichen Ladepunkten und 65% machen den hohen Anschaffungspreis als Hemmnis aus.

Eine zu lange Ladedauer spielt mit einem Anteil von 47% eine deutlich kleinere Rolle. Rund ein Drittel hat Zweifel daran, ob die Technik ausgereift ist,

ein weiteres Drittel hat keine Möglichkeit, selbst eine Wallbox zu installieren. Einen Mangel an Fahrspaß befürchten dagegen nur 9% der E-Skeptiker. Kaum Unterschiede bei den Vorbehalten gegenüber der Elektromobilität gibt es in den unterschiedlichen Vergleichsgruppen.

Beim Thema „Ladeinfrastruktur zu Hause“ geben 54% das Fehlen einer räumlichen Lademöglichkeit an – dies ist damit der wichtigste Hinderungsgrund (Mehrfachnennungen möglich). 44% der Teilnehmenden sagen, dass sie in einer Mietwohnung ohne eigenen Stellplatz oder eigene Garage leben. Hohe Kosten fürchten 26%, während nur 11% eine Wallbox technisch für zu aufwendig halten und sie von 4% für „überflüssig“ gehalten wird.



Fragestellung: Warum würden Sie keine eigene Wallbox installieren?



# Nutzung verschiedener Verkehrskonzepte und Car-Sharing.

Wieder häufiger zu Fuß oder mit dem Rad unterwegs – Auto bleibt wichtigstes Verkehrsmittel – Aufwärtstrend für Car-Sharing.

Das Auto bleibt dominant, aber Alternativen werden stärker in Betracht gezogen: An einem durchschnittlichen Tag ist der eigene Wagen für die allgemeine Mobilität das wichtigste Fortbewegungsmittel. 84 % der Teilnehmenden geben an, auf das Auto zurückzugreifen. Vor zwei Jahren waren es mit 87 % sogar noch 3 Prozentpunkte mehr. Die größten Zuwächse verzeichnen klassische Alternativen, die eine Renaissance erleben. 29 % der Deutschen gehen wieder häufiger zu Fuß. Bei der Vorgängererhebung waren es nur 22 %. Die gleiche Steigerungsrate von 7 Prozentpunkten erlebt das Fahrrad. Setzten 2019 nur 13 % auf das Zweirad, sind es jetzt 20 %. Einen leicht höheren Anteil hat der öffentliche Personennahverkehr mit 21 % (plus 3 Prozentpunkte). Mit deutlichem Abstand folgen das E-Bike und Motorräder/Motorroller mit jeweils 7 %.

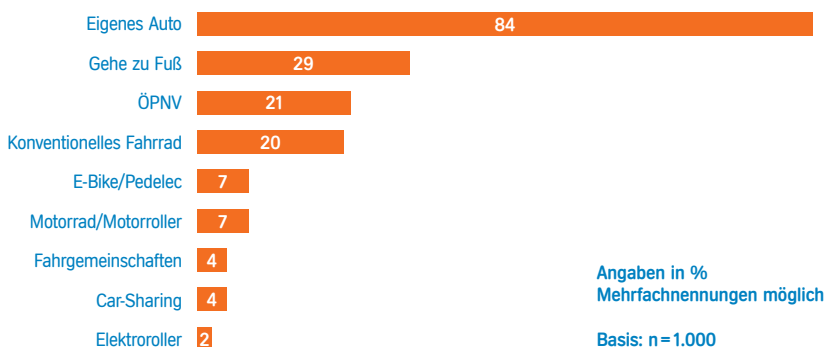
Fußgänger sind überdurchschnittlich oft weiblich und gehören zu den Wenig-Fahrern im Auto. In ländlichen Gebieten hat das Auto mit einer Nutzungsquote von 93 % noch fast eine Monopolstellung.

Car-Sharing hat seinen Anteil auf niedrigem Niveau innerhalb von zwei Jahren von 2 auf 4 % verdoppelt. Auch das grundsätzliche Interesse an geteilter Mobilität ist gewachsen. 29 % der Teilnehmenden geben an, dass sie Car-Sharing kennen und sich damit beschäftigt haben. Beim letzten Mal galt das nur für 22 %. Lediglich 8 % ist das Konzept unverändert völlig unbekannt. Auch bei Bewertung der Attraktivität gibt es eine Steigerung. Auf einer Skala von 1 (sehr attraktiv) bis 5 (gar nicht attraktiv) erhält Car-Sharing eine Durchschnittsnote von 3,3. Vor acht Jahren, bei der Ersterhebung zu diesem Thema, lag die Note noch bei 3,8.

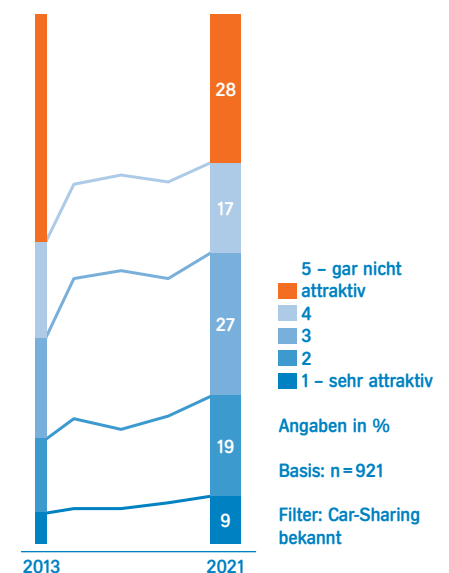
Die Quote der tatsächlichen Nutzer steigt ebenfalls von 13 % im Jahr 2019 auf jetzt 21 % und markiert ein neues Allzeithoch. Weitere 19 % planen konkret, Car-Sharing zu nutzen. Allerdings ist fast jeder Vierte der Ansicht, dass dies keine vollwertige Alternative für das eigene Auto sein könne.

Mit 84 % bleibt das Auto das wichtigste Fortbewegungsmittel für die allgemeine Mobilität.

Fragestellung: Welche Fortbewegungsmittel nutzen Sie überwiegend an einem durchschnittlichen Tag für Ihre allgemeine Mobilität?



Fragestellung: Wie attraktiv ist Car-Sharing für Sie als Mobilitätskonzept?





# Autonomes Fahren.

Marktreife erst in über 16 Jahren erwartet – Etwa ein Drittel würde autonom fahren – Sicherheitsplus eher gering.

Spurhalteassistent, automatisches Einparken oder Abstandsregler: Die Mehrheit der Teilnehmenden hat inzwischen eigene Erfahrungen mit einem oder mehreren Assistenzsystemen gesammelt. 29% geben an, dass sie über keine eigene Erfahrung verfügen. Die Vorläufer des autonomen Fahrens sind also im Alltag der Autofahrenden angekommen.

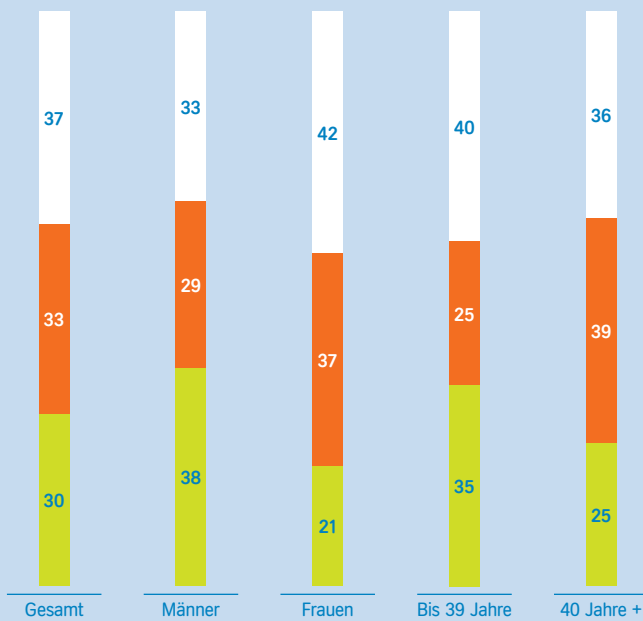
Vielleicht steigt auch deshalb der Anteil derjenigen, die sich autonomes Fahren für sich selbst vorstellen können. 30% der Befragten geben an, dass sie das Lenkrad aus der Hand geben würden. Das sind 12 Prozentpunkte mehr als noch vor zwei Jahren. Gleichzeitig steigt allerdings auch der Anteil der Skeptiker von 29 auf jetzt 33%. Geschrunpft ist somit nur die Gruppe der Unentschlossenen. Am größten ist das Vertrauen in autonomes Fahren unter den Männern (38%).

Befragt nach den möglichen Einsatzzwecken für automatisiertes Fahren sehen 35% der grundsätzlich positiv Gestimmten die Autobahn

oder die Landstraße als wichtigsten Einsatzort. Das entspricht einem Rückgang um 3 Prozentpunkte. Keine Einschränkungen sehen 26%, sie würden autonome Mobilität immer und überall nutzen. Das ist ebenfalls ein leichtes Minus von 2 Prozentpunkten. Lange Fahrten legen dagegen 7 Prozentpunkte auf jetzt 19% zu.

Unter den Skeptikern schwindet die Ansicht, dass autonomes Fahren ein Sicherheitsrisiko darstellen könnte. 29% sehen ein erhöhtes Unfallrisiko, vor zwei Jahren waren es noch 35%. Mangelndes Vertrauen gegenüber der Technik äußern 31% (plus 1 Prozentpunkt). Auch die Gruppe derer, die nur ungern die Kontrolle abgibt, wächst leicht um 2 Prozentpunkte auf 12% und 10% geben an, dass ihnen das eigenhändige Fahren einfach Spaß macht.

Ein deutliches Sicherheitsplus für die Allgemeinheit durch autonomen Verkehrsfluss erwartet unverändert nur eine Minderheit. 29% und damit 1 Prozentpunkt mehr als bei der Studie vor zwei

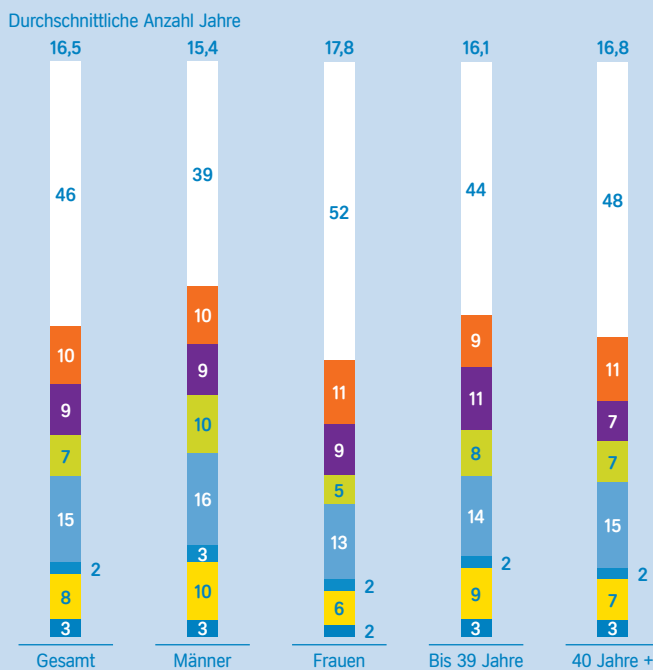


Fragestellung: Können Sie sich vorstellen, zukünftig autonom zu fahren?

■ Weiß nicht  
■ Nein  
■ Ja

Angaben in %

Basis: n = 1.000



Fragestellung: Was denken Sie, in wie vielen Jahren werden Sie diese Autos kaufen können?

■ Weiß nicht  
■ In mehr als 20 Jahren  
■ In 16-20 Jahren  
■ In 11-15 Jahren  
■ In 9-10 Jahren  
■ In 6-8 Jahren  
■ In 4-5 Jahren  
■ In 1-3 Jahren

Angaben in %

Basis: n = 1.000

Jahren rechnen mit einem großen Beitrag für die Verkehrssicherheit; 37 % erwarten einen kleinen Beitrag und fast jeder Fünfte sieht überhaupt keinen Effekt voraus.

Spannende Ergebnisse liefert die Langzeitperspektive vor allem bei der Frage, ab wann die Teilnehmenden erwarten, dass autonom fahrende Neuwagen angeboten werden. Bei

der Ersterhebung zu dieser Frage im Jahr 2015 schätzten die Autofahrenden die Wartezeit auf durchschnittlich 10,2 Jahre. 2017 wuchs der erwartete Zeitraum auf 10,6 Jahre, bei 12,3 Jahren lag das Mittel 2019 und jetzt erreicht die durchschnittliche Wartezeit mit 16,5 Jahren ein neues Allzeithoch. Frauen rechnen sogar damit, dass das autonom fahrende Auto erst in fast 18 Jahren zu haben sein wird.

# Das Wunschauto des Jahres 2021 und die Trends für die nächsten 18 Monate.

Eine schwarze Limousine von Audi oder VW – Hybridantriebe und blauer Lack liegen im Trend.



Modeerscheinung oder dauerhafte Präferenz: Die „Trends beim Autokauf“ bilden ab, welche Schwerpunkte die Teilnehmenden beim nächsten Autokauf setzen wollen. Das **Wunschauto** ist eine Zusammenstellung der Antworten mit den größten Zustimmungsraten in den einzelnen Themenfeldern.

Bei der Karosserieform liegt die Limousine wieder ganz oben in der Gunst der Kaufinteressierten. Ihr Wunschauto ist außerdem schwarz lackiert, wird von einem Ottomotor angetrieben und die wichtigsten Ausstattungsmerkmale sind Klimaanlage, ABS, elektrische Fensterheber. Außerdem trägt das Fahrzeug das Logo von Volkswagen oder Audi. Barzahlung ist noch immer besonders beliebt und der erwartete Preis

liegt bei durchschnittlich 36.340 Euro (Angaben: Deutsche Automobil Treuhand GmbH – „DAT-Report 2021“).

Das **Trendauto** bildet dagegen die Bereiche ab, in denen die Zuwächse besonders groß sind und die damit den Zeitgeist wiedergeben. Allerdings zeigt sich in diesem Jahr erstmals, dass Wunschauto und Trendauto in einigen Teilaspekten auch identisch sein können. So ist die Barzahlung nicht nur die beliebteste Art, den Traum auf Rädern zu bezahlen, sondern hat sogar an Zustimmung gewonnen. Volkswagen verzeichnete mit plus 5 Prozentpunkten das größte Wachstum aller Marken und landet wieder auf einem (geteilten) ersten Platz. Ähnlich sieht es bei der Limousine aus. Diese Karosse-

riert genießt den höchsten Zuspruch insgesamt und verbuchte das größte Plus gegenüber 2019.

Bei der Lieblingsfarbe liegt Blau ganz vorn und auf der Extra-Liste landen der Abstandsregler, der Spurhalteassistent und die Verkehrszeichenerkennung wesentlich häufiger als vor 2 Jahren. Der Preis des Trendautos liegt bei 38.353 Euro. Große Verschiebungen gab es auch bei der Antriebsart. Ein Plus von 10 Prozentpunkten macht den Hybridantrieb zum Aufsteiger Nummer 1.

Die wichtigsten Daten zum Wunschauto des Jahres 2021 und zu den Trends mit dem höchsten prozentualen Anstieg im Vergleich zu 2019 im Überblick:

Eigenschaft	Wunschauto des Jahres 2021	Trendauto
Karosserie	Limousine	Limousine
Farbe	Schwarz	Blau
Kraftstoff	Benzin	Hybridantrieb
Ausstattung	Klimaanlage, ABS, elektrische Fensterheber	Abstandsregler, Spurhalteassistent, Verkehrszeichenerkennung
Marke	VW oder Audi	VW
Preis	36.340 Euro (DAT-Report 2021)	38.353 Euro
Bezahlung	Barzahlung	Barzahlung



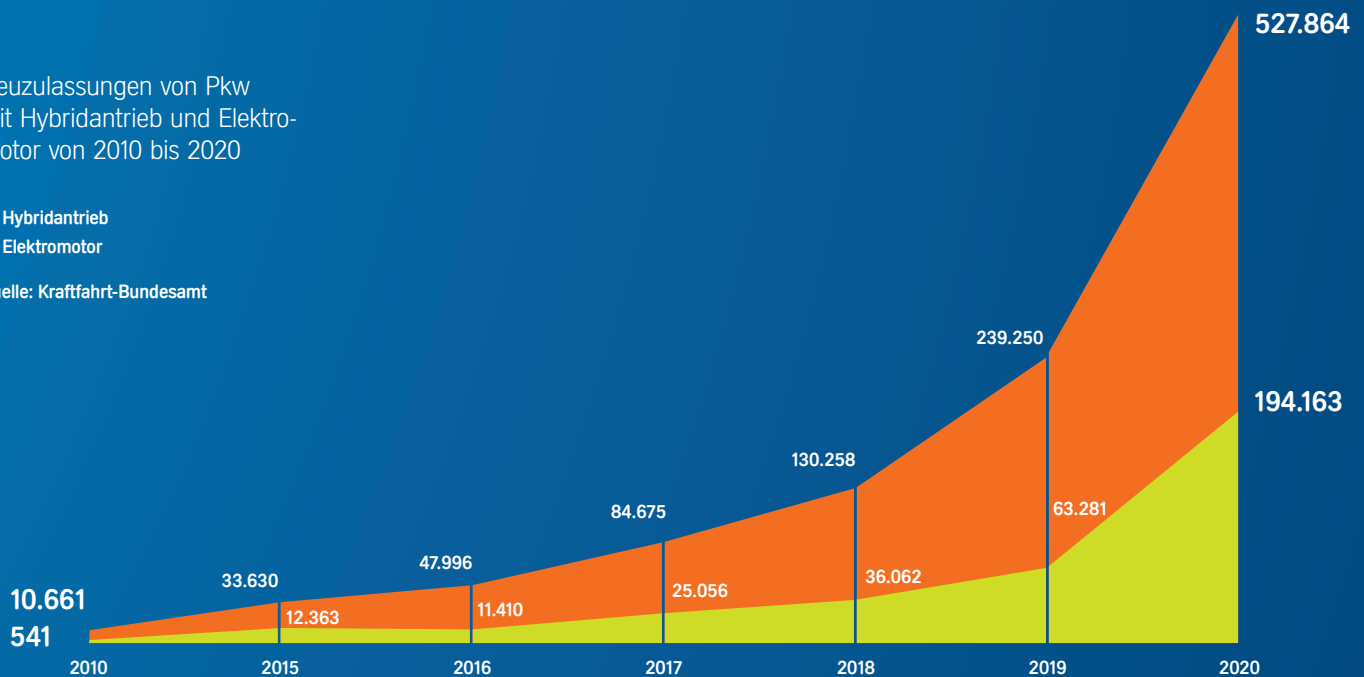
# Antriebsenergien bei Neuzulassungen.

Hybrid- und Elektrofahrzeuge starten durch – Diesel-Niedergang bei Neuzulassungen hält an.

Neuzulassungen von Pkw mit Hybridantrieb und Elektromotor von 2010 bis 2020

- Hybridantrieb
- Elektromotor

Quelle: Kraftfahrt-Bundesamt



Vom Hype-Thema mit wenig Realitätsbezug zum Senkrechtstarter der Neuzulassungen: Lange Zeit bestimmten alternative Antriebe die (politische) Diskussion, waren im Straßenbild aber eine Rarität. Das hat sich innerhalb weniger Jahre deutlich geändert. Zwar werden über 96% der mehr als 48 Millionen Fahrzeuge in Deutschland noch immer von einem Otto- oder Dieselmotor angetrieben, doch der Volumenzuwachs alternativer Antriebe ist unübersehbar.

Zum Stichtag am 1. Januar 2021 zählte das Kraftfahrt-Bundesamt (KBA) erstmals mehr als eine Million Fahrzeuge

mit Hybridantrieb und mehr als 300.000 Autos mit batterieelektrischem Antrieb. Für beide Antriebsarten bedeutet das eine Bestandsverdoppelung innerhalb eines Jahres.

Parallel dazu sank erstmals die absolute Zahl der Fahrzeuge sowohl mit Otto- als auch mit Dieselmotor.

Stichwort „Selbstzünder“: Das merklich schwächer werdende Interesse an einem Dieselfahrzeug zeigt sich noch deutlicher bei den Neuzulassungen. Im Jahr 2015 wurde fast jede zweite Neuzulassung (48%) von einem Diesel angetrieben, im

Jahr 2020 sank der Anteil auf nur noch 28,1%.

Gegen einen extrem schnellen Wechsel im Fahrzeugbestand spricht das Durchschnittsalter und damit die Nutzungsdauer: Die in Deutschland zugelassenen Fahrzeuge sind nach Statistiken des KBA 9,8 Jahre alt. Im Jahr 2010 lag das Durchschnittsalter noch bei 8,1 Jahren. Am 1. Januar 2021 waren 6,1 Millionen (12,7%) Pkw unter zwei Jahre alt, fast jeder fünfte (19,2%) zwischen zwei und vier Jahre. Zur Gruppe mit einem Alter von mehr als 30 Jahren gehören rund eine Million Fahrzeuge.

Antriebsenergien im Vergleich (Bestandszahlen). Quelle: Kraftfahrt-Bundesamt

	1.1.2006	1.1.2008	1.1.2010	1.1.2012	1.1.2014	1.1.2016	1.1.2017	1.1.2018	1.1.2019	1.1.2020	1.1.2021
Autogas	40.585	162.041	369.430	456.252	500.867	475.711	448.025	421.283	395.592	371.472	346.765
Erdgas	30.554	50.614	68.515	74.853	79.065	80.300	77.187	75.459	80.776	82.198	83.067
Hybrid	5.971	17.307	28.862	47.642	85.575	130.365	165.405	236.710	341.411	539.383	1.004.089
Elektro	1.931	1.436	1.588	4.541	12.156	25.502	34.022	53.861	83.175	136.617	309.083
Benziner	35.918.697	30.905.204	30.449.617	30.452.019	29.956.296	29.825.223	29.978.635	30.451.268	31.031.021	31.464.680	31.435.340
Diesel	10.091.290	10.045.903	10.817.769	11.891.375	13.215.190	14.532.426	15.089.392	15.225.296	15.153.364	15.111.382	15.060.124
Sonstige	1.275	1.089	1.846	965	2.081	1.682	10.894	10.717	10.445	10.245	10.116
Gesamt	46.090.303	41.183.594	41.737.627	42.927.647	43.851.230	45.071.209	45.803.560	46.474.594	47.095.784	47.715.977	48.248.584

# Zusammenfassung

Zum zehnten Mal untersucht Aral mit der im Zwei-Jahres-Rhythmus erscheinenden Studie „Trends beim Autokauf“ die Haltung privater Konsumenten rund um Autokauf und Mobilität. Ob die Absichtsbekundungen, die von den Autofahrenden bei der Befragung geäußert wurden, auch eins zu eins im Autohandel und auf den Straßen ankommen, werden erst die nächsten 18 Monate zeigen.



Auf ein grundsätzlich hohes Interesse kann der Autohandel indes bauen: 40 % der befragten Personen können sich vorstellen, in den kommenden 18 Monaten ein **anderes Auto zu kaufen**. Seit der Ersterhebung der Studie lag dieser Wert nur einmal im Jahr 2017 geringfügig höher. Dagegen lag das Kaufinteresse in den Jahren zwischen 2003 und 2013 nur zwischen 18 und 26 %.

Bei der **Markenwahl** gibt es einen Wechsel an der Spitze: Stand BMW bei der Befragung aus dem Jahr 2019 noch ganz oben in der Gunst der Kaufinteressierten, reicht nun ein kleiner Rücksetzer von 14 auf jetzt 13 %, um die Pole-Position einzubüßen. Ganz oben in der Markenwahl stehen nun Audi und Volkswagen mit jeweils 14 %. Hinter dem Spitzentrio folgt Mercedes mit einem deutlichen Rückstand. Ehemalige Volumenmarken wie Ford und Opel liegen inzwischen auf dem Niveau von Škoda und Tesla.

Stichwort „Tesla“: Beim Thema **Umweltschutz** spielt die Elektromarke in einer eigenen Liga. Mehr als jeder zweite Teilnehmende kann Tesla mit der Beschreibung „umweltfreundlich“ in Einklang bringen. Dahinter klafft eine Lücke von mehr als 30 Prozentpunkten, denn nur jeder fünfte Autofahrende meint, dass BMW, Audi und Volkswagen ebenfalls „umweltfreundlich“ sind.

Bei den bevorzugten **Karosserieformen** gelingt der Limousine der Sprung zurück an die Spitze. Der Klassiker legt zu und wird von mehr als jedem vierten Autofahrenden favorisiert. Dahinter landet der Kombi auf Platz 2. Ein wenig bergab ging es für die Karosserieform „SUV/Geländewagen“. Somit scharen die drei beliebtesten Karosserieformen rund zwei Drittel der Autokaufenden hinter sich. Der Kleinwagen spielt als Alternative dazu nur eine untergeordnete Rolle.

Klare Vorstellungen beim **Rabatt** und ein deutlich größerer Abwanderungswille

bei enttäuschten Nachlass-Hoffnungen: Beim Autokauf erwarten die potenziellen Autokaufenden einen Rabatt von 15 %. Wird dieses Nachlass-Niveau nicht erreicht, droht dem Autohandel der **Markenwechsel**. Wollten vor zwei Jahren noch 53 % der Teilnehmenden in diesem Fall auf eine andere Marke umsteigen, sind es jetzt 60 % – ein neues Allzeithoch. Die wichtigste Bezahlart bleibt der Barkauf.

Bei den wichtigsten **Kaufmotiven** stehen wirtschaftliche Erwägungen im Mittelpunkt. Auf Rang 1 steht unverändert das Preis-Leistungs-Verhältnis, Verbrauch/Wirtschaftlichkeit und der Anschaffungspreis haben ebenfalls eine große Bedeutung. Die rein monetäre Perspektive wird durch den Wunsch nach Komfort und Sicherheit ergänzt. Eine größere Berücksichtigung findet auch die Umweltfreundlichkeit eines Autos.

Bei den bevorzugten **Antriebsarten** deutet sich ein Paradigmenwechsel an. Bei der Erhebung im Jahr 2019 setzten zwei Drittel der Autofahrenden noch auf Diesel- oder Ottomotoren. Inzwischen ist das Kräfteverhältnis zwischen den konventionellen Antrieben und den Alternativen wie Hybridantrieb oder Elektromotor nahezu ausgeglichen. Jeder Vierte will sich ein Hybridfahrzeug zulegen und auch das Interesse an einem Elektrofahrzeug hat sich innerhalb von zwei Jahren auf 15 % mehr als verdoppelt. Dagegen sind andere Optionen wie Erdgas oder Autogas vom Einkaufszettel nahezu verschwunden.

Ein schnelles **Ende des Verbrenners** sehen die Teilnehmenden trotzdem nicht. Rund jeder Sechste gibt an, dass der klassische Verbrenner nie ganz verschwinden wird. Weitere 42 % rechnen damit erst in 20 Jahren. Auch ein gesetzliches Verbot ist für die Befragten kurz- und mittelfristig noch Zukunftsmusik.

Erstmals wurde in der aktuellen Studie auch abgefragt, ob der potenzielle

**Elektroauto-Kauf von der Umweltprämie abhängt**. Dem stimmten 38 % der Teilnehmenden zu. 62 % würden ein Elektroauto auch ohne staatliche Förderung kaufen. Für zwei von drei potenziellen Autokaufenden wäre das Elektroauto der Erstwagen.

Auch deshalb steigen die Anforderungen an die **Alltagstauglichkeit der E-Mobilität**. Vor zwei Jahren lag die durchschnittlich erwartete Reichweite noch bei 531 Kilometern, heute sollen es mit 680 Kilometern bis zum Ladestopp deutlich mehr sein. Bei der Mindestreichweite geht die Schere zwischen realem Angebot und Kundenwunsch somit weiter auseinander. Ähnlich ist die Situation bei der Ladedauer. Für 63 % der Teilnehmenden verläuft die Schmerzgrenze bei 30 Minuten oder deutlich darunter. Nur 37 % würden eine Stunde oder länger akzeptieren. Die **Preiserwartung** steigt derweil deutlich. Vor zwei Jahren rechneten die Autofahrenden noch mit einem Anschaffungspreis von 29.820 Euro für ein Elektrofahrzeug. Jetzt liegt die Erwartung im Durchschnitt bei 35.667 Euro. Wäre das gewünschte Modell auch als reiner Stromer verfügbar, würden Kaufinteressenten deutlich **höhere Zusatzausgaben** akzeptieren. 7.085 Euro sind es im Durchschnitt. Vor zwei Jahren lagen die akzeptierten Mehrausgaben dagegen nur bei 3.210 Euro.

Für viele Autofahrende steht der **Praxis-Check** der E-Mobilität noch aus: Erstmals wurden die Teilnehmenden danach befragt, ob sie selbst bereits ein Elektroauto gesteuert haben. Das gilt nur für knapp jeden Dritten.

Die Trends beim Autokauf 2021 haben auch erstmals ermittelt, worin die Teilnehmenden die größten **Hindernisse für die Elektromobilität** sehen. Das Ergebnis: Die Angst vor einer zu geringen Reichweite ist das zentrale Problem. Auch eine zu geringe Anzahl an öffentlichen Ladepunkten und der hohe Anschaffungspreis gehören zu den größeren Hemmnissen.

**Aral Aktiengesellschaft**  
Bereich Presse

Wittener Straße 45, 44789 Bochum  
[presse@aral.de](mailto:presse@aral.de)  
[aral.de/presse](http://aral.de/presse)

Aral – ein Unternehmen  
der bp Gruppe

