
Aral-Trendstudie: Klassische Präferenzen

Von Jens Meiners

Die Gebetsmühlen werden mit Inbrunst gedreht: „Die E-Mobilität kommt“, tönt es unablässig, flankiert von der Ansage, das Zeitalter des Verbrennungsmotors neige sich endgültig dem Ende zu. Zudem sollen wir uns darauf einstellen, das Steuer in spätestens 20 Jahren aus der Hand zu geben. Dann nämlich, so ließ sich niemand geringeres als die Bundeskanzlerin kürzlich vernehmen, werde man nur in Ausnahmefällen noch selbst fahren dürfen. Es sind die Themen Elektrifizierung, autonomes Fahren und Carsharing, die in Politik und Redaktionsstuben für Furore sorgen.

Auch bei den Autokäufern? Denen soll schließlich das Gericht schmecken, das ihnen von Politik, Industrie und Medien aufgetischt wird. Am besten fragt man einmal nach, hat sich Aral gedacht – und im März dieses Jahres mit über 1000 von ihnen gesprochen, um ihre Wünsche und Präferenzen herauszufinden.

Bereits zum achten Mal präsentiert der Mineralölkonzern seine Trendstudie, die im Zwei-Jahres-Rhythmus erscheint. Aus den Ergebnissen lässt sich ableiten: Politik und Medien sind den Autokäufern entweder weit voraus – oder irgendwann falsch abgebogen. Denn die Begeisterung für das Auto, wie wir es heute kennen, ist ungebrochen.

Zwar muss der Dieselantrieb empfindliche Einbußen hinnehmen: Nur noch 18 Prozent der Befragten wollen beim nächsten Kauf einen Selbstzünder bestellen, vor zwei Jahren waren es noch 31 Prozent. Davon profitiert allerdings vor allem der klassische Ottomotor: 52 Prozent wollen jetzt einen Benziner kaufen. 15 Prozent setzen auf Hybride, und nur fünf Prozent wollen auf ein „reines“ Elektroauto umsteigen. Bei den jüngeren Kunden kommt der Diesel mit 21 Prozent übrigens besser weg als bei den älteren Käufern. Dieselgegner sollten also nicht auf die Jugend setzen.

55 Prozent der Befragten können sich zwar grundsätzlich vorstellen, sich ein Elektroauto zuzulegen. Dabei gehen sie allerdings von ambitionierten Voraussetzungen aus: Befragt, welche Reichweite ein Elektroauto erzielen müsse, ergeben sich im Durchschnitt mindestens 463 Kilometer – und die Kunden wollen, dass das Auto in maximal 30 Minuten wieder voll aufgeladen ist. Für diese Werte, die selbst die teuersten und anspruchsvollsten Elektroautos heute kaum auf dem Papier erreichen (geschweige denn im Realbetrieb), ist man allerdings keineswegs zu hohen Investitionen bereit. Die Kunden geben sich knauserig: Der akzeptierte Mehrpreis gegenüber einem konventionellen Modell liegt bei unter 3000 Euro.

Um diese Erwartungen in den aktuellen Kontext zu setzen: Ein Volkswagen Up mit 60-PS-Ottomotor kostet heute 9975 Euro, ein elektrischer Up steht mit 26 900 Euro in der Preisliste. Der kommt gerade einmal 160 Kilometer weit – angeblich. Für den Realbetrieb sollte man dabei ein Drittel abziehen.

So ernüchternd das Ergebnis der Befragung bei der E-Mobilität aussieht, so wenig sind die Kunden bereit, sich bedenkenlos dem autonomen Fahren zuzuwenden. Die Aral-Studie stellt fest, dass die ohnehin nur verhaltene Zustimmung – im Jahre 2015 konnten sich 34 Prozent vorstellen, in einem autonomen Fahrzeug unterwegs zu sein – kräftig gesunken ist. Heute freuen sich gerade einmal 20 Prozent auf diese Sonderform der individuellen Mobilität.

Zum Thema Carsharing konstatiert die Studie, dass sich inzwischen viele Autofahrer mit dem Ansatz beschäftigt haben: 90 Prozent kennen das Thema, und der Anteil derjenigen,

die sich intensiv damit beschäftigt haben, ist von 17 auf 23 Prozent gestiegen. Die wachsende Vertrautheit korrespondiert allerdings nicht mit einer positiveren Beurteilung des Themas: Nur 22 Prozent der Befragten finden Carsharing attraktiv – ein Wert, der stagniert. Eine weitaus größere Zahl von Autokäufern will auch in Zukunft ein eigenes Auto besitzen. 53 Prozent wollen es sogar bar bezahlen, anstatt auf Leasing- oder Finanzierungsangebote zuzugreifen.

Übrigens haben sich die Markenpräferenzen verändert. Die Marke Volkswagen, seit nunmehr zwei Jahren einem beispiellosen medialen Trommelfeuer ausgesetzt, fällt vom bisher durchgehend gehaltenen Platz 1 auf Position 3 zurück. Dass statt dessen ausgerechnet Audi auf die Spitzenposition vorrückt, dürfte VW-Gegnern allerdings kaum gefallen. Auf Platz 2 liegt BMW.

Eine besonders gute Nachricht für die Branche: Über 40 Prozent der Befragten planen einen Neukauf, und bei den Segmenten verschieben sich die Präferenzen von Kleinwagen zu SUV – unter weiterer Dominanz der klassischen Limousine.

Die Aral-Trendstudie ist eine Fundgrube für Marktforscher, Produktplaner und Verkehrspolitiker. Eines wird dabei deutlich: Bis die großen Visionen beim Bürger angekommen sind, müssen die Gebetsmühlen noch emsig gedreht werden. (ampnet/jm)

