



Presseinformation

„Aral Studie Trends beim Autokauf 2017“:

Elektroautohersteller erzielt erstmals bestes Umweltimage

Tesla vor Toyota und BMW – Umweltimage vieler Hersteller gesunken – Zwei-Drittel der Befragten stufen keine Automobilmarke als umweltfreundlich ein

Bochum, 14. Dezember 2017 – Autoindustrie und Umweltschutz, zwei Begrifflichkeiten, die immer häufiger in einem Atemzug genannt werden. Doch welche Marke sehen die Verbraucher als umweltfreundlich an? 45 Prozent der Deutschen nennen als Antwort Tesla. Das ergab die repräsentative Aral Studie „Trends beim Autokauf 2017“.

Der amerikanische Elektroautohersteller erzielte ein Plus von 18 Prozentpunkten gegenüber der Vorgängerstudie von 2015 und ließ damit das Wettbewerberumfeld zum ersten Mal deutlich hinter sich. Seit der erstmaligen Einführung der Frage nach dem Umweltimage der Autohersteller in 2009 hatten sich bislang stets Toyota oder VW auf dem ersten und zweiten Platz abgewechselt.

Immerhin: Platz zwei konnte die japanische Automarke Toyota mit 25 Prozent auch in diesem Jahr behaupten – jedoch mit einem klaren Rückgang im Vergleich zu 2015 (36 Prozent). Dahinter folgen BMW mit 23 Prozent (2015: 29 Prozent) und VW mit 19 Prozent (2015: 33 Prozent). Mit Werten im zweistelligen Prozentbereich platzierten sich im Anschluss Audi, Mercedes, Opel, Ford und Smart, wobei Opel sich gegenüber 2015 stabilisiert hat und Ford sogar zulegen kann. Am unteren Ende finden sich die Marken Peugeot, Citroen und Fiat, alle drei aber mit höheren Werten als in der Vorgängerstudie.

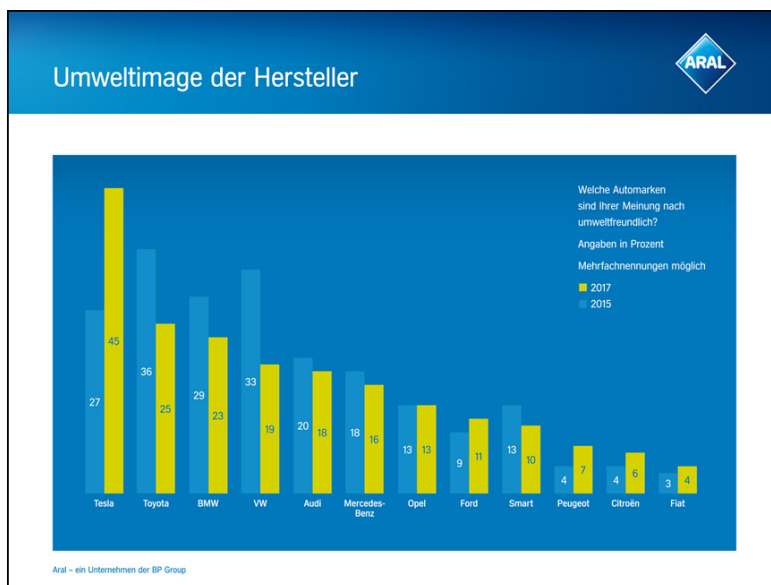
Rund zwei Drittel, nämlich 65 Prozent, der Deutschen sprechen im Übrigen den Autoherstellern generell ein positives Umweltimage ab. Dieser Trend zeichnete sich bereits vor zwei Jahren bei der Vorgängerstudie ab. Damals stuften sogar 69 Prozent der Befragten keine Automobilmarke als umweltfreundlich ein. Zum Vergleich: Im Jahr 2009 sah noch fast jeder Zweite mindestens eine Marke als umweltfreundlich an.

Elektroautohersteller erzielt erstmals bestes Umweltimage

Seite 2

Das Umweltimage hat jedoch wenig Einfluss auf die Wahl des Antriebes beim nächsten Autokauf. Denn trotz des führenden Platzes für einen Elektroautohersteller in dieser Kategorie wollen lediglich fünf Prozent der Studienteilnehmer ein batterie-elektrisches Auto erwerben. 15 Prozent geben an, ein Hybrid-Auto, das von einer Kombination aus Elektro- und Verbrennungsmotor angetrieben wird, zu wählen. Mehr als die Hälfte (52 Prozent) will einen Benziner und weitere 18 Prozent einen Diesel kaufen.

Die Hauptgründe für die Kaufzurückhaltung bei Elektroautos sind laut der Studie die mangelnde Reichweite sowie die lange Ladedauer. So erwarten die Studienteilnehmer im Durchschnitt eine Reichweite von 463 Kilometern und 57 Prozent der Teilnehmer halten eine Ladedauer von bis zu 30 Minuten für akzeptabel.



Diese Grafik sowie die 32-seitige Zusammenfassung der Studie „Trends beim Autokauf 2017“ stehen Ihnen zum Download unter www.aral-presse.de zur Verfügung.

Anmerkung für Redakteure:

Mit rund 2.450 Tankstellen ist Aral die Nr. 1 in Deutschland, dem wichtigsten europäischen Tankstellenmarkt. Der Qualitätsanbieter von Kraft- und Schmierstoffen hat seit 1898 seinen Sitz in Bochum und erfand 1924 den ersten Super-Kraftstoff der Welt, zusammengesetzt aus Aromaten und Aliphaten – daher auch der Firmenname „Aral“. Seit 2002 ist Aral die Tankstellenmarke der BP in Deutschland.