



Die Zahl der Menschen, die bereit sind ein Elektrofahrzeug zu kaufen steigt immer weiter an. Inzwischen ist bereits jeder Autofahrer bereit, elektrisch zu fahren. Erfolgsversprechend sind nicht nur Probefahrten, sondern auch die richtige Kommunikation mit der die Interessenten überzeugt werden können.

22 Prozent der Deutschen gehen davon aus, dass ihr nächstes Auto ein Elektrofahrzeug sein wird. Das größte Interesse zeigen aktuell mit 27 % die unter 25-Jährigen an dem Kauf eines E-Fahrzeugs. Die häufigste Begründung liegt hierbei in den ökologischen Aspekten. Die Meisten der jungen Leute sind noch nie ein Elektrofahrzeug gefahren und entscheiden sich somit nicht unbedingt aus dem Fahrerlebnis heraus. Das zeigt, welche große Rolle die richtige Konversation spielt.

Weitere Anreize für die Gruppe der Interessenten sind neben den ökologischen Aspekten zum Beispiel steuerliche Ersparnisse, die sie sich erhoffen, geringe Unterhaltskosten, den Innovationsgeist und einen geringeren Service-Aufwand.

Zwischen den rein batteriebetriebenen Elektrofahrzeugen (BEV) und den Plugin-Hybriden (PHEV) fällt allerdings nur ein knapper Unterschied. Beide Varianten liegen in etwa gleich auf.

Marken wie VW, Skoda und Seat, sowie BMW und Audi gemeinsam mit dem E-Mobility-Spezialisten [Tesla](#) werden am ehesten beim Kauf der Fahrzeuge in Betracht gezogen.

Gegenargumente bleiben nicht aus

Problematisch ist für viele der hohe Anschaffungspreis. Eine geringe Reichweite und unzureichende Lademöglichkeiten halten viele Interessenten häufig vom Kauf ab. Insgesamt

kann man sagen, dass dies die Punkte sind, die seit vielen Jahren als Gegenargumente genutzt werden, allerdings nimmt die Häufigkeit der Kritik an der unzureichenden Reichweite bereits ab.

Als Fazit kann man sagen, dass das aktuell größte Hindernis für eine Masseneinführung der Elektrofahrzeuge der Preis darstellt. Denn bei den technischen Aspekten, sehen viele Konsumenten bereits positive Entwicklungen.