

Centrum für Marktforschung der Universität Passau stellt Zwischenergebnisse des Forschungsprojekts zum Thema Elektromobilität vor

Projekt PREMIUM zieht eine erste Bilanz

Im Rahmen des Bundesforschungsprojekts PREMIUM kamen im November Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen sowie Vertreter der Industriepartner aus der Automobilbranche an der Universität Passau zusammen und diskutierten über den aktuellen Stand des Projekts, das untersucht, welche Anforderungen Kunden an die Elektroantriebe der Zukunft stellen. Vorgestellt wurde bei dem Treffen auch eine Studie durchgeführt in Leitung vom Centrum für Marktforschung der Universität Passau, welche die aktuelle Stimmung in der deutschen Bevölkerung zum Thema Elektromobilität widerspiegelt.

Passau, 02. 12.2015: Elektromobilität ist die Mobilität der Zukunft. Dieser Aussage stimmen laut einer aktuellen Studie des Centrums für Marktforschung der Universität Passau 78% der deutschen Bevölkerung zu. In der repräsentativen Studie wurden 1.000 Personen zu ihrer Meinung zum Thema Elektromobilität befragt. Die Studie wurde im Rahmen des Bundesforschungsprojekts PREMIUM durchgeführt, das es sich zur Aufgabe gemacht hat, das Nutzungsverhalten und die Akzeptanz von Elektrofahrzeugen bei Besitzern von Fahrzeugen mit Elektroantrieb zu untersuchen und daraus Rückschlüsse zu ziehen, welches elektrifizierte Antriebskonzept für welchen Nutzertyp besonders geeignet ist. Die bevölkerungsrepräsentative Studie dient als Gradmesser für die Entwicklung der Akzeptanz von Elektrofahrzeugen in der Gesellschaft und liefert damit wichtige Vergleichswerte für das Projekt.

Laut der Studie haben 13% der deutschen Bevölkerung Erfahrungen mit einem Elektrofahrzeug gemacht, beispielsweise im Rahmen von Probefahrten, Testfahrten oder geschäftlichen Fahrten. Dabei ist der BMW i3 das am häufigsten getestete Fahrzeug. Der entscheidende Vorteil eines Elektrofahrzeugs gegenüber einem konventionellen Verbrennerfahrzeug ist für die Befragten die Umweltfreundlichkeit der Fahrzeuge. Auf Rang zwei und drei folgen dicht gefolgt die Unterhaltskosten der Fahrzeuge und die Kraftstoffunabhängigkeit. Die Reichweite und die Anschaffungskosten sind für die Bevölkerung noch die entscheidenden Nachteile eines Elektrofahrzeugs gegenüber einem konventionellen Verbrennerfahrzeug, gefolgt von der Verfügbarkeit von Lademöglichkeiten und der Ladedauer. Für die Befragten wären die Verkürzung der Ladezeit und der Ausbau der Ladeinfrastruktur die effektivsten Maßnahmen, um die Flexibilität mit einem Elektrofahrzeug zu erhöhen.

Für das Projekt PREMIUM, an dem auch der Lehrstuhl für Marketing und Innovation und das Institut FORWISS der Universität Passau beteiligt sind, werden diese Erkenntnisse von besonderer Bedeutung sein. Den Ergebnissen werden im weiteren Verlauf des Projekts die Ergebnisse aus Befragungen von Besitzern von Elektrofahrzeugen gegenübergestellt und dienen dabei als Vergleichswerte zur Beurteilung der Aussagen der Elektromobilisten. Es kann so analysiert werden, welche Unterschiede es bei der Wahrnehmung und Akzeptanz von Elektrofahrzeugen gibt und welche Stellschrauben gedreht werden müssen, um den Markthochlauf von Fahrzeugen mit elektrifizierten Antrieben zu unterstützen. Ziel des Projektes ist es außerdem eine Aussage darüber zu treffen, welches elektrifizierte Antriebskonzept das jeweils am besten geeignete ist, wenn Parameter wie der spezifische Einsatzzweck, Ladeinfrastruktur oder Ladedauer berücksichtigt werden und wie diese Faktoren optimal auf die Kundenanforderungen zugeschnitten werden können. Die erste

Befragungswelle von Besitzern von Elektrofahrzeugen endet im Frühjahr 2016. Im Laufe des Jahres werden weitere Projektergebnisse veröffentlicht. Ausführliche Informationen zum Projekt PREMIUM stehen unter www.premium.uni-passau.de zur Verfügung.

Rückfragen zu dieser Pressemitteilung richten Sie bitte an: Dr. Stefan Mang, Tel. 0851/509-2431, stefan.mang@uni-passau.de, oder an das Referat für Medienarbeit der Universität Passau, Tel. 0851/509-1439.



Bildhinweis: von links: Dr. Stefan Mang (Geschäftsführer Centrum für Marktforschung, Universität Passau), Sarah Tewiele (Universität Duisburg-Essen), Hannes Busch (Alphabet), Lisa Thalmaier (Centrum für Marktforschung, Universität Passau), Dr. Erich Fuchs (Universität Passau), Andreas Klein (Spiegel Institut), Lisa Kessler (Universität der Bundeswehr), Dr. Stefanie Rankl (Centrum für Marktforschung, Universität Passau), Dr. Andreas Kain (BMW Group), Martin Koppers (Universität Duisburg-Essen), Timm Kannstätter (Universität Duisburg-Essen), Christian Nagel (Universität Passau), Leonhard Iberl (BMW Group); Foto: Universität Passau