
Studie: Das Lieblingsauto der Deutschen bleibt der Benziner

Von Jens Meiners

Der Versicherer Allianz Direct wollte wissen, was Autofahrer wirklich wollen. Und eine jetzt vorgestellte repräsentative Umfrage kam zu überraschenden Ergebnissen: Am liebsten wollen sie einen Benziner. Stolze 43 Prozent der 800 Befragten gaben an, diesen klassischen Antrieb zu bevorzugen. 27 Prozent würden einen Hybrid wählen, also einen Verbrenner-Antrieb mit Elektrifizierung, nur 20 Prozent hingegen ein vollelektrisches Auto. Der Ruf des sparsamen, längst sauber gewordenen Diesel scheint ruiniert: Nur noch 10 Prozent aller potentiellen Käufer wünschen sich einen Selbstzünder. Insgesamt beliebtestes Auto ist laut Studie jedenfalls ein Kleinwagen der Marke VW - mit Ottomotor.

Je mehr Budget zur Verfügung steht, desto lieber darf es allerdings elektrisch sein. Legen in den untersten Preisklassen nur 25 Prozent Wert auf einen Hybrid- oder gar Elektroantrieb, so fahren stolze 78 Prozent der Käufer mit einem Budget von über 100.000 Euro gerne elektrifiziert vor. Und auch die Bereitschaft, es mit einem autonomen Fahrzeug zu versuchen, liegt in der obersten Preisklasse höher. Insgesamt möchten allerdings nur 21 Prozent aller Käufer gerne autonom fahren. 36 Prozent lehnen den Ansatz kategorisch ab, 43 Prozent sind noch unentschieden.

Erstaunlich in Zeiten der von Medien gehypten Klima-Kids sind die nach Altersklassen aufgeschlüsselten Präferenzen. Gerade bei den jüngsten Käufern, der Altersklasse von 18 bis 24 Jahren, ist mit einem Drittel die Bereitschaft, sich auf ein Elektro- oder Hybridfahrzeug einzulassen, am geringsten. Dafür steht der Fahrspaß bei ihnen in Relation zum Nutzen weiter oben als in jeder anderen Alterskohorte, nämlich bei stolzen 47 Prozent. Dieser Wert sinkt bei den ältesten befragten Fahrern (55 bis 65 Jahre) auf nur noch 29 Prozent ab. Kein Wunder, dass unter den Boomern andererseits der Anteil an SUV-Fans am höchsten liegt, bei den jungen Kunden am niedrigsten. Kündigt sich hier eine Trendwende an?

Entscheidend ist beim Kauf übrigens an allererster Stelle der Preis (49 Prozent), gefolgt vom Spritverbrauch (36 Prozent). Unter den 14 aufgeführten Aspekten rangiert „Umwelt und Nachhaltigkeit“ mit 14 Prozent weit hinten, gefolgt nur noch vom Produktionsland (4 Prozent) und – selbsternannte Experten müssen jetzt stark sein – der Meinung von Freunden und Bekannten (2 Prozent). Lieblingsfarbe ist schwarz (36 Prozent), wichtigstes Extra die Klimaanlage (56 Prozent). Nur 9 Prozent legen Wert auf Internetzugang im Auto – ein Thema, über das in den letzten Jahren vielleicht etwas zuviel gesprochen wurde.

Und noch mit einer weiteren Fehlannahme räumt die Studie auf: Die weitaus meisten Kunden kaufen ihr Auto am liebsten beim Neuwagenhändler (57 Prozent), gefolgt vom Gebrauchtwagenhändler (21 Prozent). Ganze 12 Prozent möchten beim Online-Händler kaufen. (aum/jm)

Bilder zum Artikel



VW Autohaus mit neuem Markenlogo.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Volkswagen
