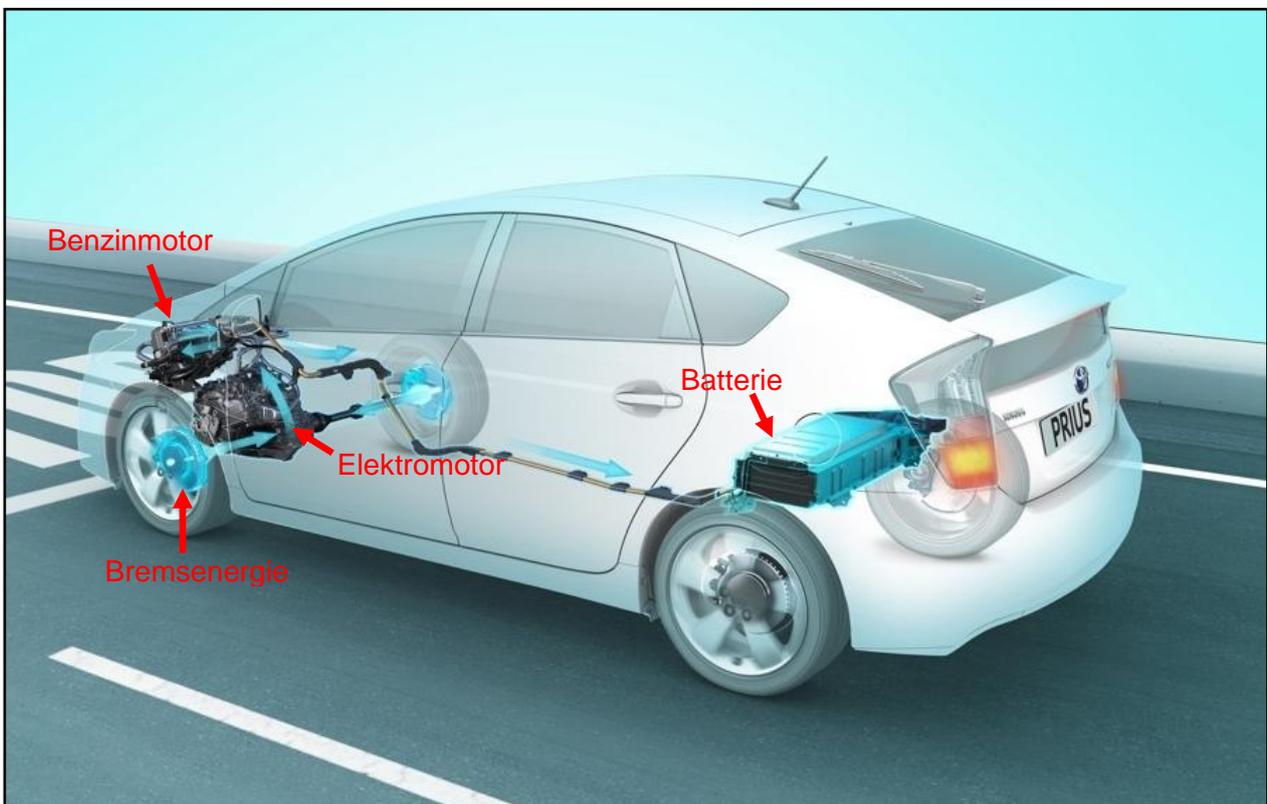


Einflussfaktoren auf die Akzeptanz von Hybridautos

Der Klimawandel rückt immer mehr in den Mittelpunkt der medialen Berichterstattung und ist ein zentrales Thema unserer Zeit. Österreich hat sich in Kyoto (1997) verpflichtet eine CO₂-Emissionsreduktion von 13% bezogen auf das Jahr 1990 (78 Mio. t) bis zum Jahr 2012 (68 Mio. t) vorzunehmen. Der Straßenverkehr gilt neben der Industrie als einer der Hauptverursacher des CO₂-Ausstoßes. In Österreich hat sich die Anzahl der Autos von 1960 bis 2010 von rund 400.000 auf 4,5 Millionen mehr als verzehnfacht und speziell in den Ballungszentren wird sehr viel CO₂ durch den „Stop-and-Go“-Verkehr produziert.

Hybridautos als mögliche Antwort auf den Klimawandel?

Bis 2020 plant das Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie, dass 900.000 Hybridautos und 130.000 bis 150.000 Elektroautos auf Österreichs Straßen unterwegs sein sollen. So könnte der CO₂-Ausstoß um 7% bis zum Jahre 2020 reduziert werden. Ein Hybridauto weist neben dem Verbrennungsmotor auch noch einen Elektromotor auf, der den abgasfreien Antrieb auf Teilstrecken von 3 bis 5 km (modellabhängig) übernehmen kann.

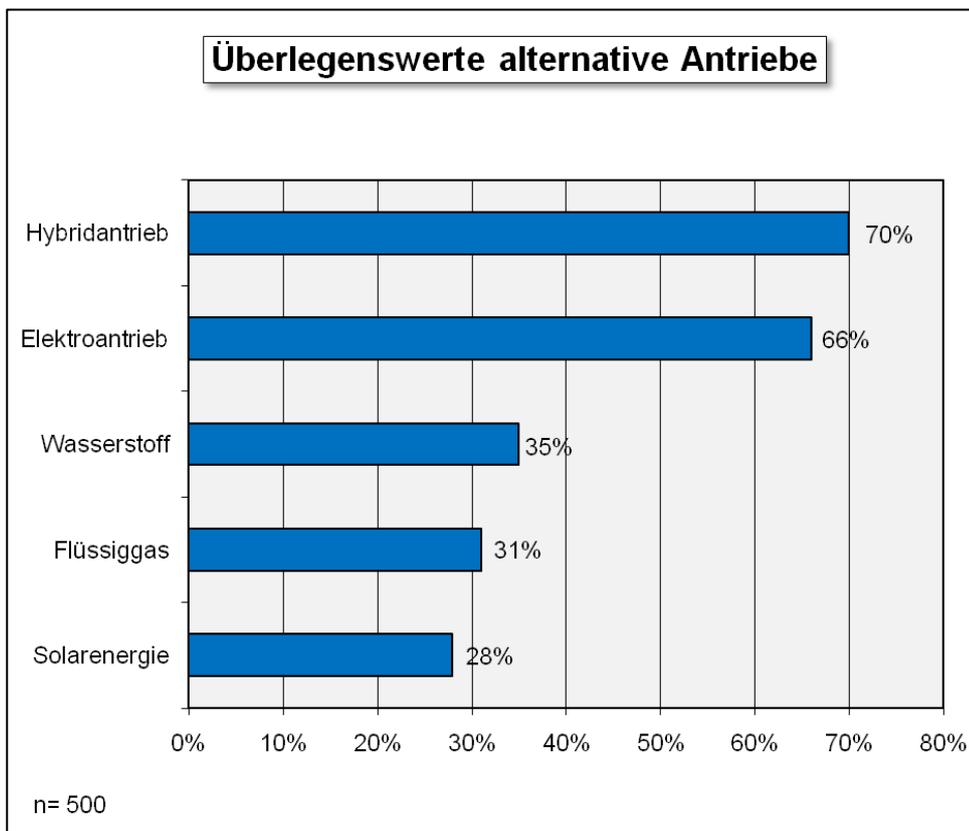


Quelle: <http://www.emissionslos.com>, 16.07.2011

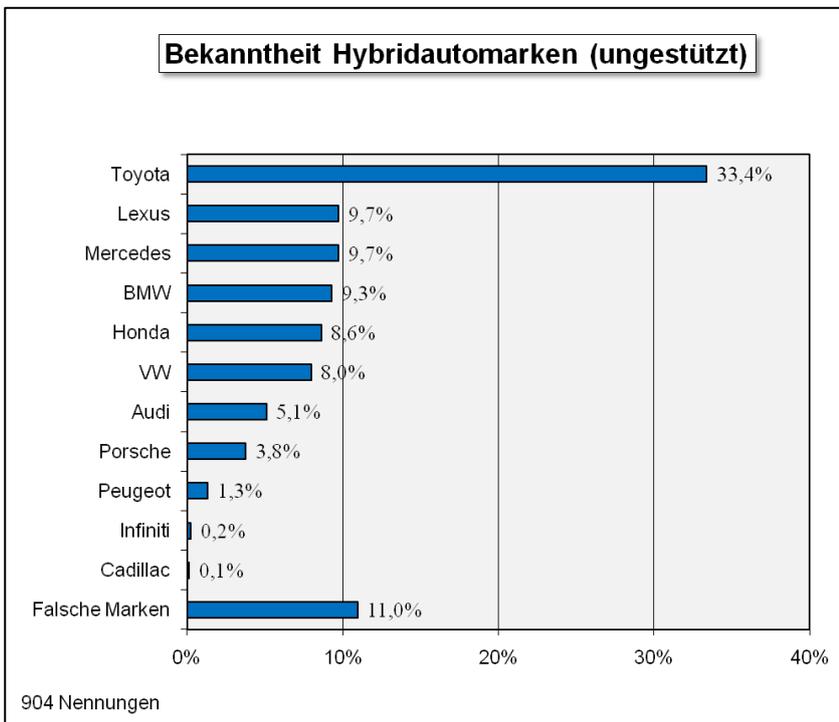
Obwohl seit 1997 ein serienreifes Hybrid-Modell (Toyota Prius) am Markt erhältlich ist, sind derzeit auf Österreichs Straßen fast keine Hybridautos (Anteil: 0,11%) unterwegs. Dabei hätten diese Autos um bis zu 30% geringere CO₂-Emissionen und einen um bis zu 20% pro 100 km geringeren kombinierten Kraftstoffverbrauch (Stadt/Land) als vergleichbare Benzin- und Dieselfabrikate. Die verbesserte Umweltfreundlichkeit von Hybridautos ist auch im Umweltranking 2010/2011 des Verkehrsclub Deutschland (VCD) ersichtlich, wo sich gleich vier Hybrid-Modelle (Toyota Prius, Toyota Auris, Honda Civic Hybrid, Honda Insight) unter den zehn umweltfreundlichsten Autos befinden. Welche Faktoren sich nun positiv oder negativ auf die Akzeptanz von Hybridautos auswirken, wurde bei 500 österreichischen Nicht-Hybrid-Autofahrern in einer gemeinsamen Studie der Institute für Marketing Management und Werbewissenschaft & Marktforschung auf der WU Wien im Mai 2011 erforscht.

Kernergebnisse der Studie

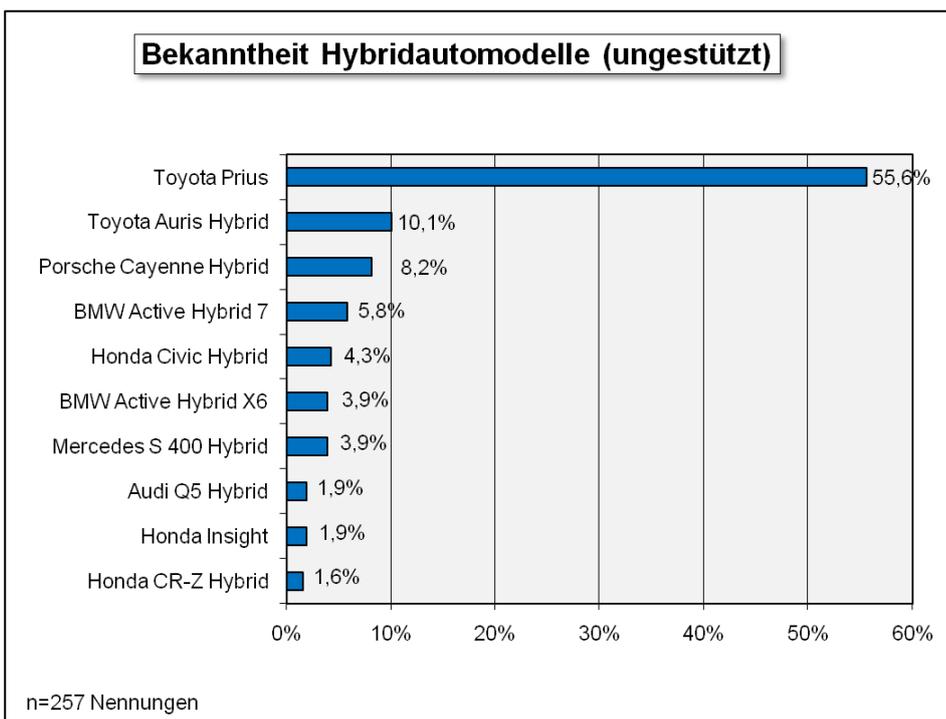
70% der befragten Autofahrer könnten sich vorstellen mit einem Hybridauto auf den Straßen unterwegs zu sein. Für 66% wäre auch der Elektroantrieb eine überlegenswerte Alternative zum herkömmlichen Benzin- oder Dieselantrieb. Wasserstoff (35%), Flüssiggas (31%) und Solarenergie (28%) sind eher weniger reizvolle Antriebstechnologien.



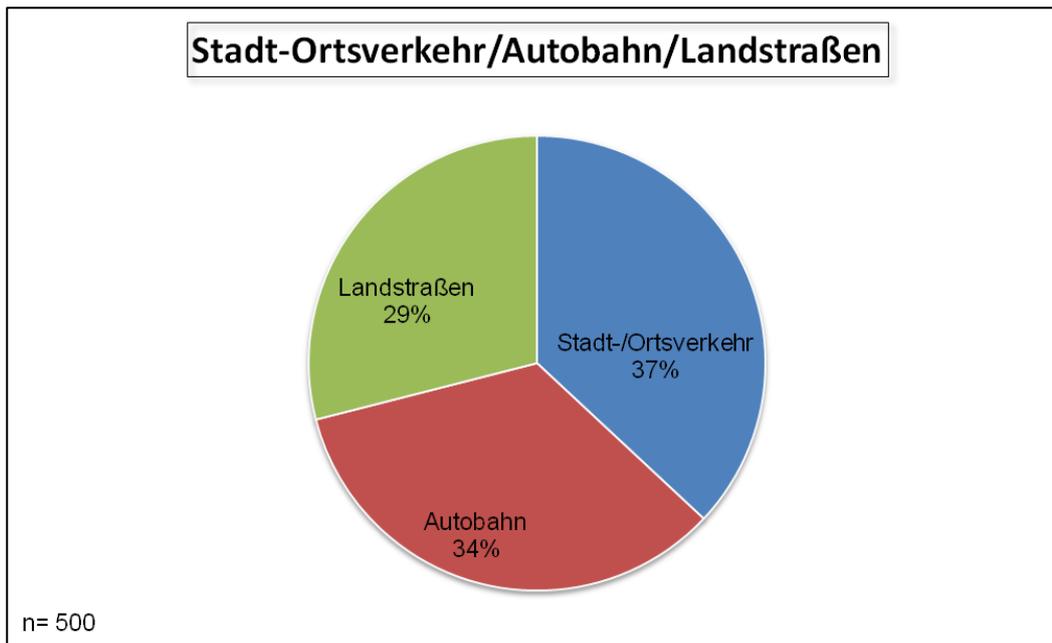
33% kennen Toyota als Hybridmarke, gefolgt von Lexus, Mercedes (rund 10%) und BMW, Honda (rund 9%). Die restlichen Marken von Audi bis Peugeot erreichten Werte zwischen 1% und 5%. Die Marken Infiniti und Cadillac waren den meisten Autofahrern nahezu unbekannt.



Das mit Abstand bekannteste Hybridmodell ist der Toyota Prius mit 56%, gefolgt vom Toyota Auris mit 10%. Die anderen Hybridmodelle der Marken Audi, BMW, Honda, Mercedes und Porsche erreichen nur sehr geringe Bekanntheitswerte von 2% bis 8%. Die Modelle von Cadillac, Citroen, Infiniti, Lexus, Peugeot und VW sind den Autofahrern nahezu bis gänzlich unbekannt.



71% der befragten Autofahrer fahren bis zu 20.000 km/Jahr mit ihrem Auto. Die meisten Kilometer werden mit 37% im Stadt- und Ortsverkehr zurückgelegt, gefolgt von Autobahnen (34%) und Landstraßen (29%). Beim Umstieg auf ein Hybridauto könnten so bis zu 20% der Treibstoffkosten/Jahr eingespart werden. Beim Diesel wären dies bis zu rund 320 €/Jahr und beim Benzin bis zu rund 440 €/Jahr (Annahme: 20.000 km/Jahr, 6 l komb. Verbrauch/100 km, 1,33 €/l Diesel im Jahr 2011; 8 l komb. Verbrauch/100 km, 1,37 €/l Benzin im Jahr 2011, jeweils bis zu 20% Ersparnis/Jahr).



Positive Einflussfaktoren auf die Akzeptanz von Hybridautos

Einen positiven Einfluss auf die Akzeptanz von Hybridautos haben Markenaspekte (Image der Marke, Vertrauen zur Marke, renommierte Marke), d.h. starke Automarken, wie Audi und VW, hätten ein größeres Potential beim Verkauf von Hybridautos. Umweltaspekte (geringerer Kraftstoffverbrauch, geringere CO₂-Emissionen) und die Innovationsneigung einer Person im Zusammenhang mit Autos wirken sich ebenfalls positiv aus.

Negative Einflussfaktoren auf die Akzeptanz von Hybridautos

Als negative Einflussfaktoren auf die Akzeptanz von Hybridautos erwiesen sich, der um bis zu 20% höhere Kaufpreis im Vergleich zu Benzin- und Dieselfahrzeugen. 48% der befragten Autofahrer würden sich erst dann ein Hybridauto kaufen, wenn sich das Preis-/Leistungsverhältnis deutlich verbessern würde. Diese Tatsache wird auch dadurch untermauert, da für 39% der max. Kaufpreis bei bis zu 15.000 € und für 38% zwischen 15.001 bis 25.000 € liegen würde. Der Einstiegspreis bei

einem Hybridauto befindet bei rund 20.000 Euro aufwärts. Nur die Marken Honda und Toyota bieten bisher entsprechende Modelle zwischen 20.000 bis 25.000 Euro an. 53% würden sich für ein Modell der Kompaktklasse und 31% für ein Modell der Mittelklasse entscheiden. 23% halten die Hybridtechnik für noch zu wenig ausgereift. Das zu geringe Wissen von 63% der befragten Autofahrer über Hybridautos und die zu geringe Bewerbung der Hybridfahrzeuge sind besonders gravierende negative Einflussfaktoren.

Welche möglichen Ursachen stecken hinter der langsamen Diffusion von Hybridautos?

- Höherer Anschaffungspreis
- Unzureichendes Wissen und schlechter Informationsstand über Hybridautos
- Mangelndes Angebot an preiswerteren Hybridmodellen (Kompakt- und Mittelklasse)
- Kaum Werbung (Ausnahme: Toyota)
- Audi, BMW, Mercedes, VW (37% MA in Österreich, keine preiswerteren Hybridmodelle)

Elektroautos im Moment noch keine Alternative

Die emissionsfreien Elektroautos sind im Moment noch keine vernünftige Alternative, da für 35% der befragten Autofahrer der Kaufpreis ab rund 35.000 € aufwärts eindeutig zu hoch ist. Als weiteren großen Nachteil empfinden 22 % die noch viel zu geringe Reichweite (bis 150 km) und für 16% erscheint die Technik des Elektroantriebs noch als zu wenig ausgereift.

Handlungsempfehlungen für einen gesteigerten Absatz

Als potentielle Zielgruppe für Hybridautos sind Autofahrer im urbanen Bereich und Pendler zu nennen, die sehr viele Kurzstrecken bis zu 20 km/Tag fahren. Speziell die Frauen sollten hier angesprochen werden, da sie beim Thema Automobil umweltbewusster als die Männer sind. Die Reichweite der Hybridautos im reinen Elektromodus müsste von derzeit drei bis fünf Kilometer auf 15 bis 20 Kilometer erhöht und das Angebot von derzeit neun Hybridmodellen im Kleinwagensegment, sowie in der Kompakt- und Mittelklasse erweitert werden. Durch geringere NOVA, Senkung der motorbezogenen KFZ-Steuer oder durch Preisaktionen der Händler könnte der Preisnachteil gegenüber vergleichbaren Benzin- und Dieselmotoren reduziert werden. Der Vertrieb soll wie bisher über das Händlernetz der Hersteller erfolgen. Eine gemeinsame Kommunikationsoffensive von Politik und Herstellern würde die vorhandenen Wissensdefizite verringern und ein entsprechendes Bewusstsein für die Hybridautos schaffen. Der Wunschhybrid der Österreicher wäre ein VW Golf Hybrid um 18.000.- Euro.

Kontaktdaten:

- Ing. Dr. Harald Wimmer
- Fachhochschule St. Pölten
- FH-Dozent für Werbung & Dialogmarketing
- Department Wirtschaft, 2. Stock, Zimmer 2.14
- Telefon: 02742/ 313 228 - 437
- E-Mail: harald.wimmer@fhstp.ac.at