

Ressort: Technik

Meinungsführer, Individualisten, Umweltschützer: Hybridfahrer

Veröffentlicht am: 29.03.2013 | Verfasser: Siegfried Schwarz

Eine Studie analysierte die Persönlichkeit von Hybridantriebsfans. Sie steigt und steigt und steigt. Seit 2009 wuchs die Zahl der Zulassungen von Hybrid-Autos in Deutschland jedes Jahr um rund 25 Prozent. Und so wie es aussieht, geht es so weiter. Doch was unterscheidet die Käufer des umweltfreundlichen Antriebs von denen konventionell betriebener Fahrzeuge? Eine aktuelle Studie zeigte: einiges. Die Unterschiede sind eklatant.

Wer kauft Hybrid-Modelle und warum? Dies wollte das Automotive Institute for Management (AIM) wissen und befragte in einer repräsentativen Studie 919 deutsche Konsumenten, unter denen sich 214 Hybrid-, 354 Benzin- und 351 Dieselfahrer befanden. Die Studie ergab, dass sich die Hybridkunden zum Teil deutlich von den Käufern konventionell angetriebener Modelle unterscheiden. So nimmt bei mehr als jedem Zweiten die Umweltfreundlichkeit des eigenen Automobils eine bedeutende Rolle ein. Bei Benzin- und Dieselfahrern spielt diese Eigenschaft nur bei jedem fünften Kunden eine Rolle. Allerdings sind Hybridkunden unabhängige Geister und legen wenig Wert auf die Fahrzeugmarke.

Nur bei jedem zwanzigsten Fahrer spielte diese eine wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung. Der Status ihrer Marke ist Fahrern konventionell angetriebener Modelle deutlich wichtiger. Die Kosten hingegen werden von den Hybridkunden nicht besonders hoch bewertet. Auffällig ist, dass es Hybridfahrern bei ihrem Auto stärker um den eher abstrakten Umweltschutz geht als um die ganz konkrete, auf sich selbst bezogene Reduzierung der eigenen Autokosten?, sagt der Direktor des AIM, Professor Franz-Rudolf Esch. Neben den unterschiedlichen Motiven bei der Wahl des Fahrzeugs, zeichnen sich die Gruppen auch durch stark abweichende Persönlichkeitseigenschaften aus.

So ergab die Studie, dass Hybridfahrer deutlich weniger an Autos interessiert sind als Benzin- und Dieselfahrer. Sie sind eher individualistisch veranlagt und kommen unabhängig zu ihrer Kaufentscheidung. Auf der anderen Seite wiederum nehmen sie häufig die Rolle des Meinungsführers ein, der wiederum die Kaufentscheidungen anderer beeinflusst. Es überrascht zudem, dass die Neuartigkeit der Hybrid-Technologie keine bedeutende Rolle bei der Kaufentscheidung spielt. Wer sich einmal für den Hybridantrieb entschieden hat, bleibt dieser Technik treu. Knapp 80 Prozent der Hybridkunden gaben in der Befragung an, sich wieder für diesen Antrieb entscheiden zu wollen.

Auch im Benzin- und Diesellager hat der Hybridantrieb offensichtlich Boden gut gemacht, denn mehr als die Hälfte dieser Gruppe kann sich grundsätzlich vorstellen, ein Hybridmodell zu kaufen. Angesichts dieser positiven Einstellung lässt sich auch ein Spaßfaktor Hybrid? erkennen. Mehr als 80 Prozent der Hybridfahrer bereitet es Freude, ihr Fahrzeug zu bewegen und selbst jeder zweite Benzin- und Dieselfreund

**Redaktioneller Programmdienst:
Reporters.de**

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt / Germany
Telefon: +49 (0) 700-011.11.011
Telefax: +49 (0) 841-951.99.661
E-Mail: service@reporters.de
Internet: reporters.de

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist allein der/die jeweilige Autor/in verantwortlich.

glaubt, dass es ihm Spaß machen würde, einen Hybrid zu fahren. Offensichtlich formt die Hybridtechnik am Ende doch die Markentreue. Denn die Studie zeigt, dass die Hybridfahrer eine deutlich positivere Einstellung zur eigenen Automarke haben.(dmd)

Artikel online lesen:

https://www.reporters.de/technik/meinungsfuehrer_individualisten_umweltschuetzer_hybridfahrer-44/

Redaktion und Verantwortlichkeit:

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDSStV: Siegfried Schwarz, Ingolstadt

**Redaktioneller Programmdienst:
Reporters.de**

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt / Germany
Telefon: +49 (0) 700-011.11.011
Telefax: +49 (0) 841-951.99.661
E-Mail: service@reporters.de
Internet: reporters.de

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist allein der/die jeweilige Autor/in verantwortlich.