

YOUGOV FRAMEWORK

# E-Auto vs. Verbrenner

Welche Antriebsart ziehen Verbraucher beim  
Neuwagenkauf in Betracht?

---

Living Consumer Intelligence | [business.yougov.com/de](https://business.yougov.com/de)

YouGov®

## YUGOV FRAMEWORK

# Elektro-Auto oder doch Verbrenner?

Die Beziehung der Deutschen zu ihren Autos und dem Autofahren ist innig. Auch in Zeiten von Klimaschutz und neuen Mobilitätskonzepten bleibt die Zuneigung groß und die Diskussionen um Veränderungen werden zum Teil recht hitzig. Besonders in Bezug auf die Antriebsart gehen die Meinungen auseinander.

Mithilfe unseres Zielgruppen-Segmentierungs- und Analyse-Tools [YouGov Profiles](#) sowie Daten des [YouGov RealTime Omnibus](#), haben wir ein Framework erstellt, das die deutsche Bevölkerung auf der Grundlage ihrer Kaufabsichten in Bezug auf Autos segmentiert und profiliert, um die Zusammensetzung und die allgemeinen Merkmale der Zielgruppe jener zu identifizieren, die beabsichtigen in den nächsten 12 Monaten einen Neuwagen zu erwerben.



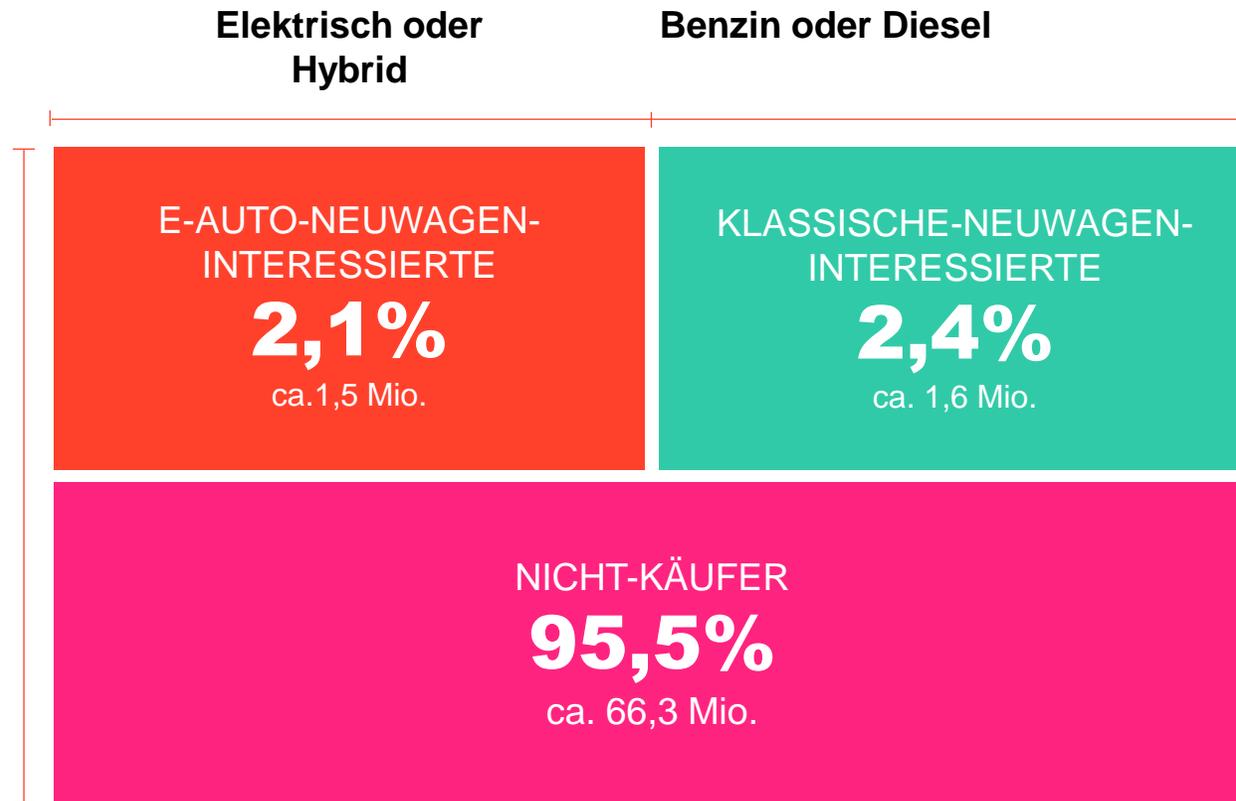
# YouGov Framework: E-Auto vs. Verbrenner

Deutsche Gesamtbevölkerung: 69 Millionen (18+)

## Zukünftiger Kauf - Motorentyp

Neukauf, Leasing oder Eintausch gegen ein neues Auto bei Finanzierung – in den nächsten 12 Monaten

Verkauf, Gebrauchtwagenkauf, keine Pläne – in den nächsten 12 Monaten



Quelle: YouGov Profiles, Stand 14.08.2022. Die Größe der einzelnen Gruppen in % wird gerundet.

# YouGov Framework: E-Auto vs. Verbrenner

Deutsche Gesamtbevölkerung: 69 Millionen (18+)

SEGMENT	BEVÖLKERUNG	% BEVÖLKERUNGS-REPRÄSENTATIV	DEFINITION DER SEGMENTE
<b>E-Auto-Neuwagen-Interessierte</b>	1,5 Mio.	2,1%	Diese Gruppe plant in den nächsten 12 Monaten die Anschaffung eines Neuwagens mit Elektro-Antrieb – rein elektrisch oder eine Hybrid-Art.
<b>Klassische-Neuwagen-Interessierte</b>	1,6 Mio.	2,4%	Diese Gruppe plant in den nächsten 12 Monaten die Anschaffung eines Neuwagens mit Benzin- oder Diesel-Antrieb.
<b>Nicht-Käufer</b>	66,3 Mio.	95,5%	Diese Gruppe plant in den nächsten 12 Monaten die Anschaffung eines Gebrauchtwagens, den Verkauf ihres Fahrzeuges oder hat keine Pläne diesbezüglich. Diese Gruppe wird in dieser Analyse nicht berücksichtigt.

[Wenn Sie erfahren wollen, wie sie diese Zielgruppen erreichen können, klicken Sie hier.](#)

## E-Auto- Neuwagen- Interessierte

(im Vergleich zur Gesamtbevölkerung)



**28%**

sind zwischen 30 und 44 Jahre alt  
(vs. 23%).



**66%**

sind Männer (vs. 49%).



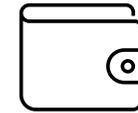
**83%**

sind der Meinung, dass grüne Energie die  
Zukunft ist (vs. 66%).



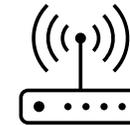
**62%**

sagen, dass sie nie ein hässliches  
Auto fahren würden (vs. 48%).



**52%**

haben ein mittleres Einkommen (vs. 35%).



**49%**

sagen, dass sie bereit sind für 5G-Technologie  
mehr Geld zu bezahlen (vs. 21%).



**32%**

geben an, den Erfolg ihres Trainings mit einer  
Fitness-App zu überprüfen (vs. 17%).



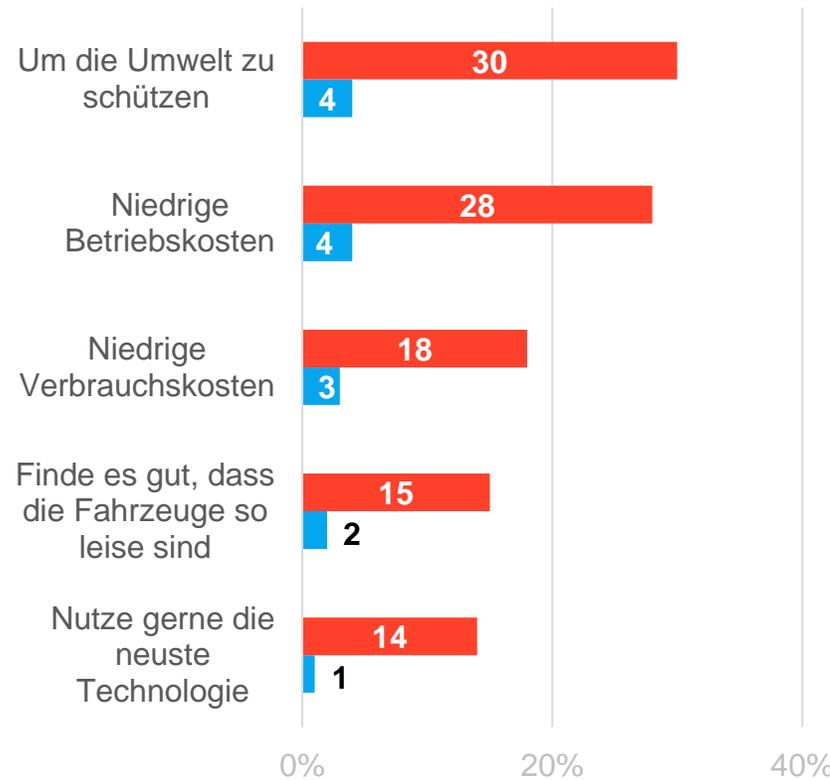
**87%**

Sagen, dass sie sich für neue  
Technologieprodukte, Services und Apps  
interessieren (vs. 67%).

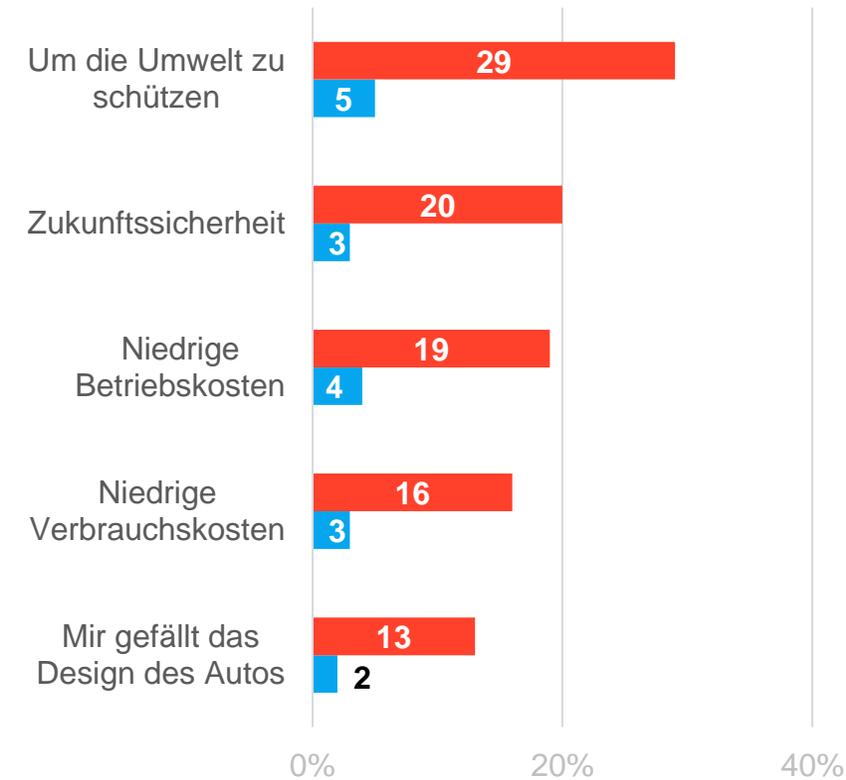
# E-Auto-Neuwagen-Interessierte

(im Vergleich zur Gesamtbevölkerung)

Gründe für einen Hybridantrieb beim Autokauf (in %)



Gründe für einen Elektroantrieb beim Autokauf (in %)

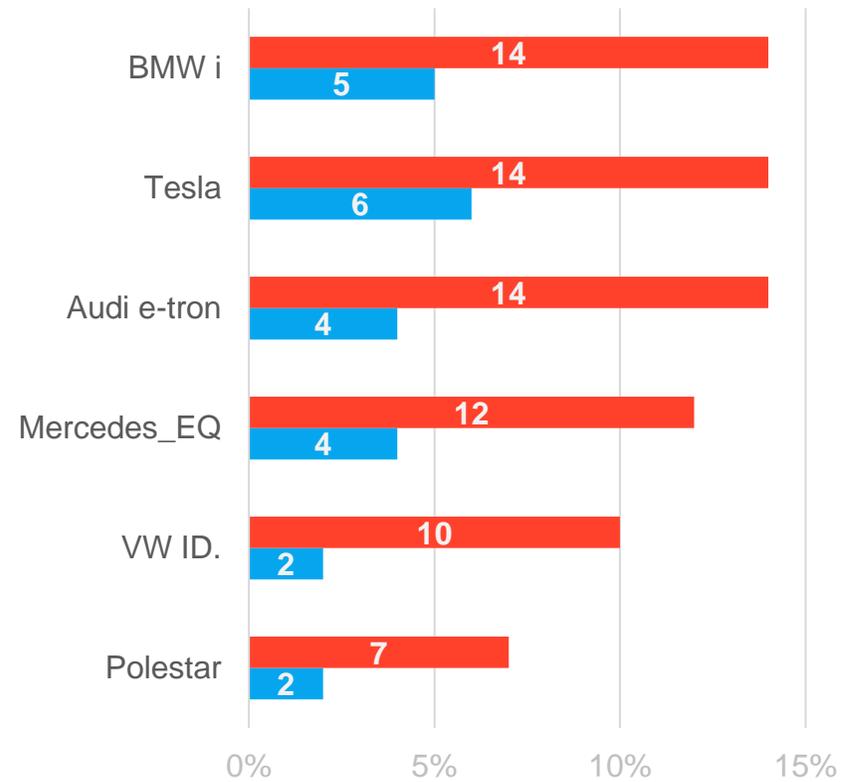


■ E-Auto-Neuwagen-Interessierte ■ Gesamtbevölkerung

# E-Auto-Neuwagen-Interessierte

(im Vergleich zur Gesamtbevölkerung)

## Für die Zukunft in Betracht gezogene Marke des Autos (in %)

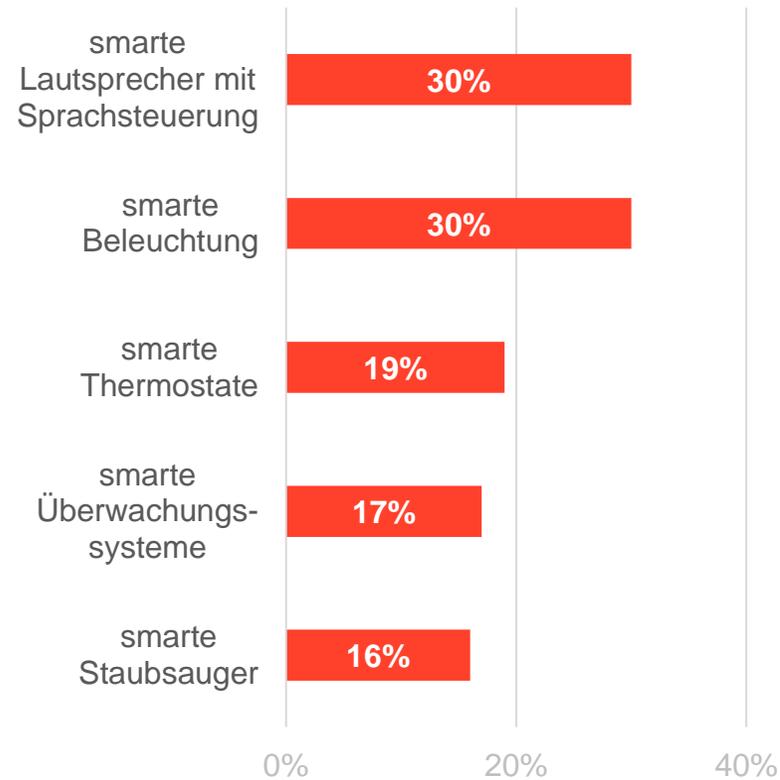


■ E-Auto-Neuwagen-Interessierte ■ Gesamtbevölkerung

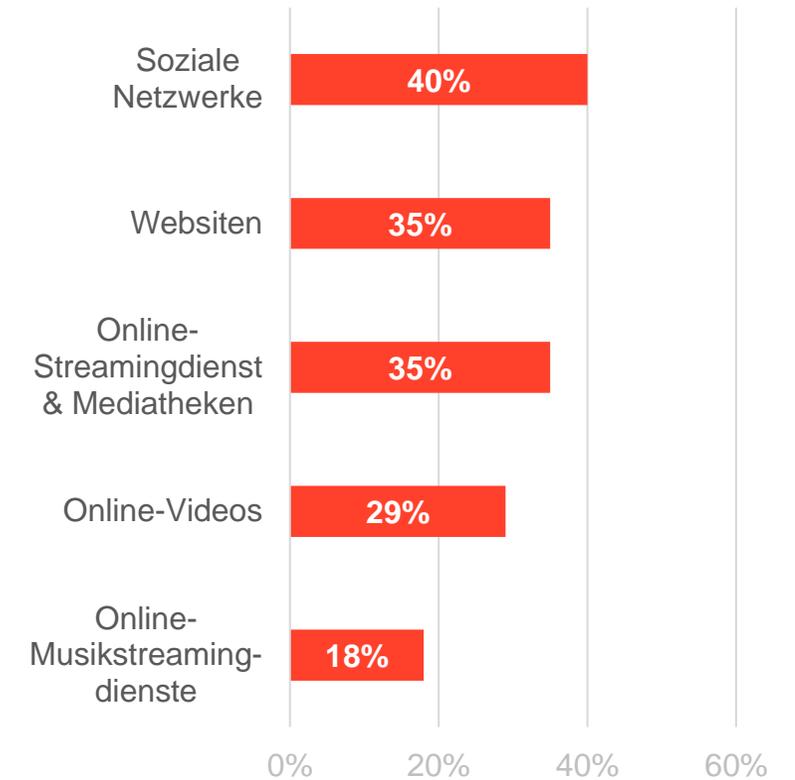
Wenn Sie erfahren wollen, welche Automarken diese Zielgruppe auch noch in Betracht zieht – auch in anderen Märkten, nehmen Sie Kontakt auf.

# E-Auto- Neuwagen- Interessierte

## Smart-Home-Geräte in Besitz



## Erreichbarkeit über Online-Werbekanal



## Klassische-Neuwagen-Interessierte

(im Vergleich zur Gesamtbevölkerung)



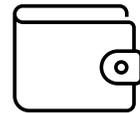
**30%**

sind zwischen 30 und 44 Jahre alt (vs. 23%).



**54%**

Sind Männer. (vs. 49%)



**49%**

haben ein geringeres Einkommen (vs. 35%).



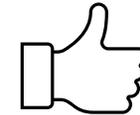
**75%**

sagen, dass ein Auto mit leistungsstarken Motor mögen (vs. 56%).



**37%**

sagen, dass sie für ein neues Auto sparen (vs. 19%).



**28%**

geben an, dass es ihnen zusagt, eine Versicherung z.B. auch über einen Automobilclub abzuschließen (vs. 15%).



**54%**

sagen, dass sie eine Schwäche für Markenprodukte haben selbst wenn diese teuer sind (vs. 32%).



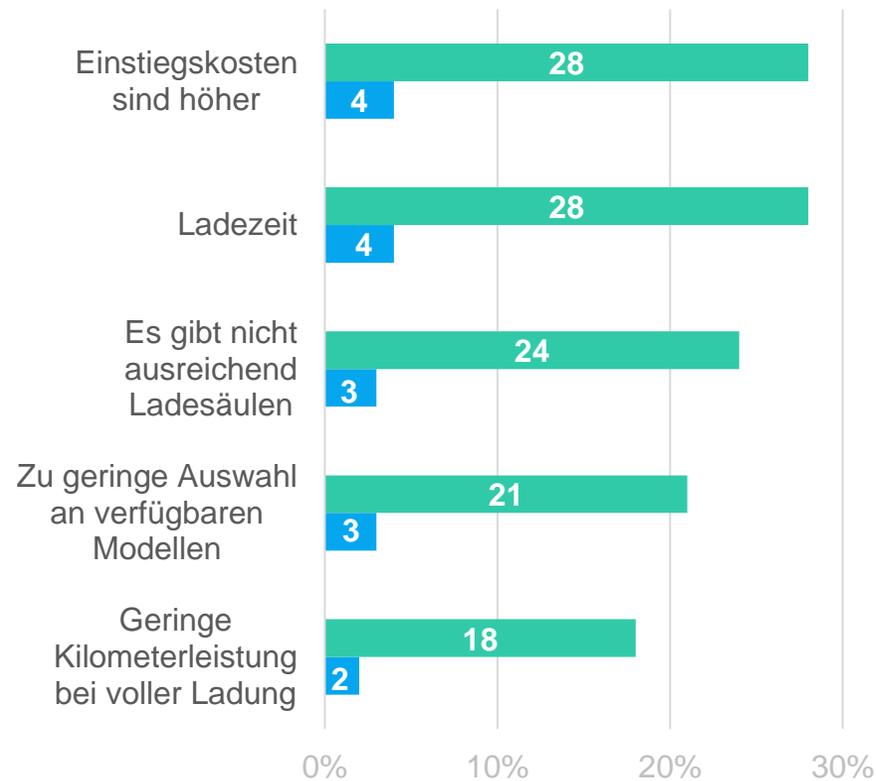
**23%**

sind aktuell Kunde bei der Allianz. (vs. 18%)

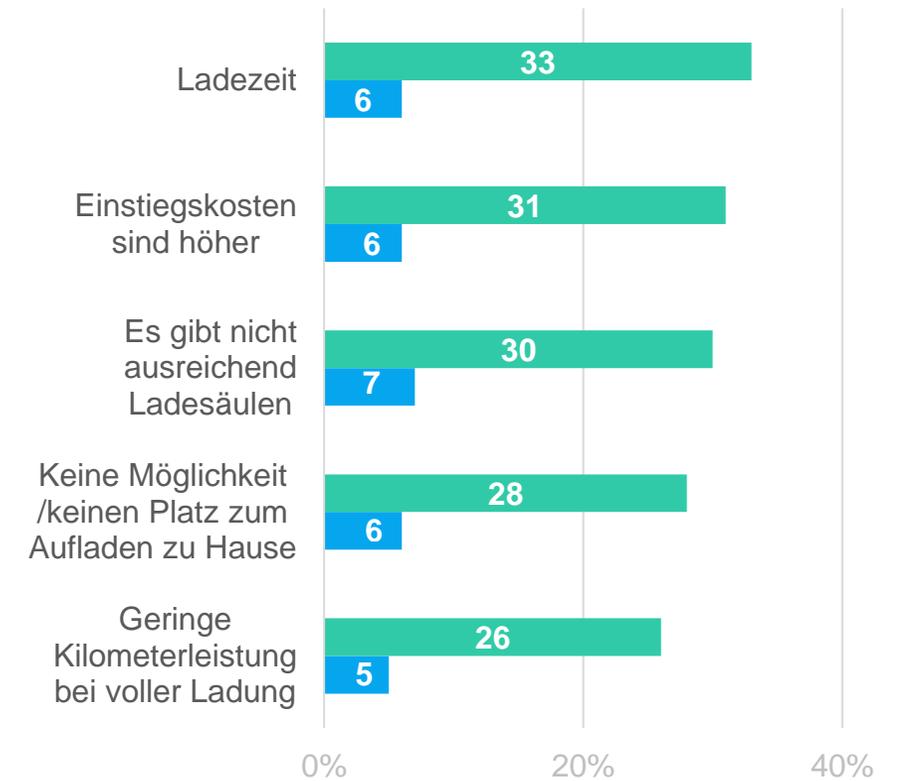
## Klassische-Neuwagen-Interessierte

(im Vergleich zur Gesamtbevölkerung)

### Gründe gegen einen Hybridantrieb beim Autokauf (in %)



### Gründe gegen einen Elektroantrieb beim Autokauf (in %)

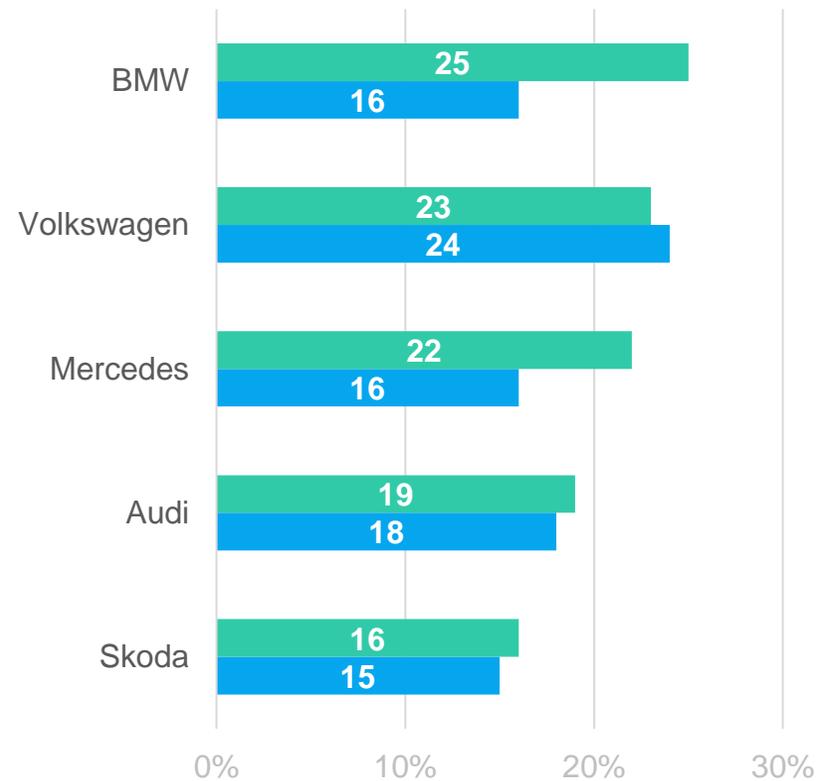


■ Klassische-Neuwagen-Interessierte ■ Gesamtbevölkerung

## Klassische-Neuwagen-Interessierte

(im Vergleich zur Gesamtbevölkerung)

Für die Zukunft in Betracht gezogene Marke des Autos (in %)

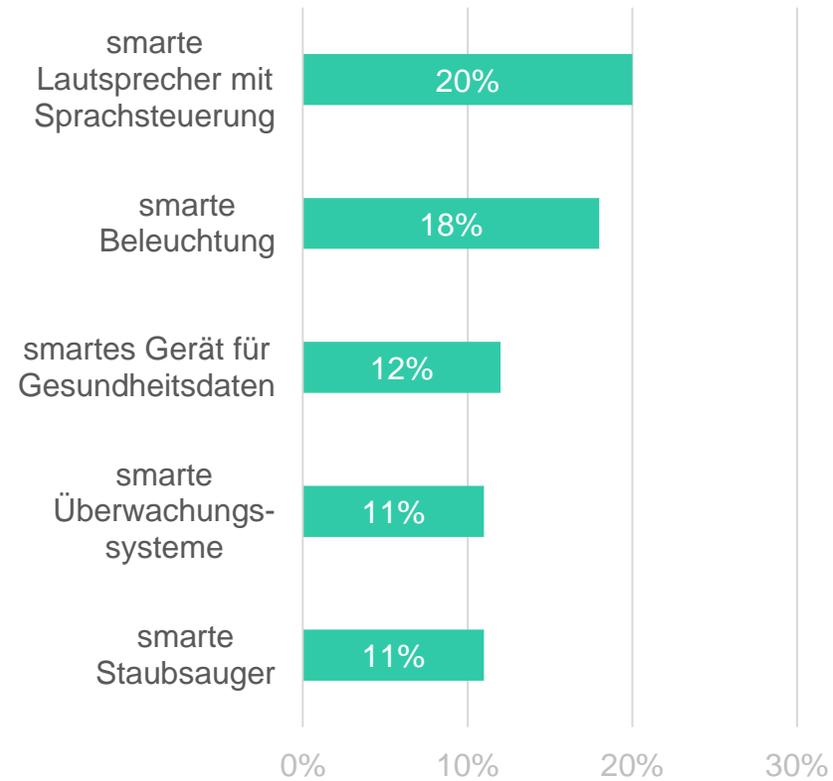


■ Klassische-Neuwagen-Interessierte ■ Gesamtbevölkerung

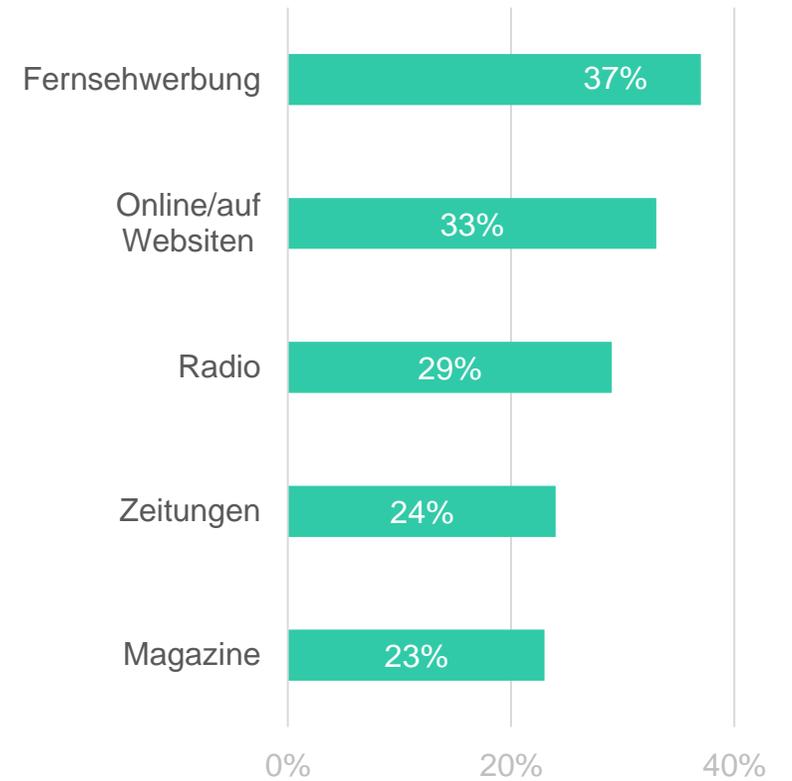
Wenn Sie erfahren wollen, welche Automarken diese Zielgruppe auch noch in Betracht zieht – auch in anderen Märkten, nehmen Sie Kontakt auf.

## Klassische- Neuwagen- Interessierte

### Smart-Home-Geräte in Besitz



### Erreichbarkeit mit einer Werbekampagne



# Die Daten in diesem Framework stammen aus YouGov Profiles

YouGov Profiles macht es einfach, branchenrelevante Zielgruppen zu finden und zu verstehen. Zielgruppen können spielend leicht für eigene Analysen in unseren Dashboard-basierten Lösungen nachgebaut und den eigenen Bedürfnissen angepasst werden.

Unsere Profildatenbank bietet Ihnen Zugang zu Hunderttausenden von demografischen, einstellungs- und verhaltensbezogenen Verbrauchermetriken.

[Jetzt kostenlose Profiles-Demo buchen](#)

YouGov

## YouGov Profiles

---

Über **94.000** hoch engagierte deutsche Panelisten (18+)

---

Wöchentlich aktualisierter Datensatz

---

Zugang zu über **190.000** Datenvariablen

---

Passiv gemessene Daten (besuchte Webseiten, genutzte Apps, Social-Media-Interaktionen)

---

Wiederbefragung (Re-Contact) für noch detailliertere Informationen

# YouGov<sup>®</sup> RealTime

## Erfolgreiches Content-Marketing mit dem YouGov Omnibus

Mit **YouGov RealTime** erhalten Sie schnell Umfrageergebnisse – repräsentativ für die Bevölkerung in Deutschland oder speziell für Ihre Zielgruppe. Stellen Sie Ihre Fragen, testen Sie Konzepte und erhalten Sie eine zuverlässige Datengrundlage, um strategische Entscheidungen zu treffen oder mediale Aufmerksamkeit zu gewinnen.

Erhalten Sie schnell und kosteneffizient Daten von Verbrauchern oder B2B-Zielgruppen in verschiedenen Märkten. Beobachten Sie die Umfrageergebnisse in Echtzeit und erhalten Sie sofort Insights, um auch knappe Fristen einzuhalten.

[Nehmen Sie jetzt Kontakt mit unseren Experten auf und erfahren Sie, wie wir Ihnen helfen können.](#)



### **Zuverlässige Ergebnisse**

Befragung im **YouGov Panel**:  
Durchführung schnell  
und effizient möglich



### **Schnelle Lieferung**

Ergebnislieferung innerhalb von  
48 Stunden nach Start der  
Befragung und Live-Reporting



### **International**

Befragen Sie bei Bedarf in 70+  
Märkten

# Weitere Studien und Whitepaper

Laden Sie sich hier kostenlos relevante Analysen und Whitepaper von YouGov zu verschiedensten aktuellen Themen herunter.

**Aufsteiger des Jahres 2022**  
In Kooperation mit dem Handelsblatt  
Handelsblatt  
**Aufsteiger des Jahres**  
Kundenempfehlung  
2022  
Quelle: YouGov BrandIndex  
Entwicklung Weiterempfehlung  
Handelsblatt - August 2022  
YouGov

Aufsteiger des Jahres

Nachhaltigkeit im Einzelhandel

Diversität im Marketing

**Preis-Leistungs-Ranking 2022**  
In Kooperation mit Handelsblatt  
Handelsblatt  
**Preis-Leistungs-Sieger**  
2022  
Handelsblatt - Februar 2022  
YouGov

Preis-Leistungs-Ranking 2022

Deutscher Mobiltelefon-Markt: Quartalsbericht

Nachhaltiges Investieren