

Medienmitteilung
Zürich, 30. Januar 2025

Was denkt die Schweizer Bevölkerung über Elektroautos?

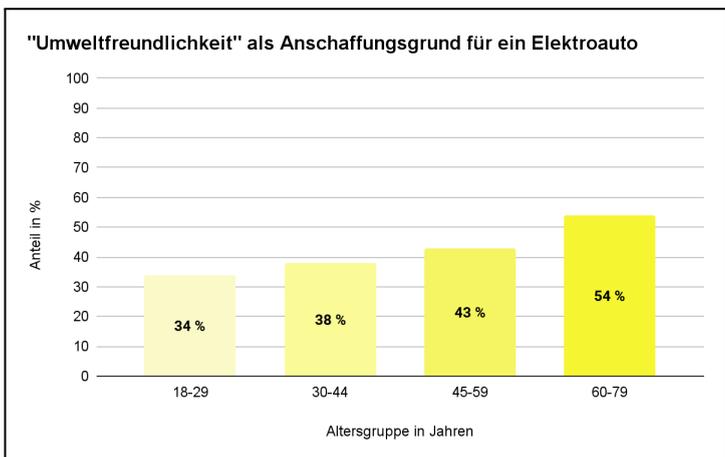
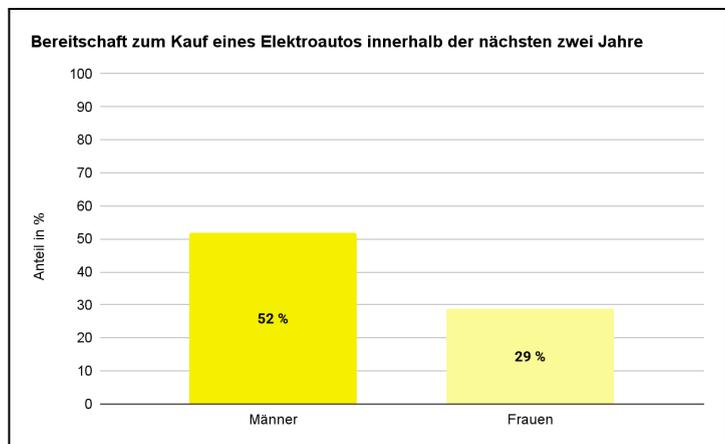
Eine repräsentative Umfrage des Forschungsinstituts YouGov im Auftrag von AutoScout24 gibt Einblicke in die Einstellung der Schweizer Bevölkerung zu Elektroautos. Obwohl Elektrofahrzeuge im Jahr 2024 erschwinglicher wurden, bleiben Vorbehalte und Bedürfnisse bestehen, die den Autokauf beeinflussen.

Die Bereitschaft, innerhalb der nächsten zwei Jahre ein Auto mit Elektroantrieb zu kaufen, ist bei Männern mit 52 % deutlich höher als bei Frauen (29 %). Auffallend ist, dass Personen zwischen 18-29 Jahren weiterhin Benzinmotoren bevorzugen (88 %), während Hybridfahrzeuge in der Altersgruppe von 30 bis 59 Jahren stärker nachgefragt werden. Hausbesitzer:innen zeigen sich mit 53 % interessierter an elektrischen Fahrzeugen als Wohnungsbesitzer:innen (32 %). Gleichzeitig wird bei Menschen zwischen 60-79 Jahren eine stärkere Umweltorientierung sichtbar: 54 % der Befragten dieser Altersgruppe geben „Umweltfreundlichkeit“ als zentralen Grund für die Anschaffung eines Elektrofahrzeugs an. Zum Vergleich: Bei den 18-29-Jährigen sind es lediglich 34 %, bei den 30-44-Jährigen 38 % und bei den 45-59-Jährigen rund 43 %.

Beratung und Einkommen entscheidend

Für Menschen zwischen 60-79 Jahren ist eine Beratung beim Kauf eines Elektroautos besonders wichtig, während Käufer:innen zwischen 18-44 Jahren dies seltener angeben.

Auch das Einkommen beeinflusst die Wahl des Antriebs: Personen mit einem Einkommen unter CHF 6'000 entschieden sich in den letzten zwei Jahren zu 66 % für Benzinfahrzeuge und lediglich zu 6 % für Elektroautos. Bei einem Einkommen über 10'000 Franken stieg der Anteil der Käufer:innen von batteriebetriebenen Elektroautos hingegen auf 22 %.

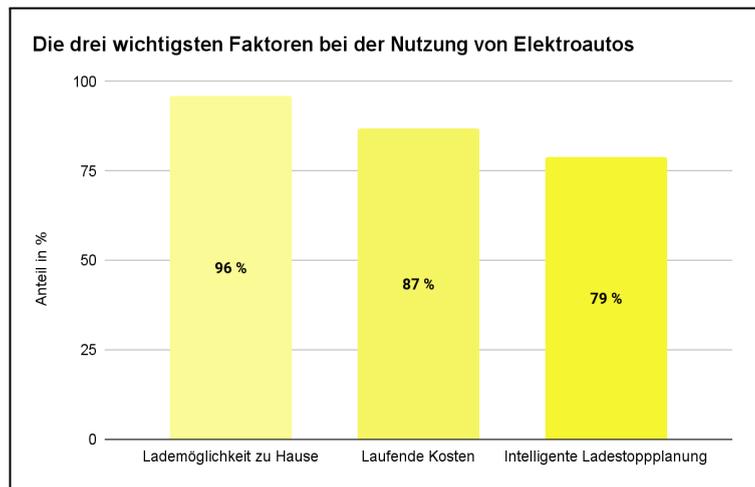


Informationsstand noch ausbaufähig

Während 28 % der Studienteilnehmer:innen die Kostenrecherche online durchführen, bevorzugen 32 % den direkten Kontakt mit Händler:innen. Webseiten von Autohersteller:innen sowie Empfehlungen von Freunden und Familie sind die meistgenutzten Informationsquellen. Gleichzeitig gibt rund ein Drittel der Frauen an, sich bisher nicht über Elektroautos informiert zu haben – ein Anteil, der bei Männern nur 17 % beträgt. Die wichtigsten Faktoren bei der Nutzung eines Elektroautos sind laut Umfrage: Eine Lademöglichkeit zu Hause, die laufenden Kosten sowie die Fähigkeit des Fahrzeugs, Ladestopps intelligent und selbstständig zu planen. Hingegen wird ein umfassendes Angebot an verschiedenen Modellen, eine Lademöglichkeit bei der Arbeit und eine kurze Ladedauer als weniger wichtig eingestuft.

Reichweite und Ladeinfrastruktur als Hindernisse

Die eingeschränkte Reichweite von batteriebetriebenen Elektroautos bleibt für 58 % der Befragten ein Hindernis. Weitere Herausforderungen sind die problematische Entsorgung der Batterien, die hohen Anschaffungskosten sowie die fehlende Ladeinfrastruktur. Die Umfrage zeigt, dass staatliche Massnahmen als zentraler Hebel für den Durchbruch der Elektromobilität gesehen werden. 44 % der Befragten fordern Förderprogramme in Städten und Gemeinden, wie etwa Ladestationen in blauen Zonen. Besonders Menschen zwischen 60-79 Jahren sehen hier Potenzial. Die Förderung von Forschung und Entwicklung wird von 38 % als wichtig angesehen.



AutoScout24 engagiert sich für die Förderung der Elektromobilität

Im [EV Hub](#) von AutoScout24 finden Autokäufer:innen umfassende Informationen, Tipps und Empfehlungen rund um das Thema Elektromobilität. Verschiedene Anwendungen erleichtern die Entscheidungsfindung: Der [Reichweitenrechner](#) zeigt, wie viele Kilometer ein Elektroauto zurücklegen kann, bevor die Batterie aufgeladen werden muss. Mit dem [Kostenrechner](#) lassen sich die jährlichen Betriebskosten eines E-Autos kalkulieren. Der [Ladezeit-Rechner](#) informiert darüber, wie lange ein Elektrofahrzeug benötigt, um vollständig geladen zu werden. Ergänzend dazu steht der KI-Chatbot „E-Scouty“ bereit, um alle Fragen rund um das Thema Elektromobilität zu beantworten.

Datengrundlage

Die Umfrage wurde im November 2024 mit Personen im Alter von 18 bis 79 Jahren aus der Deutsch- und Westschweiz durchgeführt. Teilgenommen haben 600 Befragte, die im Besitz eines Führerscheins (Kat. B) sind und entweder in den letzten zwei Jahren ein Auto gekauft oder geleast haben oder dies in den nächsten zwei Jahren planen.

Medienkontakt



Saskia Iten

PR & Communication Manager
saskia.iten@swissmarketplace.group

Über die SMG Swiss Marketplace Group AG

Die SMG Swiss Marketplace Group AG ist ein wegweisendes Netzwerk von Online-Marktplätzen und ein innovatives Digitalunternehmen, das den Menschen das Leben mit zukunftsgerichteten Produkten vereinfacht. SMG Swiss Marketplace Group AG gibt ihren Kundinnen und Kunden die besten Tools für ihre Lebensentscheidungen an die Hand. Das Portfolio umfasst Real Estate (ImmoScout24, Homegate, Flatfox, Immostreet.ch, alle-immobilien.ch, home.ch, Publimmo, Acheter-Louer.ch, CASASOFT, IAZI), Automotive (AutoScout24, MotoScout24), General Marketplaces (anibis.ch, tutti.ch, Ricardo) und Finance and Insurance (FinanceScout24, moneyland.ch). Das Unternehmen wurde im November 2021 von TX Group AG, Ringier AG, Die Mobiliar und General Atlantic gegründet.