

HYBRID- UND ELEKTROFAHRZEUGE – DEUTSCHLAND – 2024

In der Übergangsphase zu reinen Elektrofahrzeugen sind Hybridmodelle von wesentlicher Bedeutung. Autohersteller können die Attraktivität von Elektroautos steigern, indem sie auf negative Wahrnehmungen eingehen und für Begeisterung sorgen.



Venkatesh Modi,
Research Analyst,
Germany



Reportinhalt



Zentrale Aspekte dieses Reports:

- Überblick

KURZFASSUNG

- Fünf-Jahres-Prognose für Hybrid- und Elektrofahrzeuge

Marktkontext

- Steigende Zuversicht der Verbraucher:innen wird sich positiv auf den Markt für Hybrid- und Elektrofahrzeuge auswirken
- Ende der staatlichen Subventionen für Elektroautos wird ihre Verkaufszahlen beeinträchtigen

Mintels Prognose

- Neuzulassungen von Hybrid- und Elektrofahrzeugen werden bis 2028 erwartungsgemäß auf 1,93 Millionen steigen
- Marktgröße & -prognose
- Stabiles Wachstum für den deutschen Hybrid- und Elektrofahrzeugmarkt erwartet

Chancen

- Zeigen, wie nachhaltige Autos den gesellschaftlichen Status verbessern, und so das hohe Interesse jüngerer Millennials nutzen
- Begeisterung für Elektro- und Hybridfahrzeuge schaffen und sich so von anderen Werbespots abheben
 - Grafik 1: innen, die zustimmen, dass alle reinen Elektro-/Hybridfahrzeuge in der Autowerbung auf die gleiche Weise dargestellt werden, nach Alter und Geschlecht, 2023
- Auf die Bedenken privater Mieter:innen beim Aufladen eingehen
 - Grafik 2: Besitz von Autos, nach Wohnsituation, 2023
- Mehr Verbraucher:innen sehen neuere Technologien eher negativ als herkömmliche Technik
- Mit wirkungsvoller Kommunikation die negative Wahrnehmung von Elektroautos aufheben

Die Wettbewerbslandschaft

- Volkswagen überholt Tesla und liegt wieder in Führung
 - Grafik 3: BEV-Marktanteile, 2021–2023
- Deutsche Premiummarken bleiben in Führungsposition, während Mercedes Audi überholt
 - Grafik 4: HEV- und PHEV-Marktanteile, 2021–2023

MARKTBESTIMMENDE FAKTOREN

Die deutsche Wirtschaft

- Auf die Konjunkturabschwächung folgt im Jahr 2023 die wirtschaftliche Erholung

Hybrid- und Elektrofahrzeuge – Deutschland – 2024

- Grafik 5: Wirtschaftliche Eckdaten, real, 2019–2025

- Die Inflationsrate kehrt langsam wieder auf ein normales Niveau zurück
- Die Inflation ist noch immer der Schlüsselfaktor, der die Finanzen der Verbraucher:innen beeinflusst ...
- ... und sich auf die finanzielle Zuversicht und die Ausgaben auswirkt

- Grafik 6: Index der finanziellen Zuversicht, 2022–2023

- Steigende finanzielle Zuversicht unter einkommensstarken Haushalten wird die Verkaufszahlen reiner Elektrofahrzeuge antreiben, einkommensschwache Haushalte wechseln zu Hybridfahrzeugen

Änderungen bei Verordnungen und der Gesetzgebung

- Das abrupte Ende der staatlichen Subventionen für Elektroautos wird sich negativ auf die BEV-Verkaufszahlen auswirken

Ladeinfrastruktur

- Das öffentliche Ladenetz in Deutschland wächst ...
 - Grafik 7: Anzahl der Ladestationen, nach Art, 2017–2023
- ... was ein positives Zeichen für den Elektrofahrzeugmarkt ist

WAS VERBRAUCHER:INNEN WOLLEN, UND WARUM

Autobesitz

- Reine Elektrofahrzeuge gewinnen an Dynamik
- Mehr Verbraucher:innen besitzen ein Elektroauto als ein Plug-in-Hybridfahrzeug
- Auf die Bedenken privater Mieter:innen beim Aufladen eingehen
 - Grafik 8: Besitz von Autos, nach Wohnsituation, 2023

Pläne für den Kauf eines Hybrid- oder Elektroautos

- Für das Interesse an Hybrid- und Elektrofahrzeugen sind hauptsächlich jüngere Generationen verantwortlich
 - Grafik 9: Zukünftige Pläne, ein Hybrid- oder Elektrofahrzeug zu kaufen, nach Generation, 2023
- Jüngere Millennials zeigen starkes Interesse am Kauf eines Hybrid- oder Elektrofahrzeugs
- Das geringe Interesse unter Geringverdienenden zeigt, wie wichtig Hybridautos bis zur Erschwinglichkeit von Elektroautos sind
 - Grafik 10: innen, die auf jeden Fall / wahrscheinlich den Kauf eines Hybrid-/Elektrofahrzeugs in den kommenden drei Jahren planen, nach monatlichem Haushaltseinkommen, 2023
- Das urbane Einkaufserlebnis neu definieren und so auf das höhere Interesse an Elektro-/Hybridfahrzeugen unter Stadtbewohner:innen eingehen
 - Grafik 11: innen, die auf jeden Fall / wahrscheinlich den Kauf eines Hybrid-/Elektrofahrzeugs in den kommenden drei Jahren planen, nach Gebiet, 2023
- Vorhandene Hybrid-/Elektroautobesitzer:innen ansprechen und so ihr hohes Interesse an diesen Fahrzeugen nutzen
- Knapp vier von zehn Verbraucher:innen, die für die kommenden drei Jahre den Kauf eines Elektro- oder Hybridfahrzeugs planen, wollen dies in den nächsten elf Monaten angehen
- Automarken sollten 18- bis 34-Jährige gezielt ansprechen und so das Wachstumspotenzial maximieren

Hybrid- und Elektrofahrzeuge – Deutschland – 2024

- Grafik 12: Zeitplan für den nächsten Kauf eines Hybrid- oder Elektrofahrzeugs, nach Alter, 2023

Betrachtung verschiedener Kraftstoffarten

- Hybridmodelle stehen bei den Überlegungen potenzieller Käufer:innen an erster Stelle
 - Grafik 13: Betrachtung verschiedener Kraftstoffarten, 2023
- Brennstoffzellen-Technologie ist für Verbraucher:innen weiterhin fraglich
- Kurzfristig das hohe Ansehen von Hybridmodellen zur Steigerung der Markenbekanntheit nutzen
 - Grafik 14: Betrachtung verschiedener Kraftstoffarten, nach Zeitpunkt des geplanten Kaufs, 2023

Attribute, die mit verschiedenen Kraftstofftypen assoziiert sind

- Verbraucher:innen sehen neuere Technologien eher negativ als herkömmliche Technik
- Positive Erfahrungen mit dem Elektroauto-Besitz nutzen, um auf Bedenken der Verbraucher:innen um die Lebensdauer von Elektrofahrzeugen einzugehen
- Maßnahmen ergreifen, um die Wahrnehmung von Elektrofahrzeugen als teuer in der Instandhaltung zu verändern
- Die Podcast-Serie von BMW auf YouTube will Mythen rund um Elektroautos beseitigen
- Erschwinglichkeit ist ein bedeutendes Thema
- Die Wahrnehmung reiner Elektrofahrzeuge unter der Generation X und den Babyboomern verbessern
 - Grafik 15: innen, dass rein elektrische Fahrzeuge „überbewertet“ sind, nach Generation, 2023
- Volkswagen zeigt den möglichen Fahrspaß eines Elektrofahrzeugs

Einstellungen zu Elektro- und Hybridfahrzeugen

- Mit einem Fokus auf den sozialen Aspekt der Nachhaltigkeit das starke Interesse jüngerer Millennials nutzen
- Über übliche Branchenbewertungen hinausgehen, um die Sicherheitsbedenken bei Elektroautos anzusprechen
 - Grafik 16: Einstellungen zu Elektro- und Hybridfahrzeugen, 2023
- Verbraucher:innen begeistern und sich so abheben
- Verbraucher:innen begeistern und sich so von anderen Werbespots für Elektro- und Hybridfahrzeuge abheben
- Verbraucher:innen wollen schnelle Ladezeiten für ihren schnelllebigen Alltag
- Die Vielseitigkeit reiner Elektrofahrzeuge unter Beweis stellen und so Verbraucher:innen auf dem Land ansprechen
 - Grafik 17: Einstellungen zu Elektro- und Hybridfahrzeugen, 2023
- Nachhaltigkeitsbotschaften mit leicht verständlichen Medien untermauern
 - Grafik 18: innen, die denken, dass rein elektrische Fahrzeuge so umweltfreundlich sind, wie die Hersteller behaupten, nach Generation, 2023
- Apple bringt frischen Wind in Reports zur Nachhaltigkeitsthematik
- Mit alltäglichen Beispielen Informationen zu Elektrofahrzeugen leichter verständlich darstellen

LANCIERUNGSAKTIVITÄT UND INNOVATIONEN

- Citroën lanciert den ë-c3 – ein Elektrofahrzeug mit einem Startpreis von 23.300 Euro
- Renault wird eine Elektroauto-Variante des R5 zu einem erschwinglichen Preis lancieren
- CATL stellt schnellladende Batterien vor

Hybrid- und Elektrofahrzeuge – Deutschland – 2024

- Fiat lanciert ein kleines Elektroauto für die Stadt mit einem haushaltsüblichen Ladestecker

Werbung und Marketingaktivität

- BMW lässt Verbraucher:innen in Fortnite ein Auto gestalten
- Der Sony Afeela wird mit einem PS5-Controller auf die Bühne gefahren
- Mercedes geht über übliche Branchenbewertungen hinaus, um die Sicherheit seiner Elektroautos im Vergleich zu anderen Kraftstoffarten zu beweisen
- BYD wird offizieller E-Mobilitäts-Partner der UEFA Euro 2024

MARKTANTEILE

- Volkswagen überholt Tesla und nimmt wieder die Führungsposition ein
 - Grafik 19: BEV-Marktanteile, 2021–2023
- Deutsche Hersteller schnitten gut ab und gingen in Führung
- Deutsche Premiummarken liegen weiterhin in Führung, während Mercedes Audi und BMW überholt
 - Grafik 20: HEV- und PHEV-Marktanteile, 2021–2023
- Durch das starke Wachstum bei Hybridfahrzeugen kann Mercedes Audi und BMW überholen

Wettbewerbsstrategien

- Marken des Massenmarktes konzentrieren sich auf Erschwinglichkeit, während der Konkurrenzdruck steigt
- Mercedes stärkt den Fokus auf das Luxussegment
- Marken wollen Verbraucher:innen ansprechen, indem sie Autos in digitale Erlebnisräume verwandeln
- Chinesische Automarken wollen Luxuskäufer:innen mit einem neu gestalteten Käuferlebnis ansprechen

MARKTGRÖSSE, -SEGMENTIERUNG UND -PROGNOSE

Branchengröße

- Externe Faktoren haben das Wachstum von Hybrid-/Elektrofahrzeugen gebremst
 - Grafik 21: Neuzulassungen von Hybrid- und Elektrofahrzeugen, 2019–2023
-
- Für 2024 wird eine Erholung von der Inflation erwartet
- Der Markt für Hybrid- und Elektrofahrzeuge wird weiter ein stabiles Wachstum verzeichnen

Marktsegmentierung

- Hybridautos dominieren den Markt für Hybrid- und Elektrofahrzeuge
 - Grafik 22: Marktsegmentierung von Elektrofahrzeugen, nach Kraftstoffart, 2019–2023
- Zunahme der BEV-Verkäufe wird von HEV-Umsätzen in den Schatten gestellt
- Der SUV-Trend hält weiter an
 - Grafik 23: Marktsegmentierung von Hybrid- und Elektrofahrzeugen, nach Bauart, 2021–2023

- Der SUV-Trend hält weiter an

ANHANG

Anhang – Produktabdeckung, Abkürzungen, Forschungsmethodik & Sprachgebrauch

- In diesem Report abgedeckte Produkte:
- Abkürzungen
- Forschungsmethodik
- Korrespondenz-Analyse – Methodik
- Ein Hinweis zum Sprachgebrauch:

Anhang – Marktgröße und zentrale Prognosemethodik

- Prognosemethodik
- Prognosemethodik – Fächerdiagramm
- Marktgröße – Volumen
- Marktprognose und Vorhersageintervalle – Volumen

Über Mintel Reports: Deutschland

Nutzen Sie unsere Reports jetzt und erhalten Sie die genauesten, zuverlässigsten und aussagekräftigsten Daten, Insights und Analysen. Mintel Reports Deutschland gibt Ihnen alles was Sie brauchen, um zu verstehen, was deutsche Verbraucher wollen, und warum.

In jedem Report analysiert Mintel den Markt, neue Produktinnovationen und die Wettbewerbslandschaft sowie das Verbraucherverhalten innerhalb Deutschlands. Unsere Analysten vor Ort, die von unserem globalen Expertenteam unterstützt werden, veranschaulichen dann, was dies für Sie bedeutet.

Was macht uns einzigartig?

- ✔ Eine 360-Grad-Perspektive auf deutsche Märkte
- ✔ In Deutschland ansässige erfahrene Analysten
- ✔ Fachkundige Unterstützung durch globale Kategorieexperten

Wie Mintel Reports Germany das Wachstum Ihres Unternehmens begleiten:

01

Identifizieren Sie zukünftige Chancen, indem Sie verstehen, was deutsche Verbraucher wollen, und warum

02

Treffen Sie schneller bessere Entscheidungen, indem Sie über die Entwicklungen auf Ihrem Markt informiert bleiben

03

Sehen Sie die Trends und Innovationen, die sich sowohl auf lokaler als auch auf globaler Ebene auf Deutschland auswirken.

DIESEN REPORT JETZT KAUFEN

€2600.00 | £2195.00 | \$2995.00*

store.mintel.com

Amerika: +1 (312) 932 0400
China: +86 (21) 6032 7300
Deutschland: +49 (0) 211 3399 7411
Indien: +91 22 4445 1045
Singapur: +65 6653 3600
Thailand: +66 2 821 5122
Großbritannien: +44 (0) 20 7606 4533

* Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung sind diese Preise korrekt, sie können sich aber aufgrund von Währungsschwankungen ändern.

MINTEL

Disclaimer

This is marketing intelligence published by Mintel. The consumer research exclusively commissioned by Mintel was conducted by a German licensed market survey agent ([See Research Methodology for more information](#)).

Allgemeine Geschäfts- und Nutzungsbedingungen

Jede Benutzung und/oder jede Kopie dieses Dokuments unterliegt den allgemeinen Geschäftsbedingungen von Mintel, welche unter folgendem Link zu finden sind:
<http://www.mintel.com/terms>

Bei Fragen zur Benutzung dieses Dokuments wenden Sie sich bitte an Ihren Kundenbetreuer oder Ihren Helpdesk vor Ort.

Veröffentlicht von Mintel Ltd.

www.mintel.com

Helpdesk

Großbritannien	+44 (0)20 7778 7155
USA	+1 (312) 932 0600
Australien	+61 (0)2 8284 8100
China	+86 (21) 6386 6609
Deutschland	+49 211 2409023
Indien	+91 22 4090 7217

