

Neues wagen beim Autokauf

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Energieia : Newsletter des Bundesamtes für Energie**

Band (Jahr): - **(2017)**

Heft 5

PDF erstellt am: **27.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-730851>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

NEUES WAGEN BEIM AUTOKAUF

Trotz Preisvorteilen wählen Neuwagenkäufer selten das energieeffizienteste Benzin- oder Dieselauto. Warum das so ist, zeigt eine Studie im Auftrag des Bundesamts für Energie.

Wer sich beim Autokauf fürs Energiesparen entschliesst, kann Geld sparen. Modelle der Effizienzklasse A sind heute für fast alle beliebten Automarken und Modelle erhältlich und in puncto Kosten konkurrenzfähig. «Die Neuwagen mit dem niedrigsten Treibstoffverbrauch sind bereits im Kaufpreis meist die günstigsten. Später sparen die Käufer noch einmal Geld, dank tieferen Treibstoffkosten und – je nach Kanton – ermässigten Motorfahrzeugsteuern», sagt Peter de Haan, Studienautor und Mobilitätsexperte des unabhängigen Ingenieur-, Planungs- und Beratungsunternehmens EBP Schweiz.

Rund 15 Prozent Marktanteil

Die energieeffizientesten Autos sind günstiger, weil sie beispielsweise kleinere Verbrennungsmotoren haben. Trotzdem entscheiden sich die Käufer relativ selten für diese Modelle: «Fahrzeuge der Effizienzklasse A machen nur gerade 15 Prozent des Neuwagenmarkts aus», zeigt die

Studie zur «Effizienzlücke beim Autokauf» in der Schweiz.

Energieeffizienz ist beim Autokauf nur ein Auswahlkriterium unter mehreren. Besonders wichtig für den Kaufentscheid sind laut der Studie ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, Umweltfreundlichkeit, innovative Technik, Eignung für Einsatz im Alltag sowie Komfort und Eignung für Fahrten in die Berge. Während die ersten Attribute gemäss einer Umfrage bei Autokäufern gut zu energieeffizienten Autos passen, werden Komfort und die Eignung für Fahrten in die Berge als ungenügend angesehen. Auch bei Sportlichkeit, Spassfaktor und attraktivem Image schneiden diese Autos eher schlecht ab.

Treueraten beim Kaufentscheid

Um das riesige Angebot an Neuwagen auf dem Markt einzugrenzen, orientieren sich Kundinnen und Kunden oft am Vorgängerauto. Gemäss Studie haben mehr als 40 Prozent der Autokäufer den genau

gleich grossen Motor (bzw. die gleiche Hubraumklasse) wie beim Vorgängerauto gewählt. Ein Drittel kaufte gar einen grösseren Motor, nur bei 25 Prozent aller Käufe war der neue Motor kleiner als sein Vorgänger.

Doch in der Motoren-Technologie herrscht ein Trend zum «Downsizing» – viel Leistung aus immer kleinerem Hubraum: Ein kleiner 1,2-Liter-Motor in einem Neuwagen bringt heute mehr Leistung als ein 1,6-Liter-Motor, der in einem zehnjährigen Auto steckt.

Aufklärung ist zentral

Der Schlüssel für ein Umdenken liege in der Kommunikation, sagt Peter de Haan. «Es reicht ganz offensichtlich nicht, energieeffiziente Technik anzubieten und sie mit Steuerrabatten finanziell attraktiv zu machen. Man muss auch über die Technik reden und einer kaufkräftigen Kundschaft erklären, warum die Rabatte sinnvoll sind.» (voa)



Quelle: Fotolia