

Pressemitteilung

WHU - Otto Beisheim School of Management

Nicolas Vogt

18.11.2020

<http://idw-online.de/de/news758202>

Forschungsergebnisse, Wissenschaftspolitik
Gesellschaft, Politik, Umwelt / Ökologie, Verkehr / Transport, Wirtschaft
überregional



Kaufprämie für Elektroautos: Nicht jede Marke profitiert davon

Beim Autogipfel im Kanzleramt wurde gestern die Verlängerung der Kaufprämie für Elektroautos bis Ende 2025 beschlossen. Eine neue Studie der WHU – Otto Beisheim School of Management und der Goethe Universität Frankfurt zeigt: Marken im Niedrig- und Mittelpreissegment werden stärker profitieren.

Düsseldorf/Vallendar. Von der kürzlich von der Bundesregierung und der Automobilindustrie beschlossenen Verlängerung der Kaufprämie für Elektroautos in Höhe von 9.000 Euro wird nicht jeder Autohersteller gleichermaßen profitieren. Eine kürzlich zur Veröffentlichung angenommene wissenschaftliche Studie der WHU – Otto Beisheim School of Management und Goethe Universität Frankfurt zeigt, dass die Prämie zulasten von Premiummarken wie beispielsweise Tesla und zugunsten von Marken im Niedrig- und Mittelpreissegment geht.

Prof. Dr. Christian Schlereth von der WHU erklärt: „Die Kaufprämie in Höhe von 9.000 Euro bezieht sich stets auf den Listenpreis und nimmt die Autohersteller in die Pflicht, davon mindestens 3.000 Euro selbst an den Kunden weiterzugeben. In der Realität bieten jedoch Autohersteller im Niedrig- und Mittelpreissegment auch ohne eine Kaufprämie einen Rabatt an, manchmal sogar von 20 % oder mehr. Premiummarken hingegen versuchen, nahezu den Listenpreis durchzusetzen. Die 3.000 Euro Rabatt, die sie selbst übernehmen müssen, werden laut unseren Berechnungen nicht durch die höhere Nachfrage ausgeglichen. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, haben sie aber keine Wahl. Sie müssen ebenfalls diesen Rabatt anbieten. Und das geht zulasten ihrer Marge.“

Zusammen mit Prof. Oliver Hinz und Katharina Keller untersucht Schlereth seit über sieben Jahren die Nachfrage nach Elektrofahrzeugen. Sein Fazit: Die Kunden reagieren weiterhin recht wenig auf den Preis. Von den Studienteilnehmern konnten sich selbst angesichts der Kaufprämien 2019 nur 5 % den Erwerb eines Elektroautos vorstellen. Die Kaufprämie steigert die Nachfrage in Deutschland lediglich um 1 %, was etwa 36.000 zusätzlichen neu zugelassenen Elektroautos im Jahr entspricht.“ Die Subvention der Bundesregierung für die Kaufprämie von 6.000 Euro senkt also in erster Linie die Kosten der Autohändler bzw. -hersteller. „Was wir aber gleichermaßen beobachten, ist, dass das Angebot deutlich besser in Sachen Reichweite wird, denn diese ist der stärkere Nachfragetreiber.

Quellen:

Keller, Katharina / Schlereth, Christian / Hinz, Oliver (2021): "Sample-based Longitudinal Discrete Choice Experiments: Preferences for Electric Vehicles over time", Journal of the Academy of Marketing Science, in press.

wissenschaftliche Ansprechpartner:

Prof. Dr. Christian Schlereth arbeitet seit 2014 als Professor für Digitales Marketing an der WHU - Otto Beisheim School of Management. Seine Forschung wurde in hochrangigen Marketing-Fachzeitschriften veröffentlicht. Er erhielt mehrere Auszeichnungen, darunter den IJRM Best Paper Award, Schmalenbach-Preis, Horizont Award, Emerald/EFMD Outstanding Doctoral Research Award und nicht zuletzt mehrere Lehrauszeichnungen. Seit mehr als fünf Jahren ist er zudem Jurymitglied beim Digital Leader Award der IDG und der Computerwoche.

Originalpublikation:

Die Studie von Prof. Dr. Christian Schlereth (WHU), Prof. Dr. Oliver Hinz und Katharina Keller (beide Goethe Universität Frankfurt) erscheint demnächst im Journal of the Academy of Marketing Science und ist hier online abrufbar: https://www.researchgate.net/publication/345643045_Sample-based_Longitudinal_Discrete_Choice_Experiments_Preferences_for_Electric_Vehicles_Over_Time