

Pressemitteilung

## **E-Autos „Made in China“: Mehrheit der Deutschen noch skeptisch**

**Kleinmachnow/Berlin, 13. Juni 2024 – Chinesische Elektroauto-Importe sollen den deutschen Automarkt erobern. Doch hierzulande herrscht noch Skepsis: Mehr als ein Drittel der Autofahrerinnen und -fahrer (36,6 Prozent) sieht in chinesischen Elektroautos keine Vorzüge gegenüber anderen Marken. Das zeigt eine aktuelle Umfrage\* von mobile.de, Deutschlands größtem Fahrzeugmarkt.**

Obwohl die Hälfte der Befragten (50,3 Prozent) chinesischen E-Auto-Herstellern in Zukunft eine größere Rolle auf dem deutschen Markt zutraut, können sich aktuell nur 22,1 Prozent der Autofahrerinnen und -fahrer den Kauf eines chinesischen Stromers überhaupt vorstellen. Gründe für die Zurückhaltung: Die Befragten wollen lieber die deutsche Autoindustrie unterstützen (32,2 Prozent), vertrauen eher auf westliche Automarken (29,8 Prozent) oder fürchten den Mangel an Ersatzteilen im deutsch-europäischen Raum (20 Prozent).

Alle, die den Kauf eines chinesischen E-Autos grundsätzlich in Erwägung ziehen würden, wären dazu nur dann bereit, wenn das Fahrzeug deutlich günstiger wäre als ein nicht-chinesisches Elektroauto (63,3 Prozent). Immerhin 17,3 Prozent wären bereit, genauso viel auszugeben. Nur 19,4 Prozent würden tatsächlich mehr Geld in die Hand nehmen. Was Interessierte zu einer Anschaffung bewegen würde, wären das gute Preis-Leistungs-Verhältnis (29,5 Prozent), niedrigere Anschaffungspreise (27,2 Prozent) sowie die softwaretechnische Ausstattung der Fahrzeuge (16,1 Prozent).

### **Mehr als die Hälfte möchte kein China-Auto ausprobieren**

Nur 14 Prozent der Autofahrerinnen und -fahrer hierzulande sind schon einmal mit einem Auto „Made In China“ gefahren. 78,5 Prozent hatten bislang hingegen noch gar keine Berührungspunkte. Und das offensichtlich aus Überzeugung: Lediglich 24 Prozent von ihnen sind interessiert daran, ein chinesisches Auto Probe zu fahren – mehr als die Hälfte (54,5 Prozent) lehnt das kategorisch ab.

Auch politische Aspekte könnten ein Grund für die Zurückhaltung sein: Die knappe Hälfte der Autofahrerinnen und -fahrer (42,4 Prozent) würde sich zwar nicht von politischen Spannungen zwischen China und Deutschland beeinflussen lassen. Weitere 40,6 Prozent würden jedoch kein E-Auto kaufen, wenn es einen Konflikt zwischen beiden Ländern gäbe. Je interessierter an Politik die Befragten sind, desto

weniger würden sie den Kauf eines chinesischen E-Autos in Erwägung ziehen: Während 50,9 Prozent der sehr stark politisch motivierten Menschen den Kauf ablehnen, sind es unter den Unpolitischen nur 18,7 Prozent.

### **Automarken sind noch Unbekannte**

NIO, ORA, MG – fast die Hälfte der Deutschen (46,1 Prozent) gibt an, keine chinesische Automarke beim Namen nennen zu können. Lediglich fünf Marken erreichen eine nennenswerte Bekanntheit unter den Befragten:

1. Polestar (27,4 Prozent)
2. MG (24,9 Prozent)
3. BYD (21,7 Prozent)
4. NIO (12,8 Prozent)
5. Lynk & Co (7,4 Prozent)

In Deutschland haben chinesische Elektroautos den Massenmarkt bislang noch nicht erreicht: Auf mobile.de wurden im Mai 2024 82.248 E-Autos zum Kauf angeboten. Der Anteil an chinesischen Fahrzeugen lag dabei bei knapp 3 Prozent. Aber das Angebot wächst: Im Vergleich zum Gesamtmarkt der E-Fahrzeuge (plus 45,5 Prozent) ist das Angebot an chinesischen Stromern im Jahresvergleich deutlich stärker gestiegen (plus 97,1 Prozent).

### **\*Umfragebedingungen**

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2.125 Personen zwischen dem 27. und 29. Mai 2024 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

### **Über mobile.de**

mobile.de ist Deutschlands größter Fahrzeugmarkt mit rund 1,4 Millionen inserierten Pkw, Nutzfahrzeugen, Motorrädern und E-Bikes. Sowohl Privatkunden als auch mehr als 40.000 registrierte Fahrzeughändler nutzen die Plattform und profitieren dabei von 108 Millionen Visits pro Monat (Quelle: mobile.de Google Analytics Tracking, Ø Monat Januar bis Dezember 2023). Als „One-Stop-Shop“ umfasst das Angebot von mobile.de neben dem An- und Verkauf auch Finanzierungs- und Leasinglösungen. Das 1996 gegründete Unternehmen ist ebenso wie Kleinanzeigen ein Tochterunternehmen von Adevinta, einem weltweit führenden Anbieter von Online-Kleinanzeigenportalen.



Weitere Informationen erhalten Sie bei:

mobile.de GmbH, Nils Möller, Senior Manager Communications  
Albert-Einstein-Ring 26, 14532 Kleinmachnow  
Tel: 0152-54802957, E-Mail: [nils.moeller@adevinta.com](mailto:nils.moeller@adevinta.com)

Achtung! GmbH, Isabel Eichhorn, Account Manager  
Straßenbahnring 3, 20251 Hamburg  
Tel: 0151-51796419, E-Mail: [isabel.eichhorn@achtung.de](mailto:isabel.eichhorn@achtung.de)