



SZ 2008\_03\_02 Kaufabsicht Hybridautos, Leserbrief

Weniger sexy geht nicht – Wo Umfragen vesagen

Etwa 10'000 von über 300'000 jährlich in der Schweiz verkauften Autos haben Hybrid- oder Elektroantrieb. Würde man den Umfragen glauben, müssten es mindestens 10 Mal mehr sein, denn „drei Viertel aller Schweizer würden einen Hybrid kaufen“.

Und warum tun sie es nicht? Weil die Umfrage den Automobilkäufern pseudowissenschaftliches, rationales Verhalten unterstellt und deshalb die Realität im Automobilmarkt unzutreffend abbildet. Denn was die Schweizer wirklich kaufen wollen, liest sich aus der Statistik der Neuwagenkäufe ab. Hätte man die Umfrage gesprächspsychologisch richtig gemacht, würden sich Umfrage und Absatzzahlen entsprechen.

Am Beispiel „Autokauf“ zeigt sich das Versagen rational ausgerichteter quantitativer Kaufabsichtsbefragungen generell: Angeblich sind die wichtigsten Kriterien beim Autokauf (Fraunhoferinstitut, Karlsruhe 2013) die Autogrösse, der Kaufpreis und die Sicherheit. Nur gerade 10% der Befragten geben an, dass Marke und Design wichtig seien. Dabei gibt es nichts Irrationaleres als der Autokauf: Entscheidend ist das Image einer Marke resp. eines bestimmten Modells, wobei der Kauf sich dann zwangsläufig auch noch nach den eigenen finanziellen Möglichkeiten und der aktuellen Bedarfssituation richtet.