

Umfrage: Jeder Zweite kennt neues Pkw-Energie-Label nicht

Befragung von AutoScout24: Neue Pkw-Label ...? Nie gehört, sagen die meisten Autofahrenden / Auch alte Energieverbrauchs-Sticker oftmals unbekannt / Nur Minderheit will sie beim Autokauf nutzen

Grünwald, 08. Juli 2024. Bei Waschmaschinen haben wir uns mittlerweile an sie gewöhnt, doch auch bei Autos gibt es sie bereits seit 2011: Farbige Datenblätter, die anzeigen, wie die CO₂-Bilanz und der Energieverbrauch des entsprechenden Fahrzeugs einzuschätzen sind. Noch besser soll das jetzt mit der neuen „Pkw-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung“ (EnVKV) funktionieren, die im Februar 2024 in Deutschland in Kraft getreten ist. Doch die Begeisterung über die überarbeiteten Pkw-Label hält sich in Grenzen, wie eine repräsentative Umfrage zeigt, die AutoScout24 und Innofact unter 1.007 Autohalter*innen durchgeführt haben. Demnach sagen nur 7 Prozent der Befragten, dass sie die Neufassung überzeugt und sie sich beim nächsten Autokauf daran orientieren wollen. Aus der Sicht von 13 Prozent hätte es die Überarbeitung hingegen gar nicht erst gebraucht. Die meisten kennen das neue Label aber genauso wenig wie das alte.

Zum neu eingeführten Pkw-Label hat die überwiegende Mehrheit der Autofahrenden keine Meinung. Der Grund: Mit 45 Prozent kennt es fast jede*r Zweite schlicht und einfach nicht. Damit geht es dem neuen Label ganz ähnlich wie seinem Vorgänger. Denn 38 Prozent der Fahrenden wissen auch nicht, was es mit dem alten Pkw-Label auf sich hat – und das, obwohl es bereits seit rund 13 Jahren im Einsatz ist. Kein Wunder also, dass 13 Prozent der Befragten sagen, dass es das neue Label aus ihrer Sicht nicht gebraucht hätte.

Jeder Zehnte goutiert inhaltliche Änderungen

In der Umfrage hat AutoScout24 die Autohalter*innen auch konkret um eine Bewertung der Neuerungen gebeten, die mit den neuen Pkw-Plaketten einhergehen. Doch nur wenige Umfrageteilnehmer honorieren das Bemühen der EU, ein informativeres und transparenteres Label an den Start zu bringen. Immerhin 11 Prozent geben an, dass sie das Label aufgrund der neuen Inhalte überzeugt. Ebenso viele finden es gut, dass es sich zum Ziel gesetzt hat, realistischere Verbräuche als sein Vorgängermodell abzubilden. Und 9 Prozent sehen einen Gewinn in der grafischen Überarbeitung und Darstellung der CO₂-Klassen.

Gleichwohl zeigt die AutoScout24-Umfrage auch, wie wenig alltagstaugliche Relevanz das neue Label bisher hat. So wollen sich nur 7 Prozent der Befragten bei ihrem nächsten Autokauf daran orientieren. Doch genau dazu, zur Orientierung beim Autokauf, ist das Umwelt-Etikett eigentlich gedacht.

Irrelevanz durch mangelnde Kenntnis

Warum also hat die neue Pkw-Energieverbrauchskennzeichnung so wenig Impact? Laut AutoScout24-Studie überzeugt sie 8 Prozent der Befragten nicht, weil sie diese durch ihre vielen Informationen eher verwirrt. Und für 4 Prozent ist das neue Label schon deshalb keine Orientierungshilfe, weil sie den Informationen darauf schlichtweg nicht trauen. Am

wahrscheinlichsten ist es aber, dass die geringen Zustimmungswerte aus einem zu geringen Bekanntheitsgrad des Labels resultieren: Den 45 Prozent, die noch nichts davon gehört haben, nützen auch die noch so guten Informationen nichts, die das neue Label bereithalten mag.

Altes Label: Bedeutung für 16 Prozent nach wie vor unklar

Damit geht es dem neuen Label zumindest nach dem Marktstart ganz ähnlich wie dem alten. Wie gezeigt, ist dieses 38 Prozent der hiesigen Autofahrenden nach wie vor kein Begriff. Zudem geben 16 Prozent der Befragten an, dass ihnen die Bedeutung des alten Labels nicht wirklich klar war. Und 5 Prozent hat es „mit seinen Buchstaben, Farben und Balkendiagrammen“ eher verwirrt, als dass es für Transparenz gesorgt hätte. Entsprechend räumt jede*r Vierte (25 Prozent) ein, sich trotz Kenntnis des alten Labels, beim Autokauf nicht daran orientiert zu haben.

Umsonst war die verpflichtende Einführung der farbigen Datensticker 2011 aber nicht. So sagt immerhin jede*r Vierte (21 Prozent): „Das alte Label hat mir beim Kauf eines Autos bereits gute Orientierung geboten.“ Damit wären diese 21 Prozent schon einmal die erste Benchmark für das neue Label. Halten die Informationen das, was sie versprechen – speziell mit Blick auf die realistischen Verbräuche –, sollte dieser Wert in den kommenden Monaten und Jahren durchaus zu toppen sein.

Jeder Fünfte hat sich beim Autokauf am alten Label orientiert

Frage: Bei Waschmaschinen haben wir uns bereits an sie gewöhnt und auch bei Autos gibt es sie seit 2011: Farbige Datenblätter, die anzeigen, wie die CO₂-Bilanz des entsprechenden Geräts einzuschätzen ist. Zum 1. Mai gelten jetzt neue Vorgaben dazu, welche Informationen dieses Pkw-Label für Neuwagen enthalten muss. Welchen der unten angeführten Aussagen mit Blick auf das alte und neue Pkw-Label stimmen Sie zu?

	Gesamt	Männer	Frauen
Am alten Pkw-Label habe ich mich bisher beim Autokauf nicht orientiert	25%	30%	20%
Das alte Pkw-Label hat mir beim Kauf eines Autos bereits gute Orientierung geboten	21%	20%	21%
Die Bedeutung des alten Pkw-Labels war mir ehrlich gesagt nicht wirklich klar	16%	21%	15%
Das alte Pkw-Label hat mich mit seinen Buchstaben, Farben und Balkendiagrammen eher verwirrt	5%	7%	4%
Das alte Pkw-Label kenne ich nicht / kann ich nichts zu sagen	38%	32%	45%
Das neue Pkw-Label überzeugt mich durch die neuen Inhalte, über die es informiert	11%	12%	11%
Aus meiner Sicht hätte es das neue Pkw-Label nicht gebraucht	13%	14%	13%
Das neue Pkw-Label überzeugt mich, weil es realistischere Verbräuche anzeigt	11%	12%	11%

Medieninformation

Das neue Pkw-Label überzeugt mich durch die grafische Überarbeitung der farbigen CO2-Klassen	9%	8%	9%
Das neue Pkw-Label ist überzeugend und ich werde mich beim nächsten Autokauf daran orientieren	7%	7%	7%
Das neue Pkw-Label überzeugt mich nicht, weil es zu viele, unverständliche Informationen enthält	8%	7%	9%
Das neue Pkw-Label überzeugt mich nicht, weil ich den angegebenen Informationen darauf nicht traue	4%	6%	3%
Das neue Pkw-Label kenne ich nicht / kann ich nichts zu sagen	45%	37%	53%

* Quelle: www.autoscout24.de / Innofact; Basis: repräsentative Stichprobe von insgesamt 1.007 Autohaltern und Autohalterinnen zwischen 18 und 65 Jahren; Befragungszeitraum: 13. bis 15. Mai 2024, Mehrfachantworten waren möglich, Werte gerundet.

Über AutoScout24

AutoScout24 ist mit über 2 Mio. Fahrzeug-Inseraten, rund 30 Mio. Usern pro Monat und mehr als 43.000 Händlerpartnern europaweit der größte Online-Automarkt. Neben Deutschland ist die AutoScout24 Group auch in den europäischen Kernmärkten Belgien, Luxemburg, Niederlande, Italien, Frankreich, Österreich, Norwegen, Dänemark, Polen und Schweden vertreten. Als umfassender Marktplatz für Mobilität investiert AutoScout24 gezielt in die Wachstumsfelder Leasing, Auto-Abo, Elektromobilität und Online-Autokauf. Mit AutoScout24 smyle ermöglicht der Marktplatz seinen Nutzerinnen und Nutzern den vollständigen Online-Kauf von Fahrzeugen – kostenlos und ready-to-drive direkt vor die Haustür geliefert. Seit 2020 ist auch der Leasing-Spezialist LeasingMarkt.de und seit 2022 die B2B-Auktionsplattform AUTOproff Teil der AutoScout24 Gruppe. Zusammen treiben die Marktplätze die Digitalisierung des europäischen Autohandels maßgeblich voran.

Weitere Informationen finden Sie unter www.autoscout24.de

Julia Dreßen

Public Relations Manager
Fon +49 89 444 56-1185
presse@autoscout24.de