



# Verankerung der Elektromobilität im Ländlichen Raum (EMiLR)

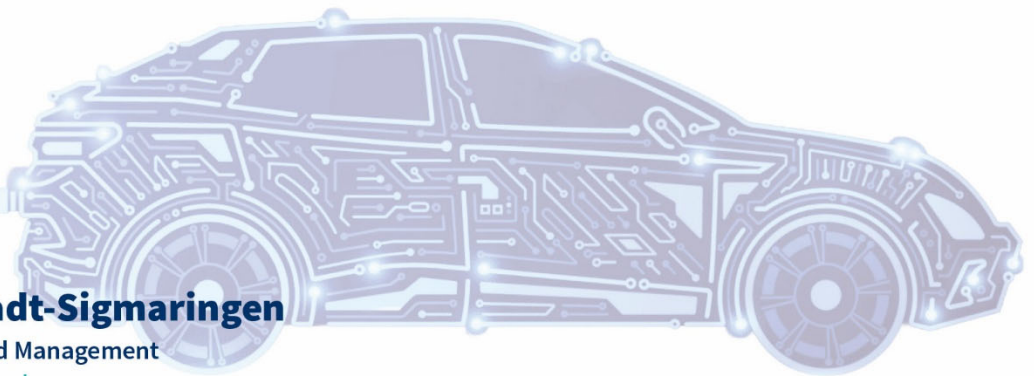
## Projektteam:

Prof. Dipl. -Kfm. W. Funk (Leitung)  
Prof. Dr. W. Heidig  
Prof. Dr. M. Haupt  
Prof. Dr. J. Rossmannith  
F. Dammak  
L. Werwein

## Hochschule Albstadt-Sigmaringen

Fakultät Business Science and Management

Kontakt: [funk@hs-albsig.de](mailto:funk@hs-albsig.de)



Projektzeitraum: 3/2024 – 3/2026



## **Hinweise zur Einordnung der Ergebnisse, Wirtschaftlichkeitsberechnungen und sprachlichen Darstellung**

Der vorliegende Bericht basiert auf den Ergebnissen einer bevölkerungsrepräsentativen Befragung in Baden-Württemberg, deren Datenerhebung durch das Befragungsinstitut forsa durchgeführt wurde, sowie auf deren wissenschaftlicher Auswertung und ergänzenden modellhaften Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen. Alle Daten, Berechnungen und Inhalte wurden mit größter Sorgfalt zusammengestellt, geprüft und aufbereitet.

Gleichwohl bilden die Ergebnisse die Einstellungen, Einschätzungen und Angaben der Befragten zum Zeitpunkt der Erhebung ab und sind daher im jeweiligen Untersuchungs- und Entstehungskontext zu interpretieren. Auch die im Bericht enthaltenen Wirtschaftlichkeitsrechnungen dienen in erster Linie der fachlichen Einordnung und Veranschaulichung möglicher ökonomischer Zusammenhänge. Sie beruhen auf den jeweils zugrunde gelegten Annahmen, Parametern und Rahmenbedingungen und können daher nicht ohne Weiteres auf andere Regionen, Zeitpunkte oder konkrete Einzelvorhaben übertragen werden.

Die im Bericht dargestellten Ergebnisse, Interpretationen und Handlungsempfehlungen stellen allgemeine fachliche Einschätzungen dar. Sie ersetzen keine individuelle rechtliche, wirtschaftliche, technische oder politische Beratung und begründen keine verbindlichen Aussagen für konkrete Investitions-, Förder- oder Umsetzungsentscheidungen.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im vorliegenden Bericht teilweise auf eine durchgängig geschlechtersensible Schreibweise verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten grundsätzlich für alle Geschlechter.

# Management Summary

## Management Summary

Die Diskussion um die so genannte Mobilitätswende beschränkt sich sowohl in der Forschung als auch in der industriellen Praxis oft auf Metropolregionen. Insofern war es das herausragende Ziel des Forschungsprojektes, den ländlichen Raum in den Fokus der Analyse zu stellen. Ein besonderer Meilenstein des Forschungsprojektes bildete dabei eine in 2025 durchgeführte repräsentative Umfrage mit mehr als 2000 Befragten zum Themenfeld der Elektromobilität im ländlichen Raum. Schwerpunkte der Befragung waren Mobilitätsverhalten, Nutzungsprofile, Anreizsysteme und Herausforderungen bei der Nutzung von Elektromobilität im Individualverkehr:

### **Mobilitätsverhalten:**

- Entgegen den subjektiven Einschätzungen gibt es keine signifikanten Unterschiede bei der täglich zurückgelegten durchschnittlichen Fahrtstrecke in städtischen (46 km) und in ländlichen Regionen (44,4 km). Sechs von zehn Befragten (59 %) fahren an einem durchschnittlichen PKW-Nutzungstag unter 40 km und bewegen sich damit in Distanzen, die auch von PKWs rein elektrisch zurückgelegt werden könnten. Zwar werden von Befragten im ländlichen Raum etwas häufiger als von Städtern auch Distanzen über 40 km im Alltag zurückgelegt, aber auch hier fährt die Mehrheit weniger als 40 km (57%).
- Bei den Gründen für die Nutzung des PKWs gibt es jedoch gewisse Unterschiede. In ländlichen Regionen wird der PKW vor allem für die Fahrt zur Arbeit genutzt, während in der Stadt die Nutzung des PKWs für Freizeitaktivitäten ein stärkeres Gewicht hat.
- Je ländlicher die Region, desto seltener nutzen die Befragten den ÖPNV und sind somit vermehrt auf den PKW angewiesen.
- Sowohl in städtischen als auch in ländlichen Regionen ist der Verbrenner die vorherrschende Antriebsart des hauptsächlich genutzten PKW. Auf dem Land wird im Vergleich häufiger Diesel als Hauptantrieb genutzt.
- 13% der Autofahrer fahren einen (teil-)elektrischen PKW, darunter 7% ein reines Elektrofahrzeug. Insgesamt befindet sich bei 9 % aller Befragten ein reines Elektroauto im Haushalt (Erst-/Zweitfahrzeug). Die Quote ist unter Eigenheimbesitzern deutlich höher (13%), insbesondere dann, wenn sie zusätzlich über eine Photovoltaikanlage oder ein Balkonkraftwerk verfügen.

### **Einstellung zu E-Autos:**

- Trotz geringer Fahrtstrecken sind Flexibilität sowie Reichweite die wichtigsten Aspekte bei der Entscheidung für eine Antriebsart, gefolgt von den Kosten für Anschaffung und Betrieb. Reichweite, Zuverlässigkeit und Kosten spielen in ländlichen Regionen eine größere Rolle als im städtischen Raum.
- Obwohl Elektrofahrzeuge nach Ansicht vieler (44 %) den eigenen Mobilitätsbedarf gut abdecken würden, sind hohe Anschaffungskosten, wenig Lademöglichkeiten sowie die geringe Reichweite die zentralen Hürden für die Anschaffung bzw. Nutzung von Elektroautos. Auch für E-Auto-Besitzer war die Reichweite vor dem Kauf ein sehr wichtiger Aspekt.
- Die Zufriedenheit der Befragten mit dem Ausbau der Ladeinfrastruktur ist relativ gering. Nur 17 % sind mit dem derzeitigen Ausbau an ihrem Wohn- bzw. Arbeitsort (sehr) zufrieden. In ländlichen Regionen fallen die kritischen Bewertungen noch etwas deutlicher aus.
- E-Auto-Besitzer auf dem Land sehen häufiger den Vorteil, eigenen Strom nutzen zu können, wohingegen E-Auto-Besitzer in der Stadt häufiger das Argument angeben, dass ein E-Auto zu ihrem Lebensstil passe.

### **Potential von E-Autos und Kaufanreize:**

- Vier von fünf E-Auto-Besitzern würden sich (sehr) wahrscheinlich wieder ein E-Auto kaufen. Von den Nichtnutzern von E-Autos ist jeder Fünfte bereit, sich innerhalb der nächsten 5 Jahre ein E-Auto zu kaufen. Damit ergibt sich ein Potenzial von 23 % (kaufbereite aktuelle E-Autounutzer und kaufbereite Nichtnutzer von E-Autos). Das Potenzial ist unter Eigenheimbesitzern noch etwas größer, insbesondere dann, wenn bereits eine Photovoltaik-Anlage vorhanden ist.
- Um Elektromobilität attraktiver zu machen, wünschen sich die Befragten von der Politik bzw. den lokalen Akteuren in erster Linie einen besseren Ausbau der Ladeinfrastruktur sowie finanzielle Entlastungen sowohl bei der Anschaffung als auch im Unterhalt von E-Autos.
- Von den abgefragten potenziellen Anreizen werden ein konstanter, geringer Strompreis, langfristige Steuerbefreiungen und Zuschüsse für die Installation privater Ladepunkte als besonders reizvoll erachtet. Zuschüsse für die private Ladeinfrastruktur und Steuerprämien empfinden Stadtbewohner etwas attraktiver als Bewohner in ländlichen Regionen.
- Informationsbedarfe zu E-Autos bestehen vor allem hinsichtlich der Reichweite, der Ladeinfrastruktur, den Anschaffungs- und Unterhaltskosten sowie der Haltbarkeit von Batterien.

### **Fazit der empirischen Analysen:**

- Das Mobilitätsverhalten in Baden-Württemberg ist stark durch das Auto geprägt. Dabei findet ein großer Teil der PKW-Mobilität in Distanzen statt, die auch mit einem Elektroauto bewältigt werden könnten. Hohe Anschaffungskosten, die Sorge nicht laden zu können, sind zentrale Kaufbarrieren.
- Das Tandem aus Elektroauto und PV-Anlage ist für viele aktuelle E-Auto-Besitzer eine bewährte Lösung, die abseits von Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekten auch Kostenvorteile verspricht. Darüber hinaus sind insbesondere langfristige, monetäre Anreize vielversprechend, wie etwa geringe Strompreise und Steuergutschriften.
- Neben den Kosten stellt vor allem die Sicherheit, auch weitere Strecken fahren zu können, ein wichtiges Kaufargument für ein Elektroauto dar. Der Ausbau der Ladeinfrastruktur wird diesem Sicherheitsbedürfnis gerecht und erschließt zudem Nutzergruppen, für die ein privater Ladepunkt derzeit keine Option ist.

### **Handlungsempfehlungen:**

Die auf der Basis der umfangreichen empirischen Analysen abgeleiteten Handlungsempfehlungen werden in die Bereiche Informationsmanagement, Kommunikation und Anreizsysteme gegliedert, um hier sowohl nichtmonetäre als auch monetäre Aspekte bei der Verankerung der Elektromobilität im ländlichen Raum zu berücksichtigen.

#### **Informationsmanagement:**

Da es in Bezug auf E-Autos noch sehr viele Unsicherheiten, Informationsdefizite und Mythen gibt, kommt einem umfassenden, zielgruppenspezifischen Informationsmanagement eine besondere Bedeutung zu („Innovation ist Kommunikation.“). Die Bereitstellung von Informationen muss hier eingebettet werden in erlebbare Fahrerlebnisse und Erfahrungsberichten von Nutzern. Da in ländlichen Regionen die Verbreitung von E-Autos noch sehr gering ist und es somit im Alltag wenig Berührungspunkte mit E-Autos gibt, wird das Angebot an diesen Touch Points umso wichtiger. Fahrzeugpräsentationen, Mobilitätskarten, Mobilitätscafés, Teststrecken, Workshops zur E-Mobility etc. können hier geeignete Formate bilden, um die Diskrepanz zwischen wahrgenommenem Nutzen und Fakten zur E-Mobilität zu reduzieren: „Vom Zweifeln über das Wollen zum Tun.“

In diesem Bezugsrahmen kann das durchgeführte Mobilitätsforum am Innovationscampus Sigmaringen eine Leitlinie sein, um sowohl über E-Mobilität praxisnah zu informieren als auch E-Mobilität erlebbar zu machen: Erleben, Informieren, (gemeinsames) Arbeiten. Das Mobilitätsforum war eine dialogorientierte Veranstaltung von Bürgerinnen und Bürgern aus der Region, dem Autohandel, Energieversorger und Kommunen. Impulsvorträge, Workshops, Erfahrungsberichte wurden hier verknüpft mit Fahrzeugpräsentationen und Testdrives.

Analysen zeigen, dass es in vielen Städten bzw. Landkreisen noch an eindeutigen Kontakt-/Ansprechstellen für das Themenfeld E-Mobilität im Individualverkehr fehlt. Dies ist jedoch im Bezugsrahmen der E-Mobilität sehr wichtig, da der Kauf eines E-Autos ein sog. Systemkauf darstellt, bei dem der Kauf eines Autos auch Schnittstellen zu Ladeinfrastrukturen, Energieversorger, Immobilienmanagement und Kommunen erfordert. Insofern wäre es sinnvoll, sog. E-Mobilitätshubs v. a. auch in den Kommunen einzurichten, bei denen Informationen sowohl über das E-Auto und entsprechende Wirtschaftlichkeitsvergleiche als auch über Ladeinfrastruktur, Energiepreise, Möglichkeiten der Einspeisung (bidirektionales Laden), private Ladeboxen etc. gebündelt angeboten werden.

#### Zielgruppenspezifische Kommunikation:

In einer ergänzenden Befragung von potenziellen Autokäufern der Generation Z im Rahmen einer Masterthesis hat sich gezeigt, dass sich die jüngeren Befragten überwiegend in den sozialen Medien über das Themenfeld der Mobilität informieren. Hier sind zielgruppenspezifische Formate (Podcasts/Videos, E-Mob-Events, Storytelling, Mobility Slams etc.) ein wichtiges Instrument, um bestehende Informationsdefizite und -verzerrungen abzubauen. Die Analyse zeigte, dass insbesondere die Generation Z noch relativ wenige Bezugspunkte zum Themenfeld E-Auto hat, da die wahrgenommene Buyer Persona nicht dem Profil der GenZ entsprach. Als typische Kunden (Buyer Persona) für E-Autos wurden - entgegen dem eigenen Profil - von der GenZ assoziiert: Männliche Person, 35-55 Jahre alt, verheiratet, max. 2 Kinder, Mittel- bis Oberschicht, Stadt-/Vorstadtbewohner, Eigenheim mit privater Wallbox.

#### Anreize zur Nutzung von E-Mobilität im Individualverkehr:

- Der Ausbau der Ladeinfrastruktur ist sowohl für städtische als auch für ländliche Regionen eine besondere Einflussgröße für die Verbreitung der E-Mobilität. Bei der Nutzung der öffentlichen Ladesäulen haben dabei verlässliche Informationen über Ladesäulenbelegung, Transparenz der Strompreise sowie ein einfacher Bezahlvorgang eine besondere Bedeutung.
- Es zeigte sich, dass die Kosten (Anschaffung und laufende Kosten) ein wichtiges Kaufkriterium insbesondere auch bei E-Autos darstellen. Insofern kann hier eine transparente Förderung einen besonderen Beitrag zur stärkeren Verankerung der E-Mobilität auch im ländlichen Raum leisten. Dabei sollten hier vor allem Fahrzeuge im unteren Mittelklassensegment (z. B. Kaufpreis kleiner 25.000 Euro) gefördert werden, da hier das größte Absatzpotential insbesondere auch bei E-Fahrzeugen besteht. So ergibt sich die Möglichkeit, die Verbreitung von E-Autos auch in ländlichen Regionen zu steigern und hierdurch auch die besonderen Touch Points im Alltag zu erhöhen („E-Autos von der Nische zur (erlebbaren) Normalität.“).

### Vorschlag zur finanziellen Förderung:

Mögliche Kaufanreize für Privatpersonen (jeweils gestaffelt nach dem Nettoanschaffungspreis des E-Autos): Reduzierte Umsatzsteuer, KfZ-Steuerbefreiung für 8 Jahre (unabhängig, ob Neu- oder Gebrauchtfahrzeug), Stromkostenausgleich zur Sicherung stabiler Ladekosten.

Kaufanreize für die Anschaffung im gewerblichen Bereich: Reduzierte Umsatzsteuer, Staffelung der Versteuerung des geldwerten Vorteils in Abhängigkeit des Nettoanschaffungspreises der E-Autos (z. B. 0,1 % bis 25.000 Euro Kaufpreis, 0,2 % bis 50.000 Euro, 0,4 % bis 90.000 Euro Kaufpreis).

### **Fazit:**

Es zeigt sich, dass noch viele Informationsdefizite, Vorurteile und subjektive Bedenken gegenüber dem Einsatz von E-Autos im Individualverkehr insbesondere auch im ländlichen Raum bestehen. Dies spiegelt die Verhaltensmuster wider, die oft beim Übergang von einer bekannten, subjektiv bewährten Technologie zu einer neuen Technologie zu beobachten sind. Insofern kommt dem Informationsmanagement bei der Verankerung der E-Mobilität eine besondere Bedeutung zu, um die Kluft zwischen persönlicher Einschätzung und den Fakten abzubauen. Klare Kontaktstellen (E-Mobilitäts Hubs), zielgruppenspezifische Kommunikation, erlebbare Mobilität (Mobilitätsforen/Mobilitätsevents) sind Ansatzpunkte, um Informationsdefizite und Unsicherheiten zu reduzieren. Des Weiteren können im Bezugsrahmen von „Informieren, Erleben, Fördern“ der Ausbau der Ladeinfrastruktur, Vereinfachung des Bezahlvorgangs an Ladesäulen, transparente finanzielle Anreizsysteme wahrnehmbare Impulse für die Verankerung der Elektromobilität darstellen und damit einen nachhaltigen Beitrag zur Stärkung des ländlichen Raums leisten.

## Impressum

**Projekt:** Verankerung der Elektromobilität im ländlichen Raum

**Projektteam:**

Prof. Dipl.-Kfm. Wilfried Funk (Leitung)

Prof. Dr. Wibke Heidig

Prof. Dr. Jonas Rossmann

Prof. Dr. Martin Haupt

Hochschule Albstadt-Sigmaringen, Fakultät Business Science and Management

Das Projekt wurde **gefördert durch** das Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg

**Zitiervorschlag:**

Funk, W.; Heidig, W.; Rossmann, J.; Haupt, M. (2026): Verankerung der Elektromobilität im ländlichen Raum, Hochschule Albstadt-Sigmaringen, Sigmaringen 2026.

Sigmaringen, April 2026

Bildnachweis Cover: Jackie Niam/2226578201

Eine Veröffentlichung der  
**Hochschule Albstadt-Sigmaringen**  
Fakultät Business Science and Management

## Forschungsteam



Prof. Dipl. -Kfm. Wilfried Funk



Prof. Dr. Jonas Rossmannith



Prof. Dr. Wibke Heidig



Prof. Dr. Martin Haupt



Firas Dammak



Laura Werwein

## Kontakt

Prof. Dipl. -Kfm. Wilfried Funk  
[funk@hs-albsig.de](mailto:funk@hs-albsig.de)

Sekretariat Business Science and Management  
07571 732 - 8301

Gefördert  
durch



**Baden-Württemberg**  
Ministerium für Ernährung,  
Ländlichen Raum und Verbraucherschutz



Ausgezeichnet mit dem  
Zertifikat „audit familien-  
gerechte hochschule“



**Hochschulregion**  
Tübingen  
Hohenheim

■ ■ ■ Internationale  
■ ■ ■ Bodensee  
■ ■ ■ Hochschule