

Zürich, 1. Juli 2026

Analyse zum Abbau von Hemmnissen für die Elektromobilität

Schlussbericht

Roberto Bianchetti, Lea Bächlin

Im Auftrag des Amts für Abfall, Wasser, Energie und Luft (AWEL), Kanton Zürich

Impressum

Analyse zum Abbau von Hemmnissen für die Elektromobilität

Schlussbericht

1. Juli 2026

Im Auftrag

des Amts für Abfall, Wasser, Energie und Luft (AWEL), Kanton Zürich

Projektleitung

Cuno Bieler (AWEL)

Autorinnen und Autoren

Roberto Bianchetti, Lea Bächlin

INFRAS, Binzstrasse 23, 8045 Zürich

Tel. +41 44 205 95 95

Begleitgruppe

Cuno Bieler (AWEL)

Natalie Hutter (AWEL)

Thomas Stoiber (AWEL)

Quellangabe des Titelbilds

Unsplash

Inhalt

Impressum	2
Inhalt	3
1. Einführung	4
1.1. Ausgangslage	4
1.2. Ziel des Auftrags	5
1.3. Methodisches Vorgehen	6
2. Analyse der Hemmnisse	8
2.1. Ergebnisse der Desk-Recherche	8
2.2. Systematische Kategorisierung der Hemmnisse	12
3. Mögliche Massnahmen zur Überwindung der Hemmnisse	17
3.1. Identifikation und Bewertung der Massnahmen	17
3.2. Priorisierung der Massnahmen	21
4. Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen	22
Annex	24
A1. Experteninterviews	24
A2. Übersicht der Quellen.....	25

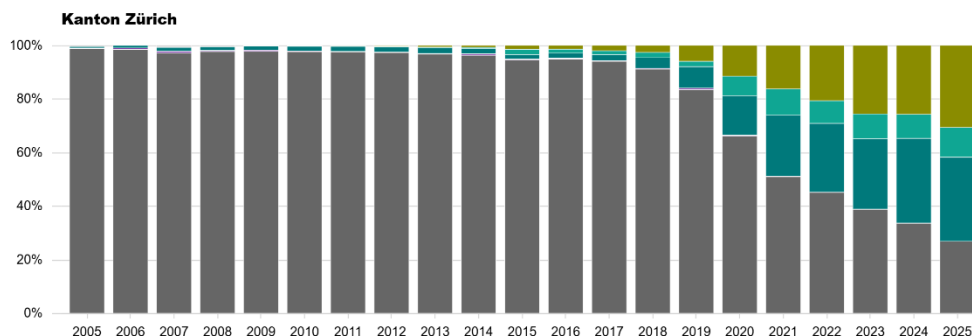
1. Einführung

1.1. Ausgangslage

Die Dekarbonisierung des Verkehrs stellt einen zentralen Hebel zur Erreichung der kantonalen und nationalen Klimaziele dar. Trotz Fortschritten bei der Marktdurchdringung von Elektrofahrzeugen bestehen weiterhin deutliche Ziellücken: Die Ziele der Roadmap Elektromobilität 2025 des Bundes wurden klar verfehlt. Anstelle der angestrebten 50% lag der schweizweite Anteil der Steckerfahrzeuge (batterieelektrische Fahrzeuge und Plug-in-Hybride) bei den Neuzulassungen von Personenwagen im Jahr 2025 bei knapp 34%.¹ Die Neuzulassungen im Kanton Zürich liegen mit einem Anteil von rund 42% zwar deutlich über dem Schweizer Durchschnitt (vgl. Abbildung 1), bleiben jedoch ebenfalls unterhalb der gesetzten Zielwerte.

Diese Entwicklung entspricht einer typischen Phase des «Überwindens der Kluft» (engl. *chasm*) gemäss der Diffusionstheorie nach Everett Rogers (2003).² Nachdem frühe Anwender:innen eine neue Technologie bereits akzeptiert haben, gewinnen bestehende Hemmnisse für die frühe Mehrheit der Nutzer:innen zunehmend an Bedeutung, was die weitere Marktdurchdringung verlangsamen kann.

Abbildung 1: Neuzulassungen je Antriebsart bei Personenwagen im Kanton Zürich



Grafik Kanton Zürich. Quelle: Kanton Zürich. Monitoring Mobilität: Dekarbonisierung im Bereich Mobilität.

Wirft man den Blick auf diejenigen Kund:innen, die sich für ein Elektroauto entschieden haben, wird deutlich, dass die grosse Mehrheit ihren Entscheid nicht bereut: Rund 84% der Käufer:innen machen im Alltag positive Erfahrungen mit Elektrofahrzeugen und würden sich beim nächsten Fahrzeugkauf erneut für ein Elektroauto

¹ BFE (2026). *Kennzahlen Neuwagen und Ladeinfrastruktur*.

² Rogers, E. (2003). *Diffusion of Innovations, 5th Edition*. Simon and Schuster. ISBN 978-0-7432-5823-4.

entscheiden.³ Gleichzeitig können sich über 80% der heutigen E-Autofahrer:innen nicht vorstellen, wieder auf ein Fahrzeug mit Verbrennungsmotor umzusteigen.⁴

Elektromobilität bewährt sich somit für die meisten Nutzer:innen im Alltag. Dies steht jedoch im Widerspruch zu den weiterhin verbreiteten Vorbehalten in der Gesamtbevölkerung. Vor diesem Hintergrund rückt die Frage in den Fokus, welche Hemmnisse den weiteren Hochlauf der Elektromobilität im Kanton Zürich bremsen. Solche Hemmnisse betreffen sowohl den Umstieg potenzieller Nutzer:innen auf Elektrofahrzeuge als auch Wahrnehmungen und konkrete Alltagserfahrungen von Personen, die bereits ein Elektroauto nutzen. Insbesondere negative Nutzungserfahrungen («User Experiences») können die Diffusion zusätzlich verlangsamen.

1.2. Ziel des Auftrags

Ziel des Auftrags ist eine systematische Analyse der relevanten Hemmnisse beim Umstieg auf Elektromobilität im Kanton Zürich sowie der Herausforderungen und Nutzungserfahrungen von Nutzer:innen von Elektrofahrzeugen.

Darauf aufbauend werden für den Kanton Zürich handlungsorientierte Massnahmen zum Abbau dieser Hemmnisse entwickelt und hinsichtlich ihrer Wirkung sowie ihrer Relevanz und Umsetzbarkeit im kantonalen Handlungsspielraum eingeordnet. Die Ergebnisse dienen als Entscheidungsgrundlage für die Weiterentwicklung der kantonalen Massnahmen im Bereich Elektromobilität.

Zu beachten ist, dass in der vorliegenden Analyse bewusst ein Fokus auf negative Nutzererfahrungen sowie bestehende oder wahrgenommene Hemmnisse gelegt wurde. Diese stellen jedoch nur einen – teilweise kleinen – Ausschnitt der Gesamterfahrung mit Elektrofahrzeugen dar. In den letzten Jahren ist beispielsweise ein deutlicher Ausbau der Ladeinfrastruktur in der Schweiz und im Ausland zu beobachten, verbunden mit einer insgesamt hohen Zuverlässigkeit dieser Infrastrukturen. Auch die Neuzulassungen von Elektrofahrzeugen sind über die letzten zehn Jahre hinweg klar angestiegen, wenngleich sich das Wachstum in jüngster Zeit weniger dynamisch entwickelt hat als erwartet.

Vor diesem Hintergrund bleibt die Elektromobilität ein zentraler Baustein zur Erreichung der klima- und energiepolitischen Ziele des Kantons Zürich und stellt aus heutiger Sicht die effizienteste verfügbare Technologie dar. Ziel der Studie ist es daher, die bestehenden Hemmnisse objektiv zu analysieren, um darauf aufbauend geeignete und möglichst wirksame Massnahmen zu deren Überwindung zu identifizieren.

³ Roland Berger (2025). *EV Charging Index 2025*.

⁴ ADAC (2025). *Umfrage der ADAC Autoversicherung*.

1.3. Methodisches Vorgehen

Die Analyse basiert auf einem mehrstufigen Vorgehen zur systematischen Identifikation, Einordnung und Bewertung von Hemmnissen der Elektromobilität im Kanton Zürich (vgl. Abbildung 2). Der Fokus liegt auf Personenwagen im privaten und unternehmerischen Kontext.

Desk-Recherche

Im Rahmen der Desk-Recherche analysierte INFRAS rund 35 aktuelle Studien, Berichte und Fachpublikationen zu technologischen, wirtschaftlichen, sozialen und regulatorischen Aspekten. Ergänzend wurden Foreneinträge und Reiseblogs ausgewertet, um spezifische Nutzungserfahrungen von Nutzer:innen besser abzubilden. Der Fokus liegt auf der Schweiz, da hier spezifische Rahmenbedingungen bestehen (u.a. hoher Anteil an Mietverhältnissen, fehlendes «Recht auf Laden», strukturelle Entwicklungen im Automarkt sowie hoher Allradanteil). Eine detaillierte Übersicht der verwendeten Quellen findet sich in Annex A2.

Abbildung 2: Übersicht des Vorgehens



Grafik INFRAS.

Kategorisierung, Einordnung und Gewichtung

Die Analyse kategorisiert die identifizierten Hemmnisse systematisch und gewichtet ihre Relevanz. Grundlage bildet ein qualitatives Kaufentscheidungsmodell entlang der Phasen des Kaufprozesses (eine genauere Beschreibung folgt in Kapitel 2.2.1). Negative Nutzungserfahrungen werden entlang einer Customer Journey strukturiert dargestellt. Die Wechselwirkungen zwischen bestehenden Nutzererfahrungen und Kaufentscheidungen werden berücksichtigt.

Experteninterviews

Leitfadengestützte Interviews mit relevanten Akteuren vertiefen die bisher erarbeiteten Resultate und bringen spezifische Blickwinkel aus der Branche ein (vgl. Annex A1).

Zudem plausibilisieren und validieren sie die Ergebnisse und unterstützen die Identifikation möglicher Handlungsfelder.

Ableitung von Massnahmen

Die Ergebnisse bilden die Grundlage für die Ableitung möglicher Massnahmen zur Reduktion der Hemmnisse und für deren Einordnung hinsichtlich Wirkung sowie der Handlungsspielräume des Kantons Zürich. Dabei berücksichtigt die Analyse bestehende Arbeiten (u.a. das ZHAW-Projekt «Turbolader Elektromobilität»).

2. Analyse der Hemmnisse

2.1. Ergebnisse der Desk-Recherche

Die Übersicht in Abbildung 3 fasst die zentralen Hemmnisse (H) beim Umstieg auf Elektrofahrzeuge sowie bei den Nutzungserfahrungen nach Bereichen zusammen. Die ersten drei Hemmnisbereiche werden in der Literatur besonders häufig genannt und weisen eine hohe Zustimmung in empirischen Befragungen auf.

Die Analyse berücksichtigt sowohl tatsächliche als auch wahrgenommene Hemmnisse der Elektromobilität. Im Fokus stehen dabei auch Wahrnehmungen und Unsicherheiten im Vorfeld der Kaufentscheidung, da diese die Technologieakzeptanz und den Umstieg auf Elektromobilität wesentlich beeinflussen können. Ergänzend werden im Bereich der Nutzungserfahrungen («User Experience») konkrete und reale Hemmnisse im Alltag betrachtet, insbesondere im Zusammenhang mit dem öffentlichen Laden. Die Übergänge zwischen wahrgenommenen und tatsächlichen Hemmnissen sind dabei teilweise fließend und können sich gegenseitig beeinflussen.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass die dargestellten Hemmnisse auf bestehender Literatur basieren, die teilweise bereits einige Jahre alt ist. Angesichts der hohen Dynamik im Bereich der Elektromobilität ist davon auszugehen, dass sich einzelne wahrgenommene Hemmnisse bereits reduziert haben oder sich mit der weiteren Marktentwicklung und veränderten Rahmenbedingungen künftig weiter abschwächen werden.

Abbildung 3: Kategorisierung der Hemmnisse in sieben zentrale Bereiche

H1	Batterie und Reichweite	Gemäss Literatur ist die Leistungsfähigkeit der Batterie ein zentrales Hemmnis, v.a. bzgl. Alltagstauglichkeit und Technologievertrauen.
H2	Ladeinfrastruktur und Ladeprozess	Die Verfügbarkeit bzw. Nutzbarkeit von Ladeinfrastruktur stellt eines der zentralen strukturellen Hemmnisse dar.
H3	Kosten und wirtschaftliche Aspekte	Ökonomische Faktoren stellen ein wichtiges Hemmnis dar, insbesondere in frühen Marktphasen.
H4	Fahrzeugangebot und Occasionen-Markt	Die Verfügbarkeit geeigneter Fahrzeuge beeinflusst die Kaufentscheidung wesentlich.
H5	Information und Vertrauen	Neben objektiven Faktoren spielen subjektive Einstellungen eine zentrale Rolle.
H6	Lebensdauer und Unterhalt	Langfristige Aspekte der Fahrzeugnutzung beeinflussen die Kaufentscheidung.
H7	Ökologische Aspekte & gesellschaftliche Wahrnehmung	Auch ökologische Einstellungen und sonstige gesellschaftliche Wahrnehmungen beeinflussen die Akzeptanz.

Grafik INFRAS.

Nachfolgend werden die identifizierten Hemmnisbereiche näher beschrieben sowie die jeweiligen untergeordneten Hemmnisse spezifiziert.

H1: Batterie und Reichweite

Die Leistungsfähigkeit der Batterie wird in der Literatur konsistent als zentrales Hemmnis wahrgenommen, insbesondere im Hinblick auf Alltagstauglichkeit und Vertrauen in die Technologie:

- *H1.1: Begrenzte (reale) Reichweite:* Insbesondere für längere Fahrten sowie in Abhängigkeit vom Nutzungskontext (z.B. ländliche Räume, Mehrfahrzeughaushalte) wird die Reichweite als unzureichend wahrgenommen.
- *H1.2: Reduzierte Reichweite unter spezifischen Bedingungen:* Reichweiten-Einbußen bei tiefen Temperaturen, hohem Autobahnanteil, bergigem Gelände und Zusatzlasten (z.B. Dachbox, Anhänger) verstärken die Unsicherheit hinsichtlich der Alltagstauglichkeit.
- *H1.3: Reputationsrisiken der Batterie:* Die Batterie wird häufig als zentrales Risiko in Bezug auf Kosten, Lebensdauer, Nachhaltigkeit und Praktikabilität wahrgenommen.

H2: Ladeinfrastruktur und Ladeprozess

Die Verfügbarkeit bzw. Nutzbarkeit von Ladeinfrastruktur stellt eines der zentralen strukturellen Hemmnisse dar.

- *H2.1: Fehlende oder unzureichend zugängliche Ladeinfrastruktur:* Sowohl im Wohnumfeld als auch im öffentlichen Raum bestehen wahrgenommene oder tatsächliche Defizite hinsichtlich Verfügbarkeit, Zugänglichkeit und praktischer Lage der Ladestationen.
- *H2.2: Fehlende private Lademöglichkeiten (insb. im Mietverhältnis):* Hürden bestehen insbesondere durch Zustimmungserfordernisse, Kosten, Netzkapazitäten, fehlende Infrastruktur in Mehrfamilienhäusern sowie rechtliche Unsicherheiten.
- *H2.3: Lange Ladezeiten im Vergleich zum Tanken:* Die längere Dauer des Ladevorgangs wird als Nachteil gegenüber konventionellen Antrieben wahrgenommen.
- *H2.4: Komplexität und Unsicherheiten bei der Nutzung der Ladeinfrastruktur:* Die Bedienung von Ladesystemen sowie unterschiedliche Anbieter- und Tarifsysteme, fehlende Preistransparenz bei öffentlichen Ladestationen und Roaminggebühren wirken potenziell hemmend.

H3: Kosten und wirtschaftliche Aspekte

Ökonomische Faktoren stellen ein zentrales Hemmnis dar, insbesondere in frühen Marktphasen.

- *H3.1: Hohe Anschaffungskosten und tiefer Wiederverkaufswert von Elektrofahrzeugen:* Der Kaufpreis wird breit als wesentliches Hemmnis genannt, insbesondere für

einkommensschwächere Haushalte. Hinzu kommen Sorgen hinsichtlich eines tiefen Wiederverkaufswerts.

- *H3.2: Unsicherheiten bzgl. Stromkosten und Preisentwicklung:* Neben aktuell hohen Strompreisen an öffentlichen Ladestationen bestehen Unsicherheiten hinsichtlich der zukünftigen Preisentwicklung.
- *H3.3: Politisch-regulatorische Unsicherheiten:* Unklare Rahmenbedingungen (z.B. Förderpolitik, Parkierung, Ladeinfrastruktur im öffentlichen Raum) können Investitionsentscheidungen hemmen.
- *H3.4: Spezifische Herausforderungen für Unternehmen:* Steuerliche Nachteile (z.B. steuerliche Behandlung des geldwerten Vorteils bei Geschäftsfahrzeugen) sowie komplexere Abrechnungsprozesse (für Geschäftsautos zu Hause und im Ausland) wirken hemmend.
- *H3.5: Erwartete höhere Versicherungsprämien:* Es wird davon ausgegangen, dass verunfallte Elektrofahrzeuge aufgrund aufwendigerer Prozesse bei Ersthilfe, Abtransport und Entsorgung höhere Kosten verursachen.

H4: Fahrzeugangebot und Occasionen-Markt

Die Verfügbarkeit geeigneter Fahrzeuge beeinflusst die Kaufentscheidung von potenziellen Nutzenden wesentlich.

- *H4.1: Unzureichende Modellvielfalt:* Insbesondere markenspezifische Präferenzen können den Umstieg erschweren. Es gibt einen generellen Trend zu mehr SUVs.
- *H4.2: Hemmnisse im Occasionen-Markt:* Das Angebot ist derzeit noch relativ klein im Vergleich zum Occasionen-Markt der Verbrenner, die Modellauswahl eher limitiert, und es bestehen Unsicherheiten hinsichtlich Batteriezustand und Technologieentwicklung.
- *H4.3: Informationsdefizite zu Batterielebensdauer und Reparaturmöglichkeiten:* Bestehende technische Möglichkeiten sind potenziellen Käufern oft zu wenig bekannt. Dies ist auch auf unzureichend geschultes Personal und ungenaue Angaben zurückzuführen.
- *H4.4: Fehlende Kompetenz bzw. skeptische Einstellung sowie fehlende Anreize beim Verkaufspersonal:* Teilweise besteht geringe Verkaufsmotivation aufgrund von Unsicherheiten bezüglich Wiederverkaufswert nach Leasing (Problematik tendenziell jedoch abnehmend, da die Batterielebensdauer zugenommen hat). Zudem bestehen Kompetenzdefizite bei Probefahrten sowie eine unzureichende Einführung der Kundschaft in Ladeprozesse.

Im nachstehenden Kasten werden aktuelle Herausforderungen im Automobilhandel in der Schweiz dargestellt, die einen Einfluss auf H4 haben bzw. teilweise zu deren Entstehung beitragen können.

Herausforderungen im Automobilhandel im Kontext der E-Mobilität

Garagisten spielen eine zentrale Rolle bei der Marktdurchdringung der Elektromobilität, stehen jedoch vor strukturellen und wirtschaftlichen Herausforderungen.

Auf der Hemmnisseite zeigen sich insbesondere tiefere Margen im Verkauf von Elektrofahrzeugen sowie ein Rückgang der After-Sales-Umsätze, die im Vergleich zu konventionellen Fahrzeugen um rund 30% tiefer ausfallen können. Hinzu kommen Unsicherheiten bezüglich Restwerten, insbesondere bei Leasingfahrzeugen, sowie ein insgesamt rückläufiger Personenwagenmarkt. Während junge Elektrofahrzeuge (unter 12 Monaten) teilweise wertstabiler sind als vergleichbare Verbrenner, weisen Elektrofahrzeuge nach 3–4 Jahren gemäss Schweizer Restwertanalysen häufig einen um rund 5–10 Prozentpunkte tieferen Restwert auf (siehe [AutoScout24](#)). Neben diesen ökonomischen Faktoren bestehen teilweise auch kulturelle Hürden, etwa in Form von Zurückhaltung oder Skepsis gegenüber neuen Antriebstechnologien.

Gleichzeitig ergeben sich auch neue Anreize: Der regulatorische Druck seitens der Importeure, insbesondere im Zusammenhang mit CO₂-Vorschriften, fördert das Angebot von Elektrofahrzeugen. Zudem eröffnen sich Chancen zur strategischen Positionierung, beispielsweise als spezialisierter Anbieter für Elektromobilität. Diese Entwicklungen können indirekt auch die Nachfrage beeinflussen, da Garagisten eine wichtige Rolle in der Beratung und bei der Kaufentscheidung potenzieller Kundinnen und Kunden einnehmen (vgl. H4.4).

H5: Information und Vertrauen

Neben objektiven Faktoren spielen subjektive Einstellungen eine zentrale Rolle.

- *H5.1: Informationsdefizite und Unsicherheiten bei der Nutzung:* Fehlendes Wissen bzw. Fehlinformationen zu Kosten, Ladeprozessen und Alltagstauglichkeit führt zu Zurückhaltung. Ausserdem herrscht eine geringe Vertrautheit mit der neuen Begriffswelt (kW, kWh etc.). Auch Erfahrungen anderer Nutzer:innen – beispielsweise im Freundes- oder Familienkreis – sowie die Kompetenz und Einstellung des Verkaufspersonals (vgl. H4.4) spielen eine zentrale Rolle.
- *H5.2: Geringes Vertrauen in Technologie und Entwicklungsperspektiven:* Unsicherheiten bezüglich technologischer Weiterentwicklung (z.B. «zu früher Kauf») wirken hemmend. Weitere Unsicherheit entsteht durch vereinzelte Meldungen von technologischen Problemen, z.B. bei Rückrufen von Batterien. Zudem besteht teilweise eine höhere Überzeugung für alternative Technologien (z.B. Wasserstoff) und eine politische Unsicherheit (z.B. Abgabe für E-Fahrzeuge, Thema Verbrenner-Verbot in der EU).
- *H5.3: Sicherheits- und Versorgungsbedenken:* Dazu zählen u.a. Brandrisiken sowie Unsicherheiten hinsichtlich der zukünftigen Verfügbarkeit ausreichender Strommengen.

- *H5.4: Unsicherheiten bei grenzüberschreitender Nutzung:* Die Nutzung im Ausland wird teilweise als komplex wahrgenommen.
- *H5.5: Neue Bedenken bezüglich der persönlichen Sicherheit:* Beispielsweise wegen langer Ladezeiten nachts auf leeren Parkplätzen (Überfälle etc.) oder Sorge um die Sicherheit anderer Verkehrsteilnehmender aufgrund tieferer Lautstärke.

H6: Lebensdauer und Unterhalt

Langfristige Aspekte der Fahrzeugnutzung beeinflussen die Kaufentscheidung.

- *H6.1: Unsicherheiten bezüglich Batterielebensdauer und Ersatzkosten:* Die Lebensdauer der Batterie sowie potenzielle Ersatzkosten stellen zentrale Bedenken dar.
- *H6.2: Unsicherheiten bezüglich Reparatur- und Serviceinfrastruktur:* Verfügbarkeit und Kosten entsprechender Dienstleistungen sind teilweise unklar bzw. fallen Servicekosten teilweise höher aus, als ursprünglich erwartet wurde.

H7: Ökologische Aspekte und gesellschaftliche Wahrnehmung

Auch ökologische Einstellungen und sonstige gesellschaftliche Wahrnehmungen beeinflussen die Akzeptanz.

- *H7.1: Zweifel am tatsächlichen Umweltnutzen von Elektrofahrzeugen:* In Teilen der Bevölkerung bestehen Unsicherheiten bezüglich der Gesamtumweltbilanz. Dazu kommt die Unsicherheit, wie lange das aktuelle Verbrenner-Fahrzeug noch gefahren werden soll.
- *H7.2: Bedenken hinsichtlich Batterieproduktion und -entsorgung:* Insbesondere Unsicherheiten bezüglich Recycling und Entsorgung der Batterien werden kritisch wahrgenommen.
- *H7.3: Soziale und kulturelle Faktoren:* Faktoren wie fehlendes Umweltbewusstsein, die Tendenz zur Beibehaltung von Gewohnheiten, die hemmende Wirkung von negativen Newsbeiträgen, individuelle Präferenzen sowie emotionale Bindungen an konventionelle Fahrzeuge wirken ebenfalls hemmend.

2.2. Systematische Kategorisierung der Hemmnisse

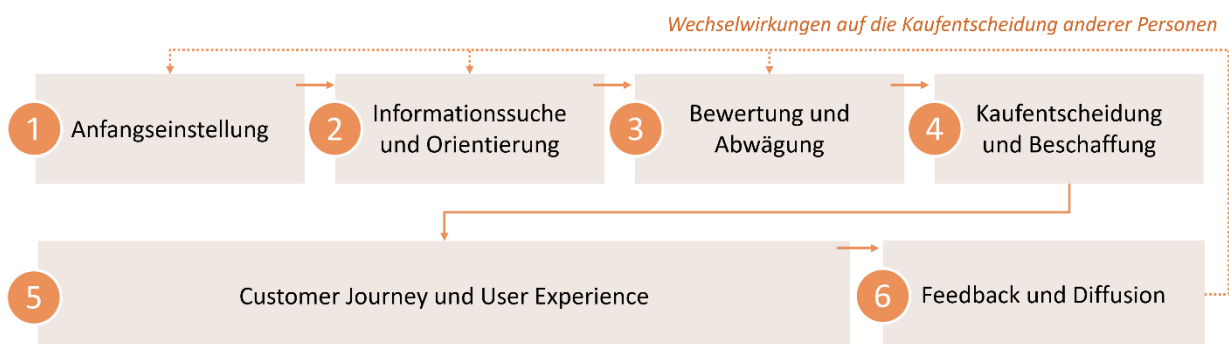
Aufbauend auf der Desk-Recherche werden die identifizierten Hemmnisse systematisch strukturiert und entlang ihrer Relevanz für den Umstieg auf Elektromobilität eingeordnet. Ziel ist es, ein konsistentes Gesamtbild über die verschiedenen Einflussfaktoren entlang des Kauf- und Nutzungsprozesses zu gewinnen. Zu diesem Zweck wurde ein qualitatives Kaufentscheidungsmodell entwickelt, das die zentralen Hemmnisse den einzelnen Phasen des Entscheidungsprozesses zuordnet. Ergänzend werden negative Nutzererfahrungen entlang einer Customer Journey abgebildet, um praxisnahe Barrieren im Alltag sichtbar zu machen und deren Wechselwirkungen auf die Kaufentscheidung besser zu verstehen.

2.2.1. Kaufentscheidungsmodell

Die Entscheidung für den Kauf eines Fahrzeugs ist häufig mit einem längeren Abwägungsprozess verbunden.⁵ In der Literatur existieren verschiedene Modelle zur Beschreibung von solchen Kaufentscheidungen. Besonders prozessorientiert sind das Engel-Blackwell-Miniard Modell⁶ sowie das Howard-Sheth Modell⁷. Diese beschreiben die Kaufentscheidung als Abfolge von Phasen – von der Problemwahrnehmung über die Informationssuche und Bewertung bis hin zum Kauf. Ausserdem wurde an der Universität St. Gallen⁸ ein spezifisches Modell für den Kauf von Elektrofahrzeugen entwickelt und mit einer Befragung von Autobesitzer:innen in der Schweiz validiert. Gemäss diesem Modell besteht dieser Kaufprozess aus fünf Phasen, in denen jeweils unterschiedliche Einflussfaktoren und Kontaktpunkte relevant sind: 1) Problemerkennung, 2) Suche nach Informationen, 3) Evaluation von Alternativen, 4) Kauf und 5) Nach dem Kauf.

Um die Kaufentscheidung für ein Elektrofahrzeug differenziert zu beschreiben, wurden die Hemmnisse auch in dieser Studie entlang eines Kaufentscheidungsprozesses strukturiert (vgl. Abbildung 4). Das Modell basiert dabei auf den in der Literatur bestehenden prozessorientierten Ansätzen. Ausserdem wurde das Modell um eine Feedback-Schleife ergänzt, denn Erfahrungen mit einem Elektrofahrzeug können nicht nur zukünftige eigene Kaufentscheidungen beeinflussen, sondern auch die Entscheidungsprozesse anderer potenzieller Käufer:innen. Die identifizierten Hemmnisse wurden entsprechend ihrer Relevanz während der einzelnen Phasen zugeteilt und gewichtet (vgl. Abbildung 5). Dieses Modell erleichtert es, zu erkennen, wann und in welchem Kontext bestimmte Hemmnisse auftreten. Somit können gezieltere Massnahmen zur Reduktion dieser Barrieren abgeleitet werden.

Abbildung 4: Kaufentscheidung: Modell und Phasen im Überblick



Grafik INFRAS. Quelle: INFRAS basierend auf Literaturrecherche.

⁵ Taylor, M. & Fujita, K. (2018). *Consumer behavior and the plug-in electric vehicle purchase decision process: A research synthesis*. Lawrence Berkeley National Laboratory.

⁶ Engel, J., Blackwell, R., & Miniard, P. (1995). *Consumer behavior*. Fort Worth, TX: Dryden Press.

⁷ Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The theory of buyer behavior*. John Wiley & Sons.

⁸ Plananska, J. (2020). *Touchpoints for electric mobility: Investigating the purchase process for promoting sales of electric vehicles in Switzerland*. Energy Research & Social Science, 69, 101745.

2.2.2. Nutzungserfahrungen entlang der Customer Journey

Die Auswertung von Literatur, Nutzerforen und Erfahrungsberichten zeigt konsistent, dass allfällige negative Nutzererfahrungen weniger durch das Fahrzeug selbst als durch die Nutzung der Ladeinfrastruktur und die Systemintegration entstehen. Insbesondere das öffentliche Laden wird von gewissen Nutzer:innen als komplex, teilweise wenig zuverlässig und intransparent wahrgenommen, was die Alltagstauglichkeit der Elektromobilität beeinträchtigt. Abbildung 6 zeigt die zentralen negativen Nutzungserfahrungen beim öffentlichen Laden entlang der Customer Journey.

Zu beachten ist jedoch, dass nur ein kleiner Teil der öffentlichen Ladevorgänge negative Nutzererfahrungen mit sich bringt. Aktuelle Studien zeigen, dass rund 15% der öffentlichen Ladevorgänge als negativ bewertet werden.⁹ Zudem tritt gemäss J.D. Power (2026)¹⁰ bei etwa jedem fünften öffentlichen Ladeversuch eine Form von Fehlfunktion auf.

⁹ Medium (2026). *We Tracked 341 EV Charging Sessions Across Europe. Here's What Went Wrong at Public Charging Stations.*

¹⁰ JD Power (2026). *2025 U.S. Electric Vehicle Experience (EVX) Ownership Study.*

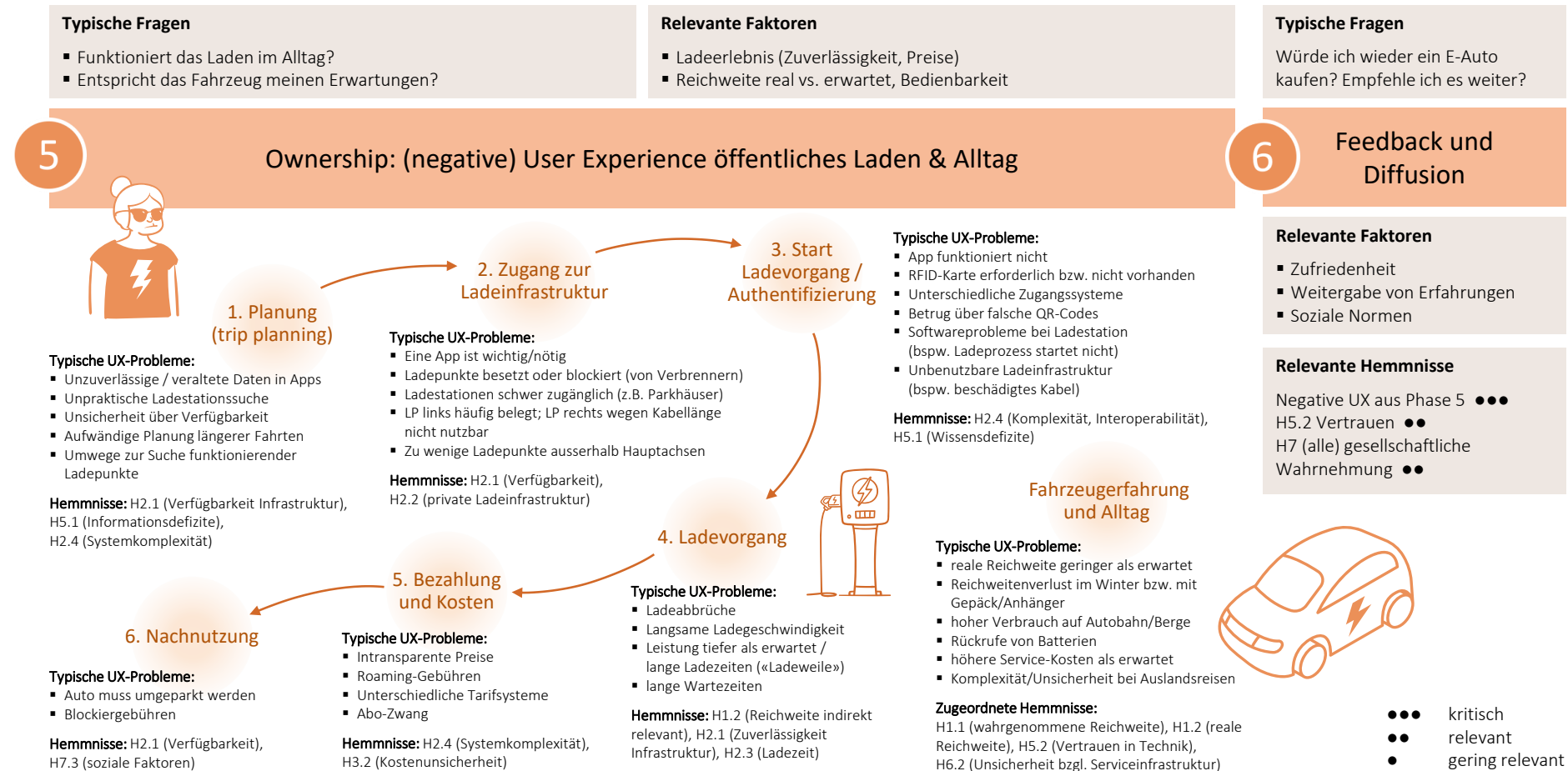
Abbildung 5: Kaufentscheidungsmodell mit Gewichtung der relevanten Hemmnisse entlang der Phasen des Entscheidungsprozesses



Grafik INFRAS. Quelle: INFRAS basierend auf Desk-Recherche und Interviews.

Abbildung 6: Nutzungserfahrungen beim öffentlichen Laden entlang der Customer Journey

Customer Journey & User Experience



Grafik INFRAS. Quelle: INFRAS basierend auf Desk-Recherche und Interviews.

3. Mögliche Massnahmen zur Überwindung der Hemmnisse

3.1. Identifikation und Bewertung der Massnahmen

Basierend auf den identifizierten Hemmnissen werden konkrete Massnahmen zur Reduktion der Hemmnisse skizziert und mit dem Kanton validiert. Dabei werden ausschliesslich Massnahmen berücksichtigt, bei denen auf kantonaler Ebene ein relevanter Handlungsspielraum bzw. wirksame Hebel bestehen. Übergeordnete Massnahmen, beispielsweise auf Bundesebene, werden entsprechend nicht behandelt.

Die identifizierten Hemmnisse zeigen, dass sowohl strukturelle Rahmenbedingungen (z.B. Ladeinfrastruktur) als auch Wahrnehmungen und Nutzererfahrungen (z.B. Komplexität, Vertrauen) den Umstieg auf Elektromobilität beeinflussen. Der Kanton Zürich verfügt dabei über unterschiedliche Hebel, insbesondere in den folgenden Bereichen:

- Regulierung (z.B. Bauvorschriften)
- (Finanzielle) Förderung und Anreize
- Fiskalische Massnahmen (Abgaben, Steuern)
- Information und Beratung
- Vorbildfunktion der öffentlichen Hand

Vor diesem Hintergrund werden nachfolgend zentrale Massnahmen zur Überwindung der identifizierten Hemmnisse skizziert. Die Einordnung erfolgt anhand des erwarteten Wirkungsgrads hinsichtlich der Reduktion der Hemmnisse bzw. der Beschleunigung des Umstiegs auf Elektrofahrzeuge im Kanton. Die Dimension «Umsetzbarkeit» umfasst verschiedene Aspekte, darunter die politische Akzeptanz und institutionelle Umsetzbarkeit, die Kosten der Umsetzung sowie die erforderlichen personellen und finanziellen Ressourcen.

Die nachstehenden Tabellen geben eine Übersicht über die verschiedenen Massnahmen, gegliedert nach Hemmnisbereichen (H). Es werden keine Massnahmen zu den Hemmnissen «H1: Batterie und Reichweite» formuliert, da angenommen wird, dass der Kanton nur sehr geringen Einfluss auf diesen Hemmnisbereich nehmen kann.

Weiter ist zu beachten, dass die negativen Nutzungserfahrungen – insbesondere beim öffentlichen Laden – nur begrenzt durch den Kanton beeinflussbar sind. Dies liegt einerseits daran, dass ein Teil dieser Erfahrungen ausserhalb des Kantonsgebiets entsteht, und andererseits daran, dass sie wesentlich durch Entscheidungen, Geschäftsmodelle und wirtschaftliche Interessen privater Akteure (z.B. E-Mobility Provider und Charge Point Operator) geprägt sind, auf die auf kantonaler Ebene nur begrenzte Einflussmöglichkeiten bestehen.

Tabelle 1: Massnahmen zu H2: Ladeinfrastruktur und Ladeprozess

Mögliche Massnahmen des Kantons	Wirkung	Umsetzbarkeit	Rolle des Kantons / Bemerkungen
M1: Finanzielle Förderung der Basisinfrastruktur in MFH/EFH <i>Typ: Förderung & Anreize</i>	● ● ●	● ● ●	Eines der grössten Hemmnisse sind fehlende Lademöglichkeiten zu Hause. Hier könnte der Kanton die Weiterführung der Fördermassnahme prüfen.
M2: Gesetzliche Verankerung von Mindestanforderungen bei Neu- und Umbauten (Leerrohre, Anschlusskapazitäten, Basisinfrastruktur etc.) <i>Typ: Regulierung</i>	● ●	● ● ●	Seit 2025 können Gemeinden die Ausstattung von Abstellplätzen in der Bau- und Zonenordnung genauer regeln (nach PBG). Das schliesst auch Vorgaben zu einer Mindesterschliessung für Ladeinfrastruktur ein. Viele Gemeinden nutzen schon solche Regelungen – verbindliche Vorgaben im PBG oder in den Bauverordnungen hätten jedoch eine höhere Wirkung als reine Empfehlungen, sind aber schwer umzusetzen.
M3: Informationsbereitstellung im Mietverhältnis (Standardprozesse, Mustervorlagen, Beratung) <i>Typ: Information & Beratung</i>	● ●	● ● ●	Der Kanton könnte Informationsblätter für den Mieterverband aufbereiten oder eine Hotline für Mietende anbieten. Zum Teil sind schon Materialien vorhanden (Werkzeugkasten zur E-Mobilität, EnergieSchweiz etc.).
M4: Förderung von einfachen und transparenten Ladesystemen (z.B. interoperable Bezahlösungen) <i>Typ: Förderung & Anreize</i>	● ● ●	● ● ●	Dies stellt keine öffentliche Aufgabe dar, sondern ist dem Markt zu überlassen. Bei Ladeinfrastrukturen auf öffentlichem Grund wären entsprechende Mindestanforderungen möglich, aber das hätte aufgrund der geringen Anzahl nur eine tiefe Wirkung.

Ein Punkt = tiefe Wirkung, zwei Punkte = mittlere Wirkung, drei Punkte = hohe Wirkung

Grün = hohe Umsetzbarkeit, gelb = mittlere Umsetzbarkeit, rot = tiefe Umsetzbarkeit für den Kanton Zürich

Tabelle INFRAS.

Tabelle 2: Massnahmen zu H3: Kosten und wirtschaftliche Aspekte

Mögliche Massnahmen des Kantons	Wirkung	Umsetzbarkeit	Rolle des Kantons / Bemerkungen
M5: Weiterentwicklung der kantonalen Motorfahrzeugsteuer (z.B. Bonus/Malus-System) <i>Typ: Fiskalische Massnahmen</i>	●	● ● ●	Aktuell muss für E-Autos im Kanton ZH keine Motorfahrzeugsteuer bezahlt werden. Die Steuerbelastung ist im Verhältnis zu den Gesamtkosten eines Autos insgesamt gering und beeinflusst Kaufentscheidungen daher nur begrenzt. Ein deutlich stärker ausgeprägtes Malus-System für emissionsintensive Autos könnte zwar eine höhere Wirkung entfalten, dürfte politisch jedoch deutlich schwerer umsetzbar sein.
M6: Informationsverbreitung von Tools für die Berechnung des Total Cost of Ownership (TCO) <i>Typ: Information & Beratung</i>	●	● ● ●	Solche Tools sind bereits vorhanden (z.B. vom TCS). Bestenfalls würden die Garagen ebenfalls mit diesen Tools vertraut sein und sie im Verkaufsgespräch nutzen. Der Kanton könnte zur Verbreitung bzw. zum Bekanntmachen dieser Tools beitragen.
M7: Prüfung gezielter Förderinstrumente für einkommensschwächere Haushalte / Kaufprämie für Elektroautos <i>Typ: Förderung & Anreize</i>	● ● ●	● ● ●	Der Kaufpreis gehört weiterhin zu den wichtigsten Hemmnissen. Die politische Akzeptanz bzw. Umsetzbarkeit solcher Förderinstrumente wird allerdings als eher tief eingeschätzt.

Ein Punkt = tiefe Wirkung, zwei Punkte = mittlere Wirkung, drei Punkte = hohe Wirkung

Grün = hohe Umsetzbarkeit, gelb = mittlere Umsetzbarkeit, rot = tiefe Umsetzbarkeit für den Kanton Zürich

Tabelle INFRAS.

Tabelle 3: Massnahmen zu H4: Fahrzeugangebot und Occasionen-Markt

Mögliche Massnahmen des Kantons	Wirkung	Umsetzbarkeit	Rolle des Kantons / Bemerkungen
M8: (Finanzielle) Unterstützung von Weiterbildungsangeboten für Garagisten und Verkaufspersonal (z.B. via AGVS, TCS) / Lehrmaterialien <i>Typ: Förderung & Anreize</i>	● ●	● ● ●	Gemäss Rückmeldung des AGVS ist die Nachfrage bisher eher gering. Eine weitere Möglichkeit wäre die Aufbereitung von Lehrmaterialien und die verstärkte Einbindung von Elektroauto-Inhalten in den Lehrplan der Lehrausbildung zur Automobil-Fachperson.
M9: Studien bzw. Informationen zu Batteriezustand / State of Health von Elektroautos bzw. Occasionsfahrzeugen generieren <i>Typ: Information & Beratung</i>	●	● ● ●	Sorgen um einen schlechten Batteriezustand sind ein wichtiges Hemmnis bei der Kaufentscheidung zu Occasionsfahrzeugen. Der Kanton könnte hier eigene Studien in Auftrag geben. Einige Studien sind schon vorhanden, z.B. die P3-Studie Batteriealterung in der Praxis .

Ein Punkt = tiefe Wirkung, zwei Punkte = mittlere Wirkung, drei Punkte = hohe Wirkung

Grün = hohe Umsetzbarkeit, gelb = mittlere Umsetzbarkeit, rot = tiefe Umsetzbarkeit für den Kanton Zürich

Tabelle INFRAS.

Tabelle 4: Massnahmen zu H5: Information, Kampagnen, Wahrnehmung und Vertrauen / H6: Lebensdauer und Unterhalt / H7: Ökologische Aspekte

Mögliche Massnahmen des Kantons	Wirkung	Umsetzbarkeit	Rolle des Kantons / Bemerkungen
M10: Stärkere Bekanntmachung bestehender Instrumente (z.B. Förderprogramm Ladeinfrastruktur, Werkzeugkasten E-Mobilität, «Ich fahre mit Strom» von EnergieSchweiz) <i>Typ: Information & Beratung</i>	● ●	● ● ●	Der Kanton könnte mit Werbekampagnen oder über die Gemeinden zu einer grösseren Bekanntheit beitragen. Bemerkung: Das Förderprogramm für E-Mobilität ist bei knapp einem Viertel der Gemeinden noch nicht bekannt.
M11: Zeitlich begrenztes Testangebot für Elektrofahrzeuge für private Haushalte und Firmen <i>Typ: Förderung & Anreize</i>	● ●	● ● ●	Ausschreibung durch den Kanton, dass ein Autohändler befristet privaten Haushalten und Firmen Elektrofahrzeuge zum Test anbietet. Während diesem Zeitraum wird das eigene Fahrzeug mit Verbrennungsmotor ausser Betrieb genommen.
M12: Kommunikation von Best Practices und realen Nutzererfahrungen <i>Typ: Information & Beratung</i>	●	● ● ●	Kommunikation bestehender Erkenntnisse (z.B. TCS, EnergieSchweiz) sowie Erarbeitung kantonsspezifischer Studien.
M13: Adressierung von Mythen (z.B. zu Batterie, Brandrisiken, Stromversorgung) <i>Typ: Information & Beratung</i>	●	● ● ●	Für eine höhere Wirkung könnte der Kanton mit Partnern zusammenarbeiten, die für die Bevölkerung als erste Anlaufstelle fungieren (z.B. EKZ, TCS, Comparis).
M14: Kommunikation von wissenschaftlich fundierten Umweltbilanzen (z.B. LCA) <i>Typ: Information & Beratung</i>	●	● ● ●	Zu M14 könnte auch die Bekanntmachung der entsprechenden BFE-Studie gehören: Kaufentscheid: Wann es sich lohnt, auf ein Elektroauto umzusteigen
M15: Nutzung der Vorbildfunktion des Kantons <i>Typ: Vorbildfunktion</i>	● ●	● ● ●	Mögliche Massnahmen wären die konsequente Elektrifizierung der kantonalen Flotte (inkl. Polizei und Spezialfahrzeuge) und die Bereitstellung von Schnellladestationen durch EKZ. Ausserdem könnten durch VNB dynamische Tarife eingeführt werden, um Ladevorgänge zeitlich zu flexibilisieren und netzdienlich zu steuern.
M16: Förderung einer angepassten Fahrausbildung <i>Typ: Förderung & Anreize</i>	● ●	● ● ●	Der Kanton könnte sich dafür einsetzen, dass die Inhalte der Fahrausbildung bundesweit auf die Elektromobilität erweitert und angepasst werden (Theorieprüfung, Verkehrskunde-Unterricht etc.). Als direkte Massnahme könnte der Kanton Fahrschulen gezielt ansprechen und/oder Fahrschulen mit Elektroautos (finanziell) unterstützen.

Ein Punkt = tiefe Wirkung, zwei Punkte = mittlere Wirkung, drei Punkte = hohe Wirkung

Grün = hohe Umsetzbarkeit, gelb = mittlere Umsetzbarkeit, rot = tiefe Umsetzbarkeit für den Kanton Zürich

Tabelle INFRAS.

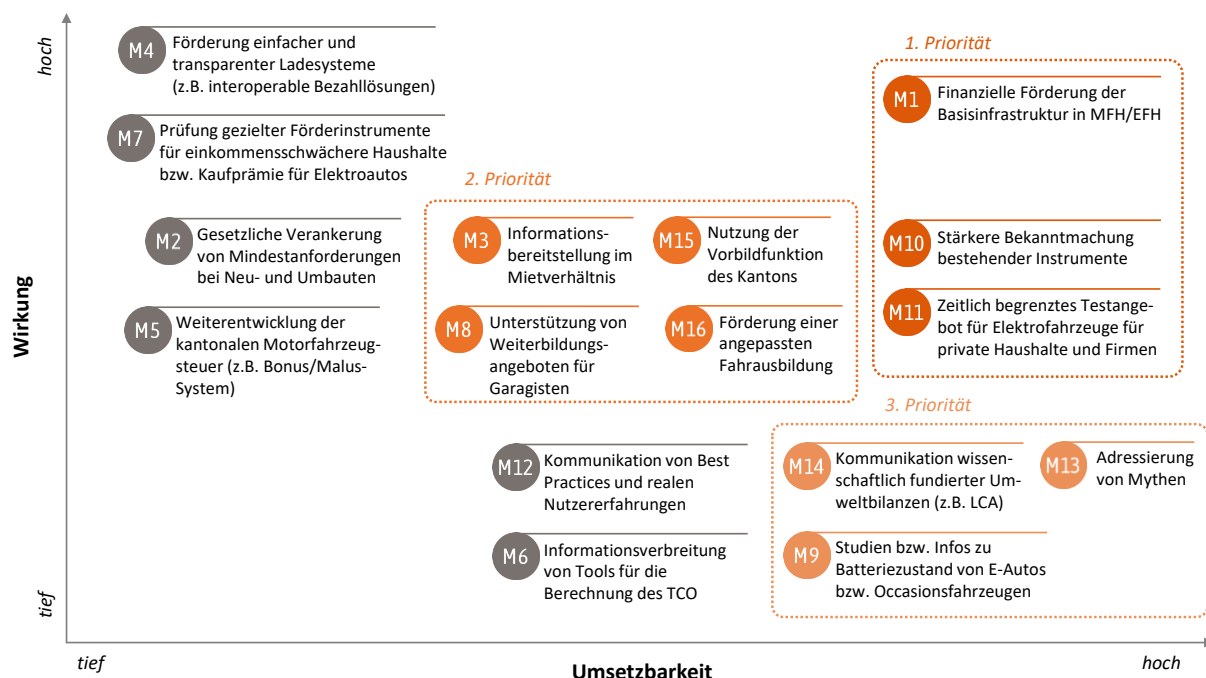
3.2. Priorisierung der Massnahmen

Die Priorisierung der Massnahmen erfolgt entlang ihres erwarteten Wirkungsgrads sowie ihrer Umsetzbarkeit im kantonalen Kontext (vgl. Abbildung 7).

Massnahmen mit hoher Wirkung und hoher Umsetzbarkeit sollten prioritär verfolgt werden (**1. Priorität**), da sie kurzfristig einen substantiellen Beitrag zur Reduktion der identifizierten Hemmnisse leisten können. Ergänzend sollten Massnahmen mit hoher Umsetzbarkeit und mittlerer Wirkung als unterstützende «Enabler» berücksichtigt werden (**2. Priorität**), da sie wichtige Voraussetzungen für die weitere Marktdurchdringung schaffen. Massnahmen mit geringer Wirkung und hoher Umsetzbarkeit dienen primär als flankierende Instrumente und erhalten tiefere Priorität (**3. Priorität**).

Massnahmen mit tiefer Wirkung und mittlerer Umsetzbarkeit sollten grundsätzlich nicht weiterverfolgt werden, da ihr Beitrag zur Reduktion der identifizierten Hemmnisse insgesamt als begrenzt eingeschätzt wird. Massnahmen mit hohem Wirkungspotenzial, jedoch tiefer Umsetzbarkeit sind im vorliegenden Kontext als derzeit politisch bzw. institutionell schwer realisierbar eingeschätzt und sollten daher nicht prioritär weiterverfolgt werden. Sie könnten jedoch als langfristige Optionen eingeordnet werden, deren Relevanz bei veränderten Rahmenbedingungen erneut zu prüfen wäre.

Abbildung 7: Priorisierung der Massnahmen zur Förderung der E-Mobilität im Kanton Zürich



Grafik INFRAS.

4. Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen

Die Analyse zeigt, dass der weitere Hochlauf der Elektromobilität im Kanton Zürich durch eine Kombination aus strukturellen Hemmnissen, ökonomischen Faktoren sowie Wahrnehmungen und Nutzungserfahrungen beeinflusst wird.

Zentrale Hemmnisse betreffen insbesondere den Zugang zur Ladeinfrastruktur im Wohnumfeld, die Nutzbarkeit der öffentlichen Ladeinfrastruktur, die (noch) hohen Anschaffungskosten von Elektrofahrzeugen sowie Informationsdefizite und Unsicherheiten im Zusammenhang mit Technologie, Kosten und Alltagstauglichkeit. Eine zentrale Rolle im Kaufentscheidungsprozess spielen zudem Garagisten bzw. das Verkaufspersonal: Eine negative Einstellung oder unzureichende Kompetenz im Bereich Elektromobilität kann die Beratung beeinflussen und die Wahrscheinlichkeit eines Umstiegs bei noch unentschlossenen potenziellen Käufer:innen deutlich reduzieren.

Gleichzeitig wird deutlich, dass negative Nutzererfahrungen – insbesondere beim öffentlichen Laden und im Ausland – eine zentrale Rolle spielen, da sie die Zufriedenheit direkt beeinflussen und über soziale Diffusionsmechanismen die Kaufentscheidung weiterer potenzieller Nutzer:innen prägen. Ergänzend können negative Medienberichte die Wahrnehmung der Elektromobilität beeinflussen und bestehende Hemmnisse verstärken.

Handlungsempfehlungen zuhanden des Kantons Zürich

- Mit höchster Priorität sind Massnahmen umzusetzen, die sowohl eine hohe Wirkung als auch eine hohe Umsetzbarkeit aufweisen. Dazu zählen **M1** (Förderung der Ladeinfrastruktur im Wohnumfeld), **M10** (Bekanntmachung bestehender Instrumente und Förderprogramme) sowie **M11** (Zeitlich begrenztes Testangebot für Elektrofahrzeuge für private Haushalte und Firmen).
- Mit hoher Priorität sind Massnahmen umzusetzen, die gut umsetzbar sind und zentrale Voraussetzungen für die weitere Marktdurchdringung schaffen («Enabler»). Dazu zählen **M3** (Informationsbereitstellung im Mietverhältnis), **M16** (Förderung einer angepassten Fahrausbildung), **M8** (Weiterbildungsangebote für Garagisten und Verkaufspersonal) sowie **M15** (Nutzung der Vorbildfunktion des Kantons).
- Mit mittlerer Priorität sind flankierende Massnahmen umzusetzen, die insbesondere Wahrnehmungen und Informationsdefizite adressieren. Dazu zählen **M14** (Kommunikation wissenschaftlich fundierter Umweltbilanzen), **M9** (Informationen zum Batteriezustand, insbesondere bei Occasionsfahrzeugen) sowie **M13** (Adressierung von Mythen und Fehlwahrnehmungen).

Dabei zeigt sich, dass der Kanton insbesondere in den Bereichen Förderung, Information und Koordination über wirksame Hebel verfügt. Demgegenüber sind

technologische Entwicklungen (z.B. Batterie und Reichweite) sowie übergeordnete regulatorische Rahmenbedingungen nur begrenzt beeinflussbar. Auch hinsichtlich negativer Nutzungserfahrungen – insbesondere beim öffentlichen Laden – bestehen auf kantonaler Ebene nur eingeschränkte Einflussmöglichkeiten.

Insgesamt ist davon auszugehen, dass eine Kombination aus strukturellen Massnahmen – insbesondere zur Verbesserung des Zugangs zur Ladeinfrastruktur im Wohnumfeld – sowie der gezielten Adressierung von Wahrnehmungen und zentralen Hürden im Kaufentscheidungsprozess entscheidend ist, um die bestehenden Hemmnisse wirksam zu reduzieren und die Diffusion der Elektromobilität im Kanton Zürich weiter zu beschleunigen.

Annex

A1. Experteninterviews

Im Rahmen des Auftrags wurden gezielte Experteninterviews mit ausgewählten Akteuren durchgeführt. Die Interviews dienten dazu, die Erkenntnisse aus der Literaturrecherche zu validieren und zu vertiefen sowie mit praxisnahen Einschätzungen zu bestehenden Hemmnissen und negativen Nutzererfahrungen zu ergänzen.

Folgende Akteure aus der Branche wurden im Rahmen des Auftrags interviewt:

- Martin Bolliger, Touring Club Schweiz (TCS), Interview am 25. März 2026
- Markus Peter, Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS), Interview am 27. März 2026
- Jean-Marc Geiser, Bundesamt für Energie (BFE), Interview am 30. März 2026
- Oliver Roggwiler, AMAG Group, Interview am 1. April 2026

A2. Übersicht der Quellen

Die folgende Tabelle gibt eine Übersicht über die im Rahmen der Desk-Recherche berücksichtigten Quellen.

Tabelle 5: Übersicht der verwendeten Quellen zur Analyse der Hemmnisse

Autor	Titel	Jahr	Region	Bereich	Erwähnte Hemmnisse
Auto-Schweiz	Wirkungsvolle Förderung der E-Mobilität	2025	National	Kaufentscheidung	H2.1
AutoScout24	Repräsentative Umfrage	2024	National	Kaufentscheidung	H1.1, H3.1, H7.2
AXA	Mobilitätstacho	2024	National	Kaufentscheidung	H2.2, H4.2
Bonus.ch	Vergleich der Autoversicherungen	2024	National	Kaufentscheidung	H1.1, H2.1, H7.1
Brückmann, G.; Wiccki, M.; Bernauer, T.	Is resale anxiety an obstacle to electric vehicle adoption? Results from a survey experiment in Switzerland	2021	National	Kaufentscheidung	H3.1
Deloitte	Global Automotive Consumer Study	2022	International	Kaufentscheidung	H1.1, H2.1, H3.1, H7.1
EBP	E-Mobility Market Perspectives Switzerland	2021	National	Kaufentscheidung	H1.1, H2.1, H2.2, H4.1, H5.1, H5.2, H6.1
Eurofound	Living and Working in the EU	2025	International	Kaufentscheidung	H1.1, H3.1
European Alternative Fuels Observatory (EAFO)	Consumer Monitor	2023	International	Kaufentscheidung	H1.1, H2.1, H2.2, H3.1
European Parliament	The future of European electric vehicles	2024	International	Kaufentscheidung	H3.1
Fahr Mit dem Strom	Gebrauchtes Elektroauto kaufen	2026	National	Kaufentscheidung	H4.2, H4.3
Fahr Mit dem Strom	Mythen oder Wahrheit: Fakten-Check	2026	National	Kaufentscheidung	H1.2
Fédération Internationale de l'Automobile (FIA)	Electric Vehicles: Consumer Information Review	2023	International	Kaufentscheidung	H1.1, H2.1, H2.3, H3.1, H5.1, H6.1

gfs Bern	Mobilitätsmonitor	2025	National	Kaufentscheidung	H1.1, H2.1, H2.2, H3.1, H5.2, H5.3, H7.1, H7.2
IEA	Global EV Outlook	2025	International	Kaufentscheidung	H3.1
IPSOS, Europ Assistance	Mobility Barometer	2025	International	Kaufentscheidung	H1.1, H2.1, H3.1, H6.2
McKinsey	How European consumers perceive electric vehicles	2024	International	Kaufentscheidung	H1.1, H2.2, H3.2
Öörni, R.	Barriers to Adoption of a Fully Electric Vehicle – A Study of Car Users in the Helsinki Region	2025	International	Kaufentscheidung	H1.1, H2.1, H2.2, H2.3, H3.1, H6.1
Pamidimukkala, A.; Kermanshachi, S.; Rosenberger, J. M.	Evaluation of barriers to electric vehicle adoption: A study of technological, environmental, financial, and infrastructure factors	2023	International	Kaufentscheidung	H6.1, H6.2
Stadt Zürich	Entscheidungsverhalten beim Kauf von Elektrofahrzeugen	2021	National	Kaufentscheidung	H1.1, H2.1, H2.3, H3.1, H3.3, H4.1, H5.2, H7.1
Strategy&	eReadiness	2025	International	Kaufentscheidung	H1.1, H2.2, H2.3, H6.1
Swiss eMobility	Steuerliche Hindernisse auf dem Weg zu mehr E-Mobilität in Unternehmen	2022	National	Kaufentscheidung	H3.4
Swiss eMobility	Generelle Informationen auf Website	2026	National	Kaufentscheidung	H1.2
TCS	TCS-Barometer E-Mobilität	2023	National	Kaufentscheidung	H1.1, H1.3, H2.1, H2.2, H3.2, H5.2, H5.3, H5.4, H7.1
Universität Luzern	Swiss Mobility Monitor	2024	National	Kaufentscheidung	H3.1, H3.2
ZBW	Who is afraid of electric vehicles? An analysis of stated EV preferences in Switzerland	2022	National	Kaufentscheidung	H1.1, H3.1
Electric Vehicle Association England (EVA)	Steer The Conversation	2025	International	Kaufentscheidung / Negativerfahrungen	H2.2, H2.4, H3.1
Avia Volt	EV-Lade-Studie	2025	National	Nutzungserfahrung	
IPMI	Global Driver Survey	2023	International	Nutzungserfahrung	

SRF	Vorsicht bei QR-Codes an Ladesäulen für Elektrofahrzeuge	2026	National	Nutzungserfahrung
Tagesanzeiger	So kompliziert ist das «Tanken» für E-Auto-Fahrer in der Schweiz	2025	National	Nutzungserfahrung
Medium	We Tracked 341 EV Charging Sessions Across Europe. Here's What Went Wrong at Public Charging Stations.	2026	International	Nutzungserfahrung
goingelectric.de	Negativerfahrungen beim Laden	2025	International	Nutzungserfahrung
Reddit	Negativerfahrungen beim Laden	2025	International	Nutzungserfahrung
elektroauto-forum.de	Negativerfahrungen beim Laden	2025	International	Nutzungserfahrung
tff-forum.de	Negativerfahrungen beim Laden	2025	International	Nutzungserfahrung

Tabelle INFRAS.