Attraktivitätsindex Elektromobilität 2026

Indien: Pragmatismus treibt die nächste Phase der Elektromobilität

Die Nachfrage nach Elektrofahrzeugen ist bereits da. Jetzt entscheiden Bezahlbarkeit, Vertrauen und lokale Lösungen über das Marktwachstum.

1

Die Chance
Opportunity Gap

Die Nachfrage ist dem Markt voraus

39 % vs. **4 %**

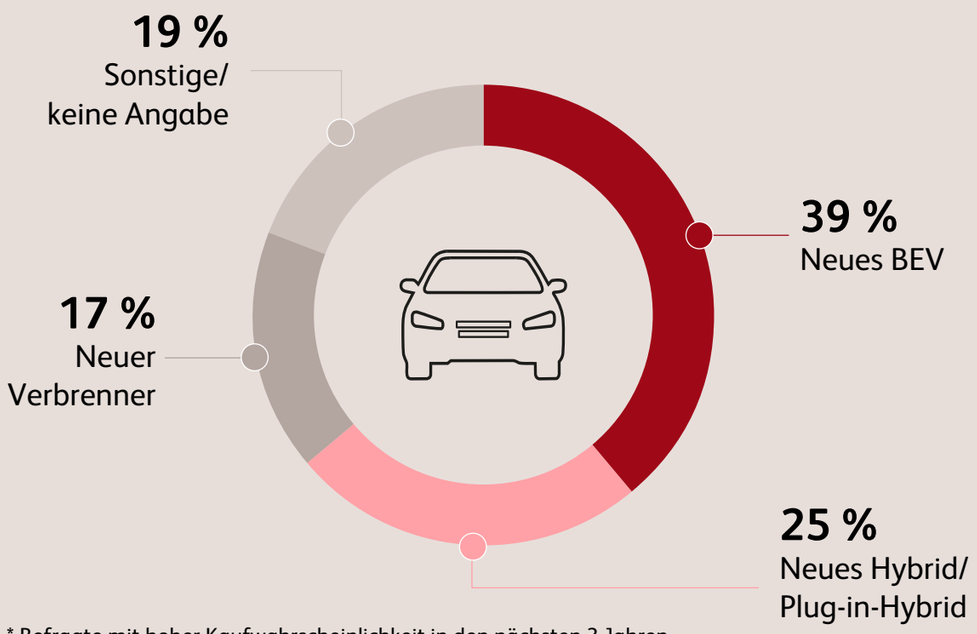
würden ein neues BEV (Battery Electric Vehicle) wählen

aktueller BEV-Anteil an den Neuwagenverkäufen in Indien*

Indiens Kundinnen und Kunden sind bereit für Elektromobilität. Der Markt ist es noch nicht.

* Quelle: IEA – Global EV Outlook 2026 (Pkw-Neuzulassungen 2025)

Kaufpräferenz kaufbereiter Umfrageteilnehmer in Indien*

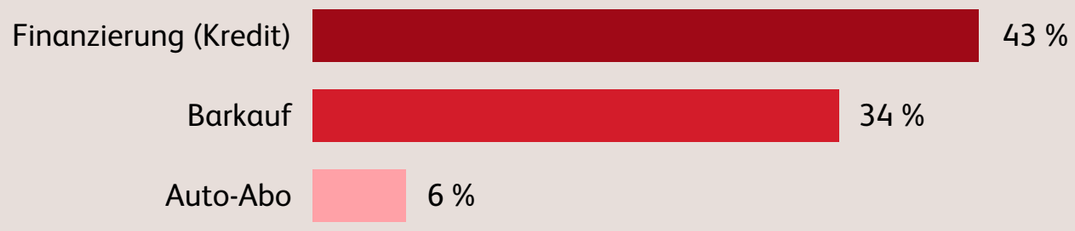


* Befragte mit hoher Kaufwahrscheinlichkeit in den nächsten 3 Jahren

2

Der Schlüssel
Finanzierbarkeit

Finanzierbarkeit entscheidet über den Marktzugang



Indien ist der einzige untersuchte Markt, in dem Finanzierungsmodelle wichtiger sind als der klassische Barkauf.

Für viele zählt nicht der Fahrzeugpreis, sondern die monatliche Belastung.

3

Was Menschen wirklich überzeugt
Vertrauen

Vertrauen schlägt Technologie

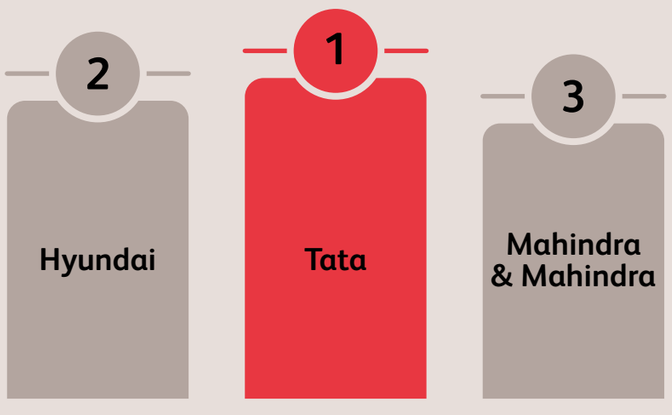
Die wichtigsten Kaufkriterien (Top 5)

- Fahrzeugsicherheit
- Garantieumfang
- Reparierbarkeit der Batterie
- Vertrauen in die Markenqualität
- Wartungs- und Reparaturkosten

Entscheidend sind Vertrauen, Sicherheit, Garantieversprechen und ein verlässliches Serviceangebot – nicht digitale Features oder Design.

Lokale Marken führen

Top 3 im Markenranking der Befragten



Mit Tata und Mahindra & Mahindra liegen zwei indische Hersteller in der Spitzengruppe.

4

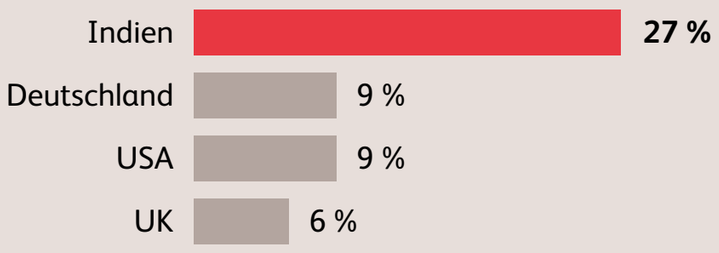
Der nächste Wachstumstreiber
Gebrauchtmarkt

Gebrauchte BEVs als Wachstumstreiber

finden den Kauf eines gebrauchten BEVs sehr attraktiv.

würden eher ein gebrauchtes BEV kaufen, wenn ein zertifizierter Bericht zur Batteriegesundheit vorliegt.

Anteil der Befragten, die den Kauf eines gebrauchten BEVs als sehr attraktiv wahrnehmen



Transparenz über den Batteriezustand schafft Vertrauen und fördert den Gebrauchtwagenmarkt

5

Strategische Fragestellungen

Was bedeutet das für europäische Autohersteller?

Lokale Marktpositionierung
Wie viel lokale Wertschöpfung, Partnerschaften und Präsenz sind notwendig, um erfolgreich zu sein?

Bezahlbare Elektromobilität
Welche Finanzierungs- und Nutzungsmodelle können Kaufbarrieren senken?

Lokales Vertrauen
Wie kann man sich als verlässlicher Hersteller im indischen Markt positionieren?

Studienbasis und Methodik auf einen Blick:
Internationale BearingPoint-Elektromobilitätsstudie 2026 mit rund 10.000 Befragten in fünf Ländern (Deutschland, UK, USA, China und Indien).
Die Indien-Ergebnisse basieren auf einer urbanen Stichprobe von Autofahrer:innen und potenziellen Fahrzeugkäufer:innen (Erhebungszeitraum: Januar bis März 2026).

BearingPoint

©2026 BearingPoint GmbH. All rights reserved.