

Studienkernergebnis

„Gains und Pains beim Laden von Elektroautos zu Hause“

Das vorliegende Kernergebnis ist ein Teil des ausführlichen Studienberichts der INNOFACT Energie- und Mobilitätsmarktforschung und wurde anlässlich der durchgeführten Webinare erstellt.



Hintergrund und Zielsetzung



Bekanntlich plant die Bundesregierung laut Koalitionsvertrag mit 15 Millionen rein-elektrisch betriebenen PKW bis 2030.

In diesem Zusammenhang steht der Ausbau der Ladeinfrastruktur im Fokus, der sich in den letzten Jahren als kritischer Erfolgsfaktor der Mobilitätswende erwiesen hat.

Im Bereich der privaten Ladestationen hat die Energie- und Mobilitätsmarktforschung von INNOFACT die aktuelle Studie „Gains und Pains beim Laden von Elektroautos zu Hause“ durchgeführt.

Ziel war es, die einzelnen Prozesse von der Anschaffungsplanung der Ladesäule bis zu ihrer Wartung einer Bewertung durch Besitzer privater Ladestationen zu unterziehen.

Heute möchten wir gern die Kernergebnisse dieser Studie mit Ihnen teilen.

Kunden der Energie- und Mobilitätsmarktforschung erhalten den vollständigen Ergebnisbericht und die Tabellen im Nachgang kostenlos zugesandt.

Zielgruppe, Stichprobe, Feldzeit und Methode



Vor diesem Hintergrund wurden innerhalb des INNOFACT Mobilitäts-Monitors Fahrer von rein-elektrisch betriebenen PKW und Plug-in Hybrid Modellen befragt, die gleichzeitig Besitzer einer privaten Ladesäule sind.



Die Nettostichprobe betrug $n = 395$, die Feldzeit fand vom 21.01.2022 - 28.01.2022 statt.

Selektion, Rekrutierung und Screening der Probanden erfolgten im Rahmen des INNOFACT Mobilitäts-Monitors.



Online
Befragung

Der INNOFACT Mobilitäts-Monitor ist ein Mobilitätspanel, das eine Teilmenge der von INNOFACT entwickelten Online-Panels EntscheiderClub und Meinungsplatz darstellt, die etwa 500.000 Panelmitglieder / Probanden in Deutschland umfassen. Folgende Zielgruppen deckt der Mobilitäts-Monitor bisher ab:

Beispiele aus Studien

B2C

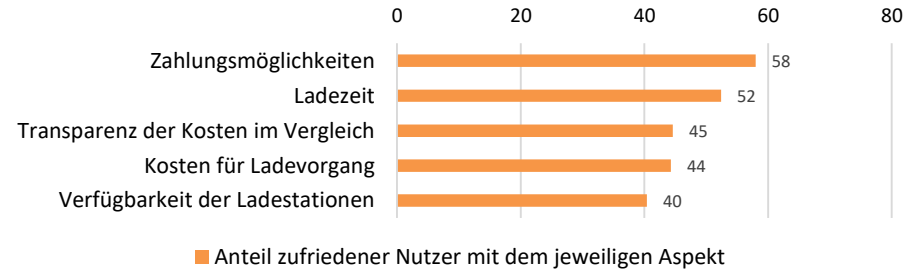
- Fahrer/Intender von PKW von rein-elektrisch betriebenen PKW, Plug-in Hybrid und Mild Hybrid Modellen
- Fahrer/Intender von E-Bikes, E-Roller, E-Scooter sowie Nutzer von Car-Sharing Angeboten
- Fahrer/Intender von Verbrennern (Benzin, Diesel, Erdgas (CNG), Autogas (LPG))
- Differenzierung Bewohner Stadt / Land / Verdichtungsräume / Pendler / Junge Zielgruppen
- Smartphone-gestützte multimodale Mobilitätsmessungen

B2B

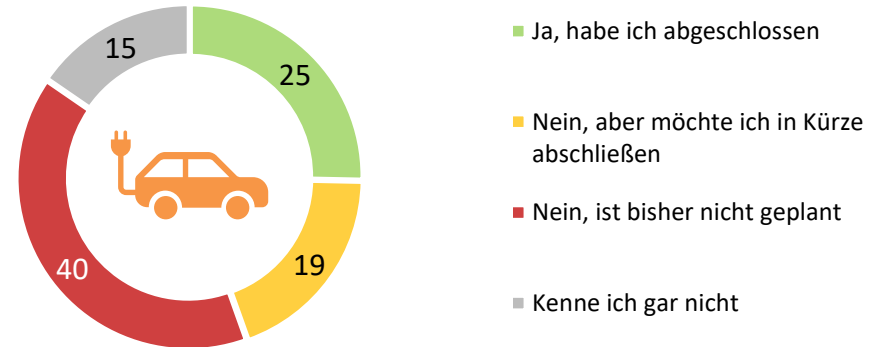
- Immobilienwirtschaft (private Wohnungsbauunternehmen, kommunale Wohnungsbauunternehmen, Wohnungsbaugenossenschaften und Hausverwaltungen)
- B2B Entscheider (Zugriff auf ca. $n = 30.000$, davon 14% Corporate Accounts, 28% SME und 58% SoHos)

- In Bezug auf die sehr häufig genutzten **öffentlichen Ladesäulen** ist die Zielgruppe insgesamt sehr zufrieden. Während Zahlungsmöglichkeiten und Ladezeit zufriedenstellend beurteilt werden wird die Verfügbarkeit öffentlicher Ladesäulen überdurchschnittlich häufig kritisiert.
- Hauptmotive für die **Installation einer privaten Ladestation** waren für die Probanden ein günstiger Ladepreis sowie ein sicherer Stellplatz für das private E-Auto. Die private Ladestation gewinnbringend zu teilen war ein eher nachrangiges Motiv für deren Installation.
- Der **Zeitraum zwischen Vertragsabschluss und Installation** war für eine große Mehrheit akzeptabel und stellt somit genauso wie die **Inbetriebnahme der Ladestation** und das **Service-, Wartungs- und Nachkaufberatungsangebot** gegenwärtig keine Marktbarriere dar.
- Ein relativ kleiner Anteil der Besitzer einer privaten Ladestation hat einen gesonderten **E-Ladetarif** abgeschlossen und möchte demnächst einen gesonderten Tarif abschließen. Dass nennenswerter Anteil der Befragten generell keinen Abschluss eines solchen Tarifs planen, könnte die verbreitete Skepsis in Bezug auf dessen Nutzen widerspiegeln.

Aspekte öffentlicher Ladesäulen

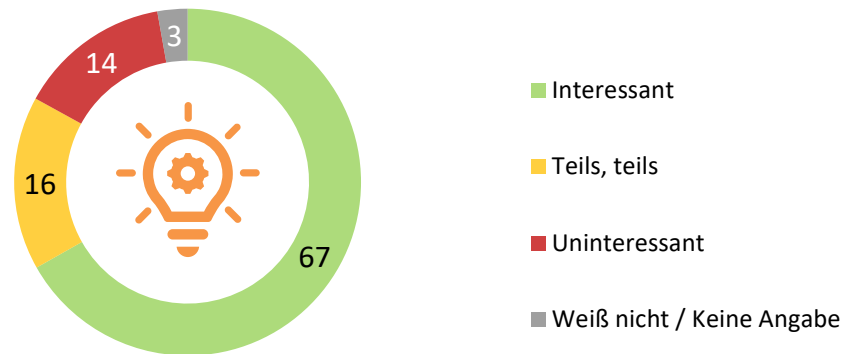


Abschluss eines E-Ladetarifs

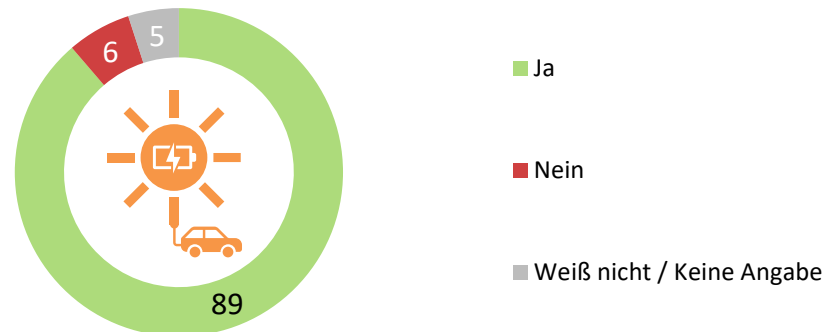


- Im Planungsprozess gestalten sich insbesondere die **Informationssammlung** sowie das **Finden und Beauftragen von geeignetem Fachpersonal für die Installation** als schwierig.
- In vielen Fällen gab es Schwierigkeiten beim **Verlegen eines neuen Stromanschlusses** und **Abschluss eines E-Ladetarifs**.
- Einen **intelligenten Stromzähler** für ihre private Ladesäule hält ein Großteil der Befragten für interessant.
- Eine Mehrheit der Probanden hat schon etwas von **Überschussladen** gehört und hält diese Form der Stromversorgung des E-Autos für eine gute Möglichkeit selbstproduzierten nachhaltigen Strom zu nutzen.

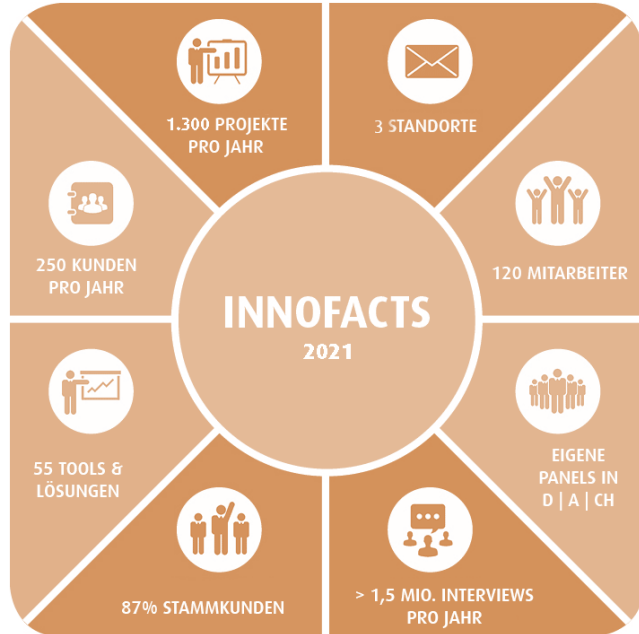
Interesse an intelligenten Stromzählern



Solares Überschussladen gute Möglichkeit selbstproduzierten nachhaltigen Strom zu nutzen

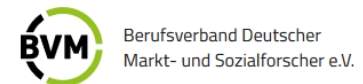


INNOFACT auf einen Blick



- Gegründet Anfang 2001
- Unabhängiges und inhabergeführtes Institut
- 120 MitarbeiterInnen
- Standorte in Düsseldorf (Zentrale), Berlin, Lengerich (IT Center), Zürich
- Zugriff auf über eine halbe Million Verbraucher und B2B-Zielpersonen in eigenen Panels
- Verbandsmitgliedschaften u.a. BVM, DGOF, Esomar
- Full-Service-Institut mit gesamtem Dienstleistungsportfolio moderner Marktforschung
- Von konventionellen Forschungsmethoden bis hin zu State-of-the-Art Mobilbefragungen
- Selbstentwickelte und hocheffiziente Tools für die digitale Marktforschung
- Seit über 20 Jahren die leistungsfähigsten Online-Consumer- und B2B-Panels in D.A.CH
- Alle klassischen Methoden wie CAPI / POS oder CATI
- Über 1.300 realisierte Projekte für mehr als 250 Kunden im Jahr 2021
- Das Team der Energie- und Mobilitätsmarktforschung realisierte in 2021 47 Studienprojekte für 28 Kunden

ESOMAR



INNOFACT AG Research & Consulting

Neuer Zollhof 3
D - 40221 Düsseldorf
www.innofact.com

Hans-Jochen Brückner
h.brueckner@innofact.com
Tel: +49 211 / 86 20 29 – 219
Mobil: +49 176 3060 3681

Maximilian Knaup
m.knaup@innofact.com
Tel: +49 211 / 86 20 29 – 280

Angie Brückerhoff
a.brueckerhoff@innofact.com
Tel: +49 211 / 86 20 29 – 265

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Bei Interesse an den gesamten Studienergebnissen, die aus einem etwa 50-seitigem Chartbericht und einem Tabellenband bestehen und für Kunden der INNOFACT Energie- und Mobilitätsmarktforschung kostenfrei sind, sprechen Sie gern Frau Brückerhoff an.

LÖSUNGEN

Branchen
Energie &
Mobilität

En

INNOFACT ENERGIE & MOBILITÄT

Marktforschungslösungen für
die Energiewirtschaft und
die Mobilitätsbranche.

