

EXCERPT

(from a total of ca. 100 pages)

Sorry that this document is only available in German. It is meant to illustrate what the report looks like. If you decide to purchase a study licence, we will provide an English version of the report.

Fleet Charging Study 2026

Die Elektrifizierung der Flotten aus Unternehmenssicht

Management Summary

1

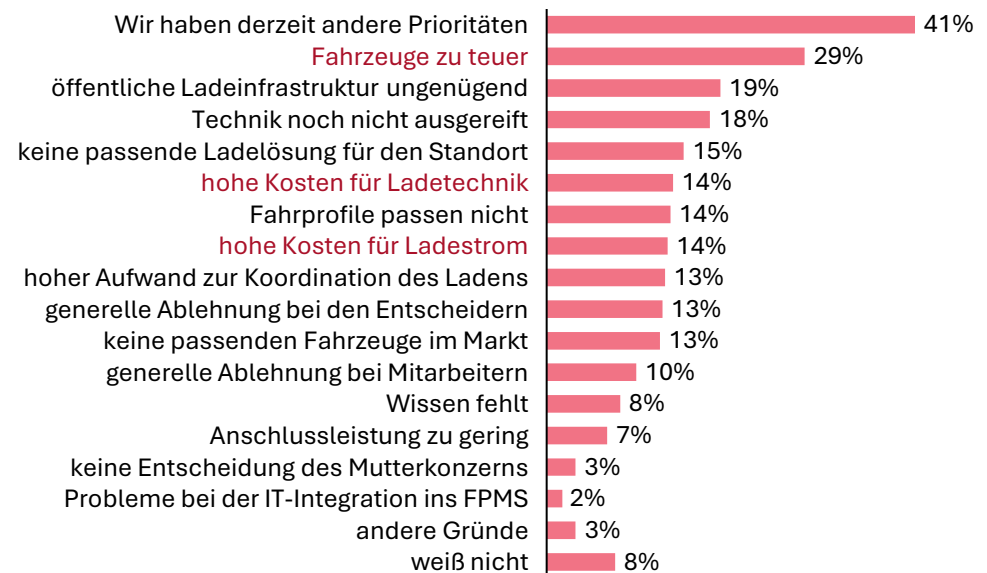
Nicht-Elektrifizierer haben gerade andere Sorgen

Während in der Umfrage 2024 noch eindeutig die hohen Kosten für Fahrzeuge, Ladeinfrastruktur und Energie im Vordergrund standen, verlieren Kostenthemen an Bedeutung.

Stattdessen werden praktische Aspekte rund um das Laden wichtiger.

Der Hauptgrund für die Ablehnung ist ein Aspekt, der mit der Elektrifizierung nur wenig zu tun, nämlich dass Unternehmen schlicht andere Prioritäten haben.

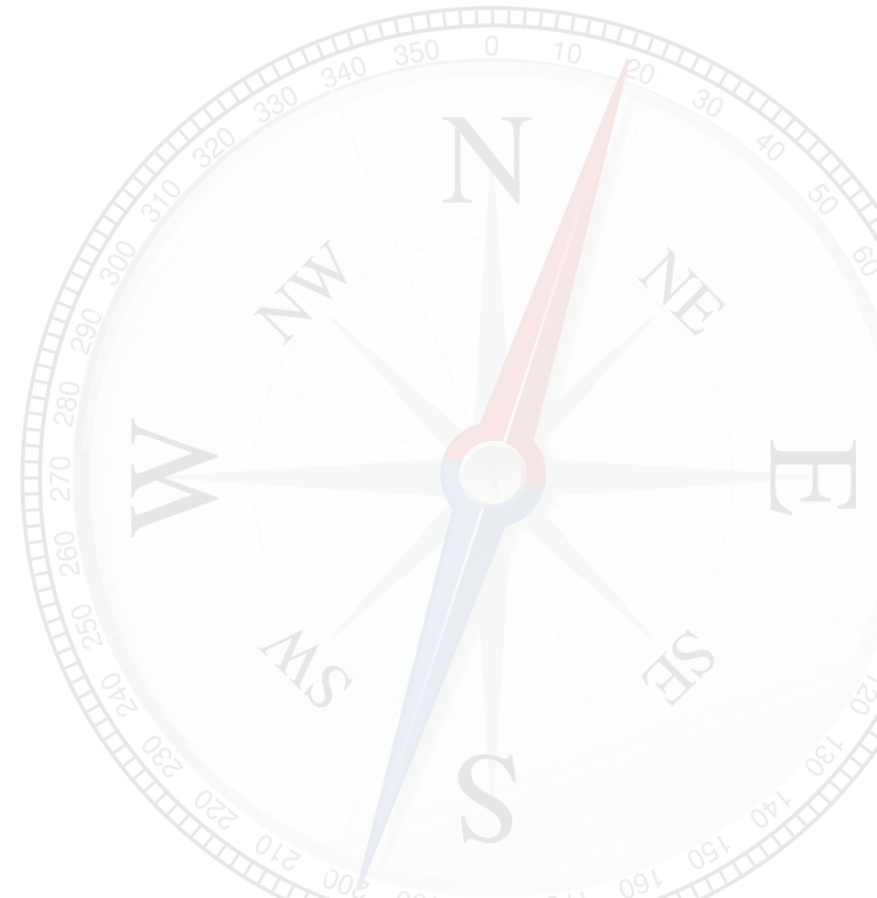
Barrieren bei der Elektrifizierung von Unternehmensflotten:



„Warum kommt die Elektrifizierung für Ihr Unternehmen aktuell nicht in Frage?“

Inhalt

1. Management Summary
2. **Methodik**
3. Status der Elektrifizierung
4. Struktur der Zielgruppe
 - Unternehmen
 - Standort
 - Fuhrpark
5. Ziele und Hürden der Elektrifizierung
 - Ziele der Elektrifizierung
 - Barrieren und Herausforderungen
6. Charging Use-Cases
7. Charge @depot
 - Gesuchte Lösung
 - Purchase Funnel
 - Anbieterwahl
 - IT und Systemintegration
8. Charge @public
 - Genutzte Ladekarten, Kriterien
 - Laden aus Sicht der LKW-Fahrenden
9. Charge @home



Zielsetzung

Ausgangslage:

- Die Elektrifizierung gewerblicher Fuhrparks ist ein zentraler Hebel, um die Dekarbonisierung von Unternehmen voranzutreiben.
- Gleichzeitig ist sie deutlich komplexer als das Privatkundensegment, weil unterschiedliche Fahrzeugtypen, Standorte, Lade-Szenarien und IT-Systeme zusammengebracht werden müssen.

Fragestellung:

- Die Studie zeigt den Status quo der Elektrifizierung gewerblicher Flotten in Deutschland, Zielbilder und zentrale Hürden.
- Sie identifiziert relevante Lade-Use-Cases für Pkw, Transporter und Lkw sowie die Lösungen, die Unternehmen für Depot, unterwegs, beim Kunden und zu Hause suchen.
- Sie beschreibt, welche System- und Schnittstellenanforderungen an Lade-Management, Fuhrpark-Systeme, Energie-Management und Abrechnung gestellt werden.
- Sie untersucht, nach welchen Kriterien Unternehmen Anbieter von Hardware, Software, Bau und Betrieb von Ladelösungen auswählen.



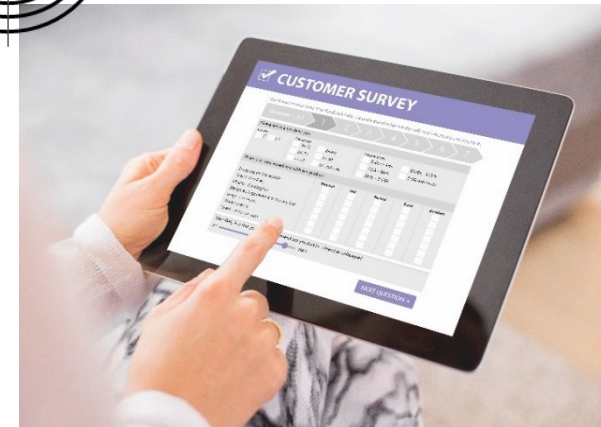
Stichprobe

Erhebung:

- Zielgruppe: Mitarbeitende von Unternehmen, die alleine oder mit anderen zusammen Entscheidungen zum Firmenfuhrpark treffen (Ausschluss: Ein-Mann-Unternehmen)
- Befragung: Online-Survey (CAWI)
- Land: Deutschland
- Interviewdauer: 15 min
- Feldphase: April 2026

Stichprobe:

- Gesamtstichprobe: N = 1.213
davon bereits mit Elektrifizierung beschäftigt:
 - ja: N = 873 ⇒ vollständige Befragung nur Ausschnitt
 - nein: N = 340 ⇒ nur Ausschnitt
- Rekrutierung: mehrere Panels*
davon:
 - Bilendi: N = 703
 - Dataforce: N = 388
 - moweb: N = 51
 - eTrucker-Plattform: N = 71



* Das **Bilendi-Panel** wurde bewusst nicht nach Unternehmen quotiert, die bereits elektrifizieren.

Bei **Dataforce** und **moweb** fand eine Selektion nach e-affinen Unternehmen statt.

Die **eTrucker-Plattform** ist eine Social-Media-Plattform, die sich auf die Elektrifizierung von LKW fokussiert hat.

Studienkonzept

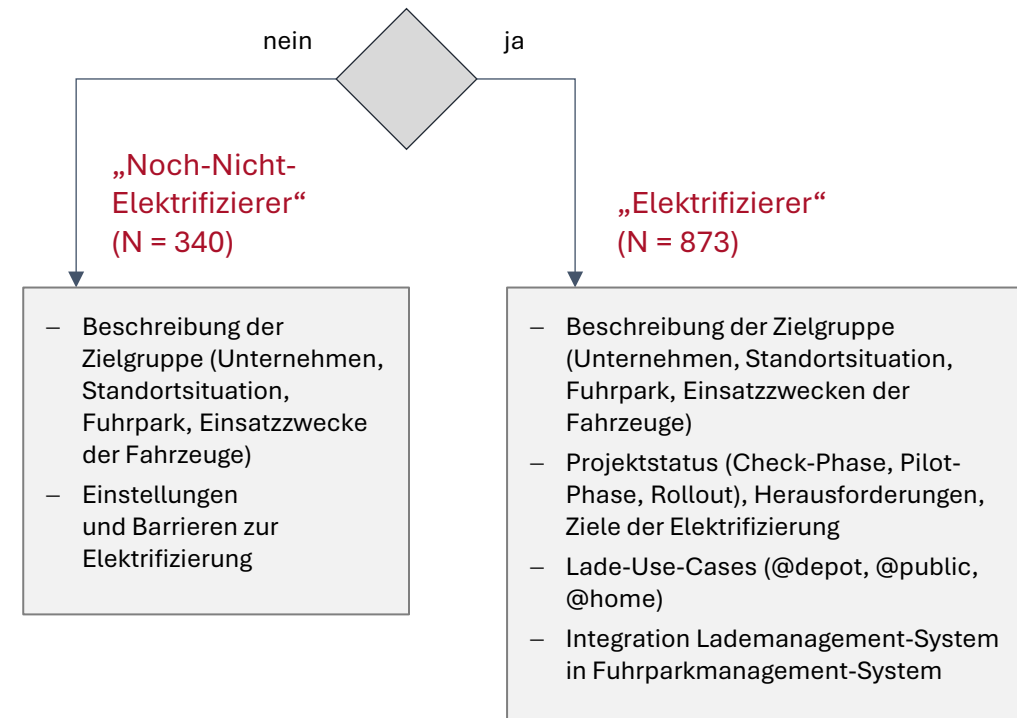
Ansatz

- Eine zentrale Frage der Studie ist, ob sich das Unternehmen des Befragten bereits mit der Elektrifizierung des Fuhrparks beschäftigt und wo es auf dem Weg zur Elektrifizierung steht.
- Die, deren Unternehmen noch nicht an der Elektrifizierung arbeiten, werden nach Fragen zur Einstellung und den Barrieren ausgescreent (N = 340).
- Alle übrigen (N = 873) werden ausführlich zum Status-Quo, den Zielen, der Einbindung von Partnern und den gesuchten Lösungen für die verschiedenen Use-Cases befragt.

Zentrale Frage:

Beschäftigt sich Ihr Unternehmen bereits mit der Elektrifizierung des Fuhrparks beschäftigt?

(N = 1.213)



Segmentierung der Zielgruppe

Die Studie segmentiert nach mehreren Merkmalen, um Trends und wichtige Unterschiede zu verdeutlichen. Dazu kommen fallbezogen gewichtete Daten nach Art des Fuhrparks. Unterschiede werden im Report dort angezeigt, wo sie besonders deutlich und relevant sind.

Segmentierung der Zielgruppen:

- Wo relevant, wurden die Ergebnisse nach Branche, Umsetzungsstand und Größe des Unternehmens gesplittet.
- Eine Segmentierung nach Fahrzeugart ist nicht sinnvoll, weil die allermeisten Flotten mehrere Fahrzeugarten im Fuhrpark haben. Deshalb wurde bei relevanten Themen nach Fahrzeugarten gewichtet.
- Eine Gewichtung nach Anzahl von Unternehmen oder Branchenanteilen wurde bewusst nicht verwendet, weil sie kleine Flotten stark überrepräsentieren und damit das Marktpotenzial für Ladelösungen verzerren würde.

Split nach:

| | | | | |
|----------------------|------------------------------|------------------------|-----------------------|---------------|
| Transport / Logistik | IT / Beratungs-Dienstleister | Vor-Ort-Dienstleistung | Handel | Industrie |
| Gesundheit | Handwerk | Verwaltung | Versicherung / Finanz | Bauwirtschaft |

| | | | |
|-------------|-------------|---------------|---------|
| Check-Phase | Pilot-Phase | Rollout-Phase | 100% EV |
|-------------|-------------|---------------|---------|

| | | | | | | | |
|--------|----------|----------|------------|------------|------------|----------------|------------|
| 1-9 MA | 10-49 MA | 50-99 MA | 100-249 MA | 250-499 MA | 500-999 MA | 1.000-4.999 MA | > 5.000 MA |
|--------|----------|----------|------------|------------|------------|----------------|------------|

Gewichtung nach Flottengröße:

| | | | | |
|-----|-------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------|
| PKW | Transporter | leichte LKW (bis 7,5 to) | mittlere LKW (bis 16 to) | schwere LKW (bis 40 to) |
|-----|-------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------|

Inhalt

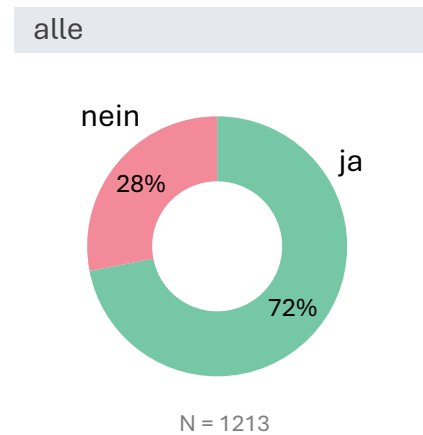
1. Management Summary
2. Methodik
- ▶ 3. Status der Elektrifizierung
4. Struktur der Zielgruppe
 - Unternehmen
 - Standort
 - Fuhrpark
5. Ziele und Hürden der Elektrifizierung
 - Ziele der Elektrifizierung
 - Barrieren und Herausforderungen
6. Charging Use-Cases
7. Charge @depot
 - Gesuchte Lösung
 - Purchase Funnel
 - Anbieterwahl
 - IT und Systemintegration
8. Charge @public
 - Genutzte Ladekarten, Kriterien
 - Laden aus Sicht der LKW-Fahrenden
9. Charge @home



Status der Elektrifizierung (1)

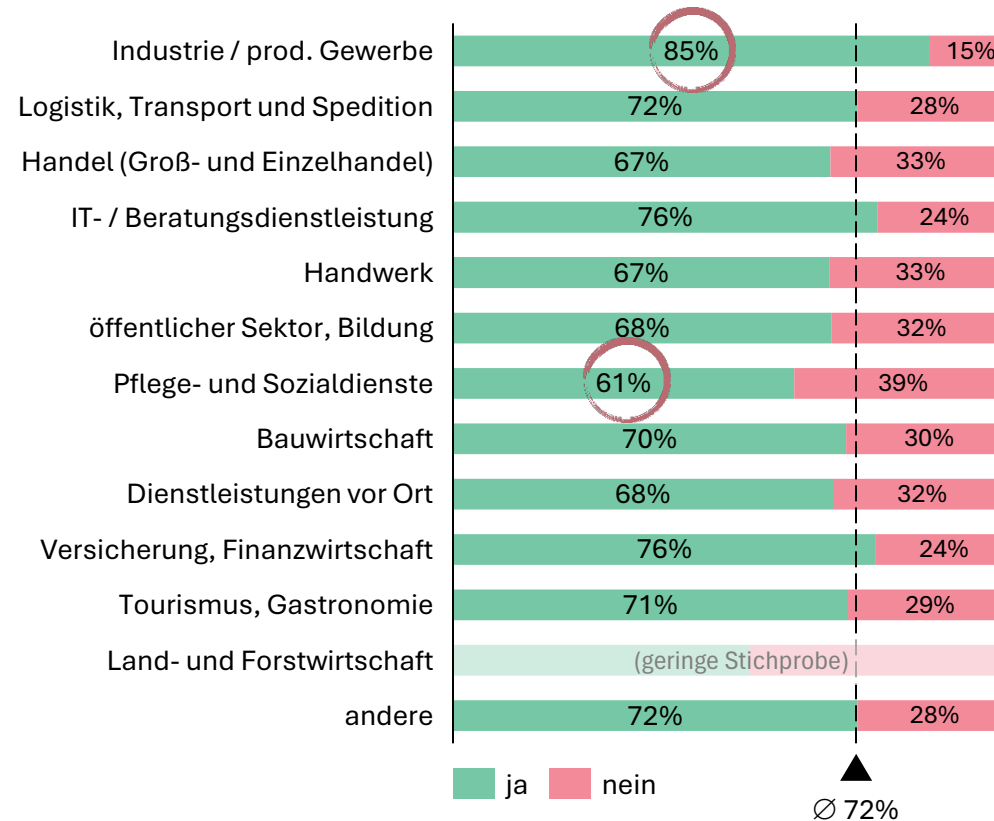
Der Anteil der Unternehmen, die ihre Flotten elektrifizieren, ist bei Industrieunternehmen deutlich höher und bei Unternehmen der Pflege- und Sozialdienste geringer als im Durchschnitt der befragten Unternehmen.

„Beschäftigt sich Ihr Unternehmen schon mit der Elektrifizierung des eigenen Fuhrparks?“



Achtung: Aufgrund der unterschiedlichen Rekrutierung mit teilweise vorgescreeenten Teilnehmenden ist der Anteil von 72% **nicht repräsentativ** für die Gesamtheit aller Unternehmen in Deutschland.

Die Zahlen erlauben aber einen Rückschluss auf Unterschiede zwischen den Branchen.



Nicht-Elektrifizierer: Gründe für Ablehnung

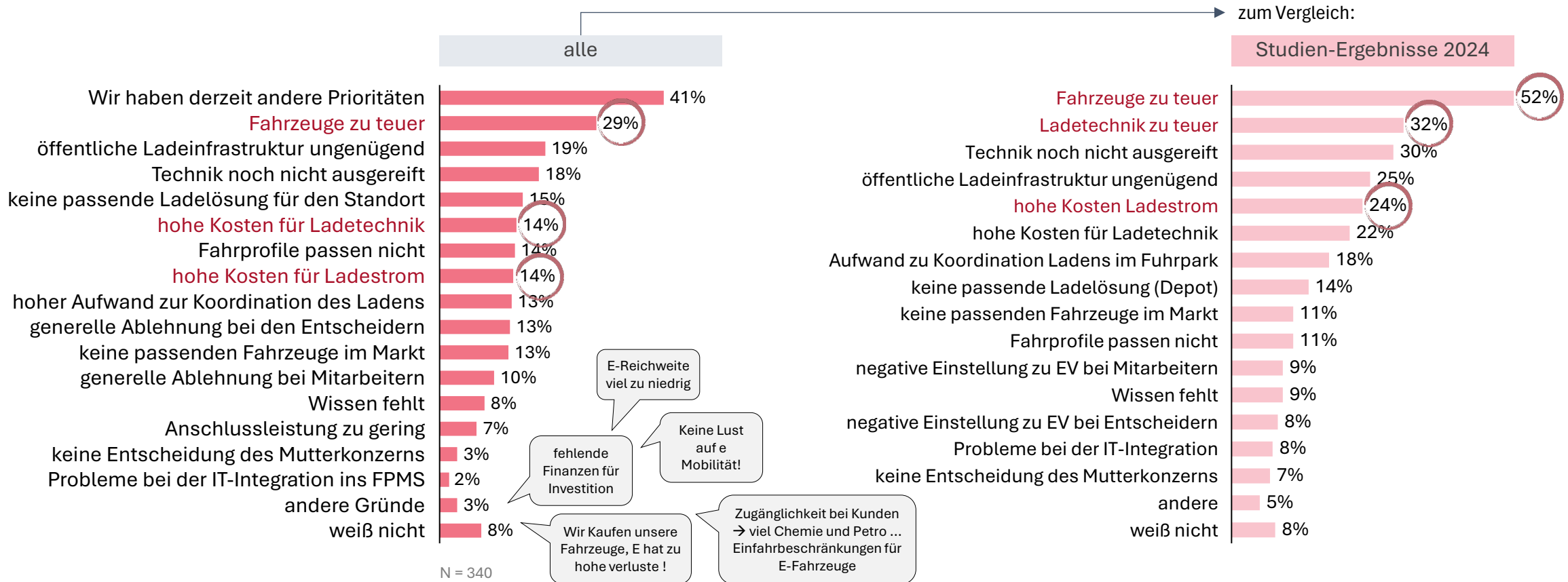
Kosten sind noch immer ein wichtiger Grund für die Ablehnung, gehen in der Häufigkeit der Nennungen gegenüber 2024 aber deutlich zurück.

(Elektrifizierung = nein)

„Warum kommt die Elektrifizierung für Ihr Unternehmen aktuell **nicht** in Frage?“

(Mehrfachantwort möglich)

zum Vergleich:



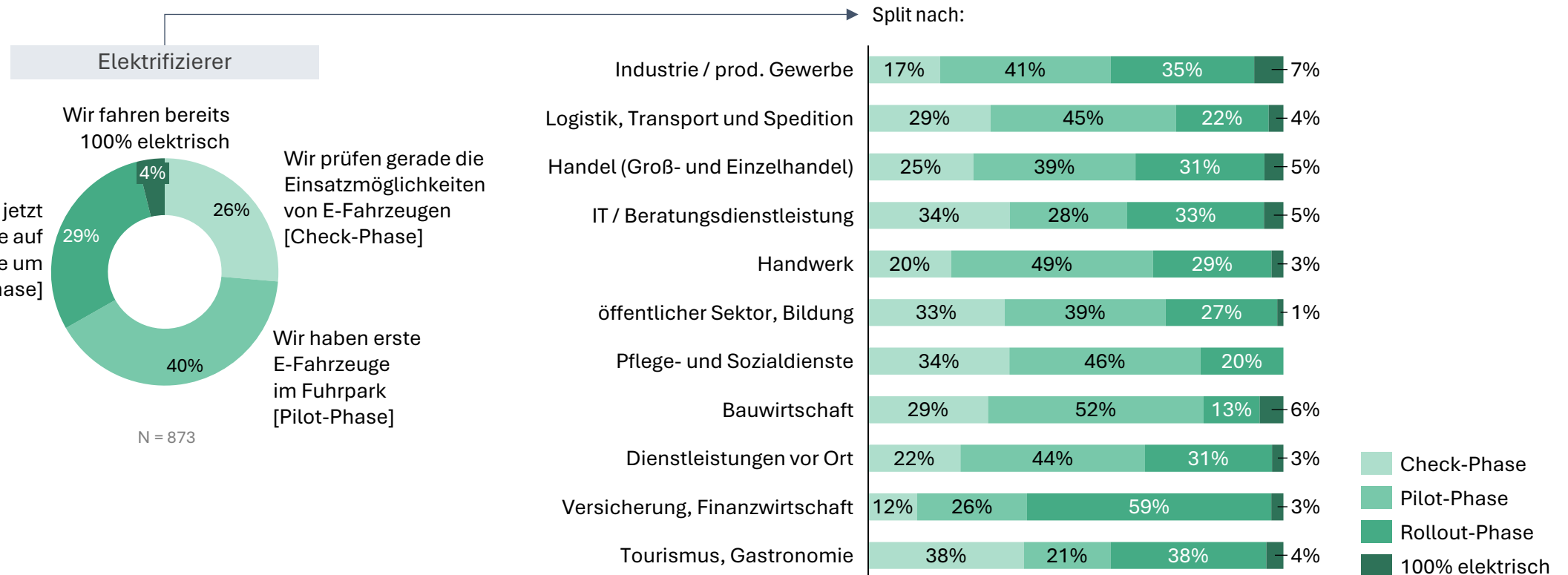
Status der Elektrifizierung (2)

„Im Folgenden geht es um die Elektrifizierung Ihres Fuhrparks.“

Wo steht Ihr Fuhrpark auf dem Weg zur Elektrifizierung?

(Mit E-Fahrzeugen meinen wir voll batterieelektrische Fahrzeuge, keine Plug-in- und andere Hybride.)“

Noch immer ist ein großer Teil der Fuhrparks in der Check- bzw. Pilot-Phase. Die Unterschiede zwischen den Branchen sind gering und nur in der Finanzwirtschaft signifikant.



Inhalt

1. Management Summary
2. Methodik
3. Status der Elektrifizierung
- ▶ 4. **Struktur der Zielgruppe**
 - Unternehmen
 - Standort
 - Fuhrpark
5. Ziele und Hürden der Elektrifizierung
 - Ziele der Elektrifizierung
 - Barrieren und Herausforderungen
6. Charging Use-Cases
7. Charge @depot
 - Gesuchte Lösung
 - Purchase Funnel
 - Anbieterwahl
 - IT und Systemintegration
8. Charge @public
 - Genutzte Ladekarten, Kriterien
 - Laden aus Sicht der LKW-Fahrenden
9. Charge @home



Unternehmen

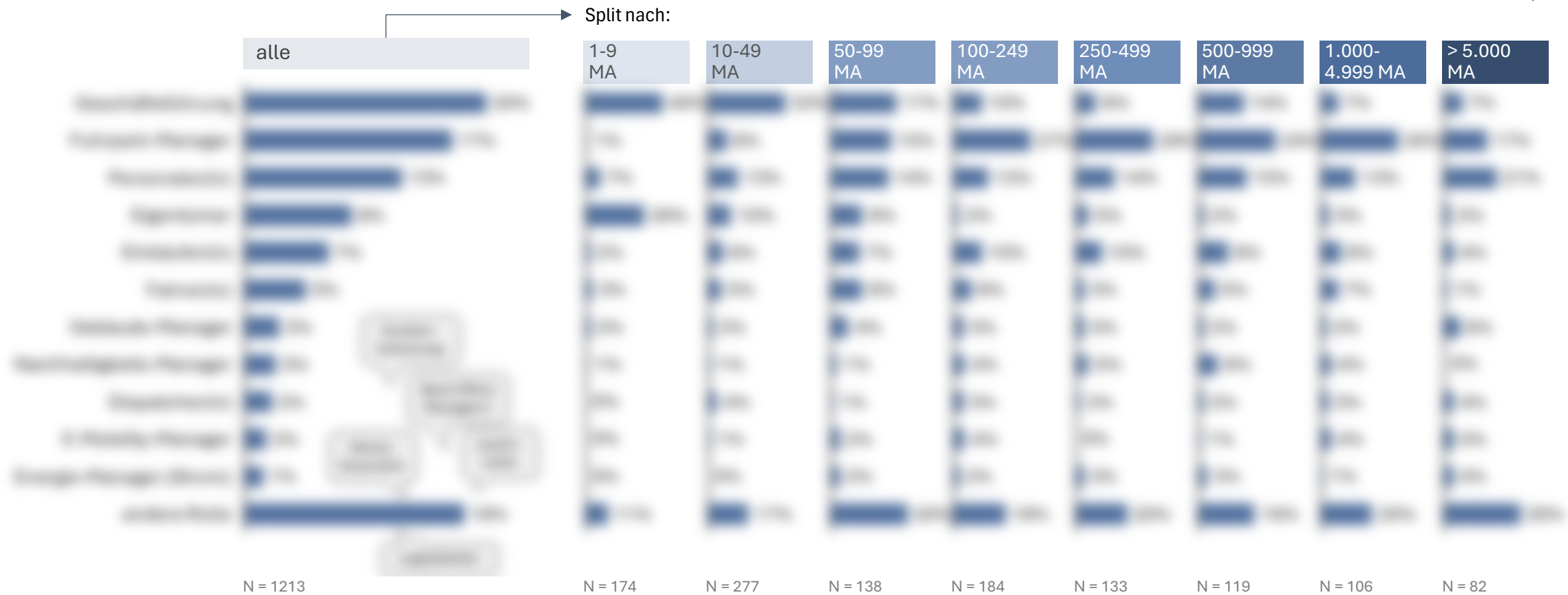
Rolle der Befragten

Die Rollen der Befragten werden in Unternehmensrollen unterteilt in verschiedene Unternehmensrollen in Management, auch Personen sind in einem Rollen mit Aufgaben verbunden mit dem Flotten- und Energie-Einkauf verbunden.

„Welche **Rolle** haben Sie in Ihrem Unternehmen?“

(Falls Sie mehrere Aufgaben haben, wählen Sie die, die am ehesten zutrifft.)“

Fleet Charging Study 2026



Inhalt

1. Management Summary
2. Methodik
3. Status der Elektrifizierung
- ▶ 4. **Struktur der Zielgruppe**
 - Unternehmen
 - **Standort**
 - Fuhrpark
5. Ziele und Hürden der Elektrifizierung
 - Ziele der Elektrifizierung
 - Barrieren und Herausforderungen
6. Charging Use-Cases
7. Charge @depot
 - Gesuchte Lösung
 - Purchase Funnel
 - Anbieterwahl
 - IT und Systemintegration
8. Charge @public
 - Genutzte Ladekarten, Kriterien
 - Laden aus Sicht der LKW-Fahrenden
9. Charge @home



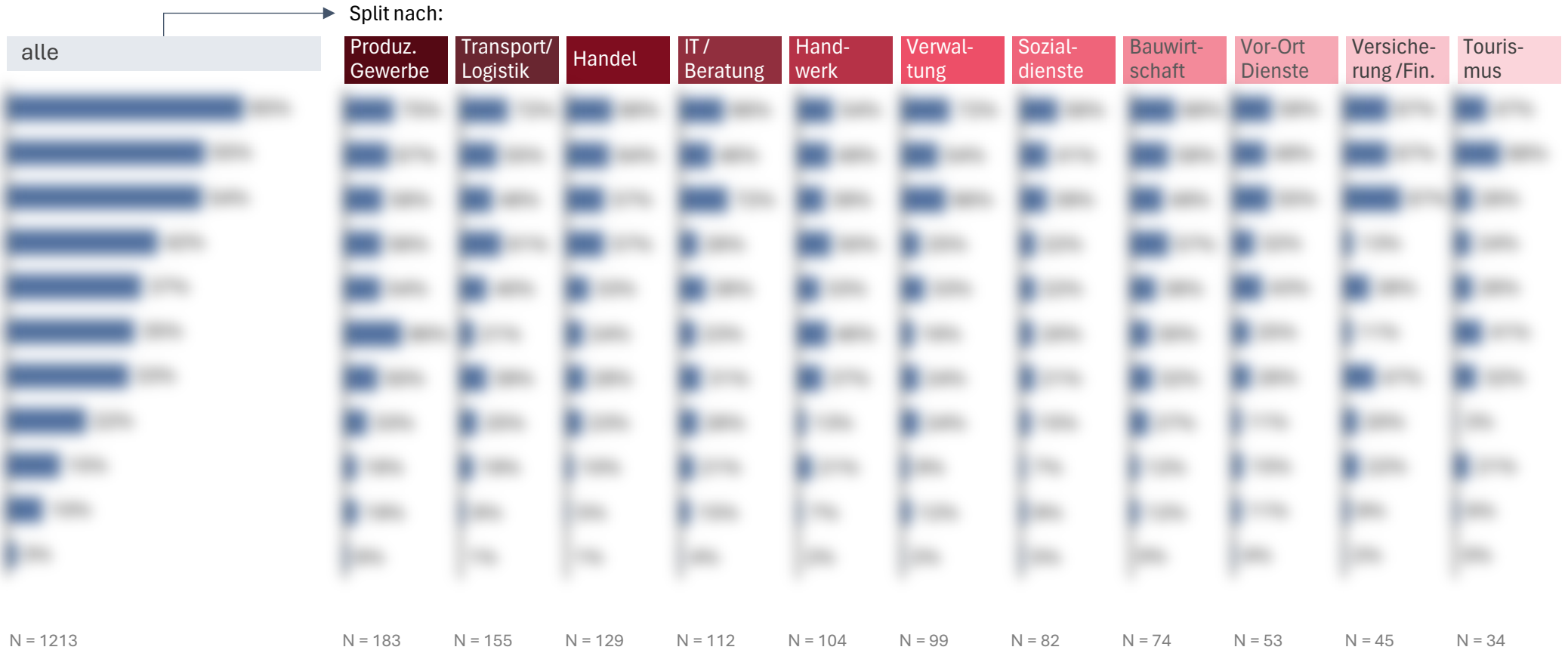
Standort

Standortsituation vor Ort

„Wie dürfen wir uns Ihren Standort vorstellen?“
(Mehrfachantwort möglich)

„Wie dürfen wir uns Ihren Standort vorstellen?“
(Mehrfachantwort möglich)

Fleet Charging Study 2026



Inhalt

1. Management Summary
2. Methodik
3. Status der Elektrifizierung
4. Struktur der Zielgruppe
 - Unternehmen
 - Standort
 - Fuhrpark
- ▶ 5. **Ziele und Hürden der Elektrifizierung**
 - **Ziele der Elektrifizierung**
 - Barrieren und Herausforderungen
6. Charging Use-Cases
7. Charge @depot
 - Gesuchte Lösung
 - Purchase Funnel
 - Anbieterwahl
 - IT und Systemintegration
8. Charge @public
 - Genutzte Ladekarten, Kriterien
 - Laden aus Sicht der LKW-Fahrenden
9. Charge @home



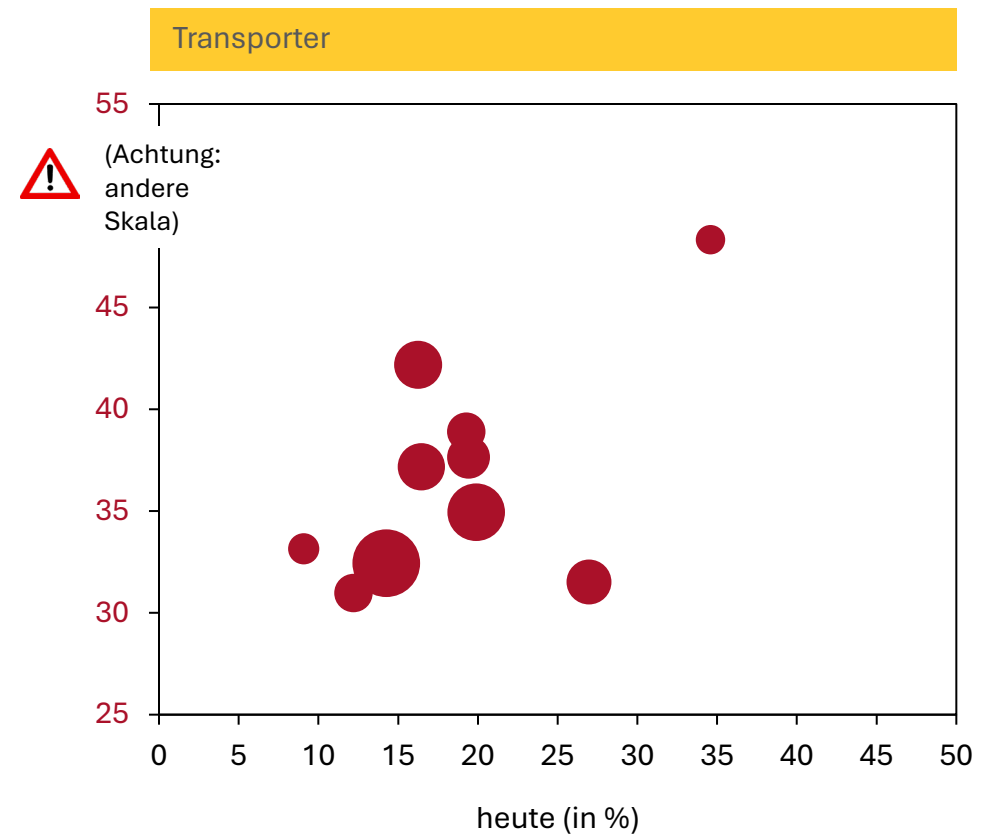
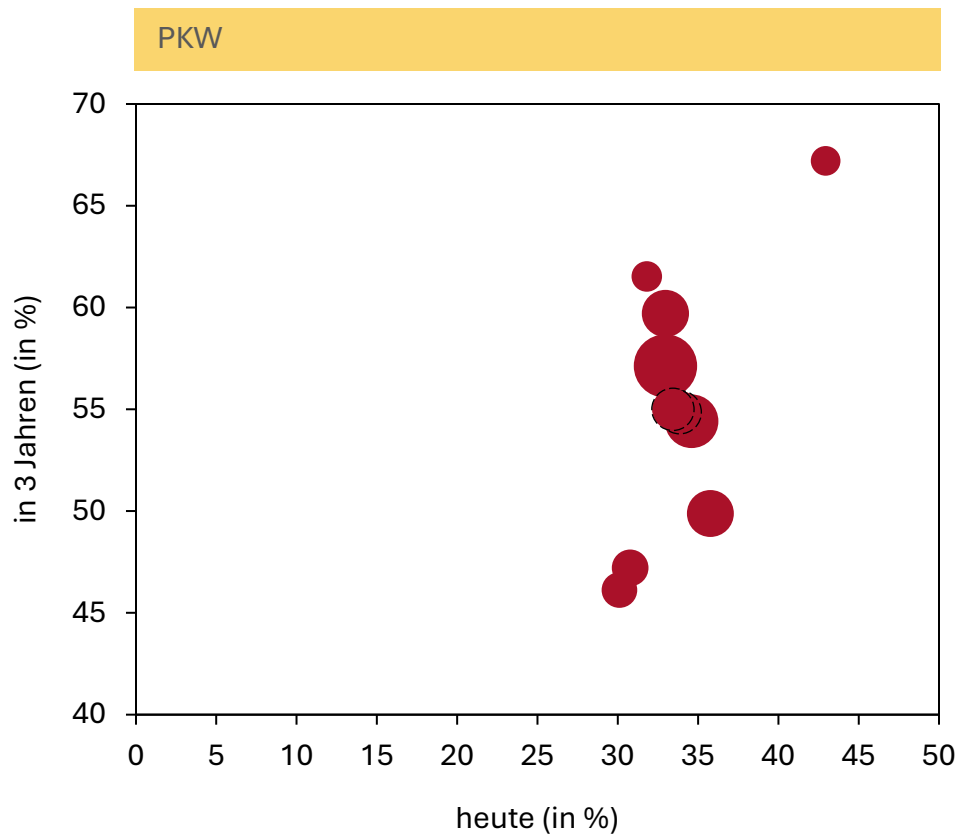
Ziele der Elektrifizierung

Elektrifizierung – Ziele in 3 Jahren

Die Elektrifizierung der Flotte muss in enger Abstimmung mit der Strategie der Unternehmen und der Strategie der Flotte sein. Die Elektrifizierung der Flotte ist ein Prozess, der über einen längeren Zeitraum hinweg stattfinden muss. Die Elektrifizierung der Flotte ist ein Prozess, der über einen längeren Zeitraum hinweg stattfinden muss.

„Wie groß soll der **Anteil** an elektrifizierten Fahrzeugen in Ihrer Flotte **in drei Jahren** in etwa sein?“

Fleet Charging Study 2026



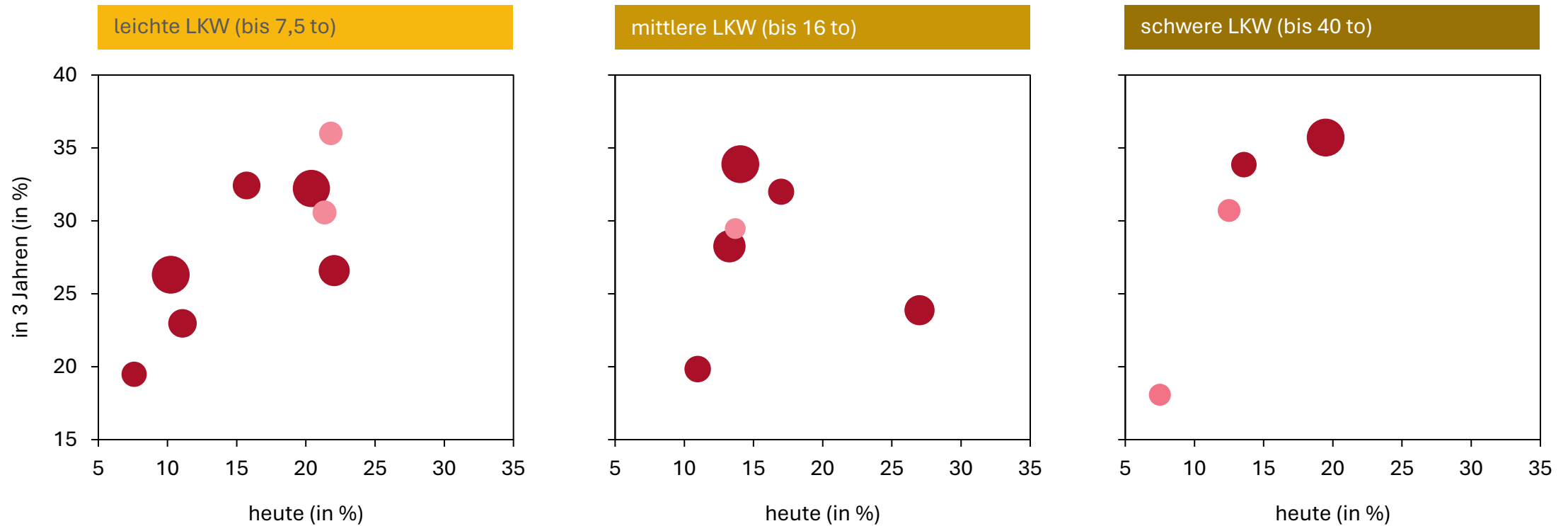
Ziele der Elektrifizierung

Elektrifizierung – Ziele in 3 Jahren

„Inwieweit soll der Anteil an elektrifizierten Fahrzeugen in Ihrer Flotte in drei Jahren in etwa sein?“

„Wie groß soll der **Anteil** an elektrifizierten Fahrzeugen in Ihrer Flotte **in drei Jahren** in etwa sein?“

Fleet Charging Study 2026



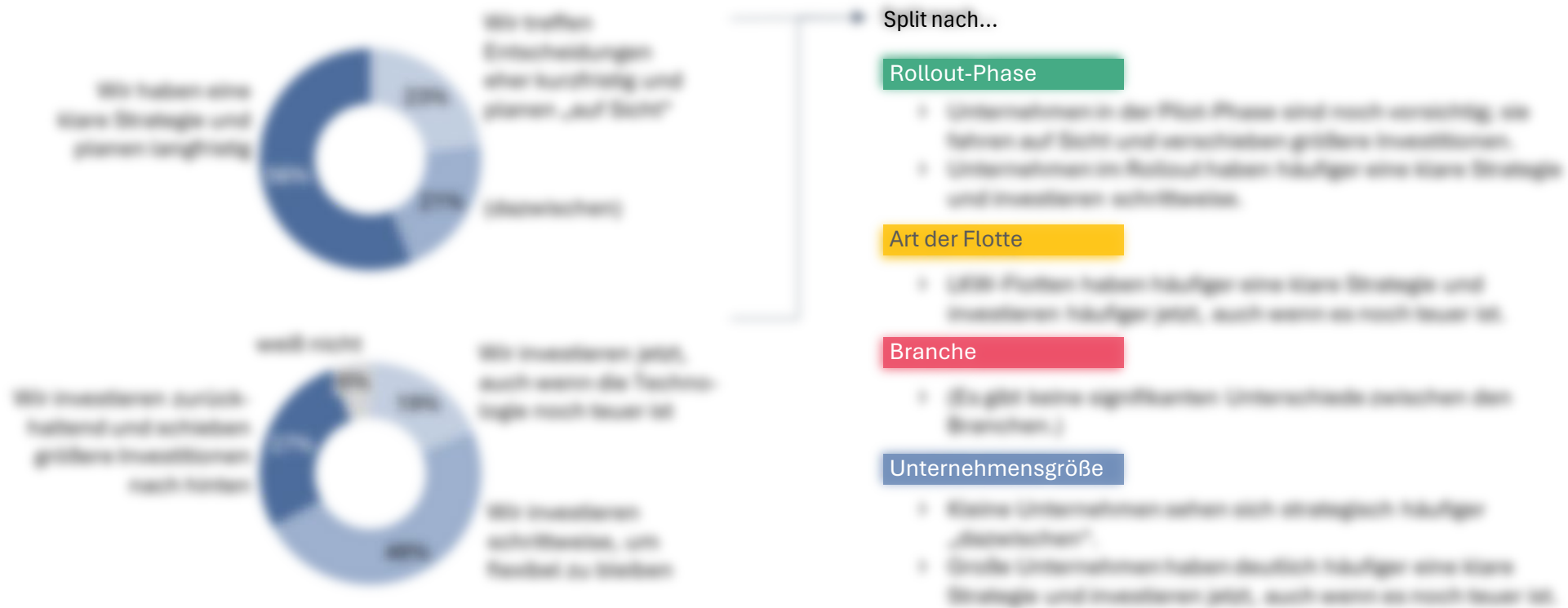
 (kleine Stichprobe)

Ziele der Elektrifizierung

Strategische Ziele und taktisches Vorgehen

Insbesondere rund die Hälfte der Unternehmen hat eine klare Strategie, aber investiert schrittweise, um flexibel zu bleiben. Zwischen den Fahrzeuggruppen gibt es bemerkenswerte Unterschiede.

„Ganz grundsätzlich: Denkt Ihr Unternehmen **bei der Elektrifizierung** eher kurzfristig oder langfristig?“



„Ladetechnik ist teuer und entwickelt sich schnell. Ganz generell: Wie gehen Sie damit um?“

N = 873

Inhalt

1. Management Summary
2. Methodik
3. Status der Elektrifizierung
4. Struktur der Zielgruppe
 - Unternehmen
 - Standort
 - Fuhrpark
5. Ziele und Hürden der Elektrifizierung
 - Ziele der Elektrifizierung
 - Barrieren und Herausforderungen
6. Charging Use-Cases
- ▶ 7. **Charge @depot**
 - **Gesuchte Lösung**
 - Purchase Funnel
 - Anbieterwahl
 - IT und Systemintegration
8. Charge @public
 - Genutzte Ladekarten, Kriterien
 - Laden aus Sicht der LKW-Fahrenden
9. Charge @home



Gesuchte Lösung

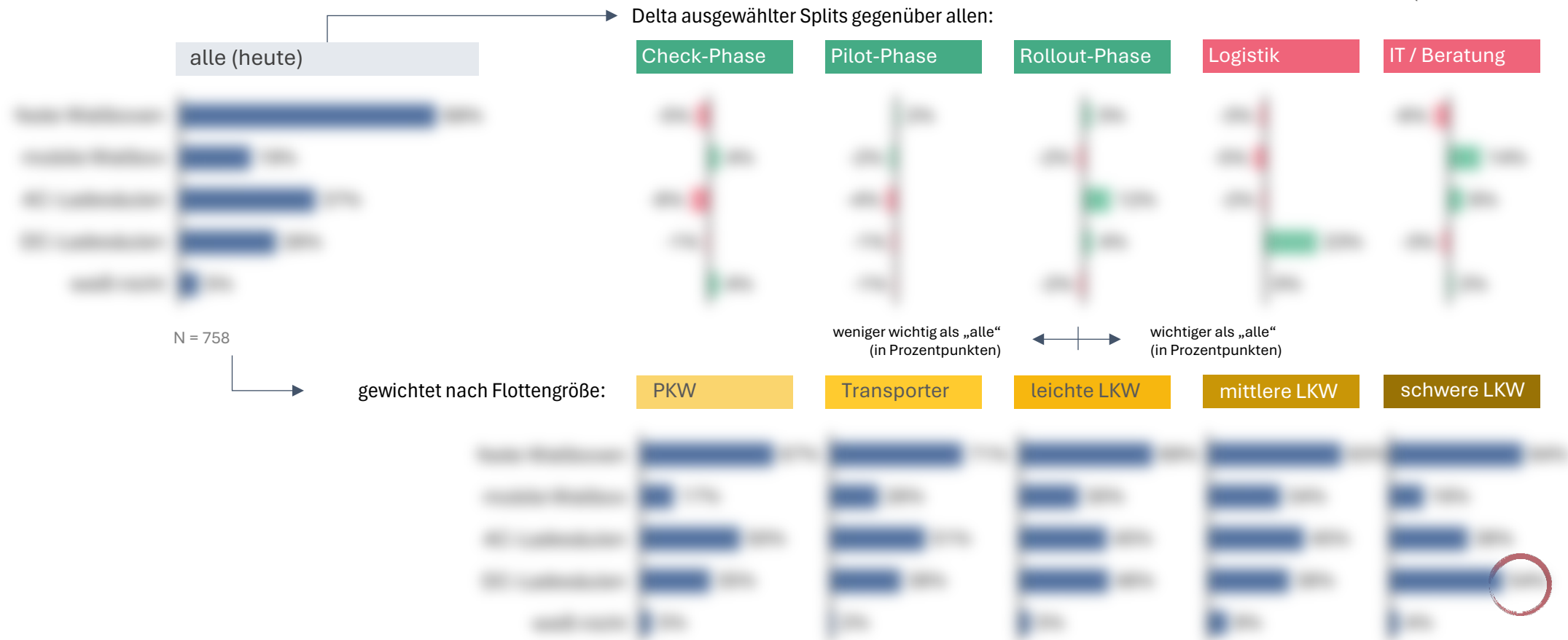
Generelle Ladelösung

Die nachfolgenden Diagramme zeigen die Ergebnisse der Umfrage zur Ladung am Standort. Die Diagramme sind in fünf Spalten unterteilt, die die verschiedenen Phasen der Ladung am Standort darstellen. Die Spalten sind: Check-Phase, Pilot-Phase, Rollout-Phase, Logistik und IT / Beratung. Die Diagramme zeigen die relative Wichtigkeit der verschiedenen Phasen für die Teilnehmer. Die Spalten sind in zwei Gruppen unterteilt: weniger wichtig als „alle“ (in Prozentpunkten) und wichtiger als „alle“ (in Prozentpunkten). Die Diagramme sind gewichtet nach Flottengröße: PKW, Transporter, leichte LKW, mittlere LKW und schwere LKW. Die Diagramme zeigen die relative Wichtigkeit der verschiedenen Phasen für die Teilnehmer. Die Spalten sind in zwei Gruppen unterteilt: weniger wichtig als „alle“ (in Prozentpunkten) und wichtiger als „alle“ (in Prozentpunkten). Die Diagramme sind gewichtet nach Flottengröße: PKW, Transporter, leichte LKW, mittlere LKW und schwere LKW.

„Welche **Lösungen** haben oder suchen Sie für das **Laden am Standort**?“

(Mehrfachantwort möglich)

Fleet Charging Study 2026

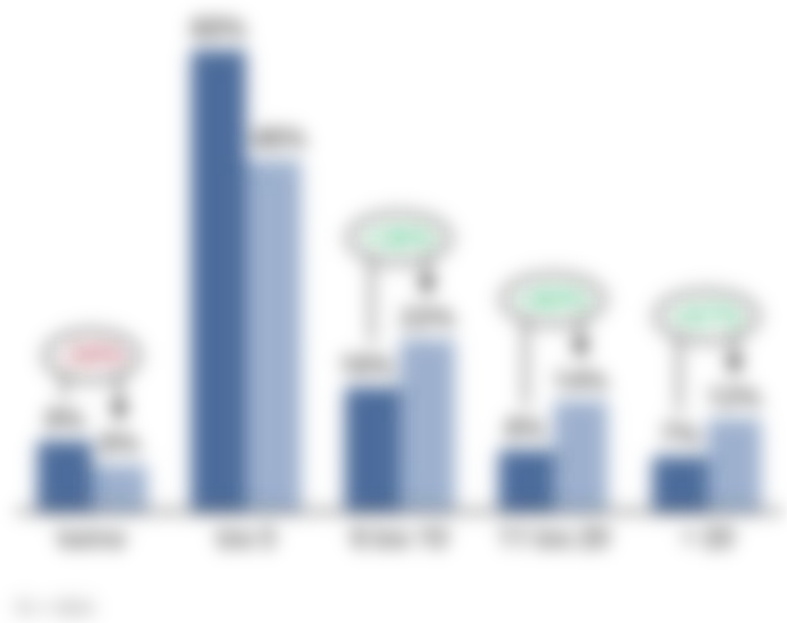


Gesuchte Lösung

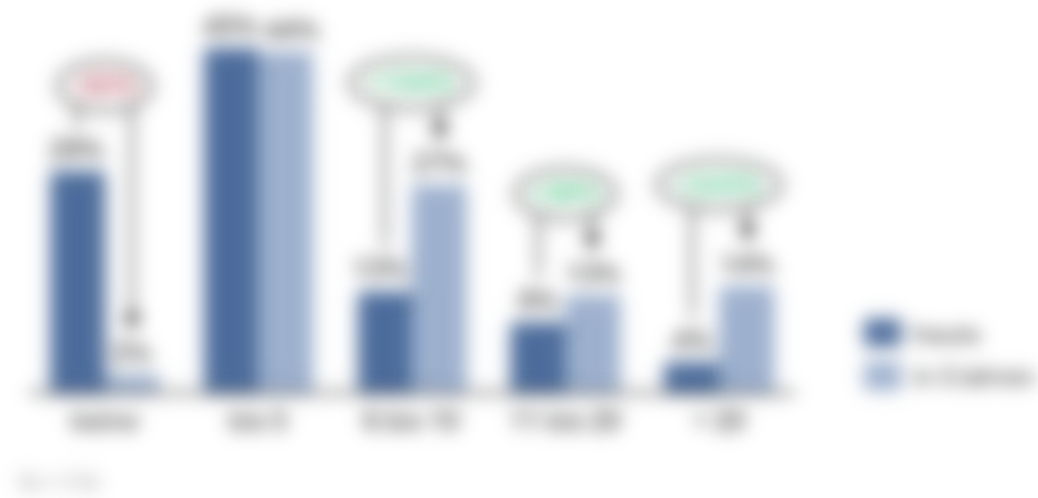
AC/DC-Ladelösung – heute und in 3 Jahren

Ergebnis der AC- und DC-Ladepunkte, getrennt nach Standort und getrennt nach Anzahl der Ladepunkte in den nächsten drei Jahren.

AC-Lader:
alle (heute vs. in 3 Jahren)



DC-Lader:
alle (heute vs. in 3 Jahren)



„Wie viele **Ladepunkte** haben Sie **heute** am Standort?“

vs.

„Nach aktuellem Planungsstand: Wie viele **Ladepunkte** planen Sie für Ihren Standort insgesamt **für die nächsten drei Jahre?**“

Gesuchte Lösung

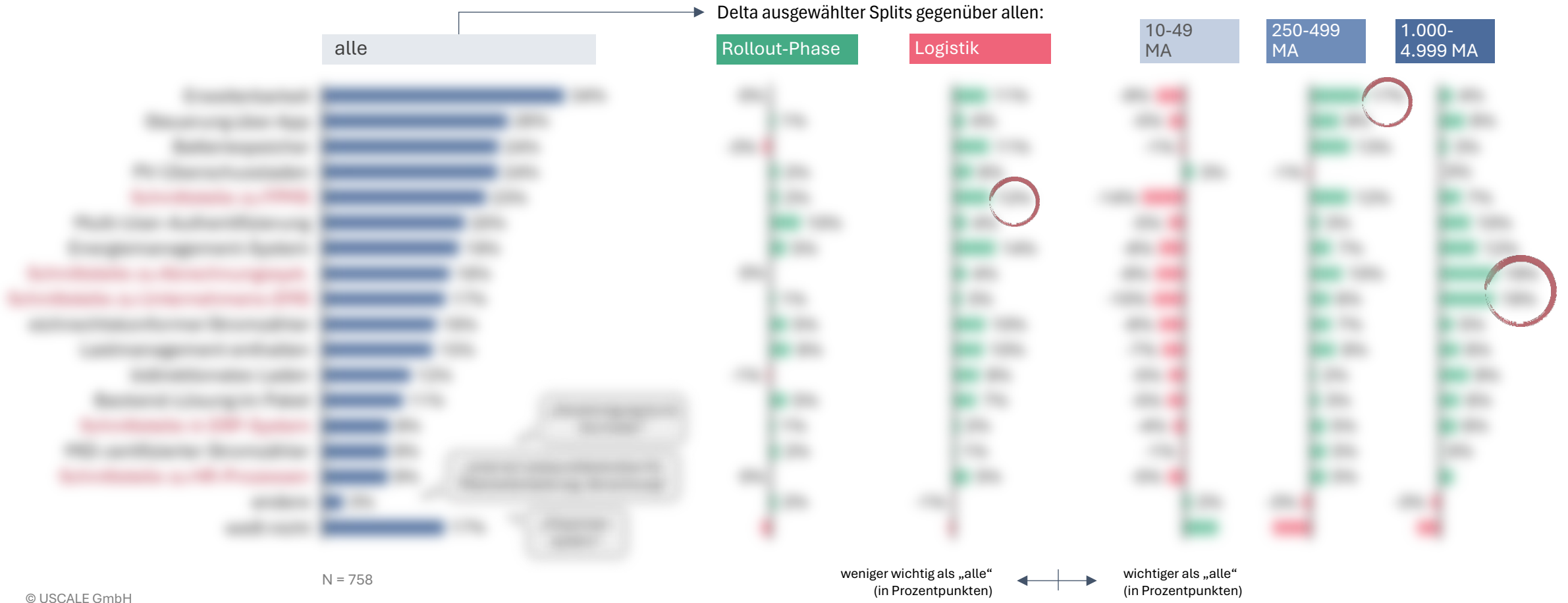
Wichtigste Aspekte für Wahl der Lösung

Die drei Dimensionen in der Dimensionalität des wichtigsten Aspektes für die Wahl einer bestimmten Lösung (Logistik und große Unternehmen haben höhere Werte und andere Aspekte als die Dimension)

„Was sind oder waren die **wichtigsten Aspekte** für die Wahl der **konkreten Ladelösung?**“

(Mehrfachantwort möglich)

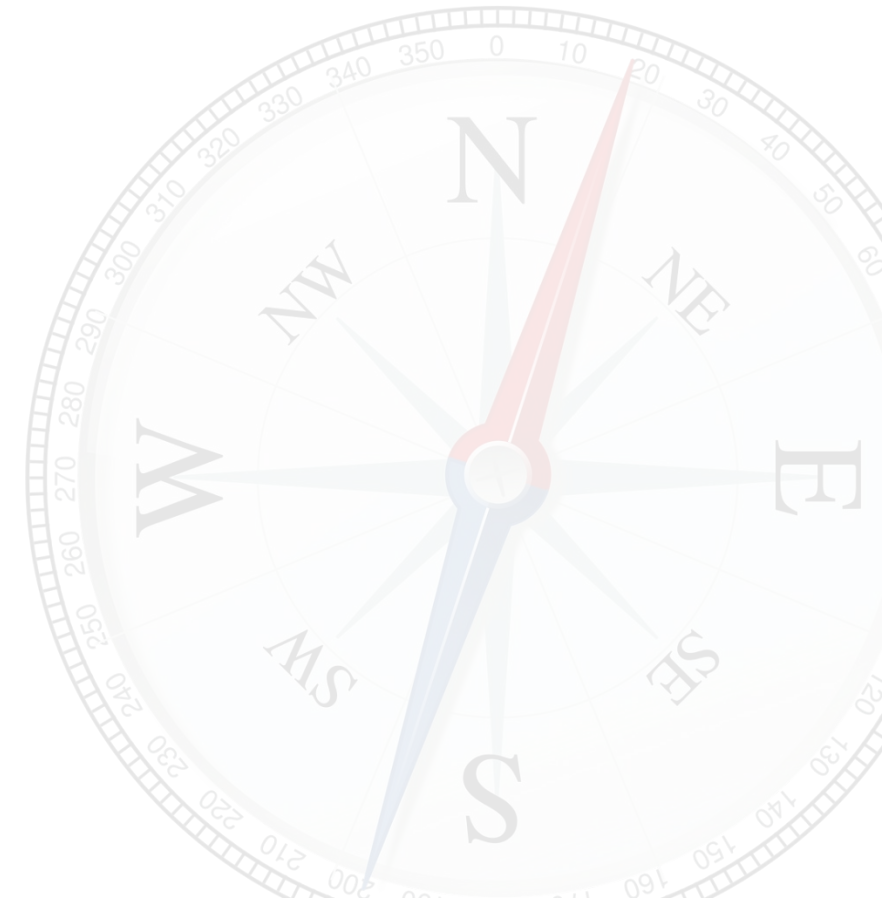
Fleet Charging Study 2026



N = 758

Inhalt

1. Management Summary
2. Methodik
3. Status der Elektrifizierung
4. Struktur der Zielgruppe
 - Unternehmen
 - Standort
 - Fuhrpark
5. Ziele und Hürden der Elektrifizierung
 - Ziele der Elektrifizierung
 - Barrieren und Herausforderungen
6. Charging Use-Cases
- ▶ 7. **Charge @depot**
 - Gesuchte Lösung
 - **Purchase Funnel**
 - Anbieterwahl
 - IT und Systemintegration
8. Charge @public
 - Genutzte Ladekarten, Kriterien
 - Laden aus Sicht der LKW-Fahrenden
9. Charge @home



Purchase Funnel

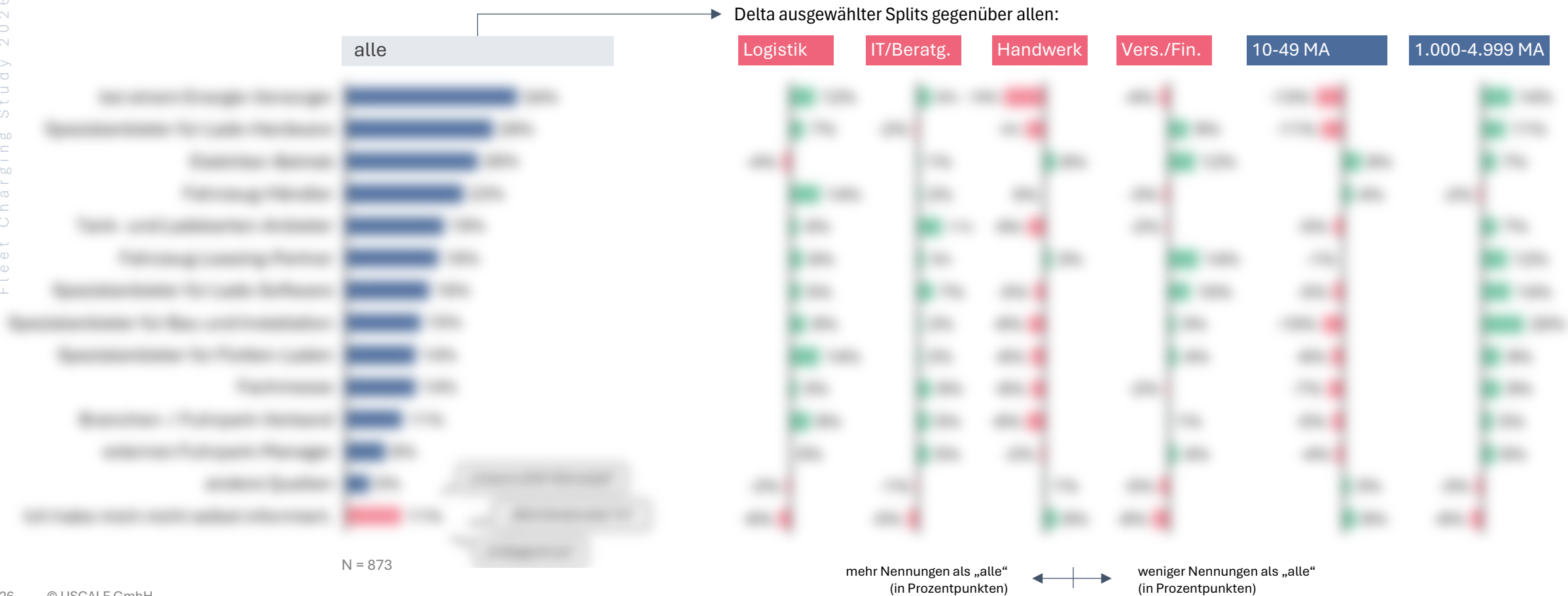
Informationsquellen

„Als Ihr Unternehmen begann, sich mit Elektromobilität auseinanderzusetzen: **Wo** haben Sie sich **über konkrete Ladelösungen** für Ihr Unternehmen **informiert?**“

(Mehrfachantwort möglich)

Fleet Charging Study 2026

Ergebnisse sind in der Spalte Nr. 1 der Informationsquellen unterteilt und nicht nach Branchen oder der Größe und der Größe des Unternehmens.



Inhalt

1. Management Summary
2. Methodik
3. Status der Elektrifizierung
4. Struktur der Zielgruppe
 - Unternehmen
 - Standort
 - Fuhrpark
5. Ziele und Hürden der Elektrifizierung
 - Ziele der Elektrifizierung
 - Barrieren und Herausforderungen
6. Charging Use-Cases
7. Charge @depot
 - Gesuchte Lösung
 - Purchase Funnel
 - Anbieterwahl
 - IT und Systemintegration
- ▶ 8. Charge @public
 - Genutzte Ladekarten, Kriterien
 - Laden aus Sicht der LKW-Fahrenden
9. Charge @home



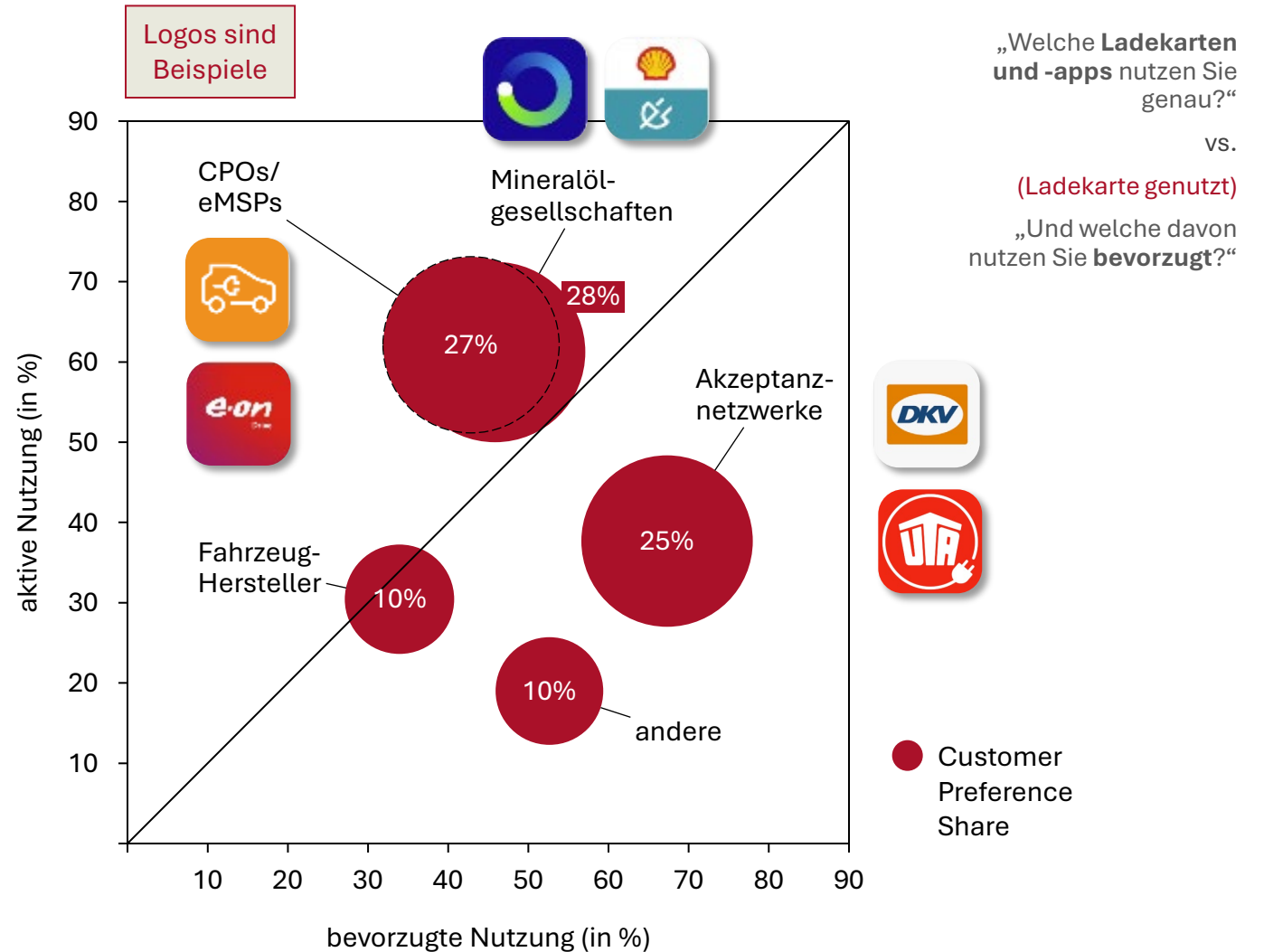
Genutzte Ladekarten, Kriterien

Customer Preference Matrix

Die drei Gruppen der Mineralölgesellschaften, CPOs und Akzeptanznetzwerke dominieren den Markt zu gleich großen Teilen. Die Positionierung unterscheidet sich aber deutlich: Letztere werden seltener, aber dann häufiger präferiert genutzt.

Fleet Charging Study 2026

Lesebeispiel:
 38% nutzen einen Ladeservice eines Akzeptanznetzwerks, 68% von diesen nutzen ihn bevorzugt.
 Der Customer Preference Share beläuft sich damit auf 25% (38% x 68%).



N = 580



SCALE YOUR USER
SCALE YOUR BUSINESS

Dr. Axel Sprenger

Geschäftsführer
USCALE GmbH

mail axel.sprenger@uscale.digital
fon +49 172-1551 820
web www.uscale.digital
post Silberburgstraße 112
70176 Stuttgart

