

Retail-Studie private Infrastruktur

Eckdaten

- Erhebung: April 21, online
- Stichprobe: N > 1000 Besitzer:innen
- Region: DACH

Methodischer Ansatz

- EV-Käufer:innen werden nach ihrer Erfahrungen bei Suche nach der für sie passenden privaten Ladelösung befragt.
- EV-Besitzer:innen werden nach ihren Erfahrungen mit ihrer privaten Ladelösung befragt.

Mehrwert

- Anforderungen an Beratungsangebote
- Anforderungen an Verkaufsprozesse und Serviceangebote
- Potenzial für Up- und Cross-Selling-Angebote
- Input für Lastenhefte zukünftiger Produktgenerationen

Studieninhalte

Zur Person

- Demographische Merkmale (u.a. Geschlecht, Alter, Wohnorte, Wohnverhältnisse)
- Fahrzeugnutzung, Ladeverhalten (u.a. Laden @home, @public, @work)

Segmentierung

- Käufer vs. Besitzer:innen (differenziert nach bestellt / Haltedauer </> 12 Monate)
- Wohnverhältnisse (EFH, MFH)
- Private Ladesituation (mit PV vs. ohne PV-Anlage u.a.)

Orientierungs- und Informationsphase (Zufriedenheit, Bedarfe)

- Informationskompetenz und Bedarfsanalyse
- Nach Anbietern: Energieversorger, Anbieter von Ladetechnik, Reseller, Anbieter von Smart-Home-, PV- und Energiemanagementsystemen, Handwerk, Energieberatung, Immobilienwirtschaft

Kauf- und Nachkaufphase Ladeinfrastruktur (Zufriedenheit, Bedarfe)

- Anbieterwebseiten, Hotline, persönliche Beratung
- Konfiguration, Finanzierung, Versicherung, Vertrag und Förderung
- Anmeldung/Genehmigung, Installation, Follow-up und Service
- Potenziale für Einbindung Smart Home

