

Ausschnitt

(Gesamtumfang der
Studie: 110 Seiten)



EV Financing- and Insurance-Studie 2023

Finanzierung, Leasing und Versicherung von E-Autos aus Nutzersicht



Ausgangslage



Elektroautos sind mehr als ein neuer Antrieb. E-Autos verändern Nutzungsverhalten, Vertriebswege, Servicebedarfe und vieles mehr.

Auch Anbieter von Finanzierungen, Leasing und Versicherungen müssen sich auf die Besonderheiten der Elektromobilität einstellen.

Die vorliegende Studie beschreibt detailliert die Erwartungshaltung und Erfahrungen von E-Auto-Fahrer:innen mit Anbietern von Finanzierungen, Leasingangeboten bzw. Versicherungen.

Zielgruppe

Stichprobe:

- Eigentümer:innen und Fahrer:innen von voll batterieelektrischen PKW
- Gesamtstichprobe: **N = 2.112**

Erhebung:

- Befragung: **online**
- Länder: **deutschsprachiger Raum (DACH)**
- Rekrutierung: **Social Media**
- Interviewdauer: **10 – 20 min**
- Durchführung: **Nov – Dez. 2022**



Arbeiten mit der Studie

Produktmanagement

Produktmanager bei Banken, Leasinganbietern und Versicherungen erhalten eine Rückmeldung über Potenziale zukünftiger Angebote.

Marketing

Marketingabteilungen können detailliert analysieren, wo sich welche Zielgruppen informieren, welche Informationsbedarfe die Käufer:innen haben, über welche Vertriebskanäle sie erreichbar sind und wie die Loyalität gesteigert werden kann.

Qualitätsmanagement

Qualitätsmanager erhalten Rückmeldung zur Qualität genutzter Kontaktpunkte aus Kund:innensicht. Wörtliche Nennungen geben Auskunft, welche Fragen Interessierte im Kaufprozess nicht klären konnten.

Vertrieb, Händler, Händlertraining

Händler und Anbieter von Händlertrainings erhalten detaillierte Insights zu den Informationsbedarfen bzw. -defiziten bei der Kaufberatung. Das ermöglicht die Anpassung der Trainingskonzepte an die eMobilität.



Mehrwert der Studie

Marktverständnis

Versicherer, Banken und Leasinganbieter erhalten einen detaillierten Einblick in die Besonderheiten des aktuellen EV-Marktes. Die hohen Fallzahlen ermöglichen ein hohes Differenzierungspotenzial bei der Analyse.

Loyalität und Umsatz

Anbieter, die sich auf das spezielle Klientel der E-Auto-Fahrer:innen einstellen, erhalten einen Wettbewerbsvorteil und können ihren Marktanteil und die Loyalität ihrer heutigen Kunden steigern.

Benchmarking

Durch die hohen Fallzahlen ermöglicht die Studie ein Benchmarking von Anbietern mit ausreichendem Marktanteil.

Zeit

Die vorliegende Studie ist die erste umfassende Befragung zur Erwartungshaltung und den Erfahrungen von E-Auto-Käufer:innen. Anbieter, die ihre Angebote frühzeitig auf dieses neue Klientel anpassen, haben einen signifikanten Wettbewerbsvorteil.



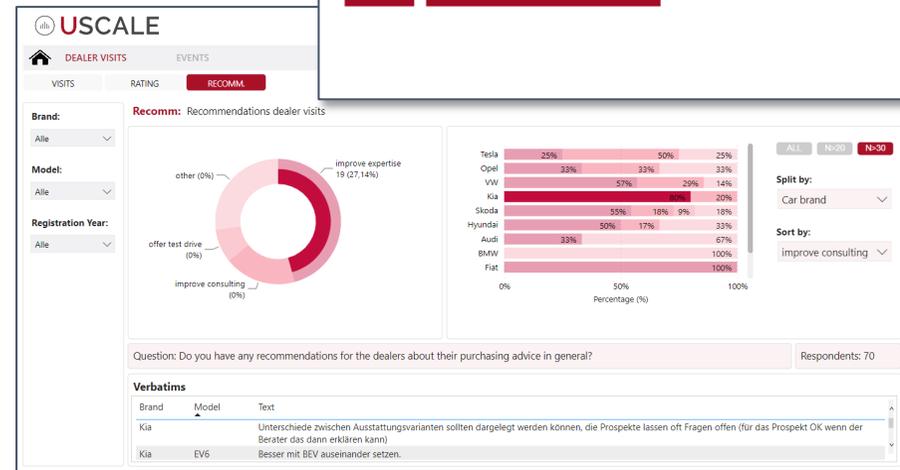
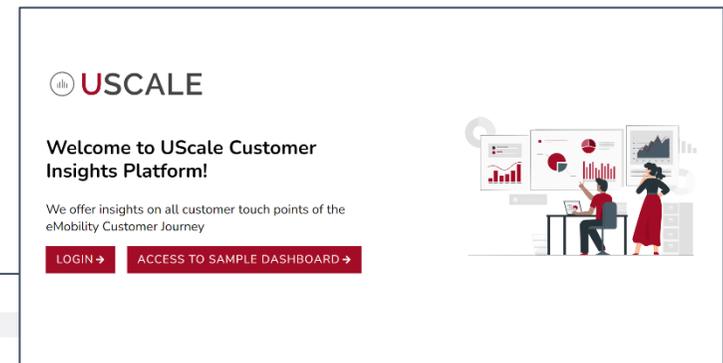
eMobility Financing- and Insurance-Studie 2023

Dashboard zur detaillierten Analyse

Deep Dives

Die vorliegende Unterlage zeigt nur ausgewählte Splits und vereinzelt wörtlichen Nennungen. Das zugehörige Dashboard* zeigt die Unterschiede auf Anbieter-ebene und alle wörtlichen Nennungen.

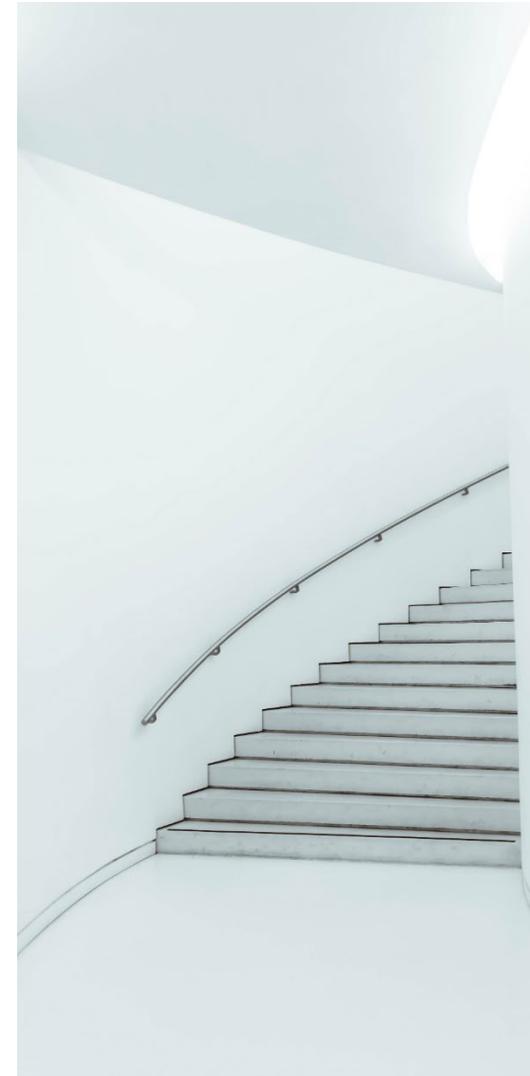
LINK zu UScale Dashboards:
<https://dashboard.uscale.digital/>



* Verfügbar voraussichtlich ab Ende Januar 2023

Inhalt

- ▶ (1) Management Summary
- (2) Stichprobe
- (3) Finanzierung
 - 1. Informationsphase
 - 2. Kaufphase
 - 3. Aktuelle Finanzierung
 - 4. Produktinteresse und Ausblick
- (4) Versicherung
 - 1. Informationsphase
 - 2. Aktuelle Versicherung
 - 3. Produktinteresse und Ausblick



eMobility Financing- and Insurance-Studie 2023

Management Summary

3

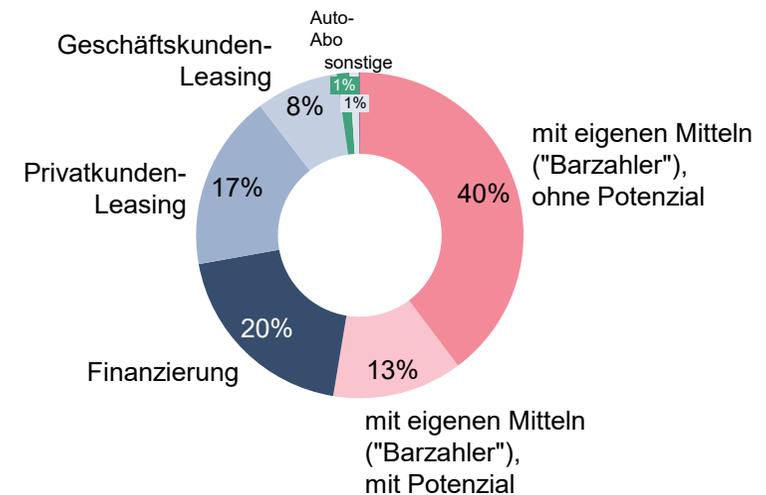
Hoher Anteil an Barzahlern.

Für 40% der Befragten kommt eine Finanzierung generell nicht in Frage.

45% entscheiden sich für ein Leasing- oder Finanzierungsangebot.

Die Gründe hierfür liegen auch im noch geringen Dienstwagenanteil unter den aktuellen E-Auto-Fahrer:innen (Anteil Dienstwagen: 15%).

Beschaffung aktuelles E-Auto:



„Und wie haben Sie Ihren [Marke + Modell] letztlich beschafft?“

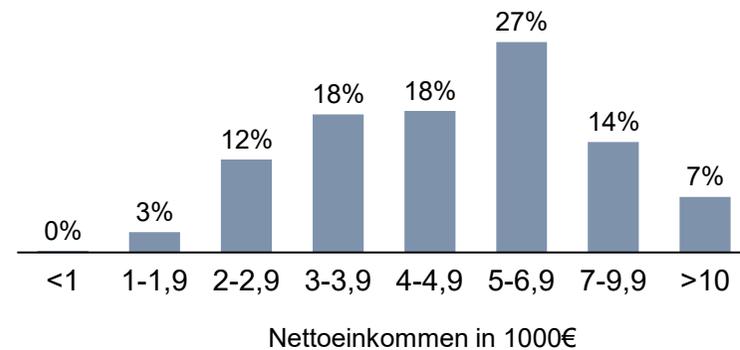
Stichprobe Einkommen

E-Auto-Fahrer:innen mit höherem Einkommen als Verbrenner-Fahrer:innen.

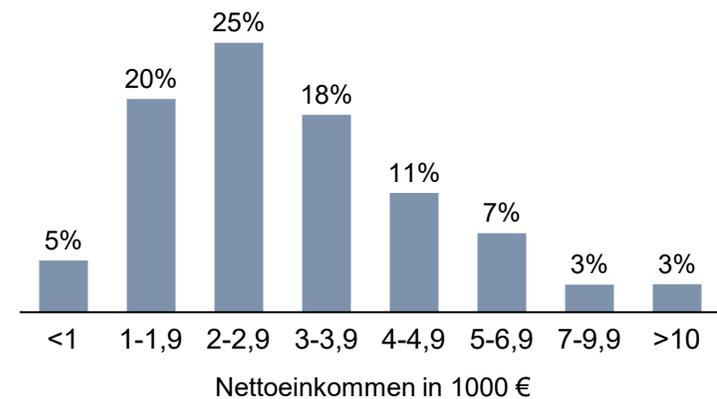
Über ein Drittel der E-Auto-Fahrer:innen verdient mehr als € 5.000,- monatlich.

Unter den Verbrenner-Fahrer:innen liegt dieser Anteil bei nur 13%.

„Wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen?“



Verbrenner-
fahrer zum
Vergleich*:



* Daten erhoben 2022 in einer UScale-Deutschland-Studie unter Verbrenner-Fahrer:innen.

N = 2112 (incl. Einkommen = k.A.)

Stichprobe Segmentierung (1)

Wenig Online-Aktivität und großes Interesse an Nachhaltigkeit

„Inwiefern stimmen Sie den folgenden Statements zu?“

Bei allen Befragten zeigt sich eine Präferenz für eine komplette Online-Abwicklung des Kaufs.

Auch der Anspruch der Nachhaltigkeit an Versicherung und Finanzierungspartner ist über alle Befragten hoch.

Erhöht sich der Anspruch an Nachhaltigkeit, wenn es um eine Finanzierung und Finanzierungspartner geht?

- Zurück der Forderung, dass die Finanzierung...
- Ein Kaufauftrag sollte heute komplett online möglich sein.
- Es ist unwahrscheinlich, dass Anspruch höher ist auch an meine Versicherung und Finanzierung.
- Es ist wichtig, dass mein aller liebster Kredit in Zahlung gegeben werden kann.
- Bei Versicherungen schau ich nur auf den Preis.
- Zurück der monatliche Budget, dass die gesamte Kasse...
- Die monatliche Rate ist wichtiger als der Kaufpreis.
- Ich möchte alles aus einer Hand...



1. Bei Befragten mit Finanzierung oder Leasingvertrag: n = 1000

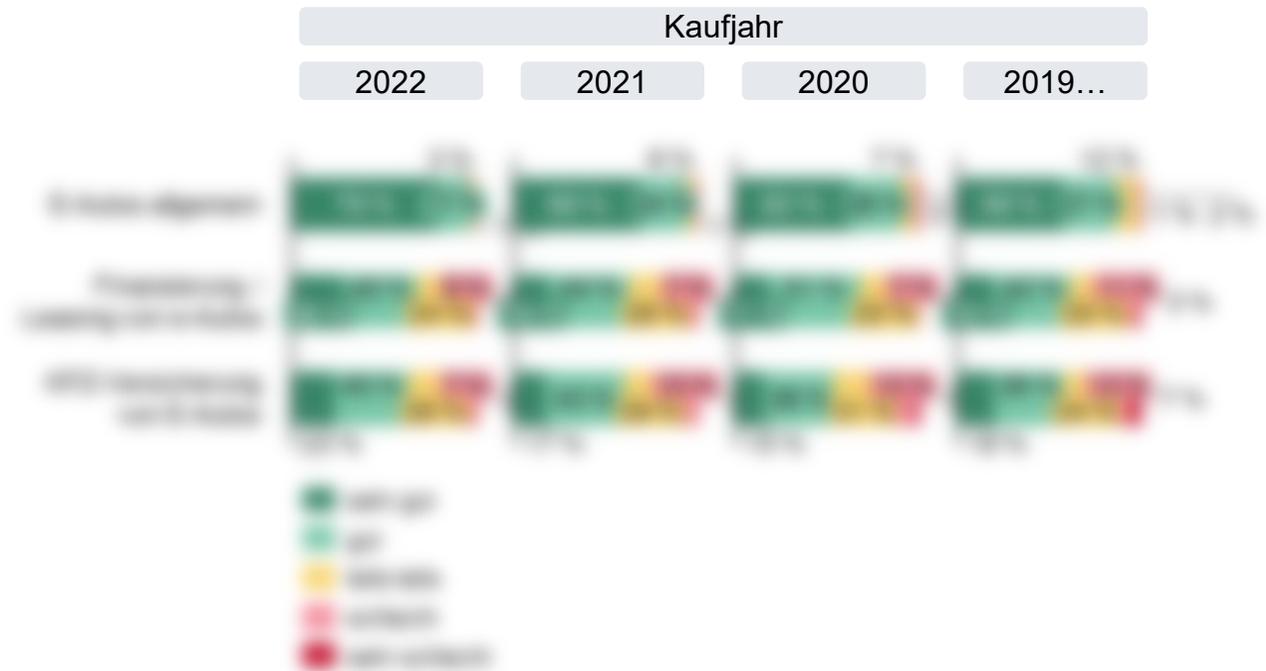
Informationsphase Finanzierung

Informationen vor dem Kauf

Welche Informationen vor dem Kauf sind Ihnen wichtig?

- Finanzierungsbedingungen
- Finanzierungsarten
- Finanzierungsgeber
- Finanzierungsrisiko
- Finanzierungsprozess
- Finanzierungsvertrag

„Wie gut fühlten Sie sich vor dem Kauf zu folgenden Themen informiert?“



N = 2112 (incl. Kaufjahr = weiß nicht)

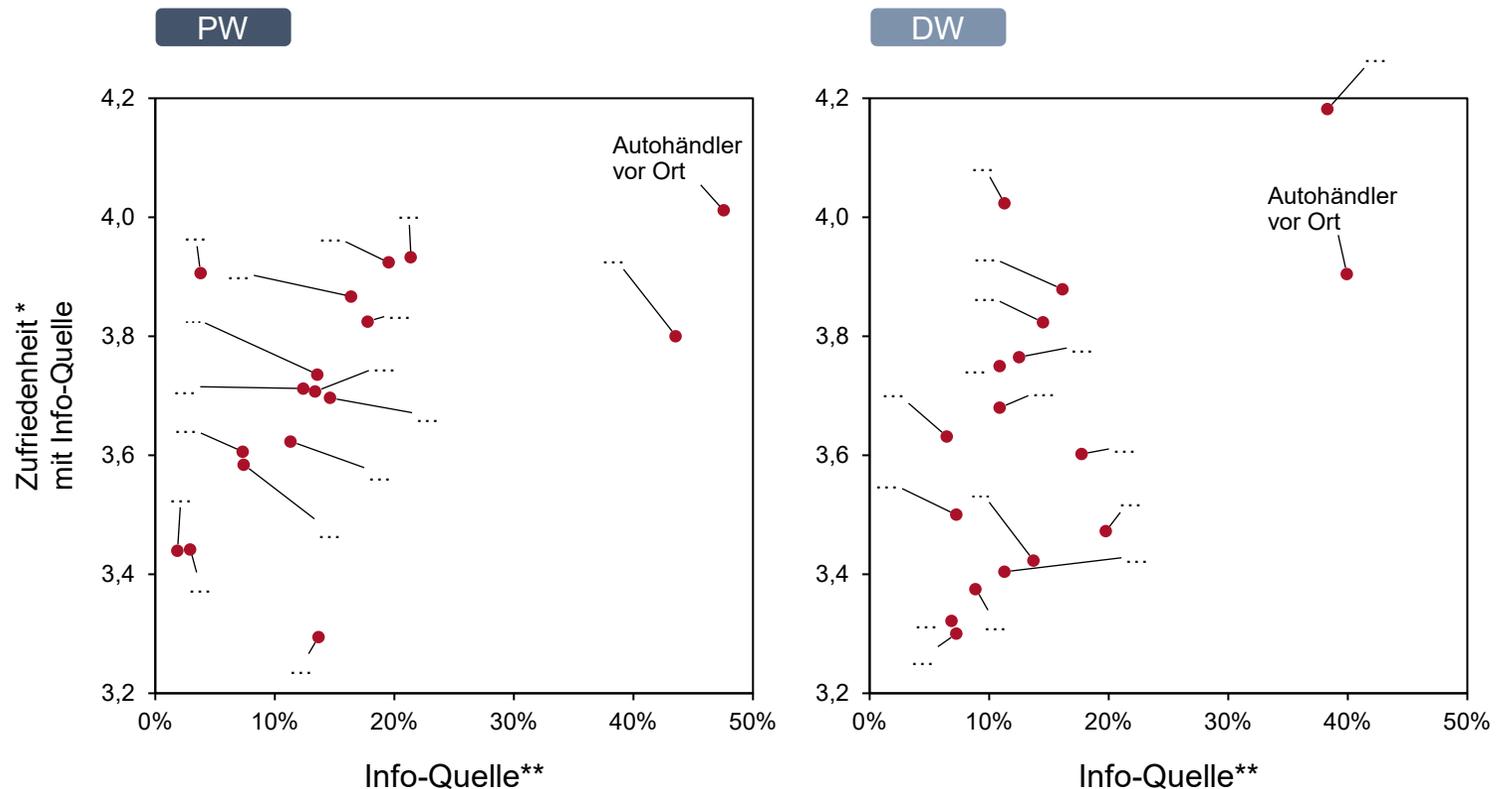
Informationsphase Finanzierung

Zufriedenheit Informationsquellen (1)

„Wo haben Sie sich [...] informiert?“

vs.

„Wie zufrieden waren Sie mit den Informationen, die Sie [...] erhalten haben?“



N = 1272 (incl. Dienstwagen = weiß nicht)

* Mittelwert der 5 Antwortmöglichkeiten (ohne k.A.)
 ** Nutzungsanteile

Aktuelle Finanzierung Loyalität Marke*

Brand Loyalty

For those who have bought a car in the past 12 months, how likely are you to buy a car from the same brand again in the next 12 months?

How likely are you to buy a car from a different brand in the next 12 months?

How likely are you to buy a car from the same brand again in the next 12 months?

Source: UScale, 2023

Marke aktuelles Fahrzeug vs.
Marke Vorgängerfahrzeug



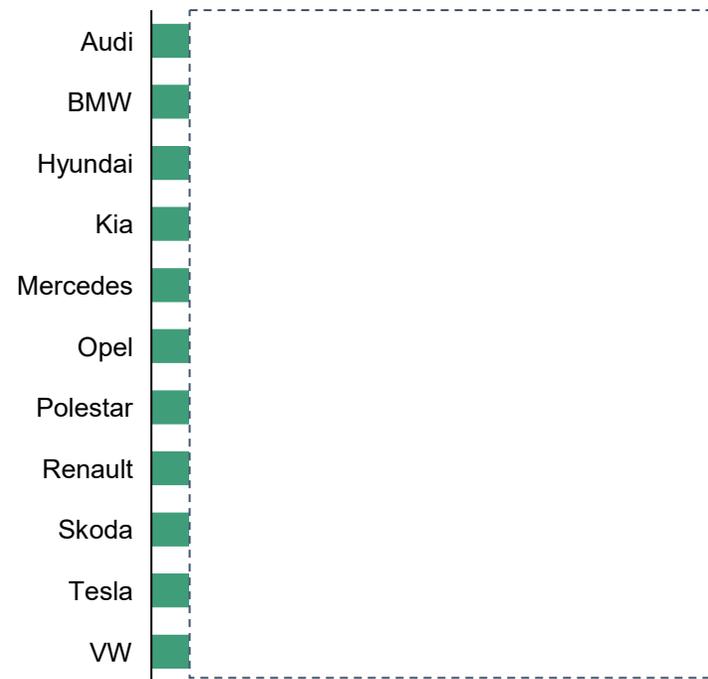
N = 1272

Aktuelle Finanzierung Finanzierung

Unterschiedliche Anteile an Barzahlern

Wenn man die Barzahler mit aufz. zeigen
 sich weitere Potenziale für Leasing und
 Finanzierungsangebote

„Und wie haben Sie Ihren
 [Marke + Modell] letztlich
 beschafft?“



- mit eigenen Mitteln ("Barzahler")
- Finanzierung
- Privatkunden-Leasing
- Geschäftskunden-Leasing
- Auto-Abo
- sonstige

N = 2112 (incl. weiß nicht / k.A.)

Informationsphase Versicherung

Zufriedenheit Informationsquellen (1)

(Blurred text)

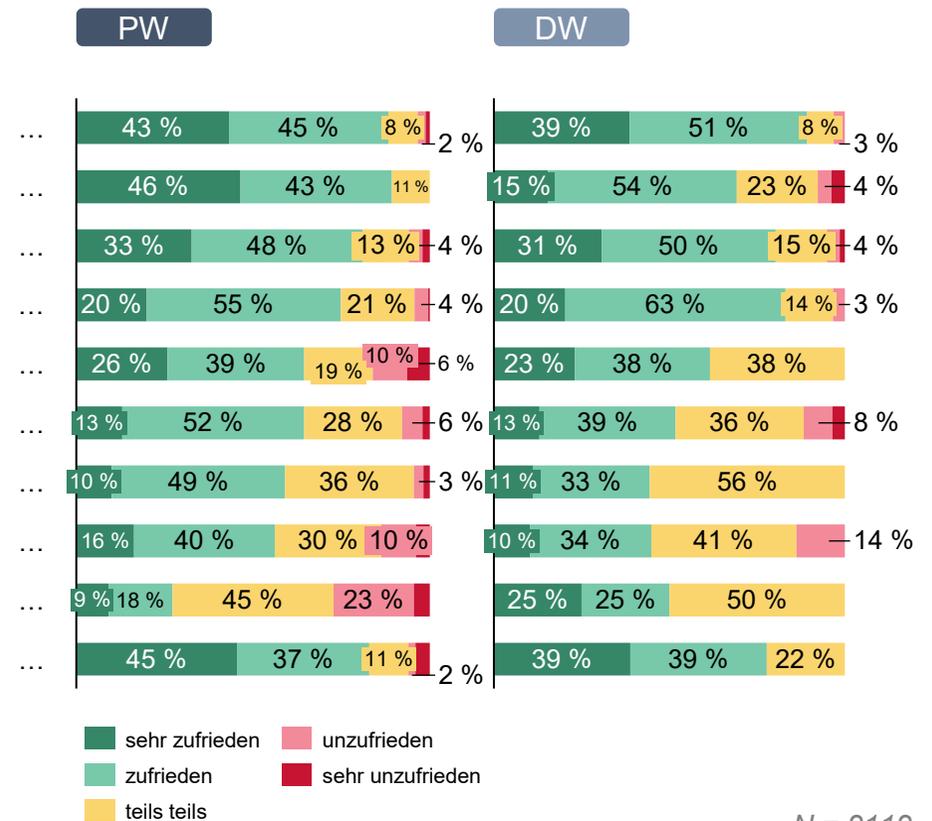
(Blurred text)

(Blurred text)

(Blurred text)

(Blurred text)

„Wie zufrieden waren Sie mit den Informationen, die Sie zur Kfz-Versicherung erhalten haben?“



N = 2112

Aktuelle Versicherung

Interesse an speziellen Versicherungen

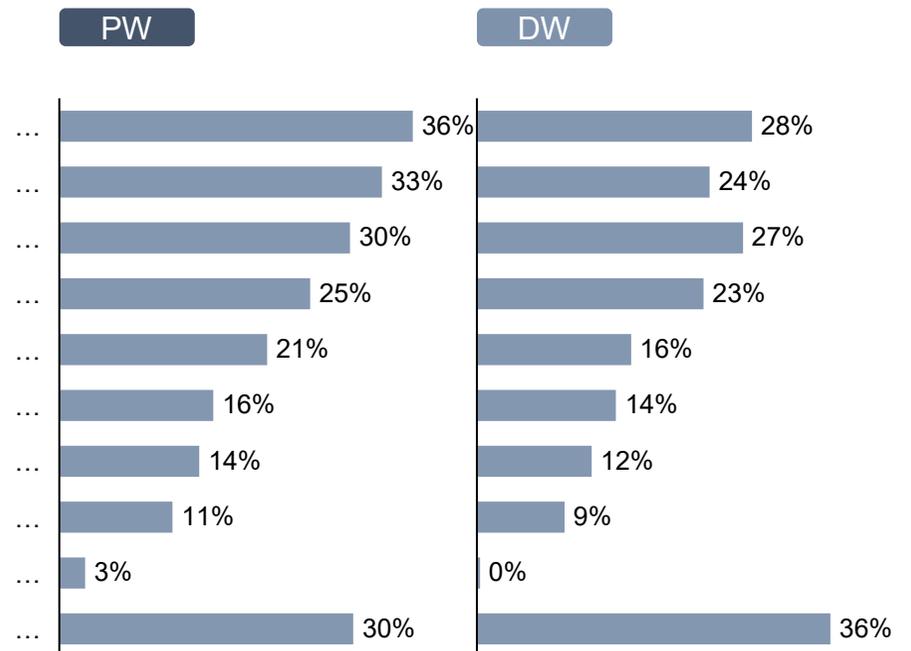
Großes Potential für zusätzliche Versicherungsgeschäfte

Die Befragten nennen eine ganze Reihe von möglichen Risiken, die aus ihrer Sicht interessant wären

Aus den Befragten wird die Absicherung gegen Wärterschäden genannt, die aber in Tarifversicherungen i.d.R. abgesichert sind



„Welche der folgenden speziellen Versicherungen für E-Autos halten Sie für grundsätzlich interessant?“
(Mehrfachantwort möglich)

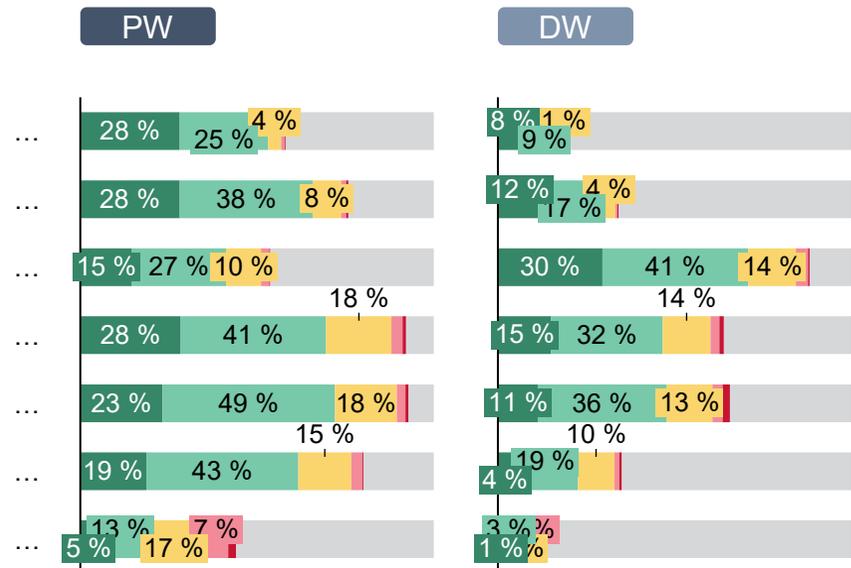


N = 2112

Aktuelle Versicherung

Zufriedenheit Kfz-Versicherungspartner (2)

„In wie weit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Ihrem Kfz-Versicherungspartner zu?“



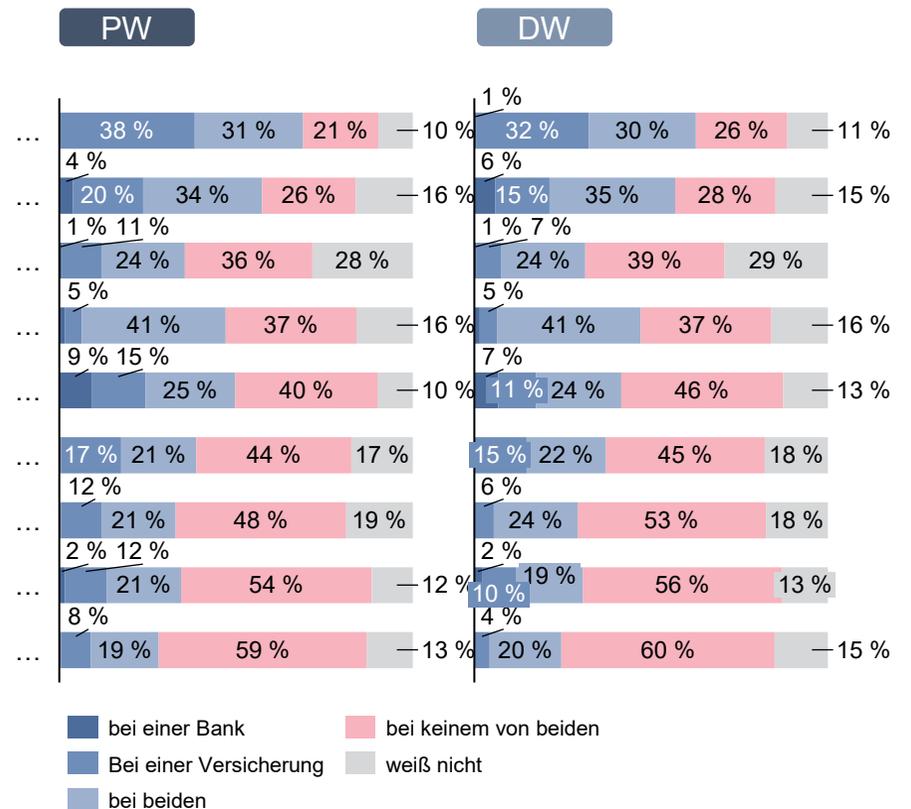
- stimme voll und ganz zu
- stimme zu
- stimme teilweise zu
- stimme nicht zu
- stimme gar nicht zu
- weiß nicht

N = 2112

Produktinteresse & Ausblick

Interesse an zusätzlichen Angeboten

„Welche der genannten Angebote könnten Sie sich grundsätzlich vorstellen, über eine Bank bzw. eine Versicherung abzuschließen?“



N = 2112 (incl. weiß nicht / k.A.)

Über uns



MiiOS bietet Entscheidern einen einzigartigen Zugang zu Informationen, Beratung, Stichproben, Methoden sowie ein weitreichendes Experten-Netzwerk – immer mit dem Versprechen, zeitgerecht die bestmöglichen Grundlagen für erfolgreiches Management zu liefern. Individuell, wirtschaftlich und zuverlässig.



UScale berät Hersteller von Fahrzeugen und Ladetechnik, Energieversorger und Dienstleister bei der kundenorientierten Gestaltung von Angeboten zur Elektromobilität. Grundlage der UScale-Fokusstudien ist ein auf eMobilität spezialisiertes Panel mit rund 7.000 E-Auto-Fahrer:innen im deutschsprachigen Raum.

Kontakt



Niklas Haupt

MiiOS GmbH

niklas.haupt@miios.de

+49 911 4775 6775

+49 173 9022 934



Dr. Axel Sprenger

UScale GmbH

axel.sprenger@uscale.digital

+49 711 620014 0

+49 172 1551 820

