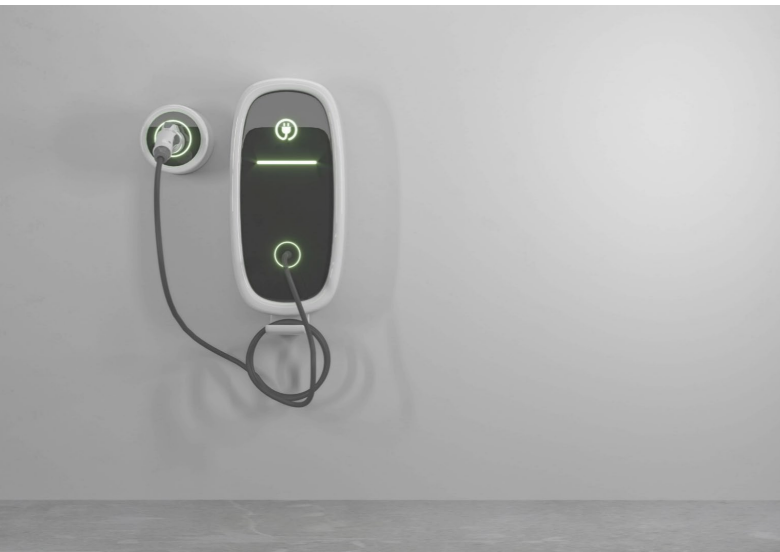


**Ausschnitt**  
(Gesamtumfang der  
Studie: 60 Seiten)

# Private Charging Retail-Studie 2022

Daten statt Meinungen: Das Retail-Öko-System zur privaten Ladeinfrastruktur aus Käufersicht

# Ausgangslage



Die eMobilität eröffnet rund um das Thema Laden enorme Potenziale für etablierte und auch neue Marktteilnehmer.

Besonders das Thema private Ladeinfrastruktur stellt sowohl Nutzer:innen als auch Anbieter vor große Herausforderungen und Barrieren, die überwunden werden müssen.

Vom Hochlauf der eMobilität werden die Anbieter am meisten profitieren, die die Erwartungshaltung und Pain-Points der heutigen und zukünftigen eAuto-Fahrer:innen am besten verstehen und überzeugende Lösungen anbieten.

## Arbeiten mit der Studie

### Hersteller und Reseller von Ladeinfrastruktur

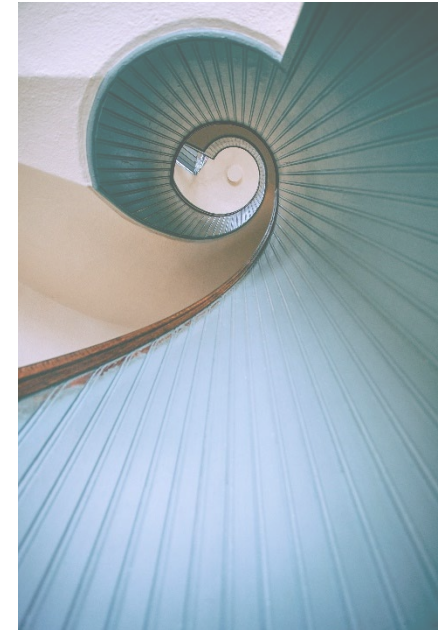
Die Studie zeigt Herstellern und Vertriebspartnern von Ladetechnik, welche Fragen eAuto-Käufer:innen auf der Suche nach der passenden Infrastruktur haben und welche Produkte und Services sie suchen.

Die Daten zeigen Anbietern...

- welche Informationen auf welchen Kanälen angeboten werden müssen.
- welche Produkte mit welchen Features die größten Absatzchancen haben.
- wer die erfolgreichsten Anbieter sind, gegen die sie wettbewerbsfähig sein müssen.
- welche Unterschiede es zwischen den Bedarfen von EFH- und MFH-Bewohner:innen gibt und wer welche Unterstützung benötigt.

### Quartier- und Projektentwickler, Energieversorger

Die Wünsche und Erfahrungen aktueller Käufer:innen zeigen Quartiersentwicklern und Versorgern, welche Angebote mit besonderer Dringlichkeit entwickelt und installiert werden müssen.



## Mehrwert der Studie

### Zeit

Umfassender, quantitativer und qualitativer Kundeninput spart Zeit bei der Entwicklung und Überarbeitung der Lastenhefte für die relevanten Use-Cases.

### Kosten

Produktkonzepte sind verblockt und langfristig festgelegt. Die frühzeitige Auslegung der Konzepte an die Erwartungshaltung der Nutzer:innen reduziert Änderungen und spart erhebliche Kosten.

### Diffusion

Hersteller, die die Kundenerwartung an die Produkte der eMobilität (über)treffen, unterstützen den erfolgreichen Hochlauf der eMobilität.

### Marktanteil

Im aktuellen Markt mit vielen neuen Lösungen können Anbieter mit den richtigen Angeboten punkten und Marktanteile gewinnen.



## Private Charging Retail-Studie 2022

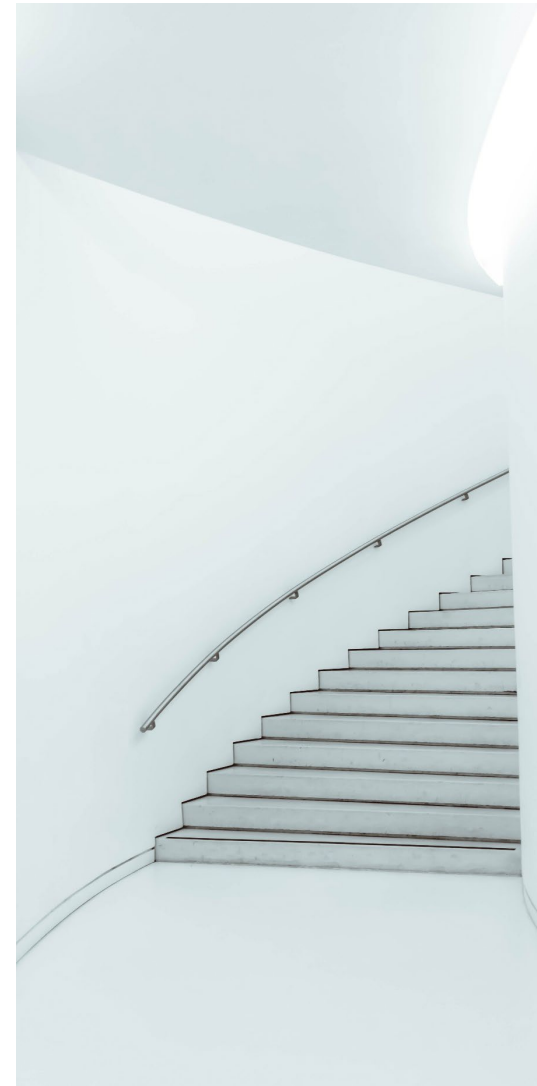
# Inhalt

(1) Management Summary

▶ (2) **Stichprobe**

(3) Befragungsergebnisse

1. Zielgruppe
2. Informationsphase
3. Ladelösung Mehrfamilienhaus
4. Ladelösung Einfamilienhaus



# Stichprobe Zielgruppe

## Stichprobe:

- Zielgruppe: Käufer:innen und Besteller:innen von eAutos, die eine Ladelösung für zuhause suchen  
Besitzer:innen von eAutos, die vor kurzem eine Ladelösung für zuhause gekauft haben
- Gesamtstichprobe: N = 1.155
  - davon:
    - EFH-Bewohner:innen N = 806
    - MFH-Bewohner:innen N = 349

## Erhebung:

- Befragung: online
- Länder: deutschsprachiger Raum (DACH)
- Rekrutierung: Social Media
- Interviewdauer: 10 min
- Durchführung: April - Mai 2022 und Juli - August 2022



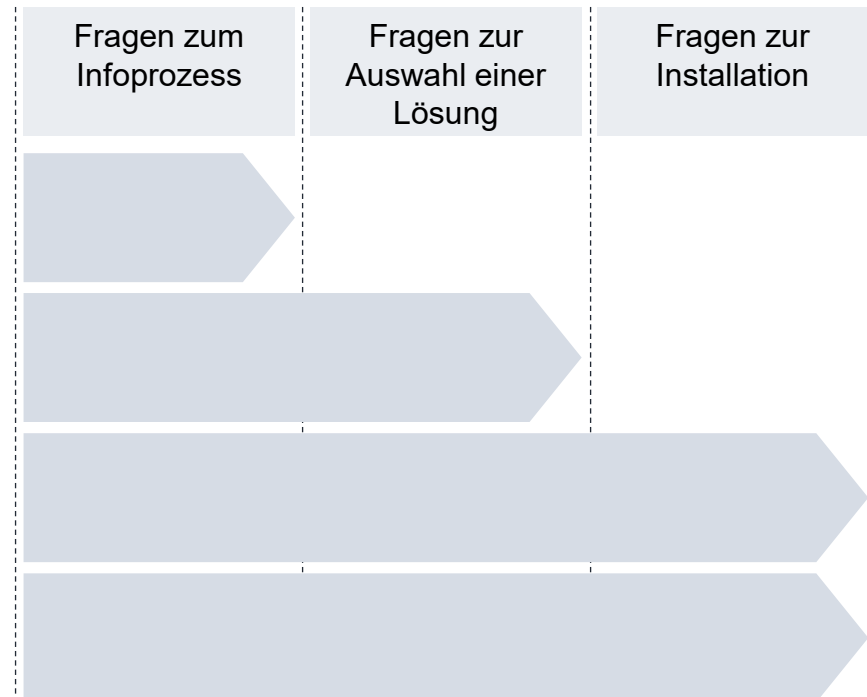
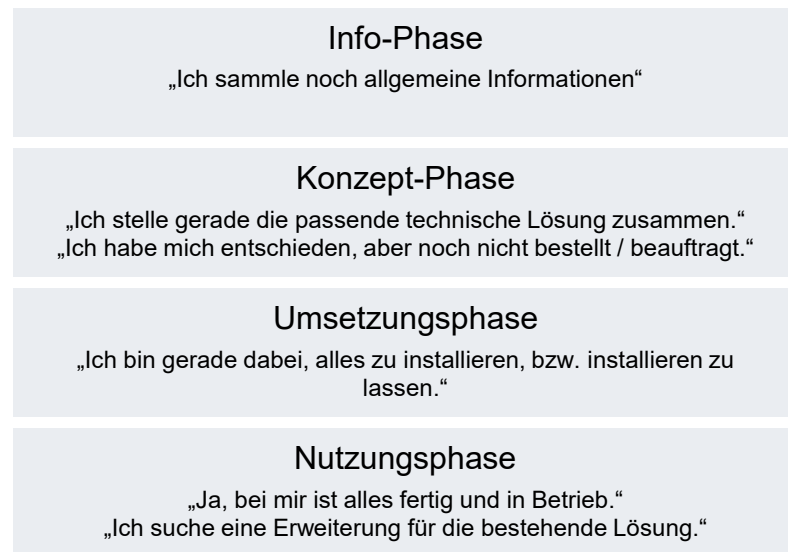
Stichprobe

# Befragungsstruktur

## Befragungsumfang:

Abhängig von den persönlichen Erfahrungen haben die Befragten unterschiedlich viele Fragen erhalten.

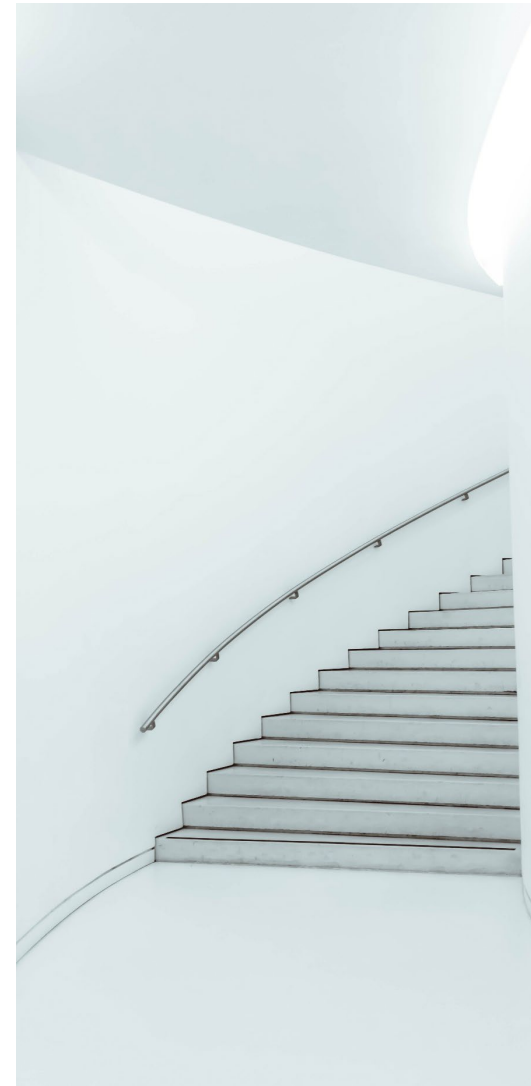
Eingangsfrage: Wo stehen die Befragten im Prozess?



## Private Charging Retail-Studie 2022

# Inhalt

- (1) Management Summary
- (2) Stichprobe
- (3) Befragungsergebnisse
  - 1. Zielgruppe
  - 2. Informationsphase
  - 3. Ladelösung Einfamilienhaus
  - 4. Ladelösung Mehrfamilienhaus





## Informationsphase

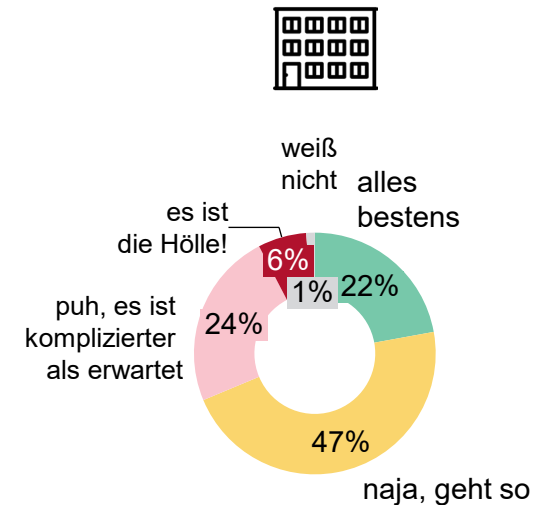
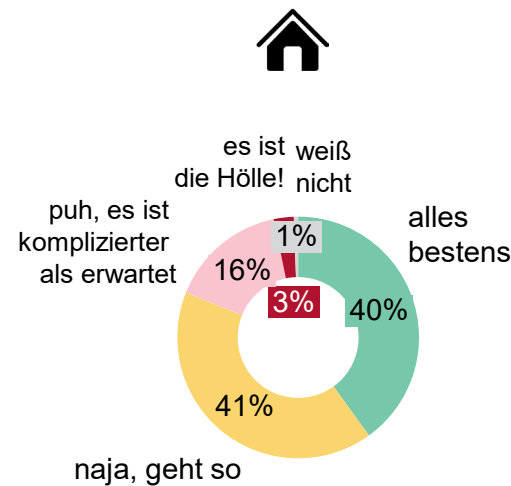
# Gesamtzufriedenheit Suchprozess

### Durchwachsene Erfahrungen.

Nur rund ein Drittel der Befragten gibt an, bei der Suche nach ihrer Ladelösung positive Erfahrungen gemacht zu haben.

MFH-Bewohner:innen haben deutlich mehr Probleme bei der Suche nach der richtigen Ladelösung.

„Bevor wir in die Details gehen: Wie bewerten Sie Ihre bisherige Suche nach der passenden Ladelösung?“



## Informationsphase

# Informationsbedarfe

„Was sind oder waren die wichtigsten Themen, zu denen Sie Informationen suchen bzw. gesucht haben?“  
(Mehrfachauswahl möglich)



## Informationsphase

# Informationsbedarfe Ladetechnik

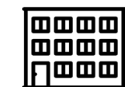
für Info-Bedarfe = Ladetechnik allgemein:

„Zu welchen Aspekten rund um die Ladetechnik haben Sie Informationen gesucht?“

(Mehrfachauswahl möglich)

Wie oft sind Sie in den letzten 12 Monaten mit Ladetechnik in Kontakt gekommen?

Wie oft sind Sie in den letzten 12 Monaten mit Ladetechnik in Kontakt gekommen?



## Informationsphase

# Informationsquellen

Wichtige und diverse Medien zur guten Informationsphase

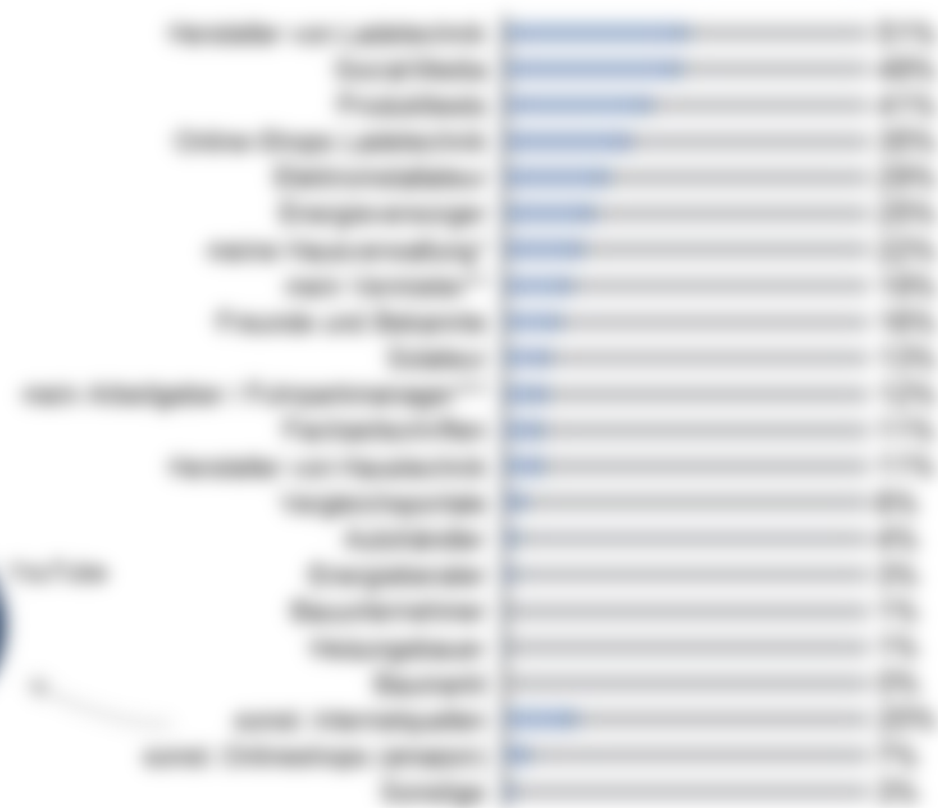
Die Medien sind unterschiedlich und werden durch verschiedene Kanäle verbreitet. Die Medien sind:

Printmedien wie Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Broschüren, Flyer und Plakate  
Elektronische Medien wie Fernsehen, Hörfunk, Internet, E-Mail, Podcasts und YouTube

Die Medien sind unterschiedlich und werden durch verschiedene Kanäle verbreitet. Die Medien sind:



„Wo haben Sie sich zum Thema Ladelösungen für zuhause informiert?“  
(Mehrfachauswahl möglich)



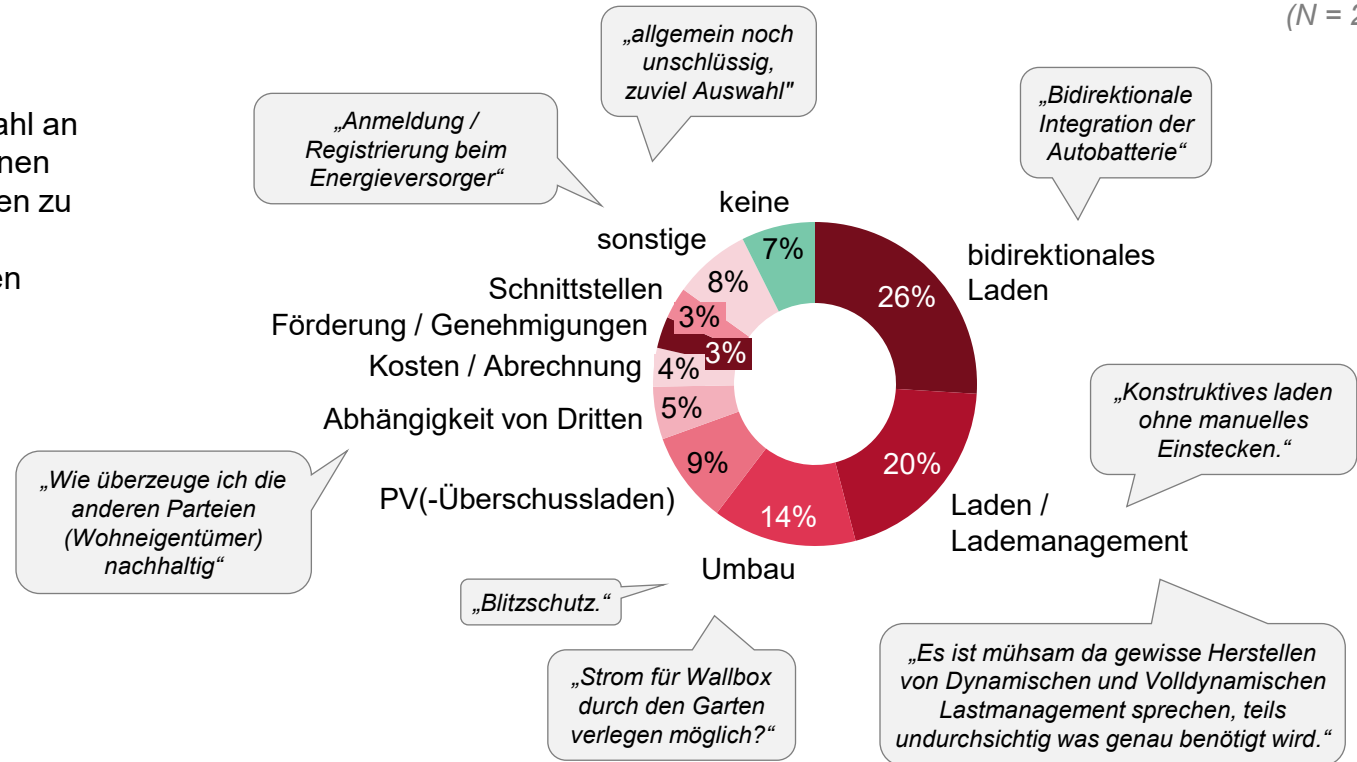
## Informationsphase

# Offene Informationsbedarfe

### Vielzahl an offenen Themen.

Die Befragten nennen eine Vielzahl an offenen Themen. Dabei fehlen ihnen vor allem technische Informationen zu bidirektionalem Laden, Lademanagement, Umbaumaßnahmen und PV-Laden.

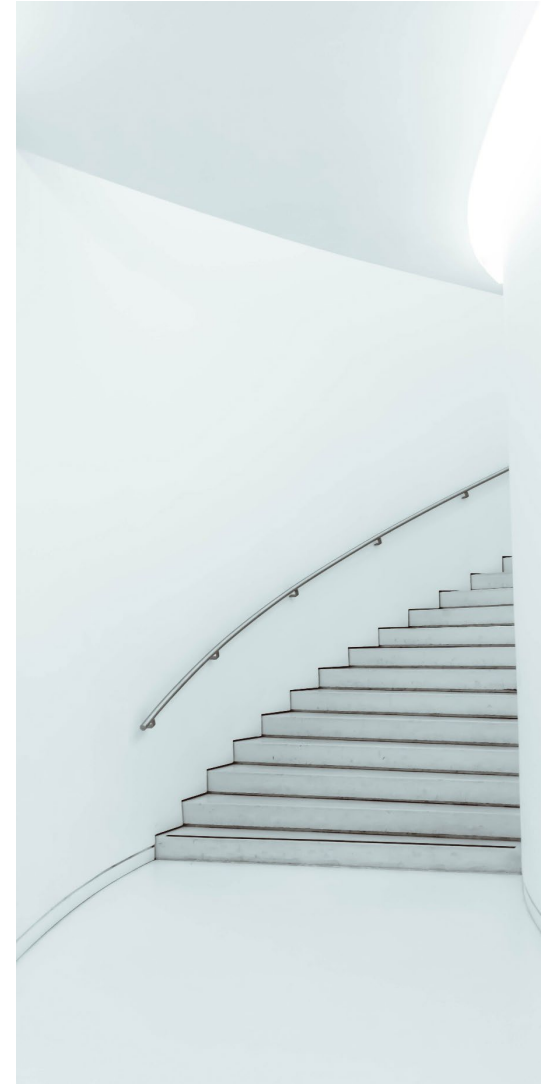
„Zu welchem Thema konnten Sie (bisher) noch keine zufriedenstellende Antwort finden?“  
(N = 286)



## Private Charging Retail-Studie 2022

# Inhalt

- (1) Management Summary
- (2) Stichprobe
- (3) Befragungsergebnisse
  - 1. Zielgruppe
  - 2. Informationsphase
  - 3. Ladelösung Einfamilienhaus
  - 4. Ladelösung Mehrfamilienhaus



## Ladelösung Einfamilienhaus

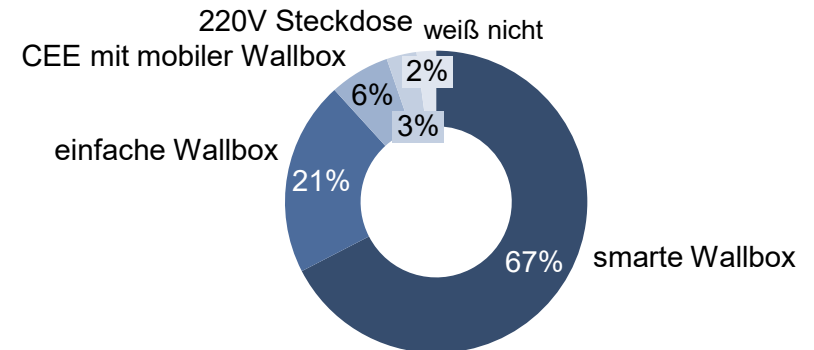
# Gesuchte Ladetechnik



*Klare Präferenz für smarte Wallbox.*

„Was für eine Ladelösung suchen bzw. planen Sie für zuhause?“

Zwei Drittel der Befragten im EFH bevorzugen eine smarte Wallbox. Das Interesse an einer smarten Ladelösung ist im Vergleich zum letzten Jahr (57%) deutlich gestiegen. Planungen zum Laden an der 220V-Steckdose (letztes Jahr 18%) gehen deutlich zurück.



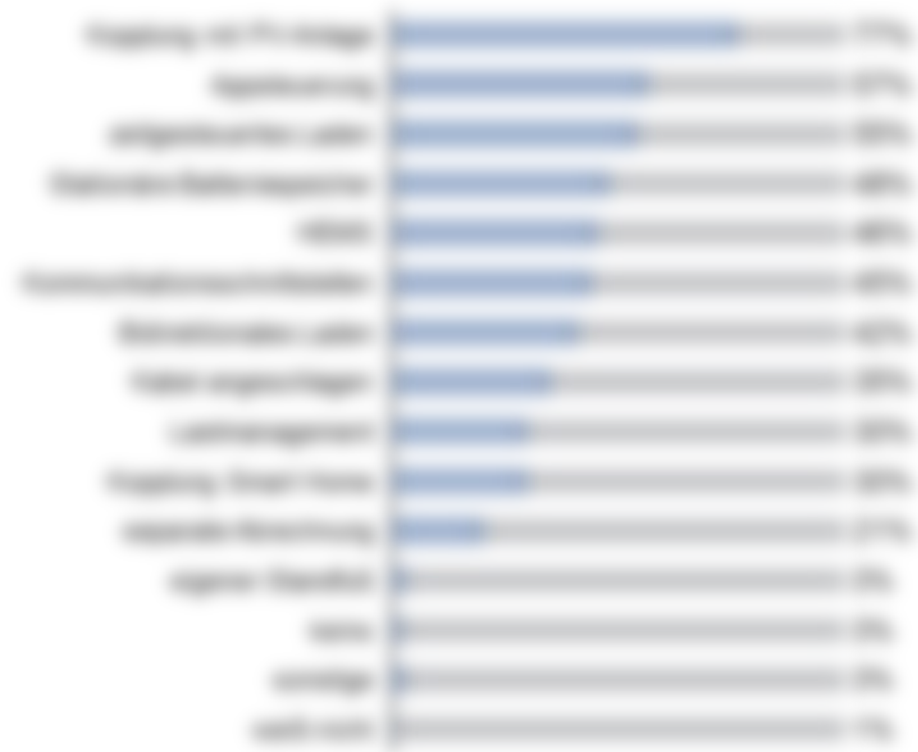
\* UScale Private Charging-Studie 2022

## Ladelösung Einfamilienhaus

# Technische Komponenten



„Welche Ladetechnik kommt für Sie zuhause konkret in Frage?“  
(Mehrfachauswahl möglich)





Ladelösung Einfamilienhaus

# Kommunikationsschnittstellen



für Technikkomponente =  
Kommunikationsschnittstelle:

„Welche Kommunikationsschnittstellen waren  
bzw. wären wären für Sie besonders wichtig?“

(Mehrfachauswahl möglich)



# Ladelösung Einfamilienhaus

## Beitrag der Beteiligten



„Wie wichtig sind bzw. waren die Beteiligten bei der Entwicklung der passenden Lösung?“  
(Mehrfachauswahl möglich)

### Beitrag der Beteiligten

Die wichtigsten 10% Beteiligten sind...

Weniger als 10% Beteiligten sind...



# Ladelösung Einfamilienhaus

## Entscheidungskriterien



„Welche Aspekte sind bzw. waren Ihnen für die Wahl der passenden Ladelösung zuhause besonders wichtig?“  
(Mehrfachauswahl möglich)

Welche Aspekte sind Ihnen bei der Wahl der Ladelösung zuhause besonders wichtig?

Welche Aspekte sind Ihnen bei der Wahl der Ladelösung zuhause besonders wichtig?

Welche Aspekte sind Ihnen bei der Wahl der Ladelösung zuhause besonders wichtig?



## Ladelösung Einfamilienhaus

# Kauforte aktueller Wallboxbesitzer\*



„Wo haben Sie Ihre Wallbox gekauft?“

87% haben Wallbox beim Hersteller oder Händler gekauft

78% der Käufer der Wallbox sind  
Einkaufsprüfer, die die  
Wallbox vor dem Kauf in der  
Hand genommen haben

81% der Käufer sind männlich  
und im Durchschnitt 47 Jahre alt

81% der Käufer sind in der  
Ladung der Wallbox  
aktiv involviert



# Ladelösung Einfamilienhaus

## Größe Barrieren



*„Zusammenfassend:  
Was sind oder waren für Sie die größten  
Probleme auf dem Weg zur passenden  
Ladelösung für zuhause?“*

Verfügbarkeit des Handwerks und der Produkte  
im Wohngebiet

Wissen der Fachpersonen über die  
Reife der Produkte, die durch die  
verschiedenen Hersteller aus der Fertigung  
im Wohngebiet erreicht wird

Technische Beratung und Unterstützung der  
Kunden vor Ort



## Ladelösung Einfamilienhaus

# Empfehlungen an Stakeholder



### Elektriker mit größtem Verbesserungsbedarf.

Abschlussempfehlungen sind ein Ausdruck von Unzufriedenheit der Befragten.

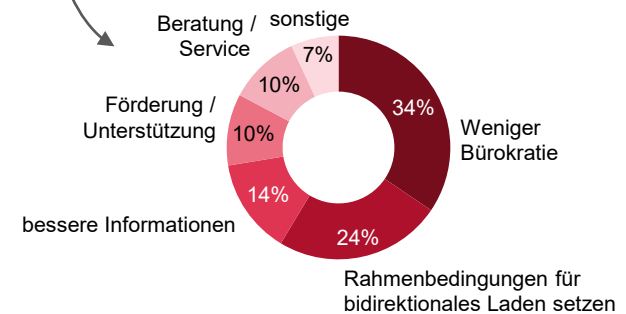
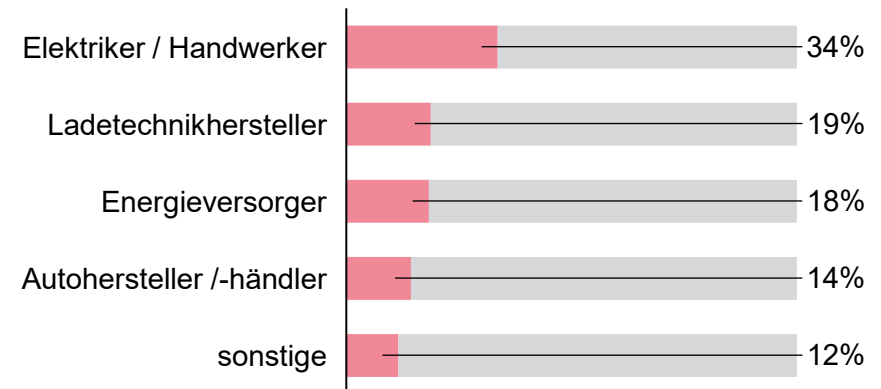
Vor diesem Hintergrund sehen die Befragten den größten Handlungsbedarf beim Handwerk. Schwerpunkte bilden Kompetenz und Kommunikation.

Bei den Ladetechnik- und Autoherstellern liegt der größte Handlungsbedarf in der Verbesserung der Produkte.

An Energieversorger richten die meisten den Wunsch nach einer Verbesserung der Prozesse.

Zu den Details siehe nächste Seiten.

„Haben Sie abschließende Empfehlungen an die Partner, mit denen Sie auf dem Weg zur Ladelösung zu tun hatten?“

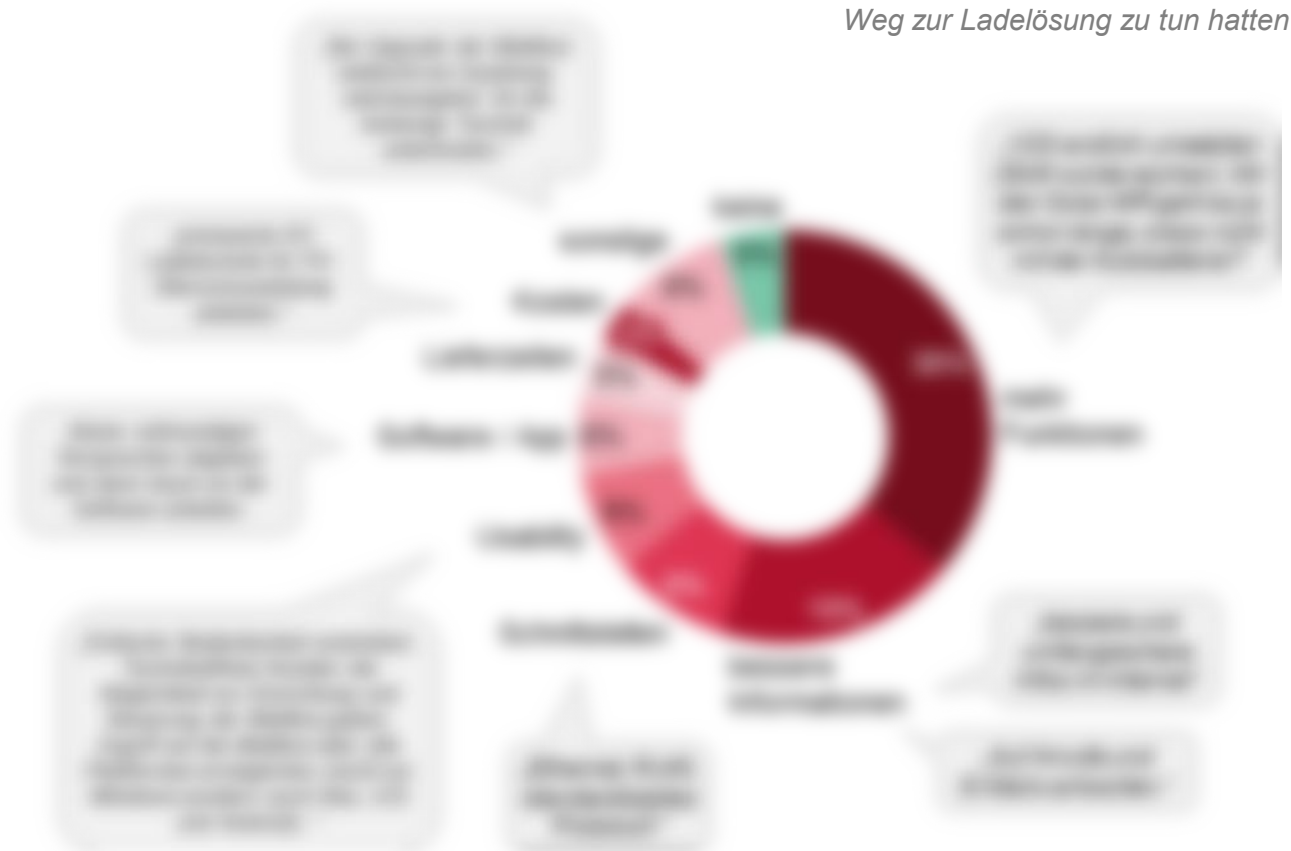


Ladelösung Einfamilienhaus

# Empfehlungen an Hersteller Ladetechnik



für Auswahl = Hersteller:  
 „Haben Sie abschließende Empfehlungen  
 an die Partner, mit denen Sie auf dem  
 Weg zur Ladelösung zu tun hatten?“





SCALE YOUR USER  
SCALE YOUR BUSINESS



Dr. Axel Sprenger

Geschäftsführer  
UScale GmbH

mail [axel.sprenger@uscale.digital](mailto:axel.sprenger@uscale.digital)  
fon +49 172 - 1551 820  
web [www.uscale.digital](http://www.uscale.digital)  
post wizemann.space  
Quellenstraße 7a  
D - 70376 Stuttgart



# Über UScale

- UScale berät Autohersteller, Versorger und Dienstleister zur kundengerechten Gestaltung von Angeboten sowie dem Aufbau von KPI-Systemen zur Kundenwahrnehmung.
- Basis der Arbeit von UScale sind Customer Insights-Studien zu allen Aspekten der eMobilität und ein Bewertungsverfahren zur Akzeptanz von digitalen Diensten aus Kundensicht.



- UScale ist der einzige Anbieter eines auf eMobilität spezialisierten Panels mit über 7000 Panelisten im deutschsprachigen Raum.
- UScale macht die Kundenperspektive für Manager, Ingenieure und IT'ler greifbar.
- UScale verfügt über umfassende Branchenkenntnis zum Ökosystem der eMobilität.
- UScale verbindet die umfassende Erfahrung mit den Herausforderungen von Corporates mit der Agilität eines Start-ups.

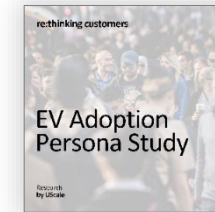
# Unsere Kunden



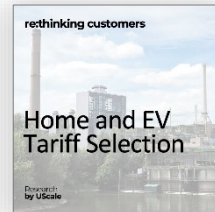
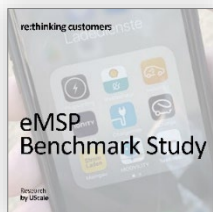
...and many more.

# Unsere Fokusstudien

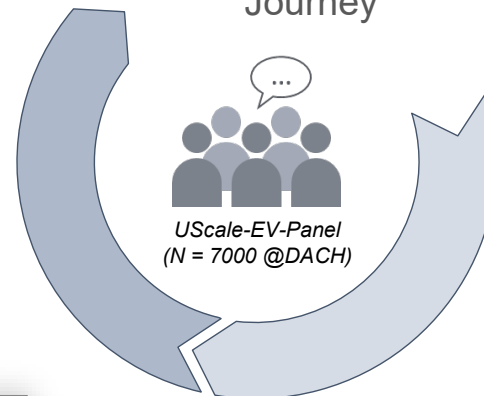
## Orientierungsphase



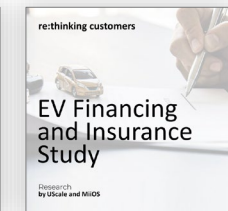
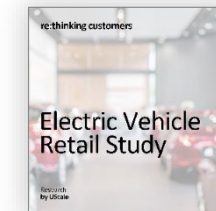
## Geschäftsmodelle



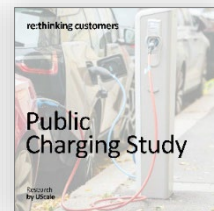
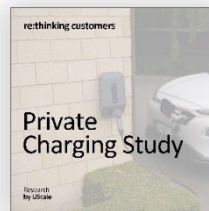
## Customer Journey



## Kaufphase



## Laden



## Nutzungsphase Fahrzeug

