

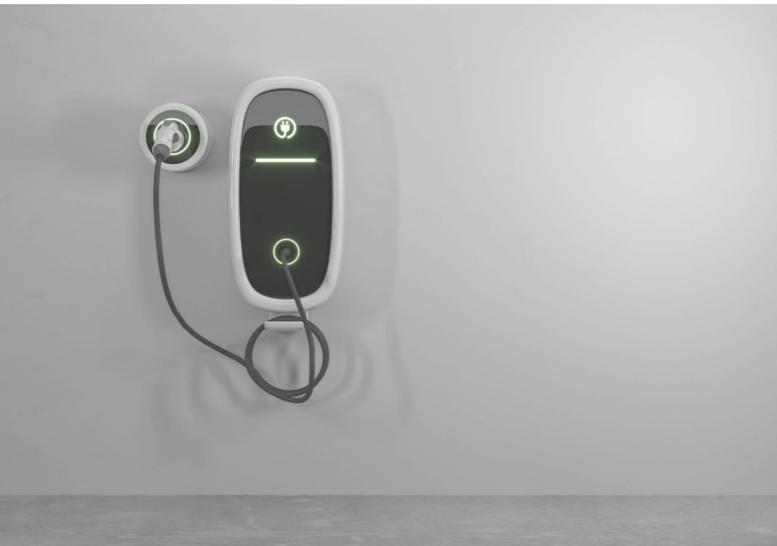
A faint, light-colored background image of a modern electric vehicle charging station. It features a charging cable on the left, a central display panel with a glowing horizontal line and a plug icon, and another charging cable on the right.

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

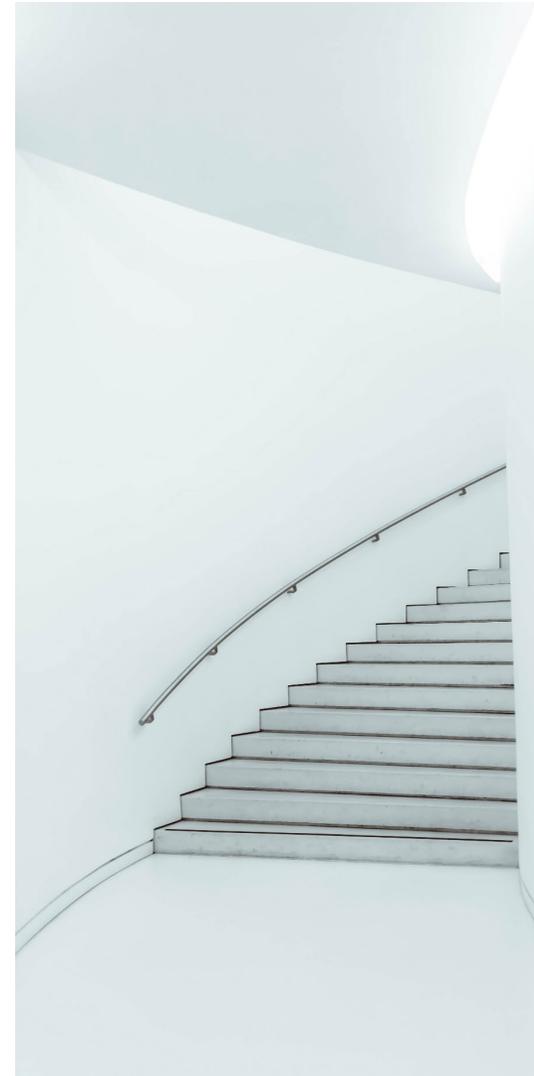
Inhalt

(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:

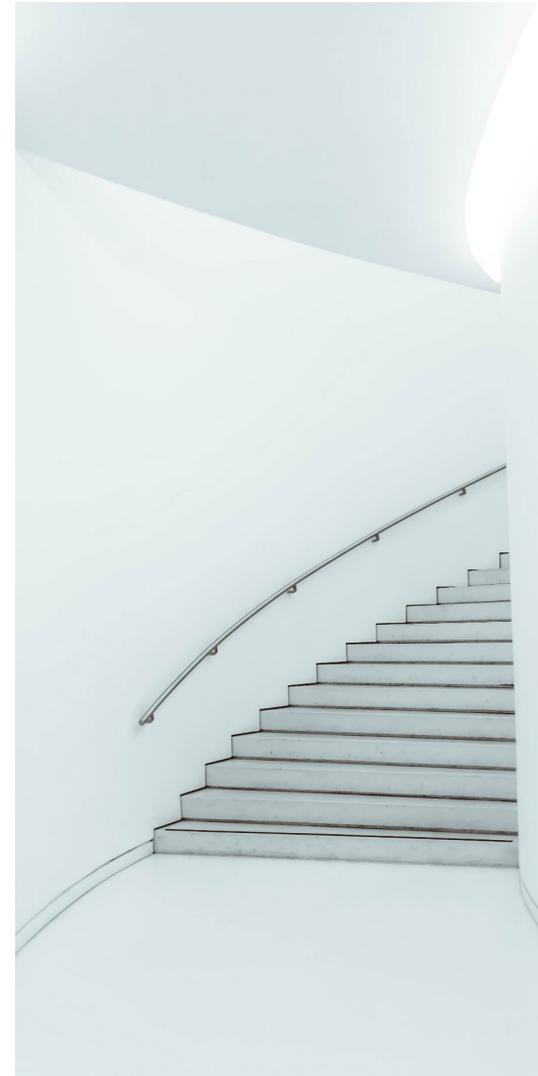
- Befragung: online
- Länder: deutschsprachiger Raum (DACH)
- Rekrutierung: Social Media
- Interviewdauer: 10 min
- Durchführung: April - Mai 2022 und Juli - August 2022



Private Charging Retail-Studie 2022

Inhalt

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



Informationsphase

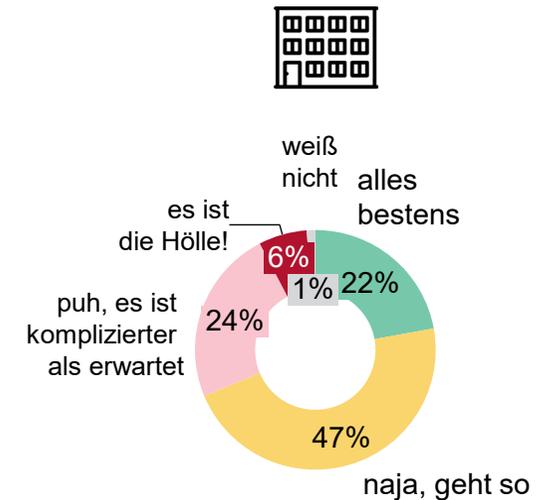
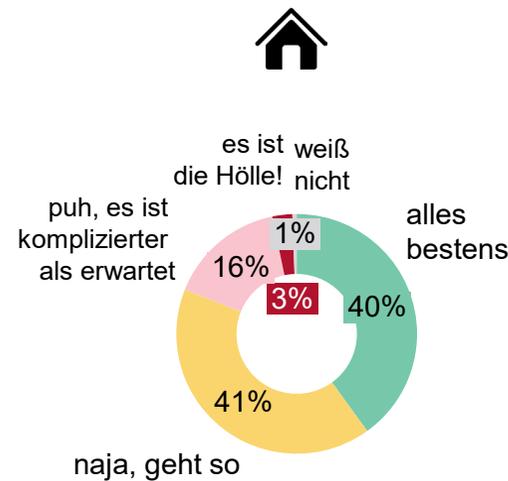
Gesamtzufriedenheit Suchprozess

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

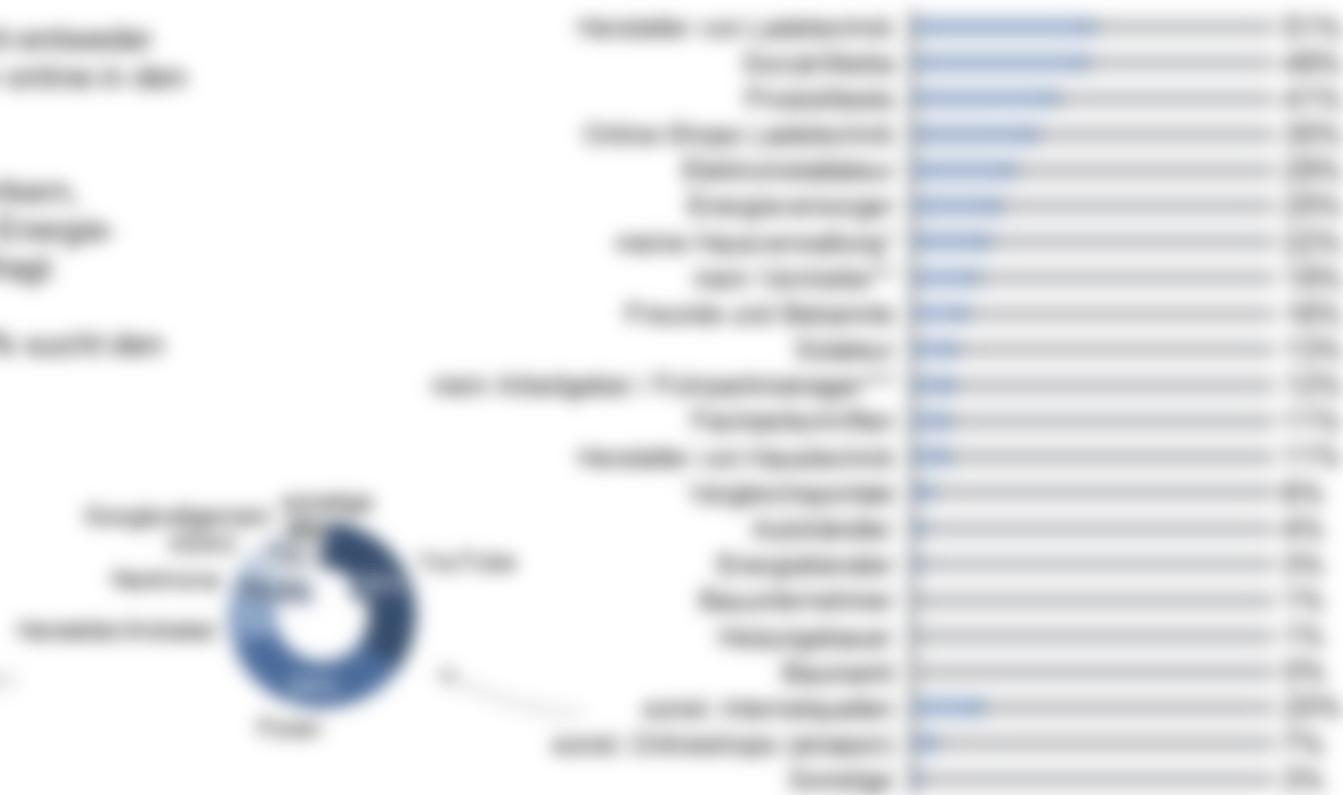
Wichtige und leicht zu beschaffende Informationsquellen

Die wichtigsten Informationsquellen sind:
 - Fachzeitschriften
 - Zeitschriften
 - Tages- und Wochenblätter

Wichtige und leicht zu beschaffende Informationsquellen
 - Zeitschriften
 - Tages- und Wochenblätter

Die wichtigsten Informationsquellen sind:
 - Fachzeitschriften
 - Zeitschriften
 - Tages- und Wochenblätter

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



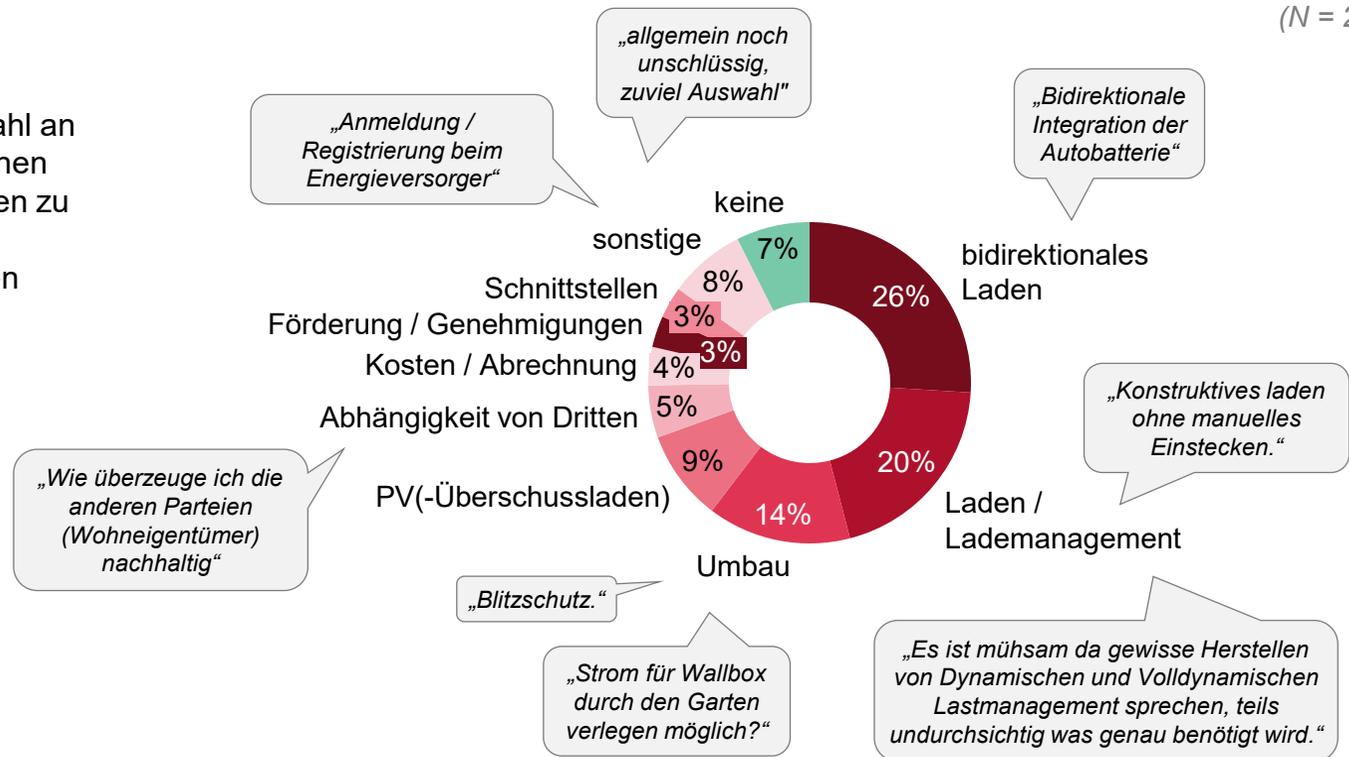
Informationsphase

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.

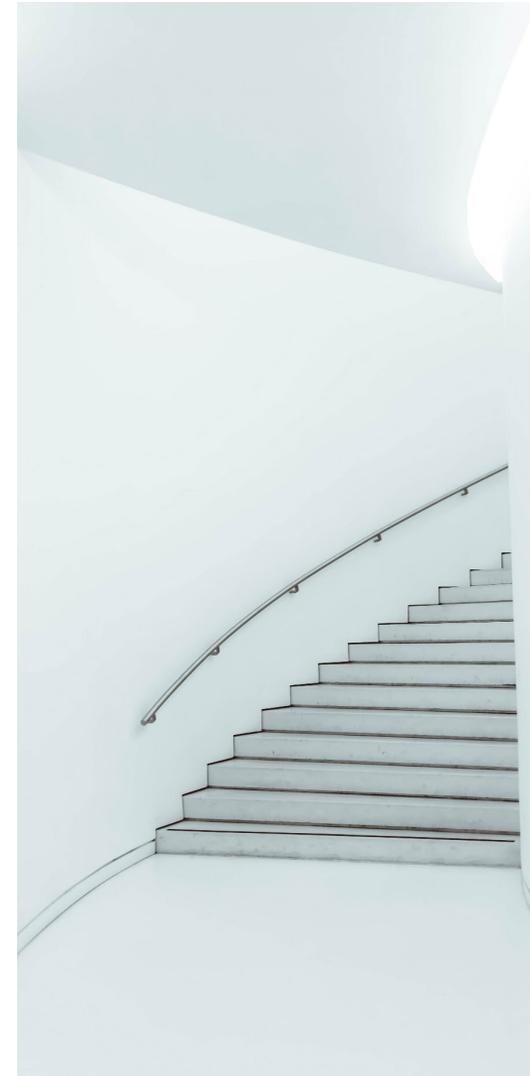
„Zu welchem Thema konnten Sie (bisher) noch keine zufriedenstellende Antwort finden?“
(N = 286)



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

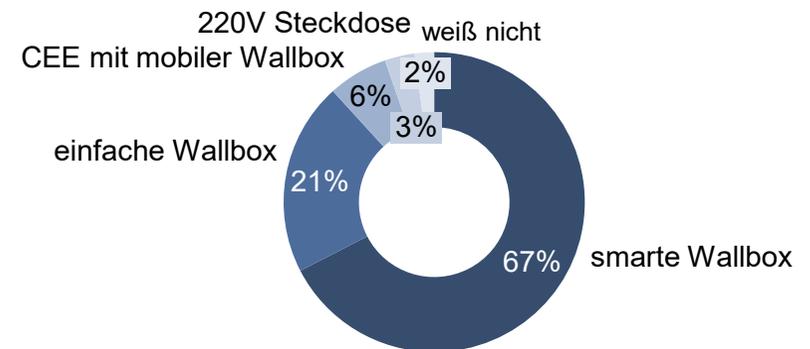
Gesuchte Ladetechnik



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

Kommunikationsschnittstellen



für Technikkomponente =
Kommunikationsschnittstelle:

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

(Mehrfachauswahl möglich)



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

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 Wohnort

Wissen der Fachpersonen über die
Reife der Produkte, die durch die
veränderten Kunden aus der Vergangenheit
im Markt ankommt sind

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.

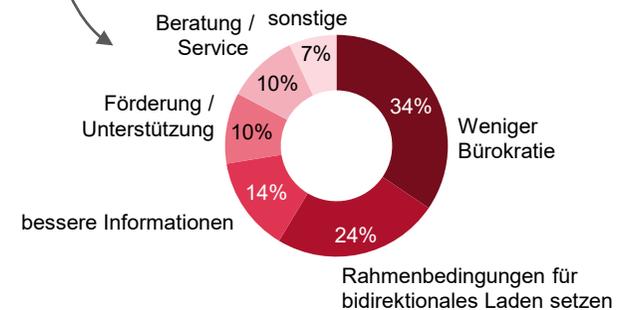
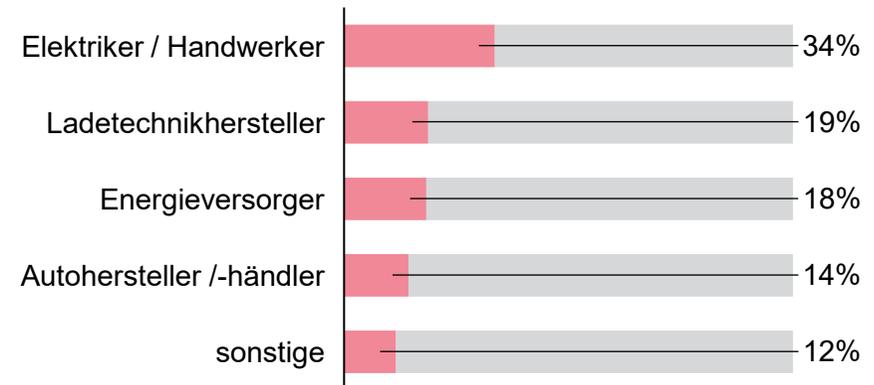
Vor diesem Hintergrund sehen die Befragten den größten Handlungsbedarf beim Handwerk. Schwerpunkte bilden Kompetenz und Kommunikation.

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?“

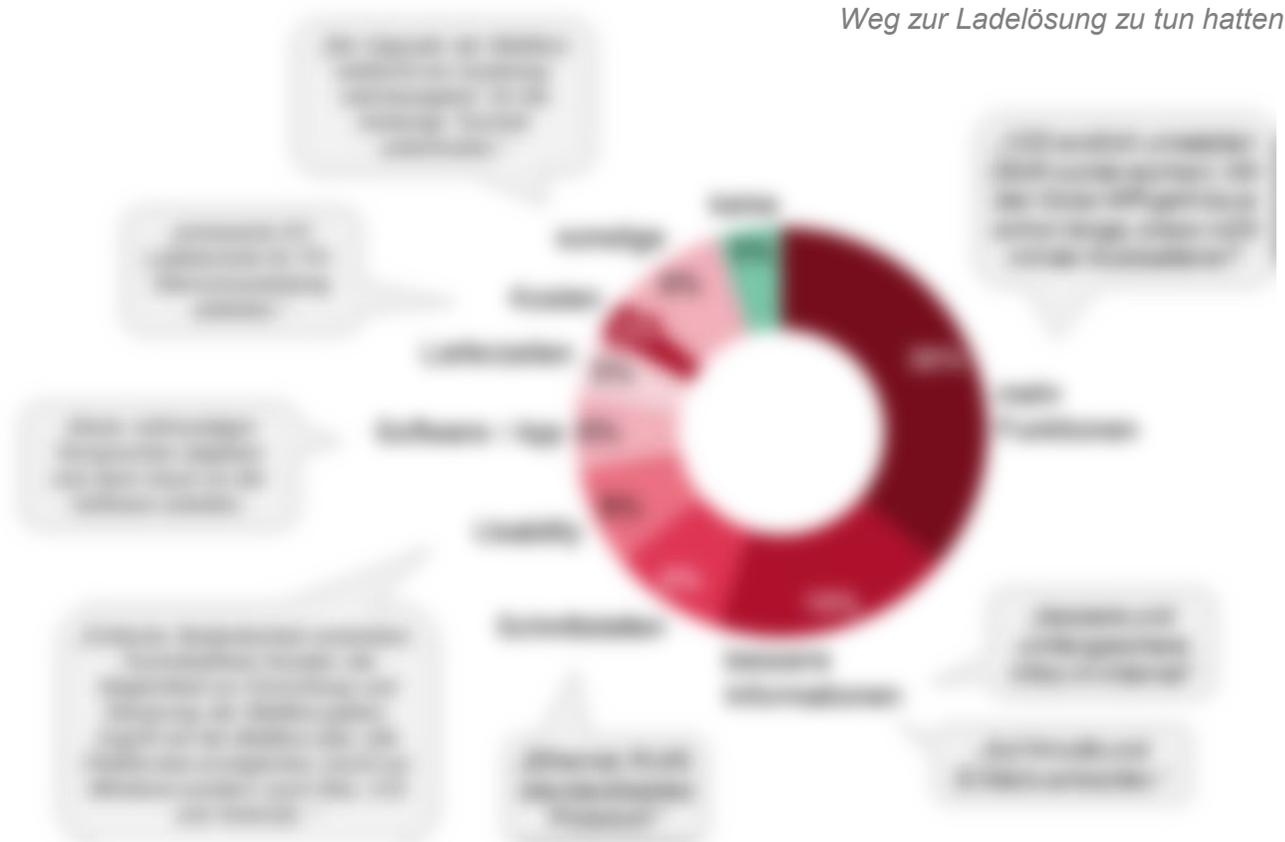


Ladelösung Einfamilienhaus

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
fon +49 172 - 1551 820
web 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.

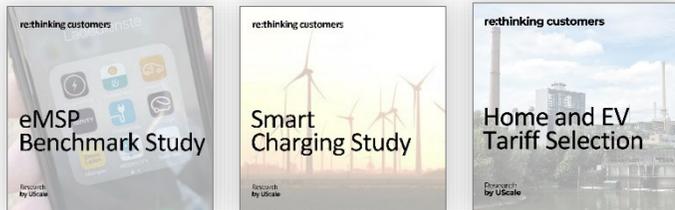
Unsere Kunden



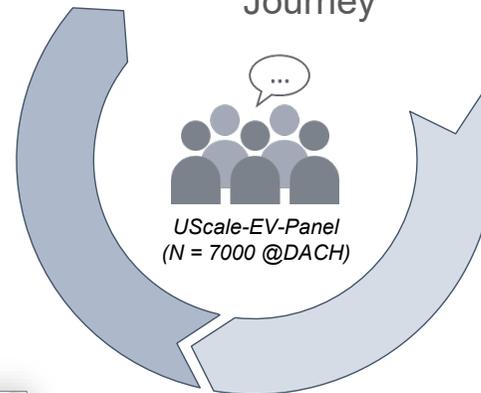
...and many more.

Unsere Fokusstudien

Geschäftsmodelle



Customer Journey



Orientierungsphase



Kaufphase



Laden



Nutzungsphase Fahrzeug

