

Ausschnitt
(Gesamtumfang der
Studie: 62 Seiten)

Ladekabel-Studie 2023

Präferenzen und Kaufprozess von Ladekabeln

ERGEBNISSE

Ladekabel-Studie 2023

Ausgangslage



Ladekabel sind ein zentrales Zubehör für alle E-Auto-Fahrenden. Als auf den ersten Blick technisch einfache Komponente wird es im Ladekontext meist unterschätzt.

Anbieter, die verstehen, welche Bedarfe welche E-Auto-Fahrer:innen genau haben, wo sie sich informieren und wo sie kaufen, können ihren Marktanteil ausbauen und ihren wirtschaftlichen Erfolg erhöhen.

Ladekabel-Studie 2023

Rekrutierung

Stichprobe:

- Zielgruppe: eAuto-Fahrer:innen
- Gesamtstichprobe: N = 516
 - davon:
 - BEV-Fahrer:innen N = 260
 - PHEV-Fahrer:innen N = 256

Erhebung:

- Befragung: online
- Region: Deutschland
- Rekrutierung: Access Panel
- Interviewdauer: 10 min
- Durchführung: April 2023



Inhalt

(1) Management Summary

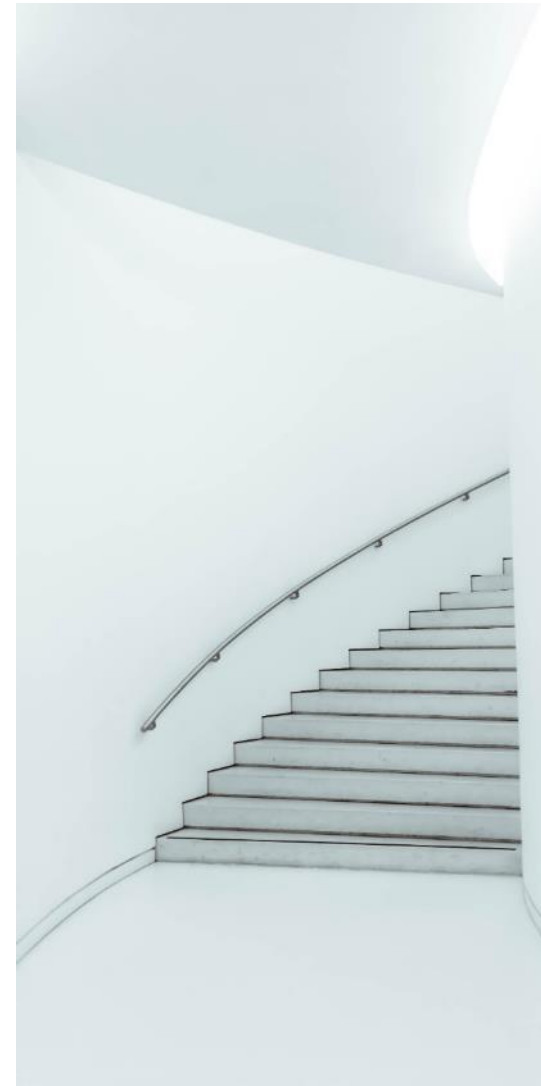


(2) Stichprobe

- **Soziodemographie**
- Fahr- und Ladeverhalten

(3) Ergebnisse

- Ladekabel
- Markenbekanntheit
- Mediennutzung



Stichprobe

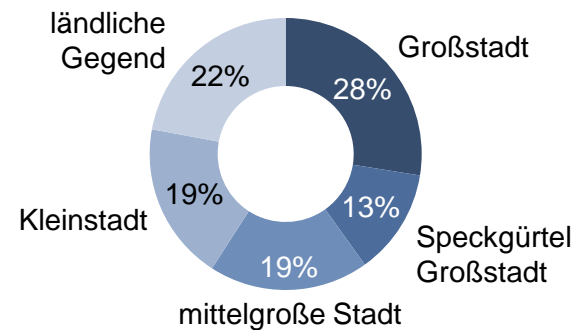
Wohnort und -situation

Alle Wohnorte repräsentativ vertreten.

Die Stichprobe verteilt sich in etwa gleich auf alle Wohnorte.

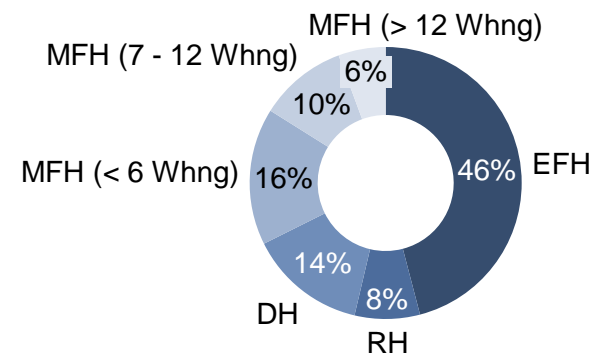
Bewohner:innen, die in Einfamilien-, Reihen- oder Doppelhäusern leben, bilden mit 71% eine Mehrheit.

„Wohnen Sie in ...“



N = 516

„In welcher Art Haus wohnen Sie?“



N = 516

Inhalt

(1) Management Summary

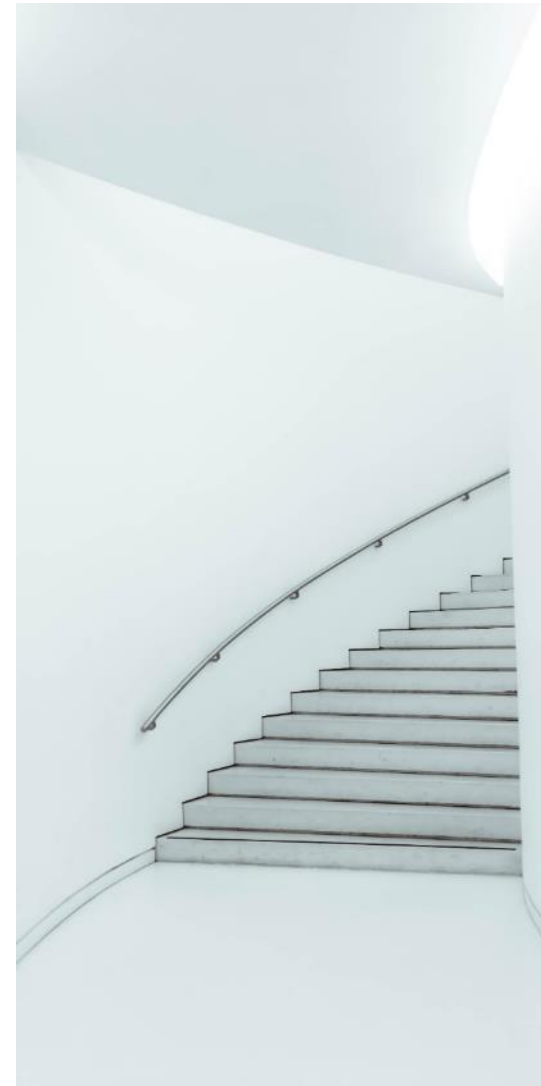


(2) Stichprobe

- Soziodemographie
- **Fahr- und Ladeverhalten**

(3) Ergebnisse

- Ladekabel
- Markenbekanntheit
- Mediennutzung



Fahr- und Ladeverhalten

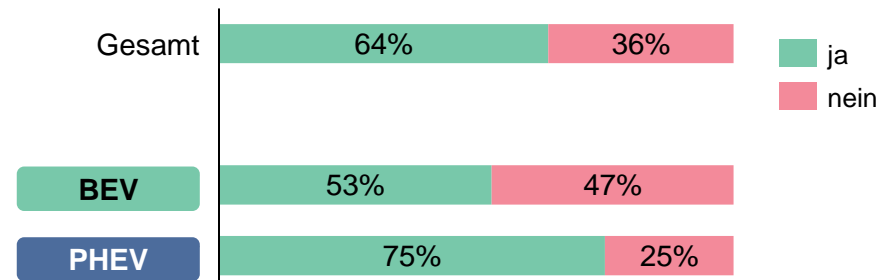
Urlaub

Urlaubsfahrten bei PHEVlern höher.

Wenig überraschend fahren PHEVler häufiger mit ihrem PHEV in den Urlaub als BEVler.

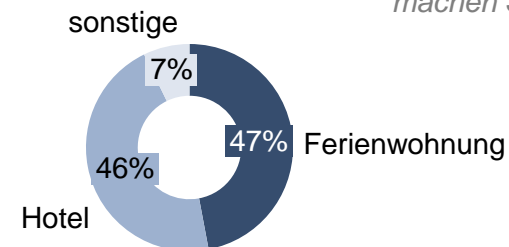
Die Urlauber:innen verteilen sich zu gleichen Anteilen auf Hotels und Ferienwohnungen.

„Fahren bzw. fuhren Sie dieses Jahr mit Ihrem eAuto in den Urlaub?“



N = 477

IF Urlaub = ja:
 „In welcher Art Unterkunft machen Sie bevorzugt mit dem Auto Urlaub?“



N = 304

Fahr- und Ladeverhalten

Lademöglichkeit im Urlaub

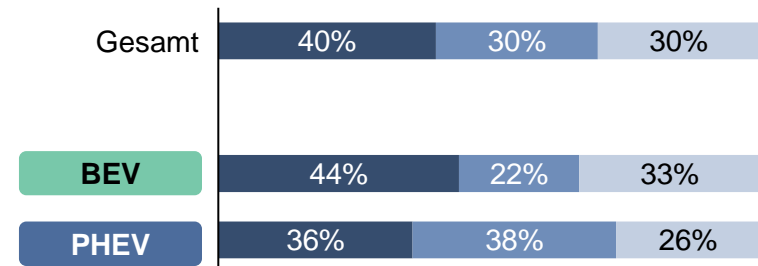
Nur 40% mit Lademöglichkeit vor Ort.

30% der xEV-Fahrer:innen, die mit dem eAuto in den Urlaub fahren, geben an, dort von der öffentlichen Ladeinfrastruktur abzuhängen.

Weitere 30% planen, im Urlaub mit dem Notladekabel zu laden.

BEV- im Vergleich zu PHEV-Fahrer:innen legen tendenziell mehr Wert darauf, dass vor Ort eine Lademöglichkeit vorhanden ist.*

IF Urlaub = ja:
„Wie laden Sie voraussichtlich an Ihrem Urlaubsort?“



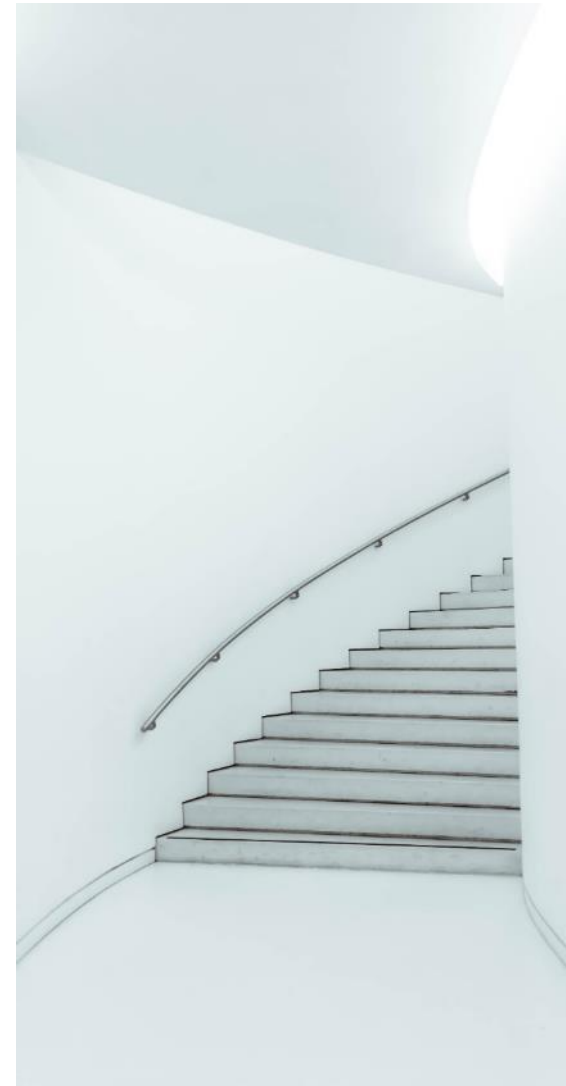
N = 234

- Wallbox vor Ort
- mit Notladekabel an einer Steckdose
- nur öffentlich

* Unterschiede sind statistisch nicht signifikant.

Inhalt

- (1) Management Summary
- (2) Stichprobe
 - Soziodemographie
 - Fahr- und Ladeverhalten
- ▶ (3) Ergebnisse
 - **Ladekabel**
 - Markenbekanntheit
 - Mediennutzung



Ladekabel

Einsatz Notladekabel

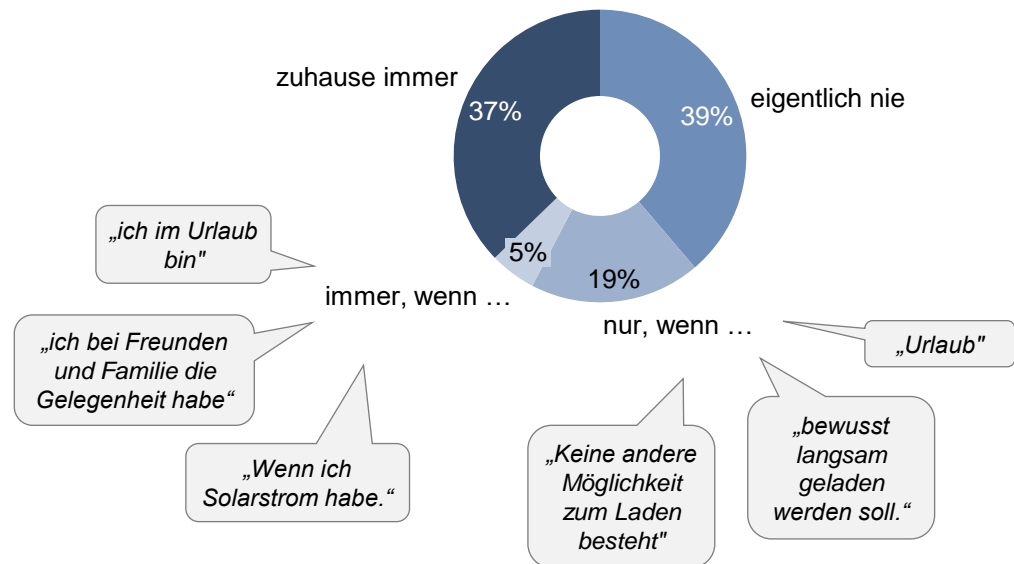
39% nutzen ihr Notladekabel nie.

IF Besitz = Notladekabel:
 „Wann bzw. warum nutzen Sie das Notladekabel?“

37% der Befragten, die ein Notladekabel besitzen, nutzen es zum Laden zuhause.

39% geben an, es nie zu nutzen.

Die Übrigen nennen eine Reihe von (Sonder-)Situationen und Gelegenheiten, bei denen das Notladekabel zum Einsatz kommt.



N = 196

Ladekabel

Kaufort Ladekabel

85% kaufen das Ladekabel extra

10% der Befragten geben an, ihr Ladekabel
mitgekauft zu haben

10% der 17% der sonstige Händler
sowie die Befragten, die ihr Ladekabel
mit dem Fahrzeug gekauft

IF Anschaffung = extra gekauft:
„Wo haben Sie Ihr Ladekabel
gekauft?“



Ladekabel

Neuentscheidung Funktionen

Fragebogen

Die unten beschriebenen Funktionen sind in der Liste der Funktionen in der Tabelle aufgeführt. Bitte wählen Sie die Funktionen, die Sie für ein Ladekabel für Ihr Smartphone als wichtigste Funktionen ansehen.

„Wenn Sie noch einmal entscheiden könnten:
Welche technische Funktionalität sollte ein
Ladekabel auf jeden Fall haben?
(Mehrfachauswahl möglich)“



N = 244

Ladekabel

Sorgen und Störfaktoren

Knapp ein Drittel stimmt Aussagen zu.

„Wie beurteilen Sie die folgenden Aussagen?“

Knapp ein Drittel der Befragten stimmt zu, dass sich ca. ein Ein- und Auspacken des Ladekabels (20%) und dem damit verbundenen Schmutz (20%) vermeiden lässt.



Markenbekanntheit

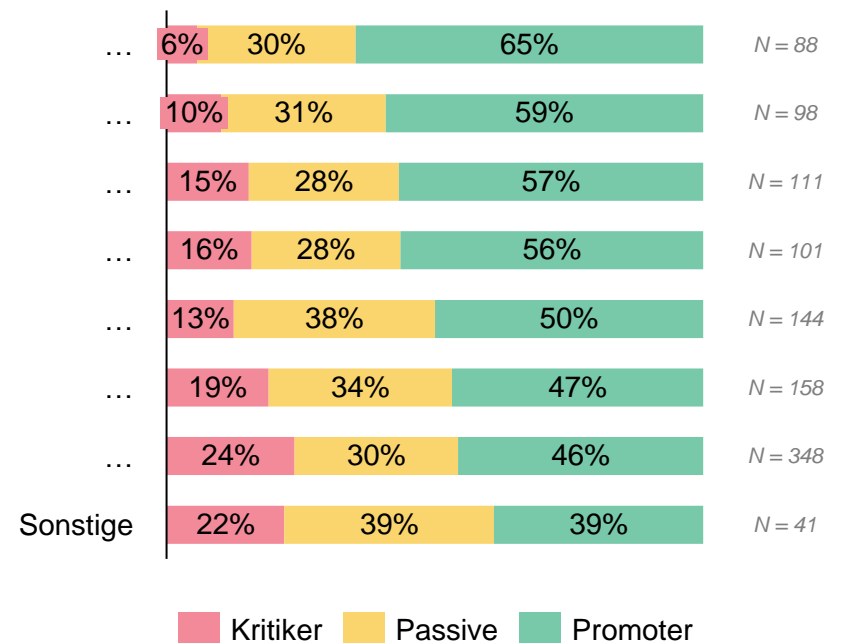
Net Promotor Score (NPS)

Lapp mit höchster Weiterempfehlungsquote.

*„Zusammenfassend:
Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie
Ihr(e) Ladekabel einem Freund oder
Kollegen weiterempfehlen würden?“*

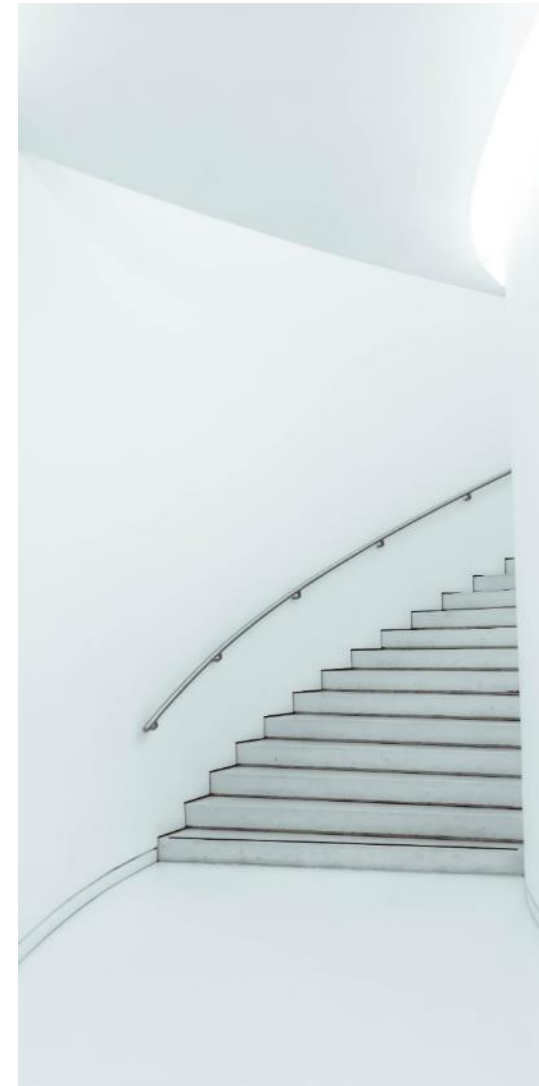
Für die Anbieter ergeben sich dabei unterschiedliche NPS-Werte:

- ... 59
- ... 49
- ... 41
- ... 41
- ... 38
- ... 28
- ... 22
- Sonstige 17



Inhalt

- (1) Management Summary
- (2) Stichprobe
 - Soziodemographie
 - Fahr- und Ladeverhalten
- ▶ (3) Ergebnisse
 - Ladekabel
 - Markenbekanntheit
 - **Mediennutzung**



Mediennutzung

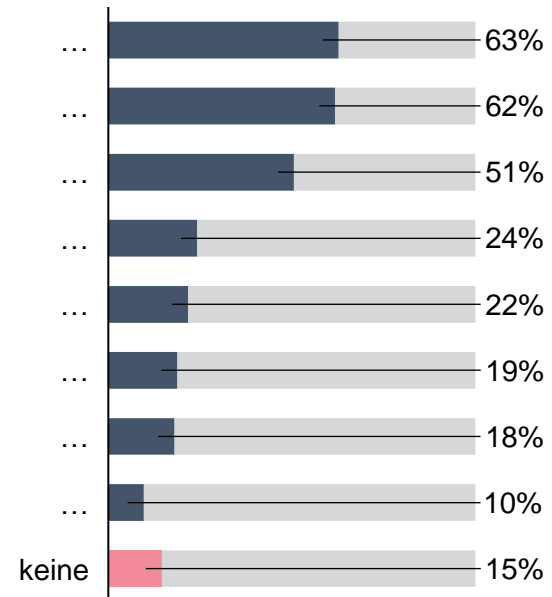
Social Media

...

...

Nur 15% geben an, gar keine Social-Media-Kanäle zu nutzen.

„Welche der folgenden Social-Media-Kanäle nutzen Sie regelmäßig?“
(Mehrfachauswahl möglich)



N = 516

Mediennutzung

Online-Magazine

Die unten listeden Magazine

Die unten listeden Magazine
 sind in der folgenden Tabelle
 aufgelistet. Sie können
 eine oder mehrere Magazine
 auswählen.

„Welche der folgenden Online-
 Magazine nutzen Sie?“
 (Mehrfachauswahl möglich)



N = 516

Über UScale

- UScale berät Automobilhersteller, Energieversorger und Dienstleister bei der kundenorientierten Gestaltung von Angeboten und der Entwicklung von KPI-Systemen zur Kundenwahrnehmung.
- Basis der Arbeit von UScale ist ein Development Framework zum Product-Market-Fit für digitale und innovative Produkte und Customer-Insights-Studien zu allen Touchpoints der e-mobilen Customer Journey.



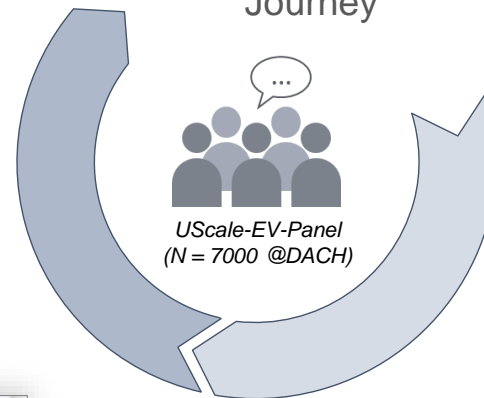
- UScale ist der einzige Anbieter eines auf eMobilität spezialisierten Panels mit über 7.000 Panelisten im deutschsprachigen Raum.
- UScale macht die Kundenperspektive für Manager, Ingenieure und IT'ler greifbar.
- UScale verfügt über umfassende Branchenkenntnis zum Ökosystem der eMobilität.
- UScale verbindet die umfassende Erfahrung mit den Herausforderungen von Corporates mit der Agilität eines Start-ups.

UScale-Fokusstudien

Geschäftsmodelle



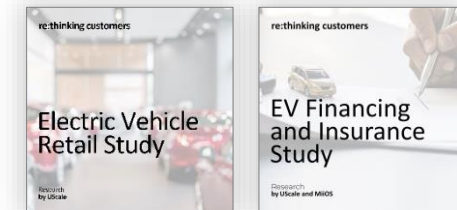
Customer Journey



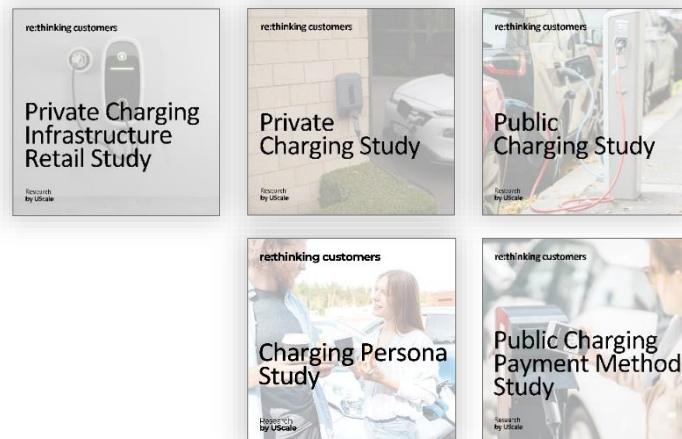
Orientierungsphase



Kaufphase



Laden



Nutzungsphase Fahrzeug





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 172
70176 Stuttgart