

eMobility Ladeservice-Anbieter-Studie

eMSP Loyalty: Ladeservice-Anbieter aus Kundensicht

Ausgangslage



Ladestrom für Elektrofahrzeuge zu verkaufen ist kein Privileg von Energieanbietern. Auch Automobilhersteller, Ladesäulenbetreiber, Mineralölkonzerne u.a. drängen in diesen schnell wachsenden Markt.

Branchenexperten beziffern die Liste der Anbieter, der sogenannten eMobility-Service-Provider (eMSP), auf über 1.000. Entsprechend lebhaft ist der Wettbewerb um die Kunden und die Kundenbindung für Ladestrom unterwegs. Ziel der Ladestromanbieter ist es, in dem noch jungen Markt die richtige Kombination aus Abdeckung, Komfort und Preis zu finden und so Kunden zu binden.

UScale hat E-Auto-Fahrende befragt, welche Angebote sie nutzen und welche Anbieter aus welchen Gründen am meisten überzeugen.

Zielgruppe

Stichprobe:

- Besitzende und Fahrende von voll batterie-elektrischen E-Autos, die auch (halb)öffentlich Ladeorte nutzen
- Stichprobe: N = 2.758

Erhebung:

- Befragung: online (CAWI)
- Länder: deutschsprachiger Raum (DACH)
- Rekrutierung: Social Media, Access-Panels*
- Interviewdauer: 15 min
- Durchführung: August 2023



* Social Media-Panel bestehen mehrheitlich aus EV-affinen Menschen, die Befragten aus den Access-Panels sind i.d.R. weniger EV-affin.

eMobility Ladeservice-Anbieter-Studie

Management Summary

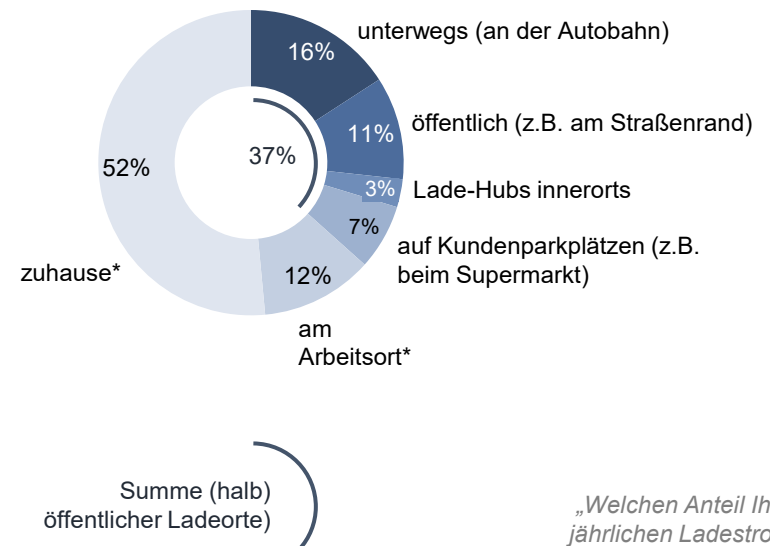
1

37% des Fahrstroms (halb)öffentlich geladen.

Auch wenn heute die allermeisten E-Auto-Fahrenden zuhause laden können, spielt das (halb)öffentliche Laden eine wichtige Rolle.

37% des insgesamt geladenen Fahrstroms werden an (halb) öffentlichen Ladeorten geladen.

Geladene Energiemengen an den verschiedenen Ladeorten:



„Welchen Anteil Ihres jährlichen Ladestroms laden Sie in etwa wo?“

* Befragte, die ausschließlich zuhause oder am Arbeitsplatz laden, wurden anschließend ausgescreent.

eMobility Ladeservice-Anbieter-Studie

Management Summary

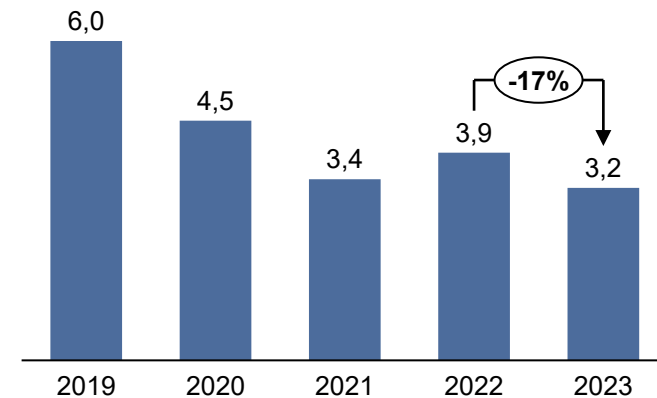
2

EV-Fahrende nutzen durchschnittlich 3 Anbieter für Ladestrom unterwegs.

Der Ausbau der Ladeinfrastruktur kommt deutlich voran. Trotzdem vertraut kaum ein E-Auto-Fahrender darauf, mit nur einem Anbieter sicher unterwegs laden zu können.

Im Durchschnitt nutzen E-Auto-Fahrende 3,2 Ladestrom-Anbieter. Gegenüber 2022 geht die Anzahl der aktiv genutzten eMSP-Services leicht zurück.

Anzahl der aktiv genutzten Angebote für Ladestrom unterwegs:



Summe der individuellen Nennungen zu:
„Welche der folgenden Lade-Services nutzen Sie aktiv?“

eMobility Ladeservice-Anbieter-Studie

Management Summary

3

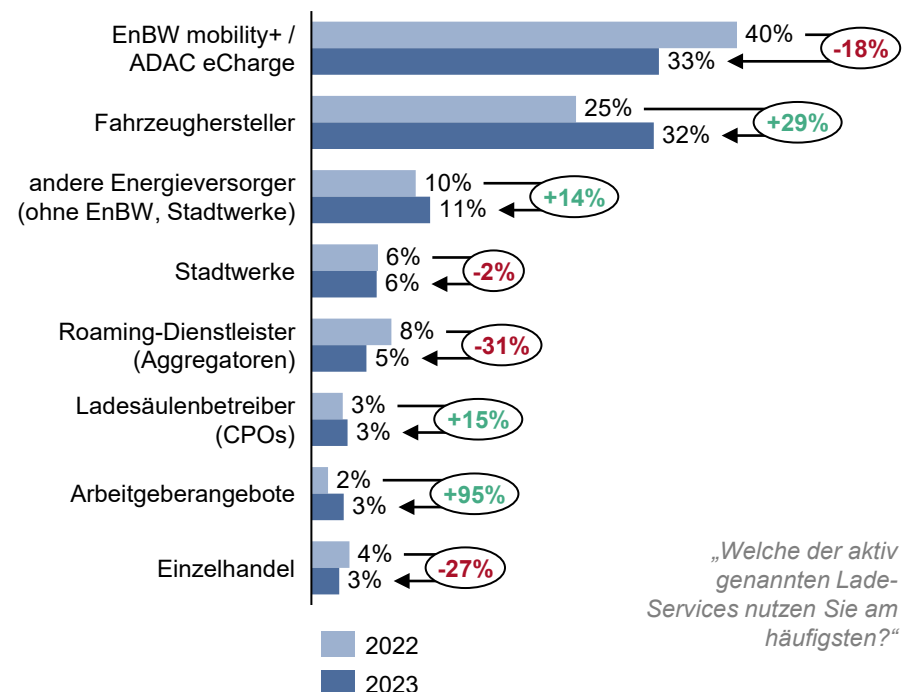
EnBW weiterhin vorne. Autohersteller legen kräftig zu.

Der Marktführer EnBW mobility+ hält mit seinem Partnerangebot ADAC eCharge einen Marktanteil von rund einem Drittel.

Die Ladestrom-Angebote der Fahrzeughersteller werden von einem weiteren Drittel am häufigsten genutzt.

Die übrigen Anbieter teilen sich das letzte Drittel des Marktes.

Präferiert genutzte Angebote für Ladestrom unterwegs:



„Welche der aktiv genannten Lade-Services nutzen Sie am häufigsten?“

eMobility Ladeservice-Anbieter-Studie

Management Summary

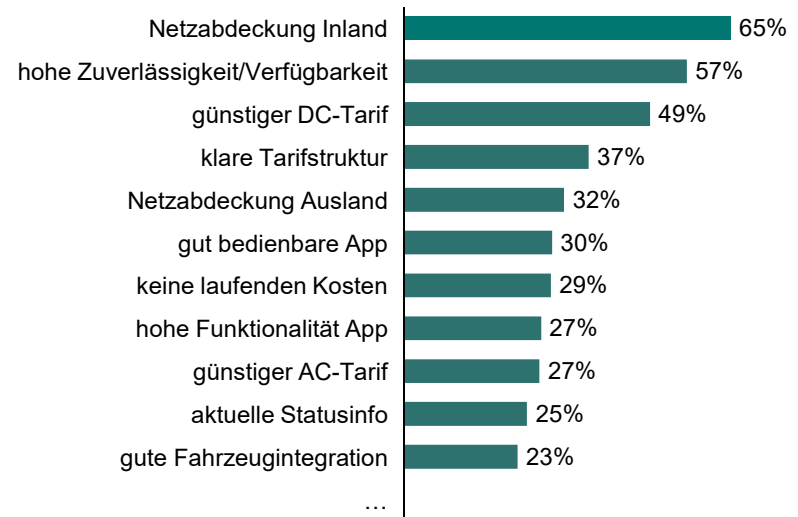
4

Kundenbindung durch gute Netzabdeckung, hohe Zuverlässigkeit und günstige DC-Tarife.

Die wichtigsten Gründe für die Wahl des präferierten eMSP-Angebots beziehen sich auf sogenannte Hygienefaktoren wie die Netzabdeckung und die Zuverlässigkeit der Ladelösung.

Die Bewertungen der Nutzenden unterscheiden sich deutlich. Das schafft Raum für die Anbieter zur Differenzierung.

Einflussfaktoren auf die Auswahl des präferiert genutzten eMSP-Angebotes:



„Was sind die wichtigsten Gründe dafür, dass Sie Ihre "Nummer 1" am häufigsten nutzen?“

eMobility Ladeservice-Anbieter-Studie

Management Summary

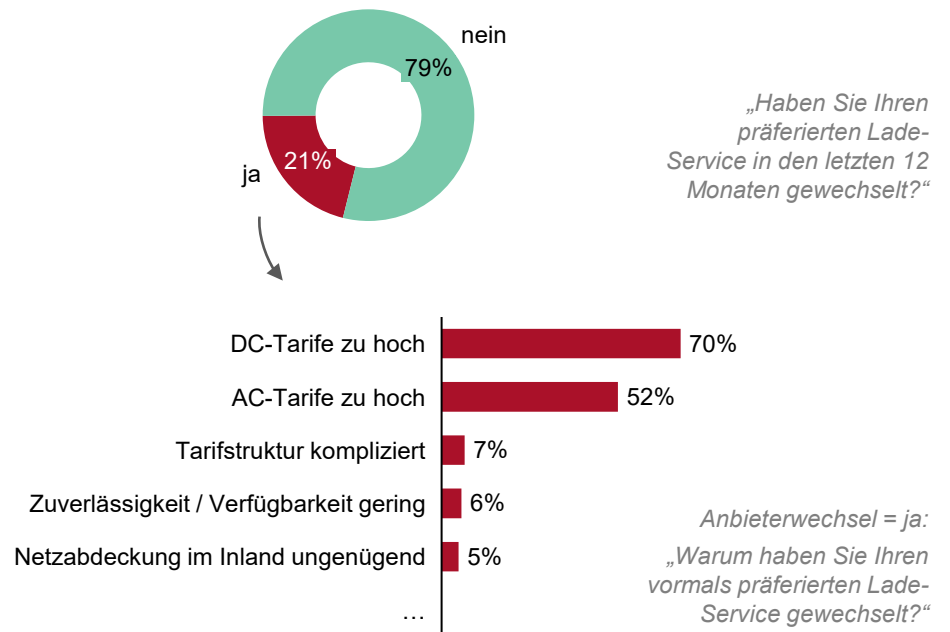
5

Echte Abwanderung meist aufgrund hoher Tarife.

Nur rund jeder Fünfte hat seinen präferierten Anbieter in den letzten 12 Monaten gewechselt.

Kommt es zu einem Wechsel des präferierten Anbieters, lag es im vergangenen Jahr am häufigsten an den Preisen beim Schnellladen.

Anbieterwechsel und Gründe für einen Wechsel:



eMobility Ladeservice-Anbieter-Studie

Management Summary

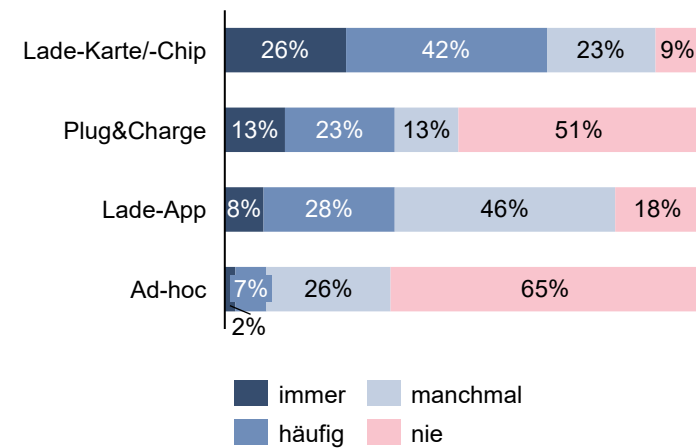
6

Ladekarte beliebtestes Medium zur Autorisierung.

Die Autorisierung und das Bezahlen mit Lade-Karte bzw. Lade-Chip dominieren deutlich.

Plug&Charge, Lade-App und Ad-hoc fallen dagegen deutlich zurück.

Präferierte Methode zur Autorisierung und zum Bezahlen:



„Wie bezahlen Sie üblicherweise an öffentlich zugänglichen Ladestationen?“

eMobility Ladeservice-Anbieter-Studie

Management Summary

7

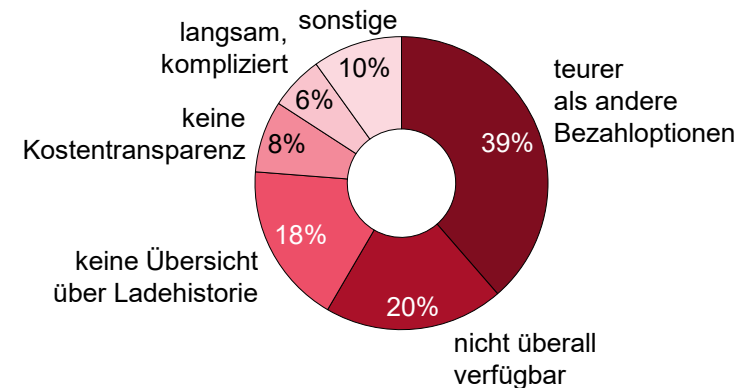
Ad-hoc-Laden mit zahlreichen Nachteilen.

Ad-hoc-Laden mit Kreditkarte ist aus Sicht der Befragten einfach, praktisch und eine gute Notlösung.

Gegen Ad-hoc spricht, dass es häufig teurer ist, noch immer nicht überall verfügbar und die Transparenz über Preise und Historie fehlt.

Ad-hoc-Bezahlen mit Smartphone wird insgesamt positiver bewertet, leidet aber an der nicht zuverlässigen Netzabdeckung in Deutschland.

Nutzungsbarrieren für Ad-hoc-Bezahlen mit Kreditkarte:



„Was ist / wäre für Sie der größte Nachteil des Ad-hoc-Bezahlens mit einer Giro-/Kreditkarte?“

eMobility Ladeservice-Anbieter-Studie

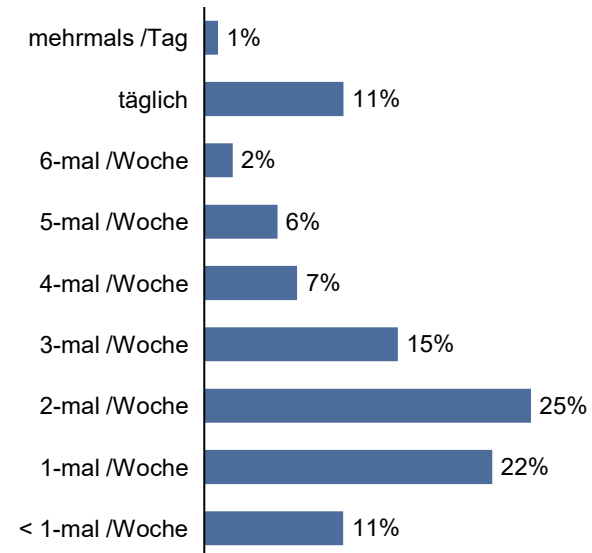
Management Summary

8

Die Mehrheit lädt ein bis zwei Mal pro Woche.

58% der Befragten laden ihr E-Auto ein- oder zweimal pro Woche. Jeder Neunte lädt sein E-Auto täglich.

Ladehäufigkeiten:



„Wie häufig laden Sie Ihren [Marke] üblicherweise pro Woche?“

eMobility Ladeservice-Anbieter-Studie

Management Summary

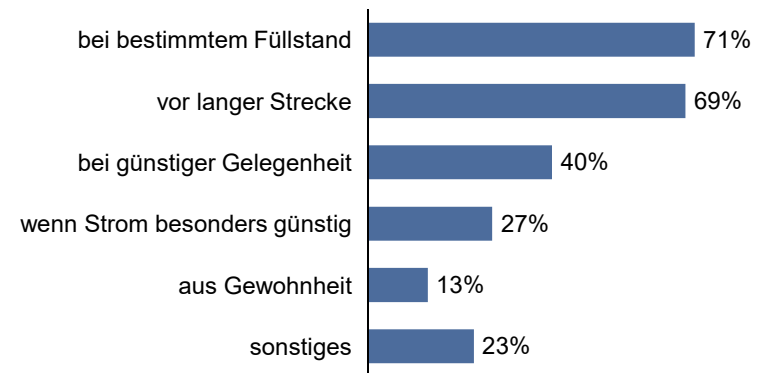
9

Pragmatisches Ladeverhalten.

Die Mehrheit der E-Auto-Fahrenden lädt, wie Verbrennerfahrende tanken, nämlich bei Unterschreiten eines bestimmten Füllstands oder vor längeren Fahrten.

Viele nutzen aber auch günstige Gelegenheiten zum Nachladen (40%) oder Situationen, in denen der Strom besonders günstig ist (27%).

Ladeanlässe:



„Wann laden Sie Ihren [Marke] üblicherweise?“
(Mehrfachantwort möglich)

Über UScale

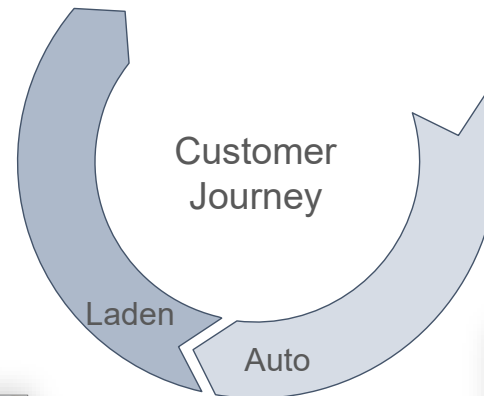
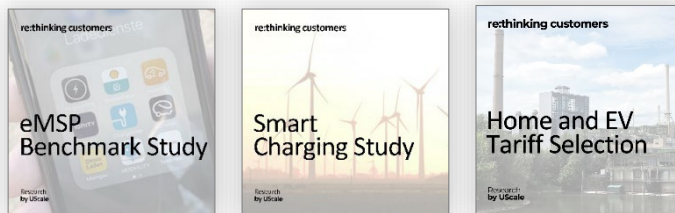
- UScale berät Hersteller von Fahrzeugen und Ladetechnik, Energieversorger und Dienstleister bei der kundenorientierten Gestaltung von Angeboten und der Entwicklung von KPI-Systemen zur Kundenwahrnehmung.
- Basis der Arbeit von UScale sind Customer-Insights-Studien zu allen Touchpoints der e-mobilen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



- UScale ist der einzige Anbieter eines auf eMobilität spezialisierten Panels mit über 9.000 Panelisten im deutschsprachigen Raum.
- UScale macht die Kundenperspektive für Manager, Ingenieure und IT-Experten 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.

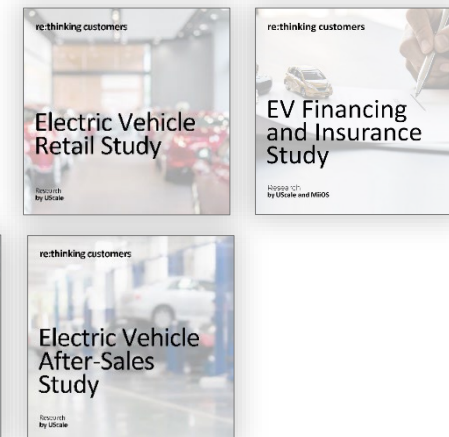
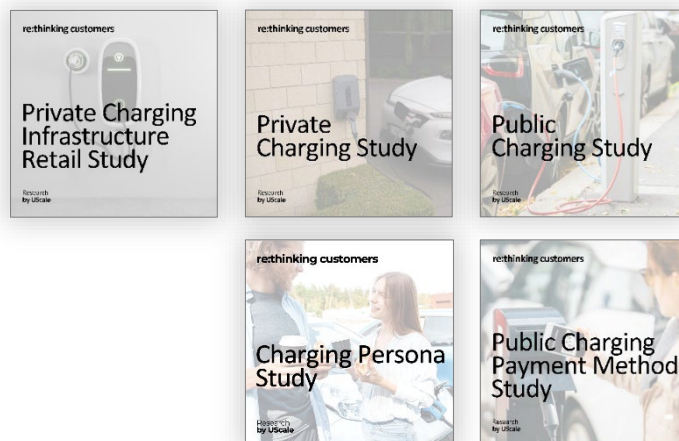
UScale Fokusstudien

Geschäftsmodelle



Kaufen und Fahren

Laden





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 112
70176 Stuttgart