



EV Finance-Studie 2024

Finanzierung und Versicherung von E-Autos aus Nutzersicht

EV Financing-Studie 2024

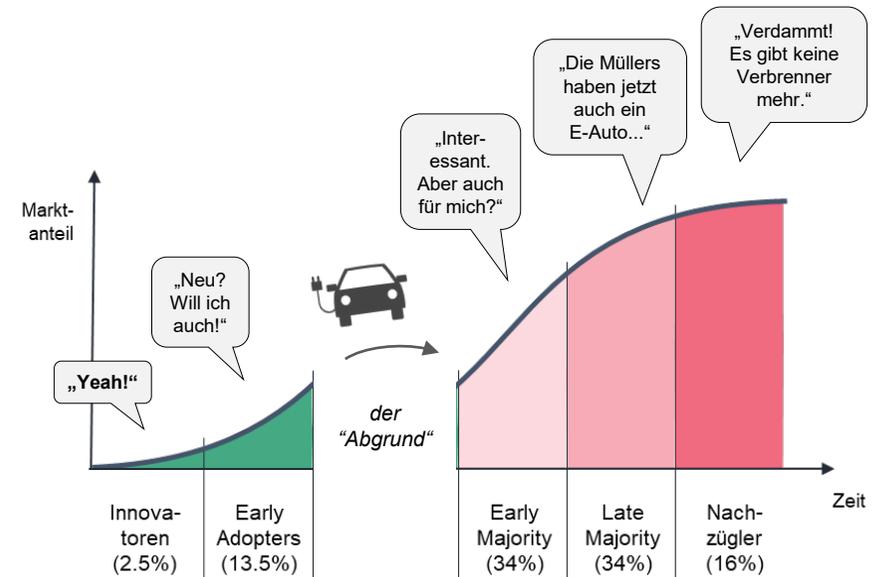
Marktumfeld

Die eMobilität befindet sich im Übergang vom Innovatoren- zum Massenmarkt.

Innovatoren und Early Majority sind bereit, neue Produkte und Dienstleistungen auszuprobieren, auch wenn sie noch nicht ausgereift sind. Die Zielgruppen des Massenmarkts sind deutlich weniger bereit, Risiken einzugehen. Sie bevorzugen bewährte Lösungen, die ihren Bedürfnissen entsprechen.

Das Ende der staatlichen Förderung, hohe Fahrzeugpreise und die noch immer dünne Infrastruktur erschweren bzw. bremsen den Einstieg der Early Majority. Finanzierungs- und Leasingangebote leisten einen wesentlichen Beitrag, die Käufer des Massenmarktes zu überzeugen.

Problematik beim Übergang vom Innovatorenmarkt zum Massenmarkt:



EV Financing-Studie 2024

Zielgruppe

Erhebung:

- Zielgruppe: Neuwagen-Besitzende mit Kauf innerhalb der letzten max. 18 Monate (mit Einfluss auf Kaufentscheidung)
- Befragung: online (CAWI)
- Länder: DACH
- Interviewdauer: 15 - 20 min
- Feldphase: Dez. 2023

Stichprobe:

- Gesamtstichprobe: N = 2.442
 - davon:
 - BEV N = 1.699 (Dienstwagenanteil: 14%)
 - Hybrid N = 324 (Dienstwagenanteil: 14%)
 - Verbrenner („ICE“) N = 419 (Dienstwagenanteil: 17%)



EV Financing-Studie 2024

Management Summary

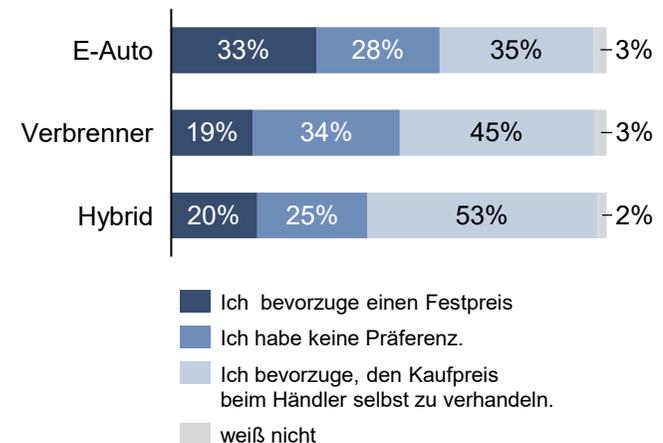
1

Großes Interesse an Festpreisen

Während rund jeder zweite Shopper von Verbrennern und Hybrids gerne verhandelt, will unter den Kaufenden von E-Autos nur jeder Dritte verhandeln.

Damit unterstützen die E-Auto-Kaufenden indirekt das sogenannte Agenturmodell, das immer mehr Marken einführen.

Interesse am Verhandeln:



„Welche Aussage trifft auf Sie persönlich eher zu?“

EV Financing-Studie 2024

Management Summary

2

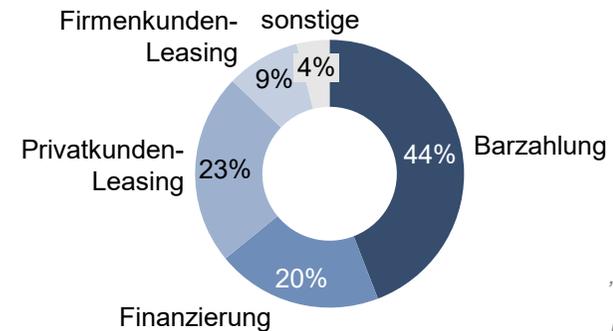
Hoher Anteil von Barkäufern

44% der E-Auto-Kaufenden haben Ihr E-Auto mit eigenen Mitteln („bar“) bezahlt.

Unter den Privatkunden wird Leasing immer wichtiger und findet aktuell mehr Anhänger als die Finanzierung.

Auto-Abos bleiben mit unter 2% in der Nische.

Ansaffung:

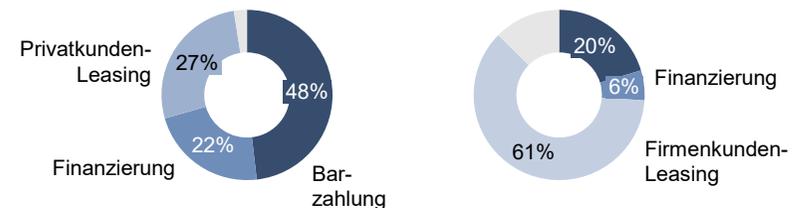


„Wie haben Sie Ihren [Marke + Modell] letztlich angeschafft?“

Split nach:

Privatwagen

Dienstwagen



EV Financing-Studie 2024

Management Summary

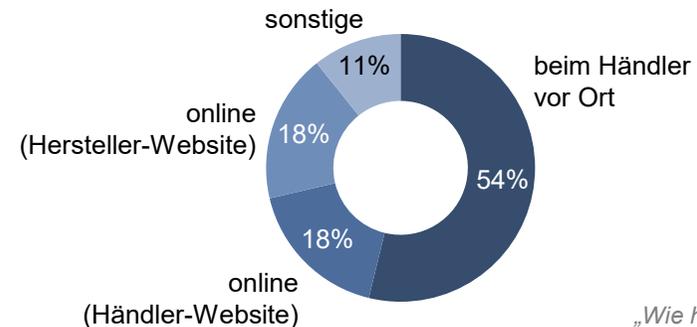
3

Händler weiterhin relevant

Trotz hohem Anteil von Online-Käufern spielen die Händler weiterhin eine wichtige Rolle. 54% kaufen beim Händler vor Ort.

Unter den Privatkäufern beträgt der Anteil 57%, unter den Dienstwagenkäufern immerhin 33%.

Kauforte:



„Wie haben Sie den Kaufvertrag abgeschlossen – inkl. rechtsverbindlicher Unterschrift?“

EV Financing-Studie 2024

Management Summary

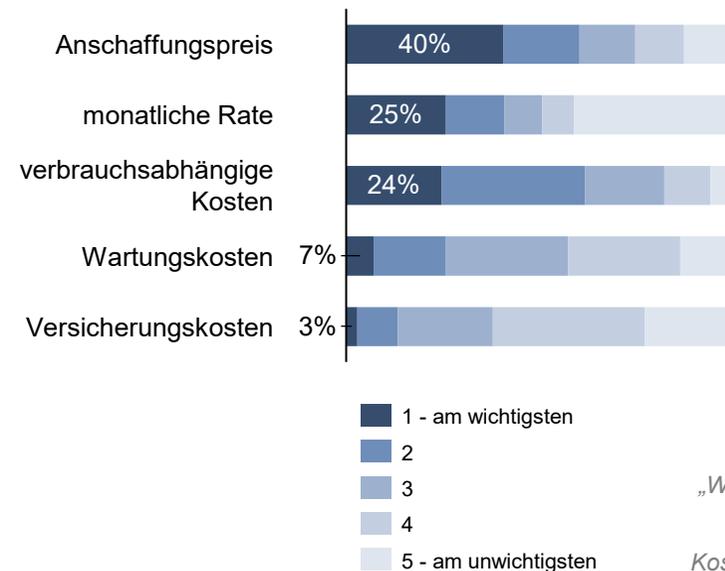
4

Stärkerer Fokus auf wahre Kosten

Für jeden vierten E-Auto-Shopper sind die verbrauchsabhängigen Kosten das entscheidende Kriterium für die Wahl des Modells.

Zum Vergleich: Unter den Verbrenner-Kaufenden sind die verbrauchsabhängigen Kosten nur für 10% am wichtigsten.

Wichtigkeit der Kostenarten für die Kaufentscheidung:



„Wie wichtig waren Ihnen die verschiedenen Kostenarten bei der Auswahl des Autos?“

EV Financing-Studie 2024

Management Summary

5

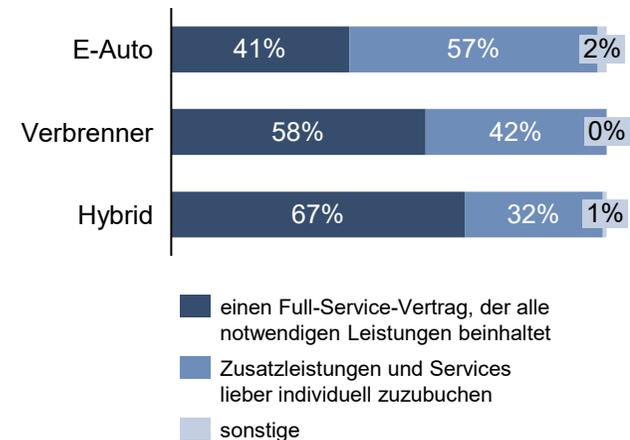
Geringeres Interesse an Full-Service-Verträgen

Full-Service-Verträge versprechen dem Autobesitzenden Komfort und den Anbietern sichere Umsätze.

E-Auto-Shopper bevorzugen mehrheitlich, Services individuell zusammenzustellen.

Der Anteil der Full-Service-Verträge liegt unter Privatkäufern bei 36%, unter Dienstwagenfahrenden bei 61%.

Interesse an Full-Service-Verträgen:
(nur Finanzierung / Leasing)



„Welche Vertragsart bevorzugen Sie?
Ich bevorzuge...“

EV Financing-Studie 2024

Management Summary

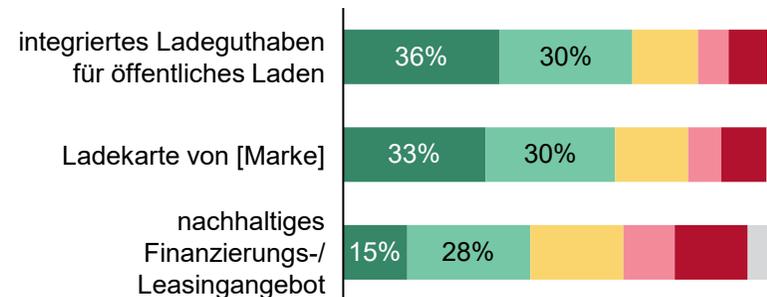
6

Hohes Interesse an Services mit Bezug zum elektrischen Fahren

Statt Full-Service-Verträgen interessieren sich E-Auto-Shopper häufig für Ladeangebote.

Auch nachhaltige Finanzierungsangebote sind für Viele interessant.

Interesse an Zusatzservices:
(nur Finanzierung / Leasing)



- sehr interessant
- interessant
- teils/teils
- uninteressant
- völlig uninteressant
- weiß nicht

„Wie interessant finden Sie die folgenden Zusatzleistungen im Rahmen der Auto-Finanzierung bzw. des Leasings?“

Management Summary

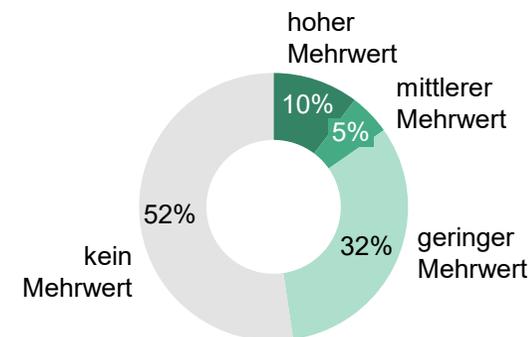
7

Kein Potenzial für Finance-On-Demand

Unter dem Stichwort Finance-On-Demand wurden Angebote bewertet, mit denen Kredit- bzw. Leasingkunden Umfang, Laufzeit u.a. während der Vertragslaufzeit online „mit einem Klick“ ändern können.

Der Anteil der BEV-Käufer, dem Finance-On-Demand-Produkte erfolgreich angeboten werden kann, ist mit 10% sehr gering.

Empfundener Mehrwert von Finance-On-Demand:
(nur Finanzierung / Leasing)



Verhältnis (Vorteile / Nachteile) aus:
„Zusammenfassend, wie hoch bewerten Sie persönlich die Vorteile / Nachteile von Finance-On-Demand?“

Über uns



MiiOS ist ein führender Anbieter für progressive und branchen-unabhängige Marktforschung. Ganz gleich, ob Mobilitätsanbieter, Finanzdienstleister oder Tourismusbranche: MiiOS bietet seinen Kunden Zugang zu umfassenden Informationen, fachkundiger Beratung und einem weitreichenden Experten-Netzwerk. Durch den Einsatz vielfältiger Datenquellen ermöglicht MiiOS eine holistische Sicht auf den Markt und unterstützt Unternehmen dabei, die besten Entscheidungen zu treffen. 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 9.000 E-Auto-Fahrenden 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

