



**Ausschnitt**  
(Gesamtbericht: ca. 90 Seiten)

# Lade-Persona-Studie 2024

Marktsegmentierung für die Elektromobilität

USCALE GmbH  
[www.uscale.digital](http://www.uscale.digital)

## Lade-Persona-Studie 2024

# Zielsetzung

### Ausgangslage:

- Fahrverhalten, Wohnsituation und individuelle Präferenzen beeinflussen das Lade- und Kaufverhalten. Mit steigendem Marktanteil von E-Autos werden EV-Fahrende vielfältiger. Neue Marktsegmente entstehen.
- Gleichzeitig wächst die Anbieterseite und der Wettbewerb für Ladetechnik nimmt zu. Anbieter müssen ihre Zielgruppen also genau kennen und gezielt ansprechen, um im Wettbewerb erfolgreich zu sein.

### Fragestellung:

- Wie lässt sich das Ladeverhalten angesichts der Vielzahl individueller Use-Cases segmentieren?
- Welche Einstellungen zur Mobilität, gesellschaftlichen Themen, Marken u.v.a. haben EV-Fahrende?
- Welche Lade-Personas ergeben sich für den deutschen Markt? Auf wen müssen sich Anbieter von Ladelösungen und Ladeservices einstellen?
- Wie und mit welchen Botschaften lassen sich die Zielgruppen erreichen?



# Lade-Persona-Studie 2024

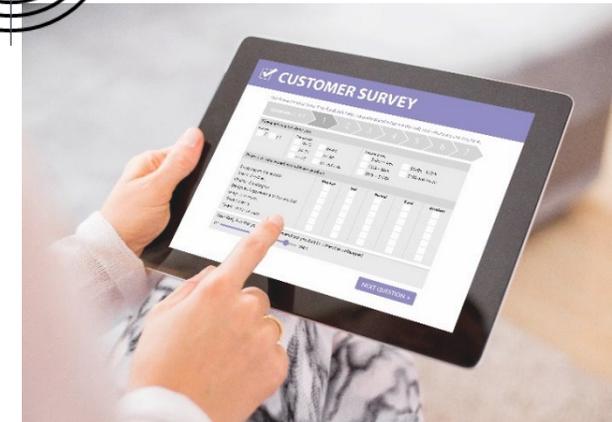
## Stichprobe

### Erhebung:

- Zielgruppe: BEV-Fahrende
- Befragung: CAWI
- Länder: Deutschland
- Rekrutierung: Social Media, Access Panel \*
- Interviewdauer: 15 - 20 min
- Feldphase: März/April 2024

### Stichprobe:

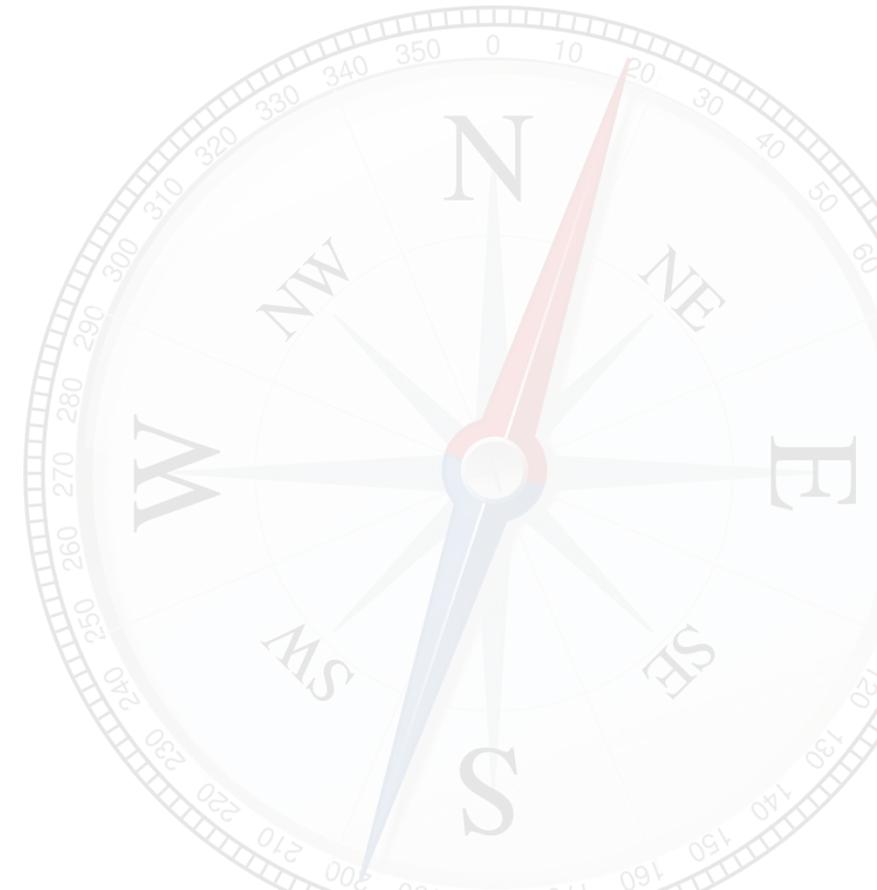
- Gesamtstichprobe: N = 1.223
- davon:
  - Social Media-Panel: N = 503
  - Access-Panel: N = 720



\* Die Teilnehmenden aus dem **Social-Media-Panel** sind mehrheitlich frühe EV-Umsteiger und eher tech-affinen Menschen. Die Befragten aus den **Access-Panels** sind i.d.R. weniger tech-affin und später auf ein EV umgestiegen.

# Inhalt

- (1) Management Summary
- ▶ (2) Methodik
- (3) Personas
  - 1. Vorstellung der Personas
  - 2. Ladeverhalten der Personas im Vergleich
  - 3. Persona-Steckbriefe
- (4) Ladeprofile
  - 1. Vorstellung der Ladeprofile
  - 2. Fahren, Wohnen, Laden
- (5) Korrelation Personas und Ladeprofile



# Herausforderung

## Unbekannte Zusammensetzung des EV-Marktes.

Der eMobility-Markt ist noch immer stark von Innovatoren und Early Adoptern geprägt. Bei weiterhin unter 20% Marktanteil ist der Anteil der Early Majority gering.

Die Verteilung möglicher Cluster hängt stark von der Art der Rekrutierung ab. Deshalb können die Größen der gefundenen Cluster nur geschätzt werden.

Der Schwerpunkt der vorliegenden Persona-Studie liegt also auf der Beschreibung der verschiedenen Ladeprofile und Personas im Markt.



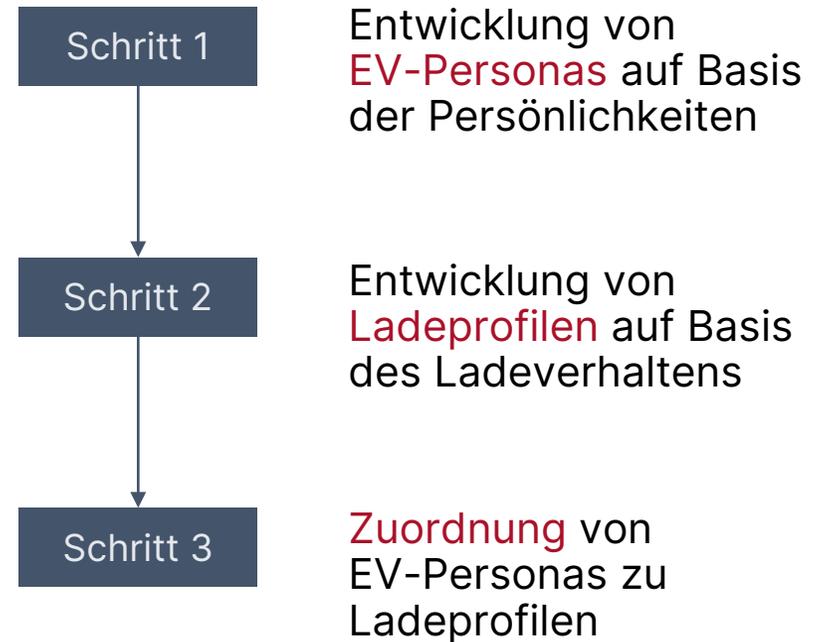
E-Auto-Fahrer:

Bislang vorwiegend Männer mittleren Alters mit hohem Einkommen und hohem Interesse an Technik und Umwelt.

# Vorgehensweise

## Mehrschrittiges Vorgehen zur Entwicklung von Lade-Personas

Die Unterschiede im Ladeverhalten und die zwischen den Personas sind groß. Allerdings finden sich alle Personas in allen Ladeprofilen. In der vorliegenden Studie werden deshalb Ladeprofile und Personas getrennt ermittelt und anschließend zusammengeführt.

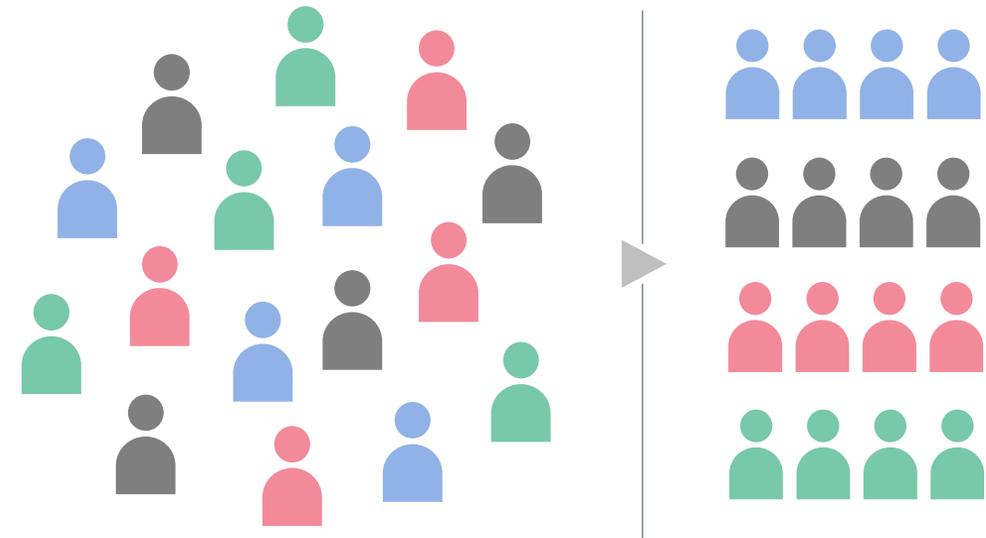


# Vorgehensweise

## Schritt 1: Ermittlung von EV-Personas

Im ersten Schritt befragte die Persona-Studie EV-Fahrende nach Werten, Einstellungen und Verhalten zu Aspekten, die einen Bezug zur eMobilität haben.

Für die Persona-Entwicklung wurde eine K-modes-Clustering von 45 kategorialen Variablen durchgeführt. Die Golden Questions zur Bestimmung der Ladeprofile (siehe nächste Seite) wurden für die Persona-Clustering nicht genutzt.



# Vorgehensweise

## Schritt 2: Ermittlung von Ladeprofilen

Aus den USCALE-Ladestudien wurden über mehrere Jahre hinweg umfangreiche Analysen durchgeführt, in denen drei relevante Faktoren identifiziert wurden: Wohnen, Fahren, Laden.

Daraus wurden sieben „Golden Questions“ ermittelt. Die Ladeprofile wurden am Datensatz der Ladestudien 2023 mit N = 3075 mittels K-modes-Clustering aller kategorialen Variablen ermittelt.

Diese Clustering wurde auf den Datensatz der Persona-Studie angewendet.

Wiederholte Durchführung von Faktoranalysen und Clusteranalysen der Lade-Studien 2021 bis 2023:



Ableitung der sieben relevanten Golden Questions zu drei Faktoren:

1. **WOHNEN:** Hausart, Ortsgröße
2. **FAHREN:** km pro Wochentag, km pro Jahr
3. **LADEN:** Ladeorte, Ladeanlässe, Ladehäufigkeit

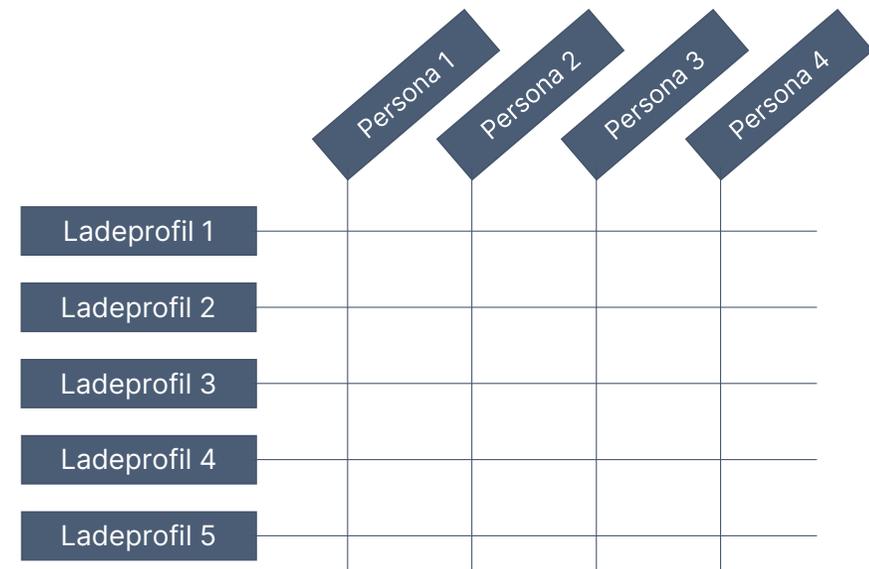
# Vorgehensweise

## Schritt 3: Zusammenführung von Profilen und Personas.

Das Ladeverhalten ist stark von der Wohnsituation und dem Fahrverhalten abhängig und weniger von der Persona.

Um die Personas für die Entwicklung von Produkten und Services nutzen zu können, werden sie mit den Ladeprofilen gemappt.

Bestimmung der Persona-Anteile innerhalb der Ladeprofile



# Nutzung der Studie

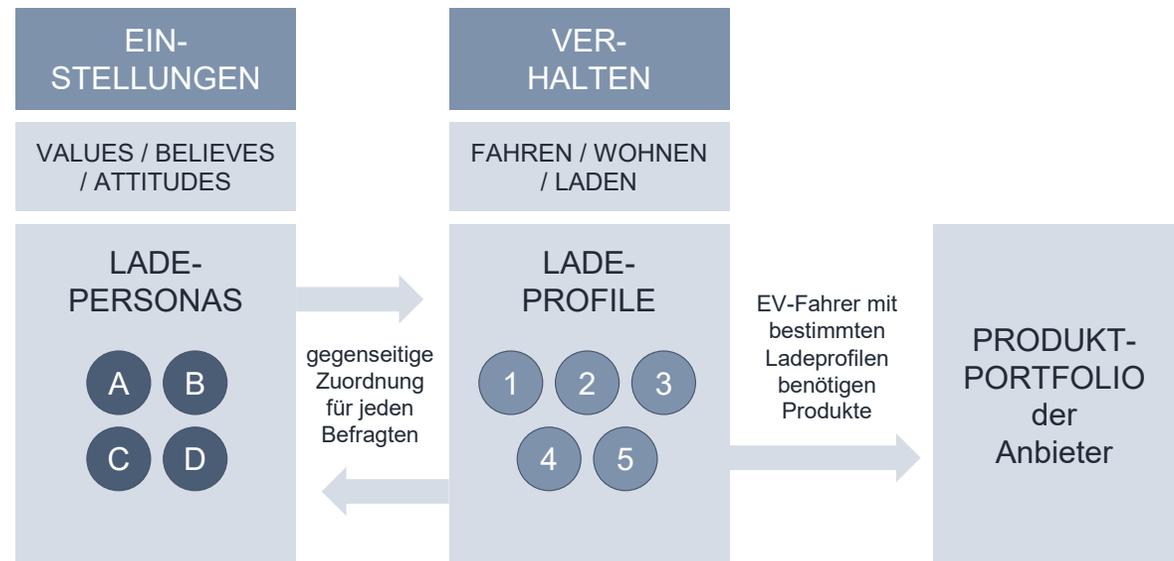
## Zielgruppendefinition für Anbieter im Ökosystem der eMobilität

Die Personas und die Ladeprofile beschreiben das Verhalten der eAuto-Fahrenden.

Daraus lässt sich ableiten, für welche Produkte die Zielgruppe offen ist.

Umgekehrt lassen sich für vorhandene Produkte und Angebote die relevanten Zielgruppen identifizieren.

Nutzung der Studie:



# Methodik

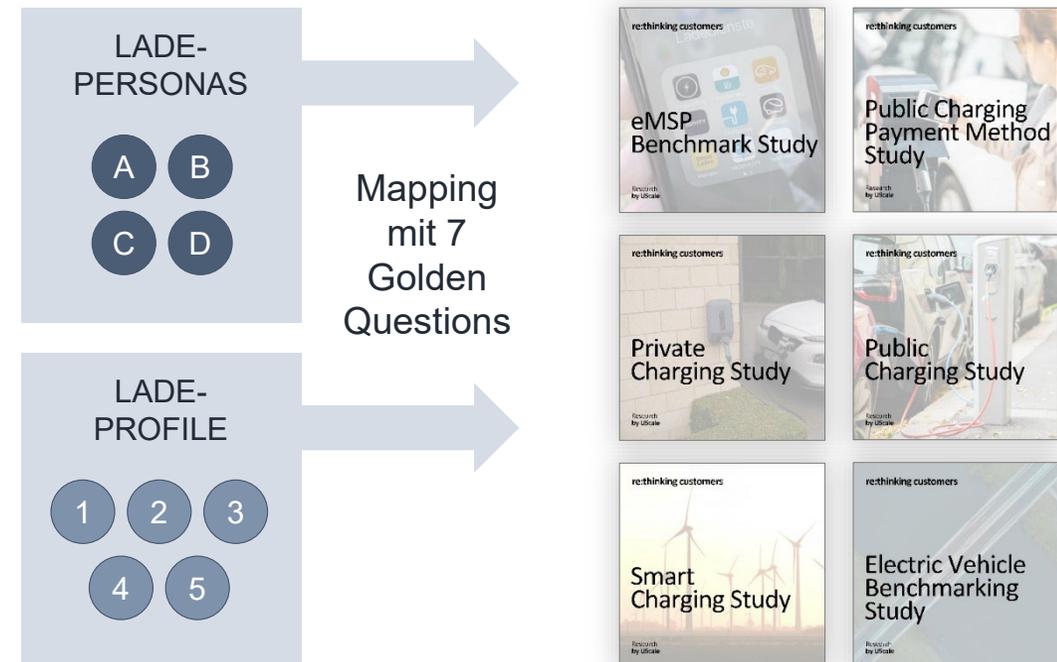
## Ausblick

LADE-PERSONA-STUDIE

### Übertragung der Personas auf alle zukünftigen USCALE-eMobility-Studien.

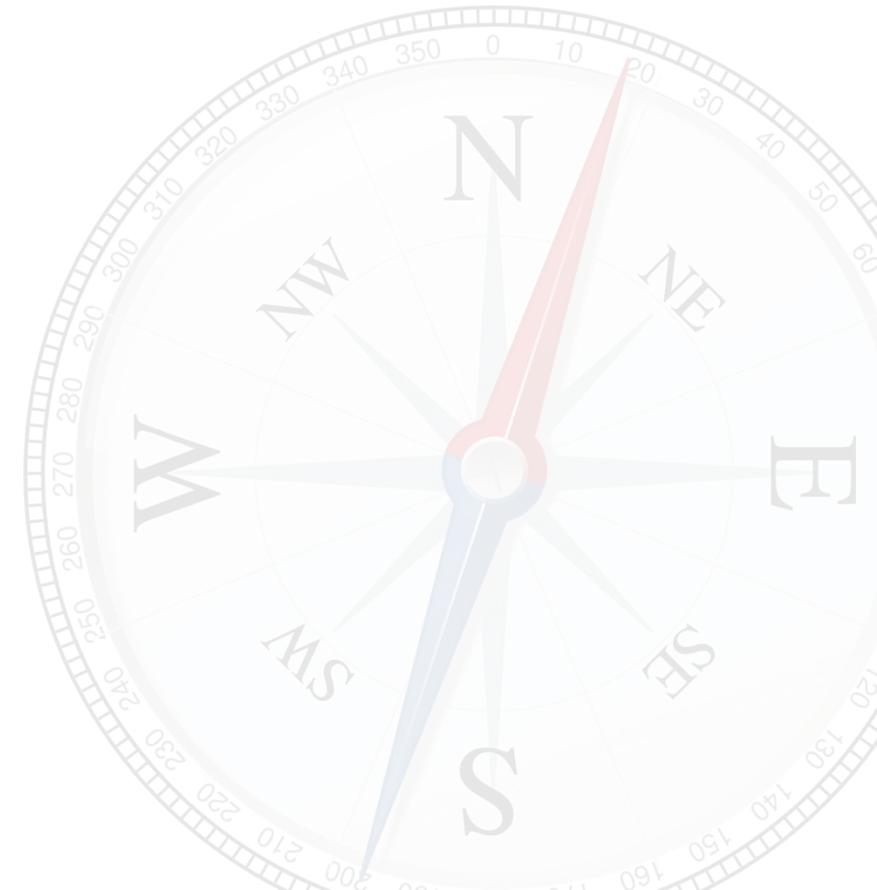
Die **7 Golden Questions** werden seit 2023 in allen USCALE Ladestudien abgefragt. So kann die Clusterung der Ladeprofile und Personas auf alle zukünftigen Studien übertragen und angewendet werden.

Mapping mit anderen USCALE- und Studien von USCALE-Kunden:



# Inhalt

- (1) Management Summary
- (2) Methodik
- ▶ (3) **Personas**
  - 1. Vorstellung der Personas
  - 2. Ladeverhalten der Personas im Vergleich
  - 3. Persona-Steckbriefe
- (4) Ladeprofile
  - 1. Vorstellung der Ladeprofile
  - 2. Fahren, Wohnen, Laden
- (5) Korrelation Personas und Ladeprofile



# EV Personas Übersicht

L A D E - P E R S O N A - S T U D I E

Umweltorientierte  
Techies

Thorsten



Statusbewusste  
Konservative

Andreas



Progressive  
Performer

Sebastian



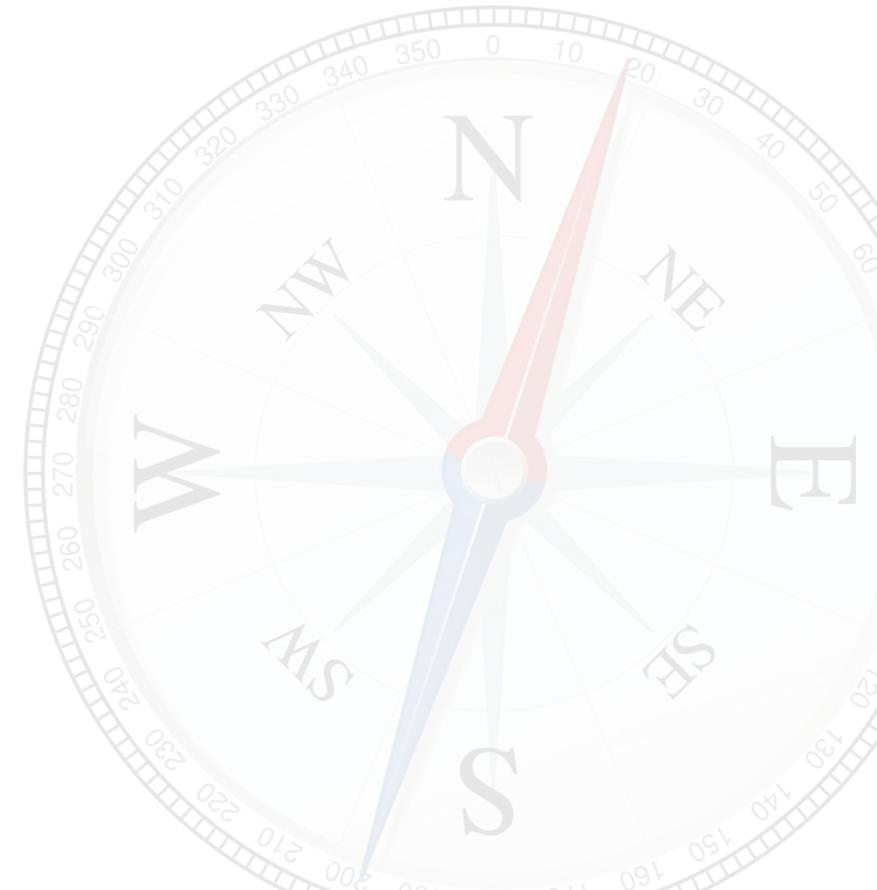
Sparsame  
Pragmatiker

Anna



# Inhalt

- (1) Management Summary
- (2) Methodik
- ▶ (3) **Personas**
  - 1. Vorstellung der Personas
  - 2. Ladeverhalten der Personas im Vergleich
  - 3. **Persona-Steckbriefe**
- (4) Ladeprofile
  - 1. Vorstellung der Ladeprofile
  - 2. Fahren, Wohnen, Laden
- (5) Korrelation Personas und Ladeprofile



# Vorbemerkung zur Methode

## Vereinfachte Darstellungen.

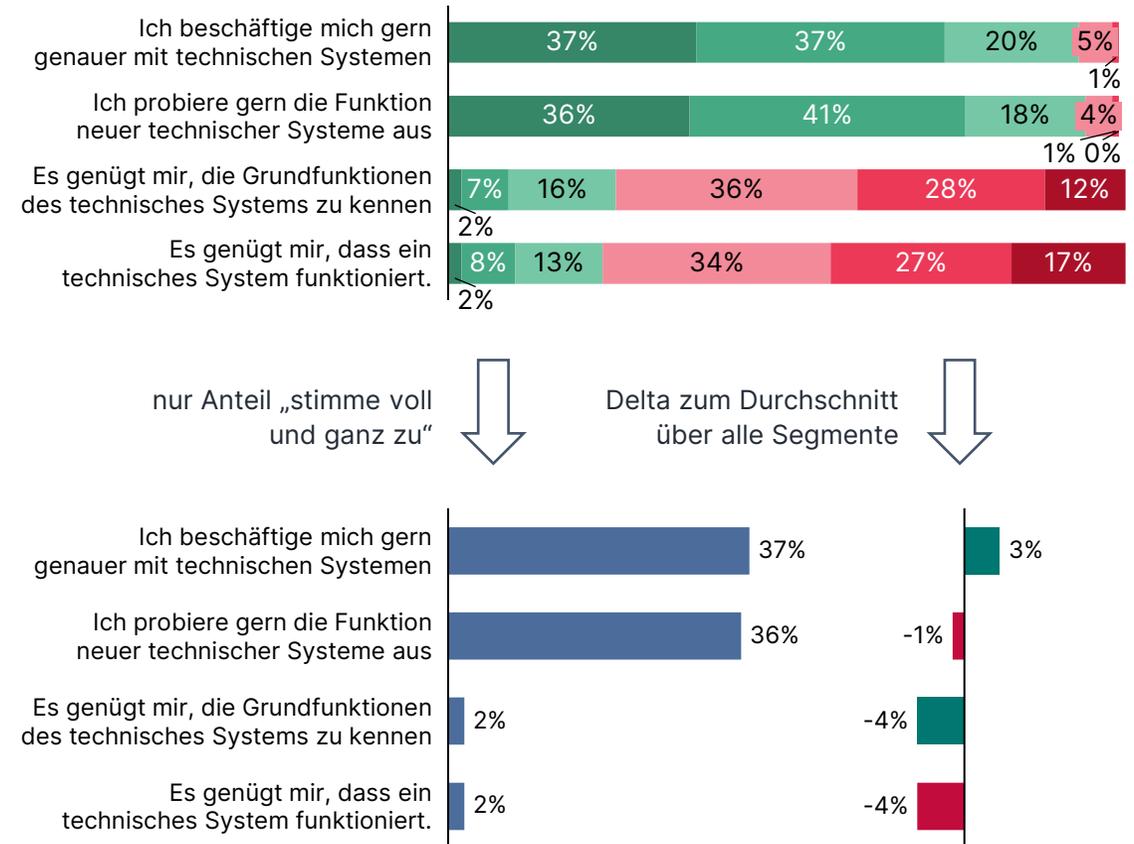
Ein großer Teil der abgefragten Merkmale wurde mit einer 5er-Skala erhoben. Für die Clusterung wurden alle Skalenwerte genutzt.

Um die Unterschiede in den Segmenten in den folgenden Darstellungen deutlich zu machen, wurden jeweils nur die Werte für „stimme voll und ganz zu“ genutzt. Das zur Studie gehörende Dashboard zeigt alle Werte.

Die Deltawerte beschreiben den Unterschied dieser Werte zum Durchschnitt aller Befragten.

### Technikaffinität

Beispiel



# Persona 1: Ökobewusste Techies (Demographics)

Insgesamt 11 Folien pro Persona

LADE-PERSONA-STUDIE

## Ökobewusste Techies

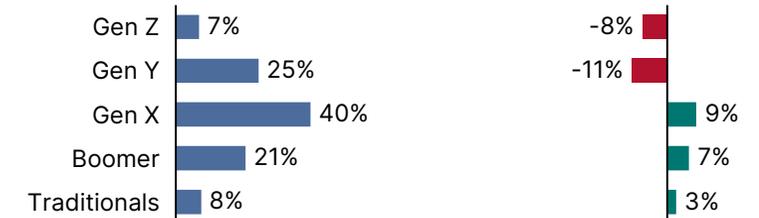


- Umweltorientierte Techies sind hochmotivierte E-Autofahrer. Sie schätzen Innovation, Fahrspaß, ökologische und Kostenvorteile.
- Sie interessieren sich für technische Performance und digitale Angebote. Ihr Interesse an Individualisierung, Wartung und persönlichen Services ist gering.
- Ihr Vertrauen in Experten ist hoch, das in Autohändler gering.
- Sie lesen eher regionale Zeitungen und viele Fachzeitschriften. Relevante Themen sind Bildung, Politik und Wissenschaft.

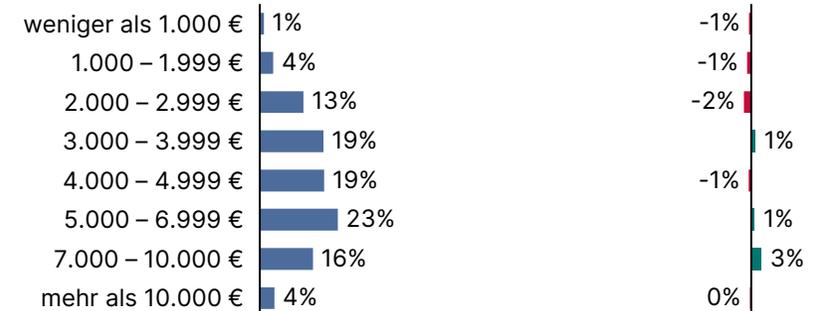
### Geschlecht



### Alter



### Einkommen

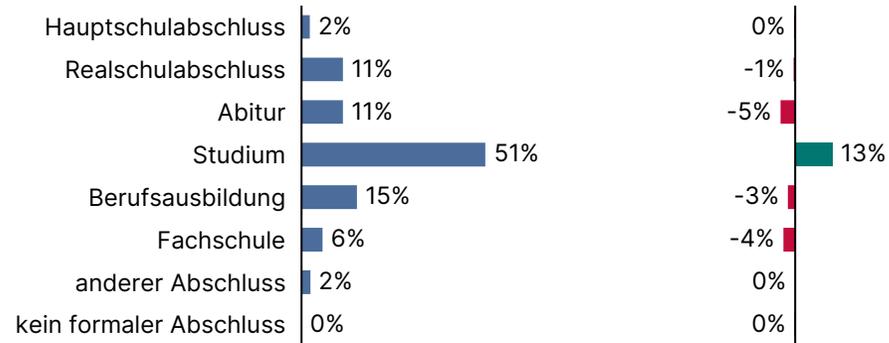


# EV Personas

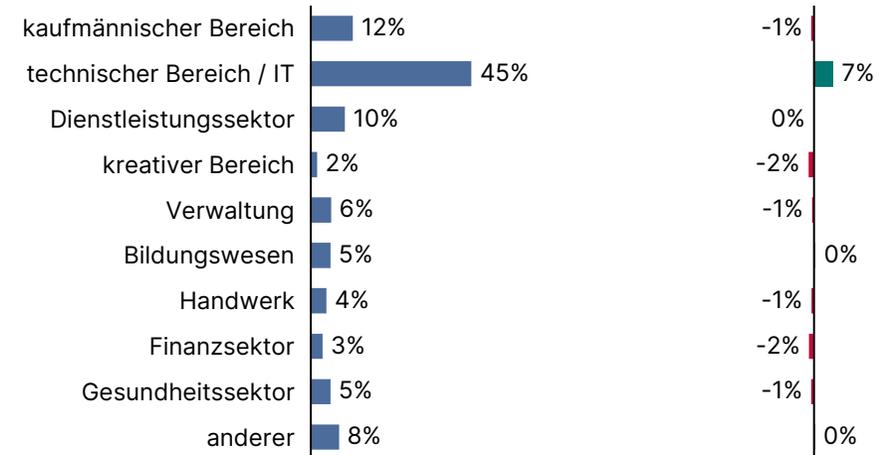
## Persona 1: Ökobewusste Techies (Demographie)

Insgesamt 11 Folien pro Persona

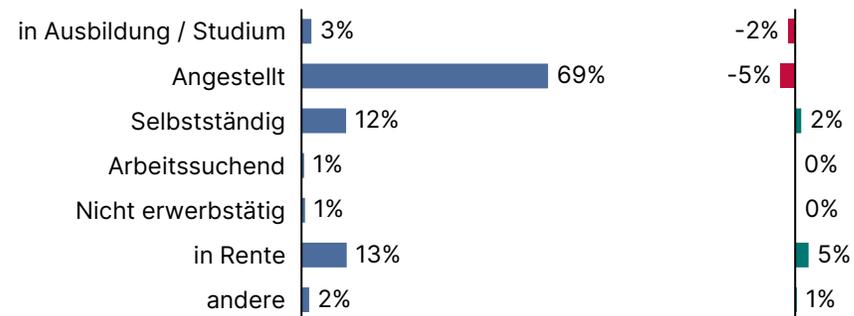
### Bildungsstand



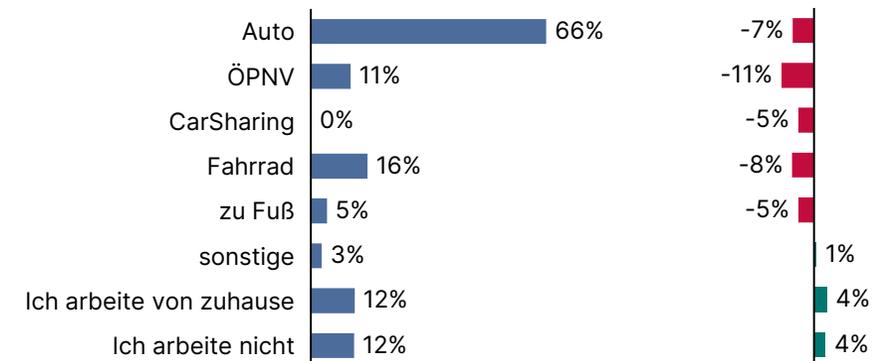
### Tätigkeitsfeld



### Anstellungsverhältnis



### Pendeln zur Arbeit



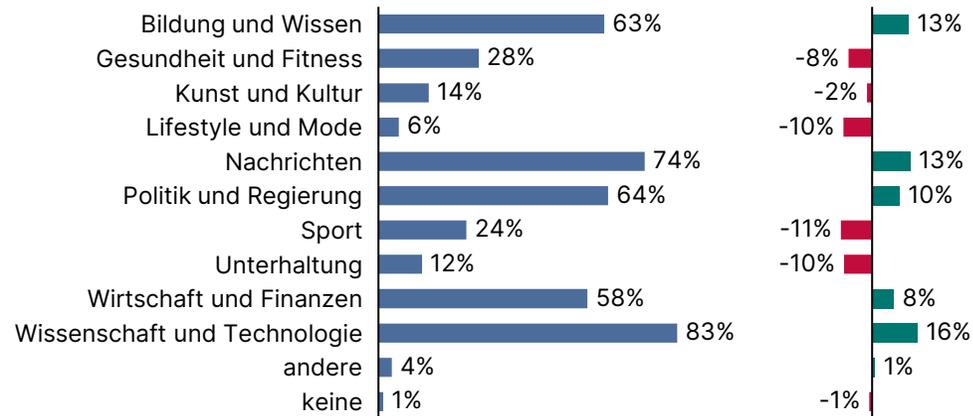


## EV Personas

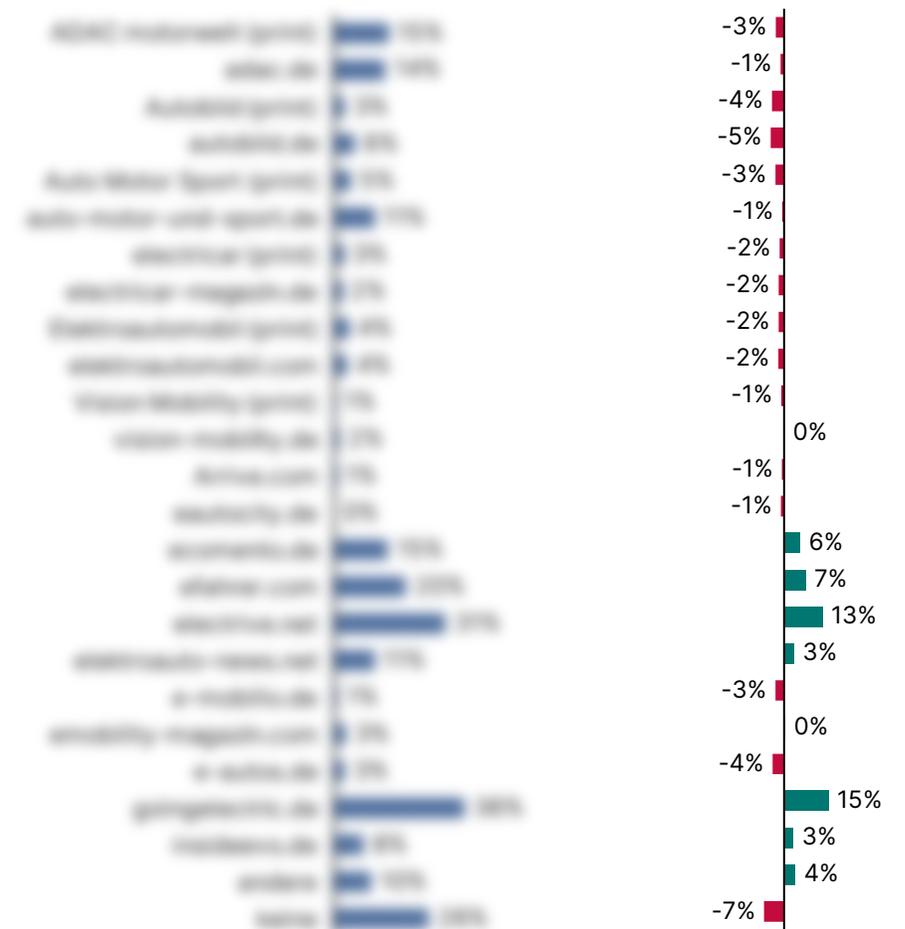
# Persona 1: Ökobewusste Techies (Mediennutzung, Themen, Kanäle)

LADE-PERSONA-STUDIE

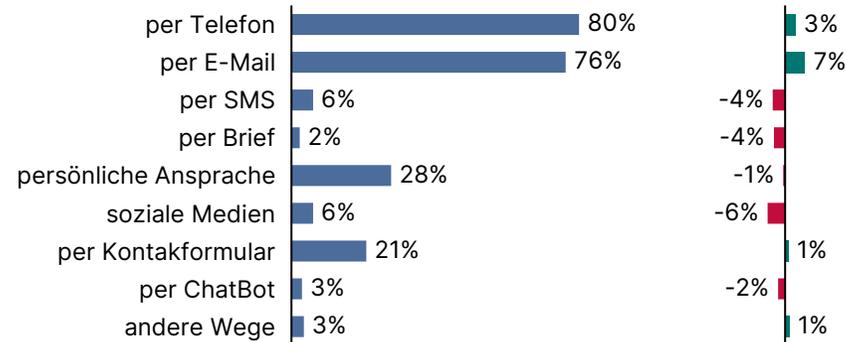
### Themenbezogene Interessen



### Themenbezogene Magazine



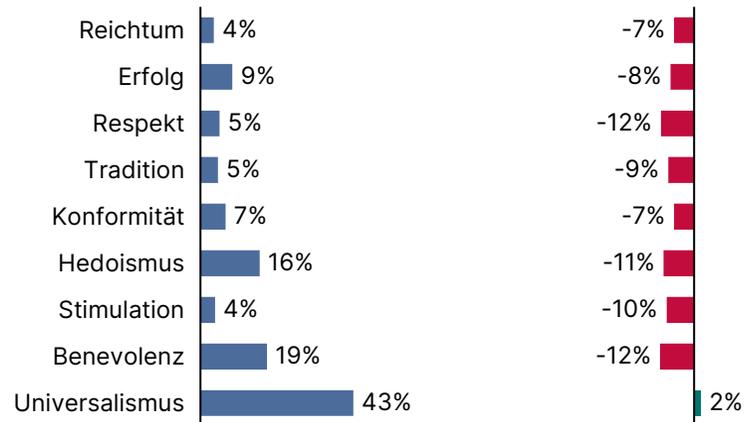
### bevorzugte Kommunikationskanäle



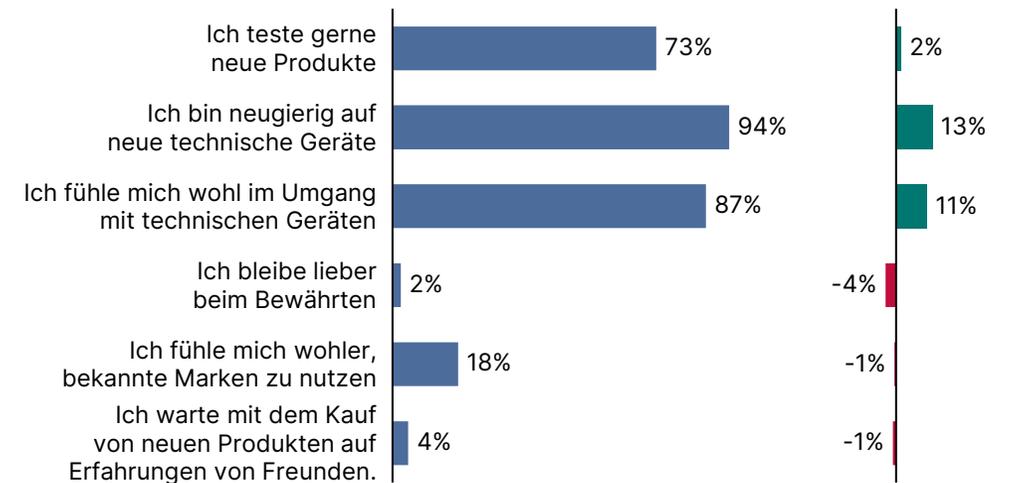
## EV Personas

# Persona 1: Ökobewusste Techies (Einstellungen zu Politik und Technik)

### Werte



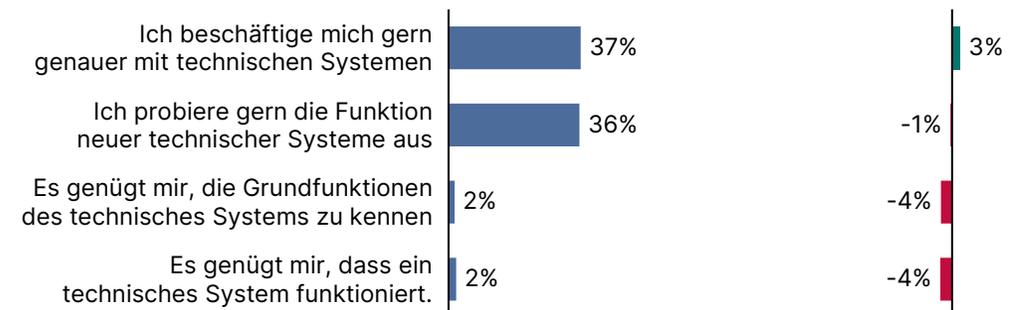
### Innovationsbezogene Einstellungen



### Politische Einstellungen

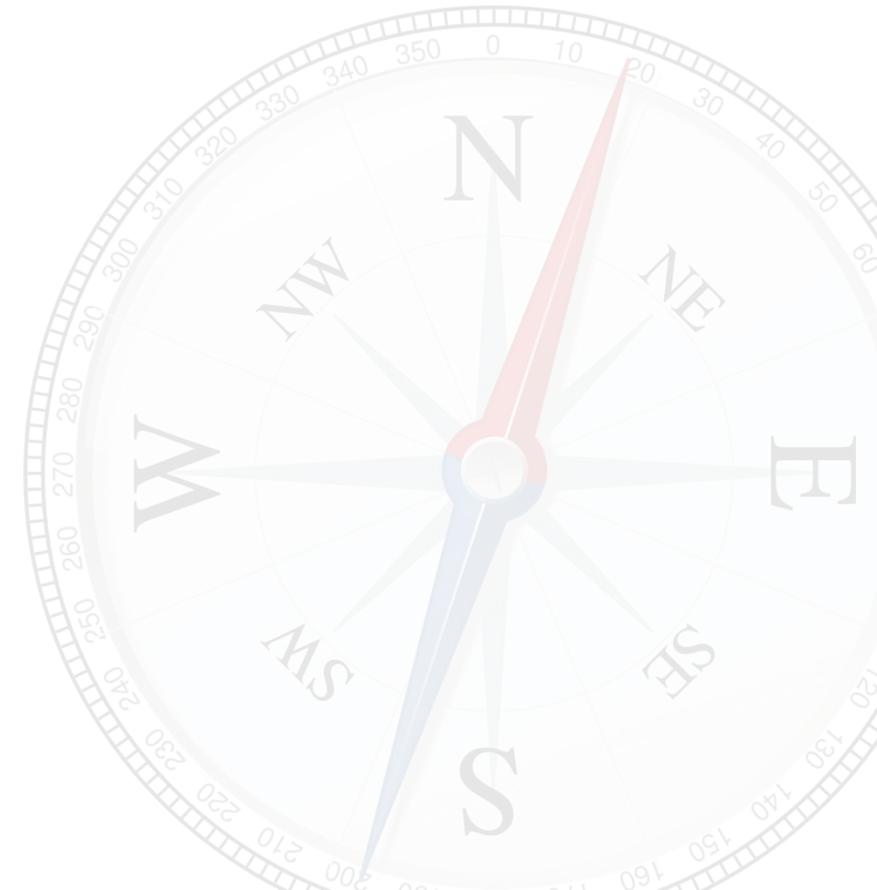


### Technologie-Affinität



# Inhalt

- (1) Management Summary
- (2) Methodik
- (3) Personas
  1. Vorstellung der Personas
  2. Ladeverhalten der Personas im Vergleich
  3. Persona-Steckbriefe
- ▶ (4) **Ladeprofile**
  1. **Vorstellung der Ladeprofile**
  2. Fahren, Wohnen, Laden
- (5) Korrelation Personas und Ladeprofile



# Ladeprofile Übersicht

Auf Basis des Fahr-, Wohn- und Ladeverhaltens ergeben sich 5 Ladeprofile.

LADE-PERSONA-STUDIE

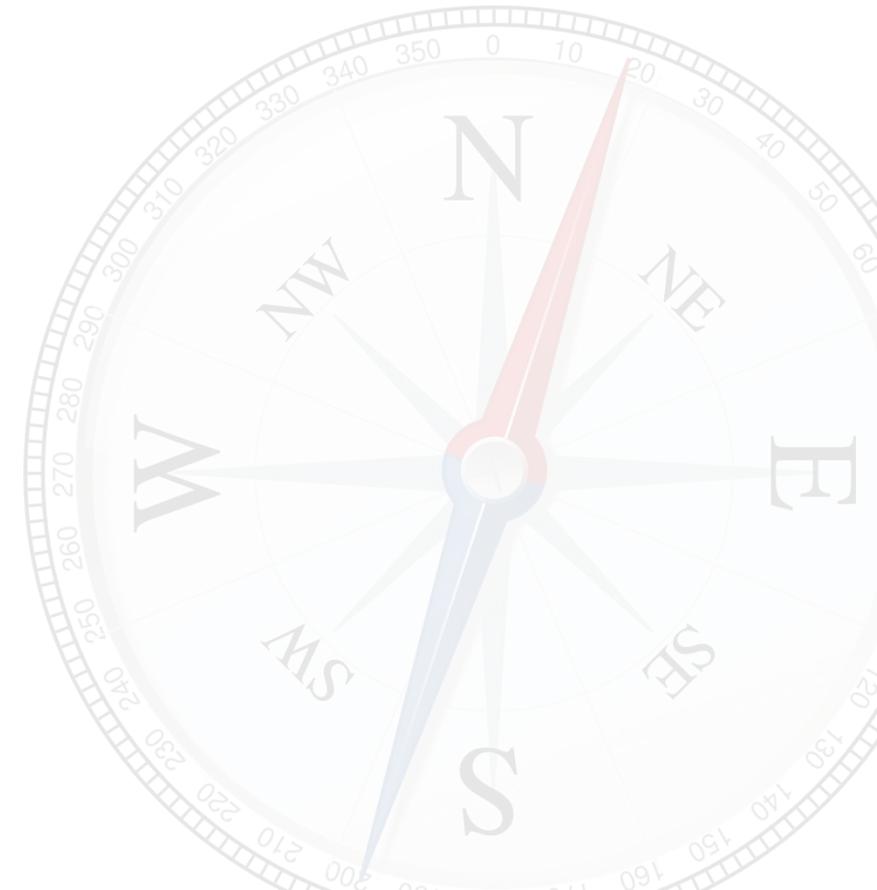
Homebodies	Commuter	Flexibles	Long Drivers	Metropolitans
<i>(Blurred content)</i>				
<i>(Blurred content)</i>				



Die Clustergrößen hängen stark von Rekrutierung ab.  
Die gezeigten Anteile sind deshalb nur Schätzwerte.

# Inhalt

- (1) Management Summary
- (2) Methodik
- (3) Personas
  - 1. Vorstellung der Personas
  - 2. Ladeverhalten der Personas im Vergleich
  - 3. Persona-Steckbriefe
- ▶ (4) **Ladeprofile**
  - 1. Vorstellung der Ladeprofile
  - 2. **Fahren, Wohnen, Laden**
- (5) Korrelation Personas und Ladeprofile



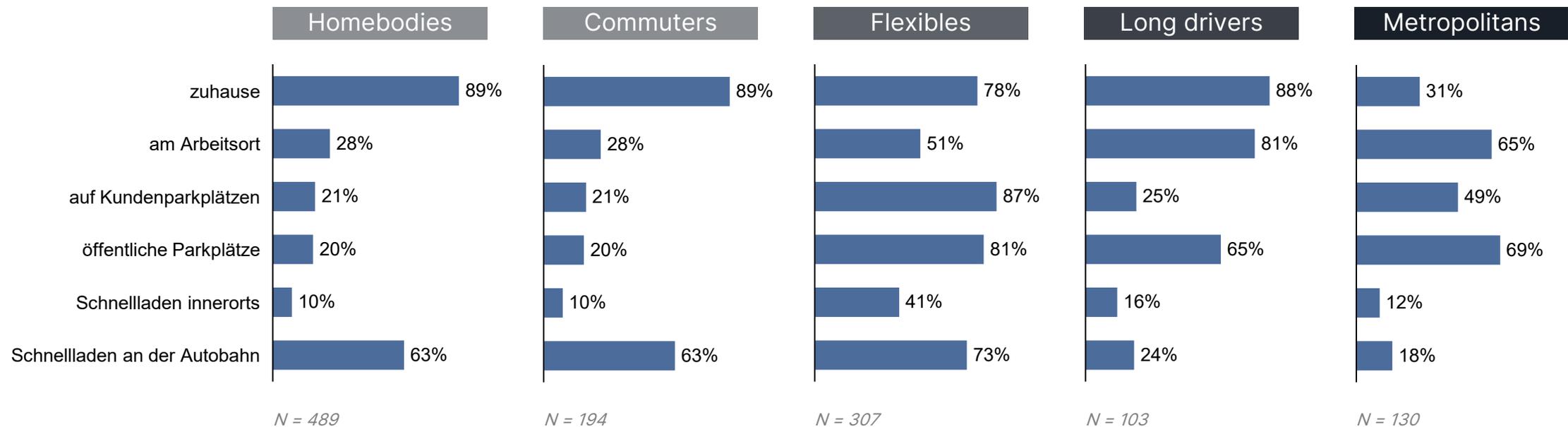
# Ladeprofile

## Ladeorte

Homebodies und Commuter laden vor allem zuhause. Bei den anderen Ladeprofilen sind auch andere Ladeorte sehr beliebt.

*“Wo laden Sie Ihren [Marke + Modell]?”*

LADE-PERSONA-STUDIE





SCALE YOUR USER  
SCALE YOUR BUSINESS

## Dr. Axel Sprenger

Managing Director  
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 Silberburgstraße 112  
70176 Stuttgart

