



Charging Tariff & Pricing Study 2025

Kundenbindung und Utilization mit den passenden Ladetarifen

Presse-Handout
03.06.25

USCALE GmbH
www.uscale.digital

Studien-Ergebnisse

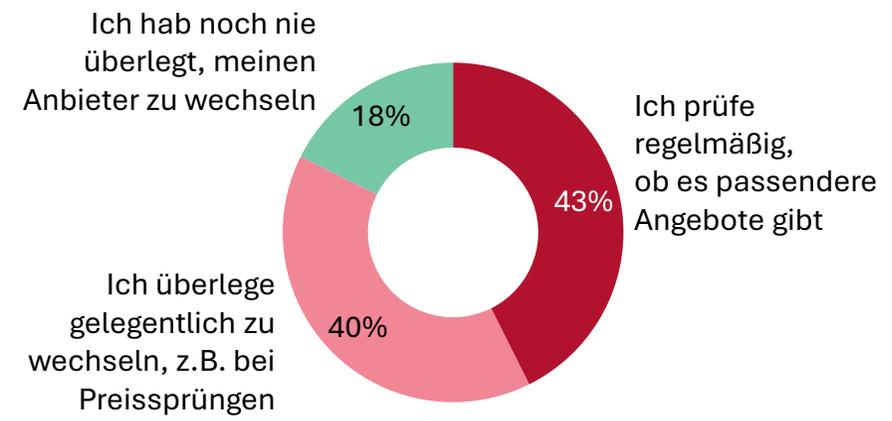
1

Hohe Wechselneigung unter EV-Fahrenden

Über 80% überlegen regelmäßig oder gelegentlich, den Anbieter zu wechseln.

Early Adopter zeigen eine etwas höhere Kundenbindung als die Pioniere.

Kundenbindung bei Ladetarifen:



„Ganz grundsätzlich: Welche Aussage passt für Sie am besten?“

Studien-Ergebnisse

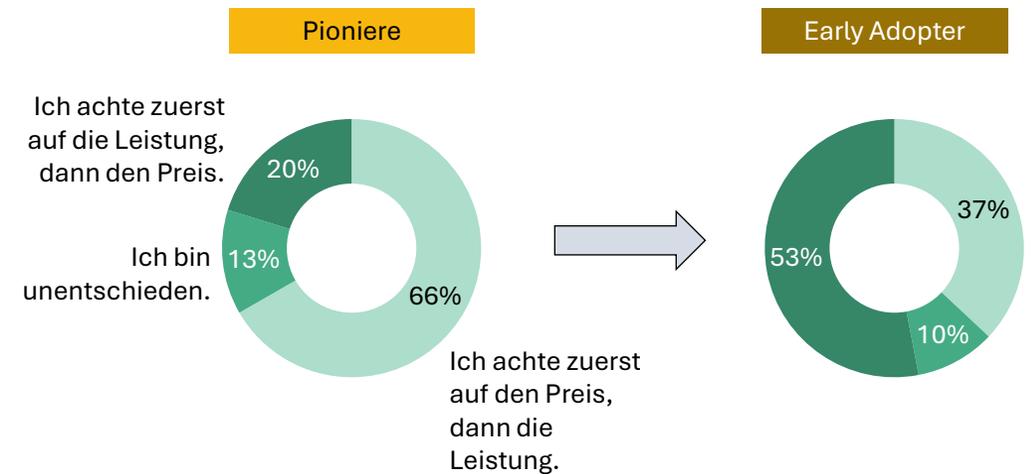
2

Leistung aktuell wichtiger als Preis

Die hohen öffentlichen Ladepreise werden in der Presse intensiv diskutiert. Aus Sicht der aktuellen EV-Fahrenden sind überraschenderweise weniger wichtig.

Während Ladepreise für die Pioniere der Elektromobilität eine große Rolle spielen, achten die, die erst seit kürzerem elektrisch fahren, die sogenannten Early Adopter, weniger auf den Preis.

Relevanz des Preises im Vergleich zur Leistung eines Ladetarifs:



„Beim öffentlichen Laden: Welche Rolle spielt für Sie der Preis im Vergleich zur Leistung?“

Studien-Ergebnisse

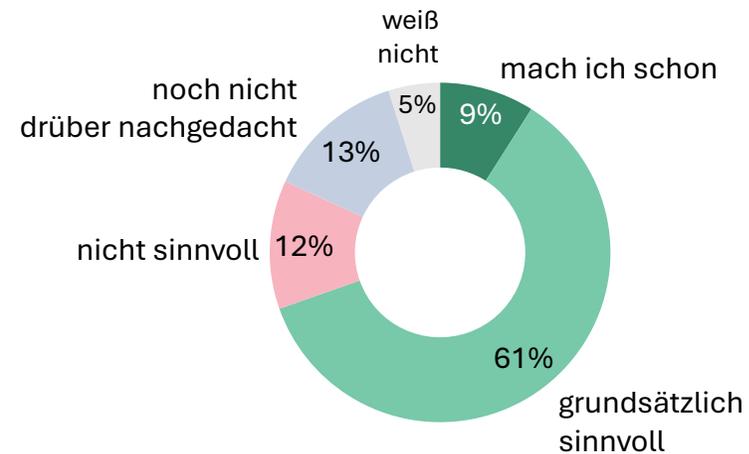
3

Verschmelzung von Haus- und Ladestrom

Die Offenheit der E-Auto-Fahrenden für alternative Tarifmodelle und Tarifstrukturen ist groß.

Ein Beispiel: 70% der Befragten halten eine Kombination von Haus- und Ladestrom unterwegs für sinnvoll oder sie beziehen beides bereits vom gleichen Anbieter. Auch von den übrigen 30% sind 13% ansprechbar.

Haus- und Ladestrom unterwegs vom gleichen Anbieter?



„Was halten Sie davon, Strom zuhause und unterwegs vom gleichen Anbieter zu beziehen?“

Zielgruppe

Umfrage:

- Zielgruppe: Besitzer von vollständig batteriebetriebenen Elektrofahrzeugen (keine Plug-in-Hybride), die zumindest gelegentlich an öffentlichen Ladestationen laden
- Umfrage: Online-Umfrage (CAWI)
- Markt: Deutschland
- Rekrutierung: Social Media, Access Panel
- Dauer des Interviews: 15 Minuten
- Datenerhebung: April 2025

Größe der Stichprobe:

- insgesamt: N = 1.722
- davon:
 - Pioniere*: N = 649
 - Early Adopter: N = 1.073



* Die Mehrheit der Teilnehmer des Social-Media-Panels gehört zu den Early EV-Adoptern und den technisch versierteren Personen. Im Bericht wird diese Gruppe als **Pioniere** bezeichnet.

Die Befragten aus den Access Panels sind in der Regel weniger technikaffin und sind erst später auf ein EV umgestiegen. Der Bericht bezeichnet diese Gruppe als das **Early Adopter**.

Zielsetzung

Ausgangssituation:

- Der Markt für Ladetarife ist geprägt von einer Vielzahl von Anbietern und entsprechend starkem Wettbewerb.
- Mit dem Einstieg neuer Kundensegmente in die Elektromobilität ändern sich die Randbedingungen und Präferenzen der Nutzer laufend.
- Anbieter müssen sich positionieren und auch differenzieren. So gewinnt die Frage nach den relevanten Entscheidungskriterien bei den verschiedenen Nutzergruppen an Bedeutung.

Fragen:

- Welche Rolle spielt der Preis? Welchen Einfluss haben andere Tarifmerkmale auf die Tarifentscheidung?
- Wie hoch ist die Akzeptanz bei Tariferhöhungen, bevor Nutzende entscheiden, zu einem anderen Tarif zu wechseln?
- Welche Unterschiede gibt es zwischen verschiedenen Zielgruppen und in Abhängigkeit anderer vorgelagerter Entscheidungen?





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

