

EV Charging Services Study 2025



CPO- und eMSP-Lade-Dienste aus der Sicht der Nutzenden

Presse-Handout
16.09.25

USCALE GmbH
www.uscale.digital

Management Summary

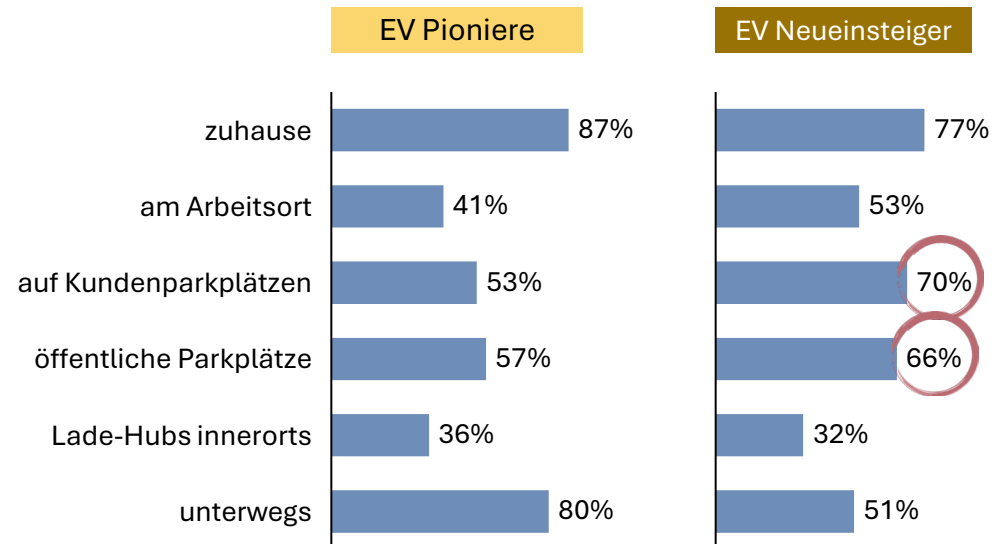
1

Öffentliches Laden gewinnt weiter an Bedeutung

EV-Neueinsteiger, die öffentlich laden, nutzen öffentliche Ladeinfrastruktur häufiger als EV-Pioniere.

Mit zunehmender EV-Adoption steigt die Nutzung öffentlicher Ladesäulen also überproportional an.

Genutzte Ladeorte:



„Wo laden Sie Ihr E-Auto?“
(Mehrfachantwort möglich)

Management Summary

2

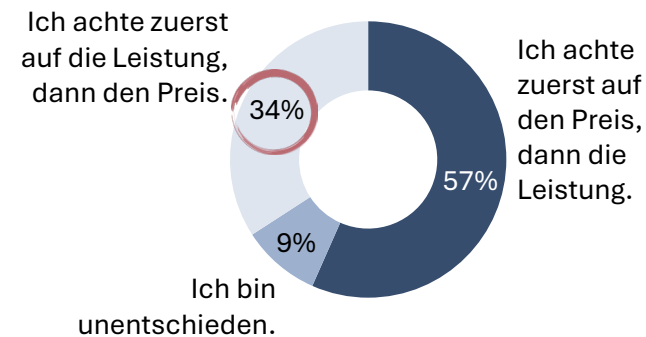
Leistungsversprechen wird wichtiger als der Preis

Die Befragten teilen sich in zwei in etwa gleich große Gruppen der leistungs- und preisorientierten EV-Fahrer.

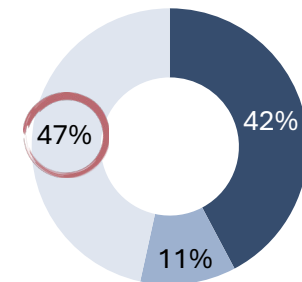
Entgegen den Erwartungen nimmt die Preisorientierung (derzeit) ab. Zuverlässigkeit und Verfügbarkeit rücken in den Vordergrund.

Genutzte Ladeorte:

EV Pioniere



EV Neueinsteiger



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

Management Summary

3

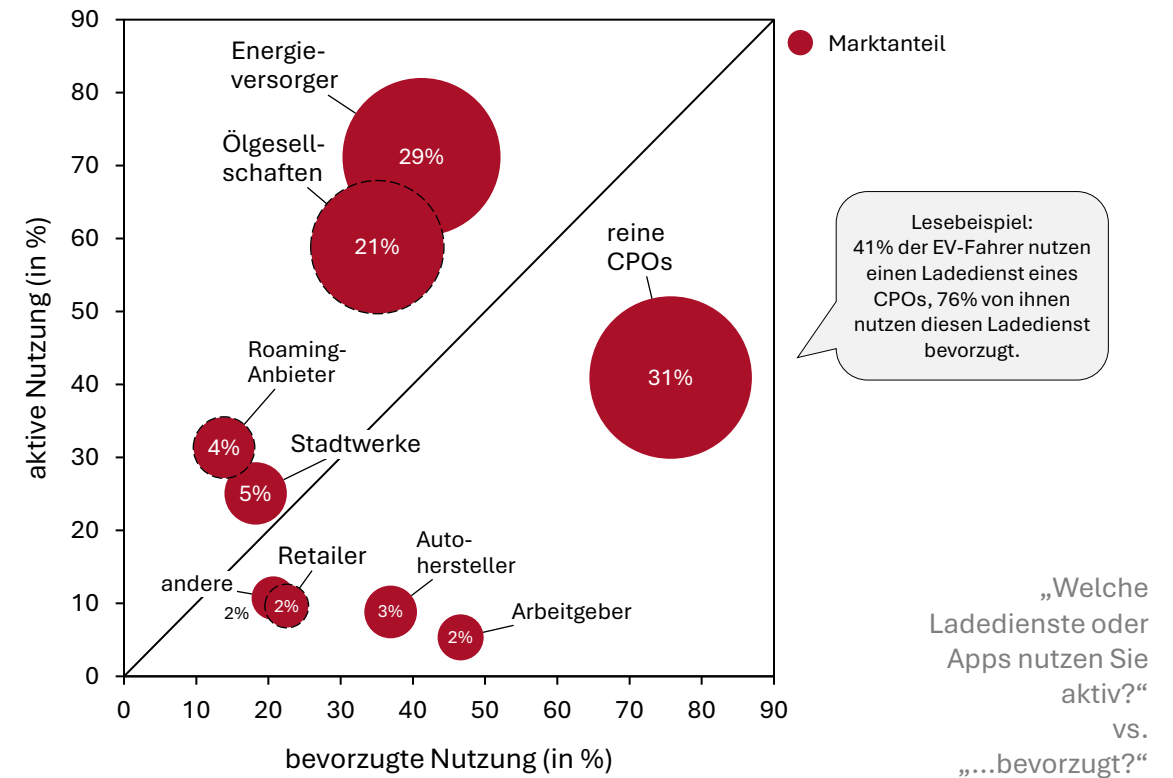
Mineralölgesellschaften gewinnen Marktanteile

Energieversorger und reine CPOs halten jeweils rund 30% des Marktes. CPOs werden von weniger EV-Fahrern aktiv genutzt als Energieversorger. Die, die sie nutzen, nutzen sie jedoch häufiger als bevorzugten Anbieter.

Ölgesellschaften liegen mit 21% Marktanteil deutlich dahinter, können aber gegenüber dem letzten Jahr (13%) zulegen. Sie gewinnen vor allem unter den EV-Fahrenden, die erst vor kurzem auf ein E-Auto umgestiegen sind.

Roaminganbieter legen nach Jahren des Rückgangs erstmals wieder leicht zu.

Aktiv vs. bevorzugt genutzte Ladedienste:



Management Summary

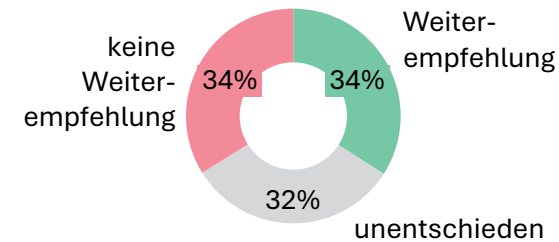
4

Im Mittel nur geringe Weiterempfehlungsbereitschaft

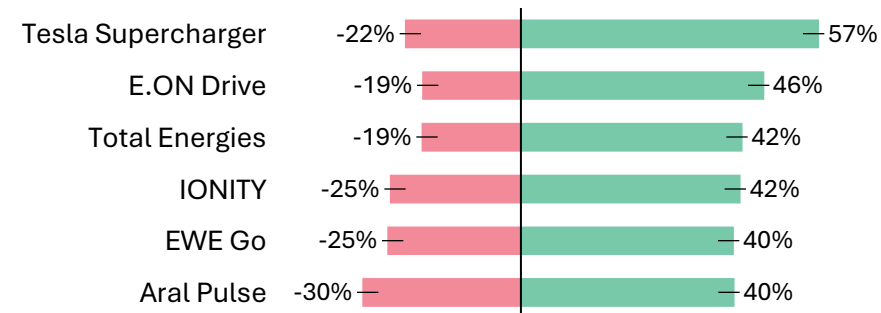
Die Unterschiede zwischen den Anbietern sind groß, aber die Werte für den Net Promotor Score, einer Kennzahl für die Weiterempfehlungsbereitschaft, sind über alle Anbieter verhalten.

Die Werte zeigen erheblichen Handlungsbedarf für alle Anbieter der Branche.

Weiterempfehlungsbereitschaft über alle Anbieter:



Weiterempfehlungsbereitschaft für TOP-6-Anbieter (von 32):



„Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die folgenden Ladeservices einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen würden?“

Zielgruppe

Umfrage:

- Zielgruppe: Besitzer von vollständig batteriebetriebenen Elektrofahrzeugen (keine Plug-in-Hybride), die öffentlich laden
- Umfrage: Online-Umfrage (CAWI)
- Markt: Deutschland
- Rekrutierung: Social Media, Access Panel
- Dauer des Interviews: 15-20 Minuten
- Feldphase: Juli / August 2025

Stichprobe:

- insgesamt: N = 2.210
- davon:
 - Social Media: N = 773 (35%)
 - Access Panel: N = 1437 (65%)



Zielsetzung

Ausgangssituation:

- Ladedienste bieten den Anbietern nicht nur Einnahmequellen, sondern sind auch ein wichtiges Instrument zur Kundenbindung. Voraussetzung ist, dass die EV-Fahrer die Dienste aktiv und vor allem bevorzugt nutzen.
- Die große Anzahl von eMSP- und CPO-Angeboten führt zu einem harten Wettbewerb auf einem schnell wachsenden Markt, in dem Marken zur Differenzierung wichtiger werden.

Fragen:

- Welche eMSP- oder CPO-Angebote werden von den EV-Fahrern aktiv genutzt und welche bevorzugt? Wie hoch sind die Marktanteile der wichtigsten Anbieter(gruppen)? Welche Trends zeichnen sich im Zeitverlauf ab?
- Wie werden die eMSP- und CPO-Marken wahrgenommen?
- Wie entscheiden sich EV-Fahrende für einen bevorzugten Ladedienst?
- Welche Unterschiede gibt es zwischen den verschiedenen Zielgruppen?





SCALE YOUR USER
SCALE YOUR BUSINESS



Dr. Axel Sprenger

Geschäftsführer
USCALE GmbH

mail axel.sprenger@uscale.digital
phone +49 172-1551 820
web www.uscale.digital
post Silberburgstraße 112
 70176 Stuttgart