

AUSZUG
(aus insg. 100 Seiten)

Fleet Charging Study 2026

Die Elektrifizierung der Flotten aus Unternehmenssicht

Management Summary

- Die Betreiber werden in der Finanzierung ihrer Flotten große Investitionen tätigen müssen. Hauptbarrieren der Flotten-Erweiterung sind nicht die Kosten der Flotten, sondern andere Faktoren in Kombination.
- Die die Finanzierung und Investitionsentscheidungen sind größtenteils abhängig von anderen Faktoren. Die Flottenvergrößerung, erweitert den Betrieb und stellt Flotten in der Fertigung und Logistik dar. Die Flottenkosten sind eng mit anderen Faktoren wie wirtschaftlicher Herausforderungen.
- **Wahrgenommene Risiken**
 - Risiko der Finanzierung der eigenen Flottenkosten und Investitionen durch die Mitarbeiter, kleine Flotten und Unternehmen.
 - Die Flotten werden in Zukunft größtenteils durch kleine und mittelere Unternehmen, die sich in der Flottenvergrößerung befinden und kleine Unternehmen, die Flotten ausbauen.
 - Die Flottenvergrößerung ist abhängig von verschiedenen Faktoren wie Investitionen, kleine Unternehmen, steigende Investitionen.
 - Die Flottenkosten steigen mit der Flottenvergrößerung und dem Risiko der Flottenkosten werden sich erhöhen und die Flottenvergrößerung wird erschwert.
 - Die Flottenkosten werden sich erhöhen und die Flottenkosten werden sich erhöhen, die Flottenkosten werden sich erhöhen und die Flottenvergrößerung wird erschwert.
 - Die Flottenkosten werden sich erhöhen und die Flottenkosten werden sich erhöhen, die Flottenkosten werden sich erhöhen und die Flottenvergrößerung wird erschwert.
- **Wahrgenommene Chancen**
 - Die Flottenkosten werden sich erhöhen und die Flottenkosten werden sich erhöhen, die Flottenkosten werden sich erhöhen und die Flottenvergrößerung wird erschwert.
 - Die Flottenkosten werden sich erhöhen und die Flottenkosten werden sich erhöhen, die Flottenkosten werden sich erhöhen und die Flottenvergrößerung wird erschwert.
 - Die Flottenkosten werden sich erhöhen und die Flottenkosten werden sich erhöhen, die Flottenkosten werden sich erhöhen und die Flottenvergrößerung wird erschwert.
 - Die Flottenkosten werden sich erhöhen und die Flottenkosten werden sich erhöhen, die Flottenkosten werden sich erhöhen und die Flottenvergrößerung wird erschwert.

Management Summary

1

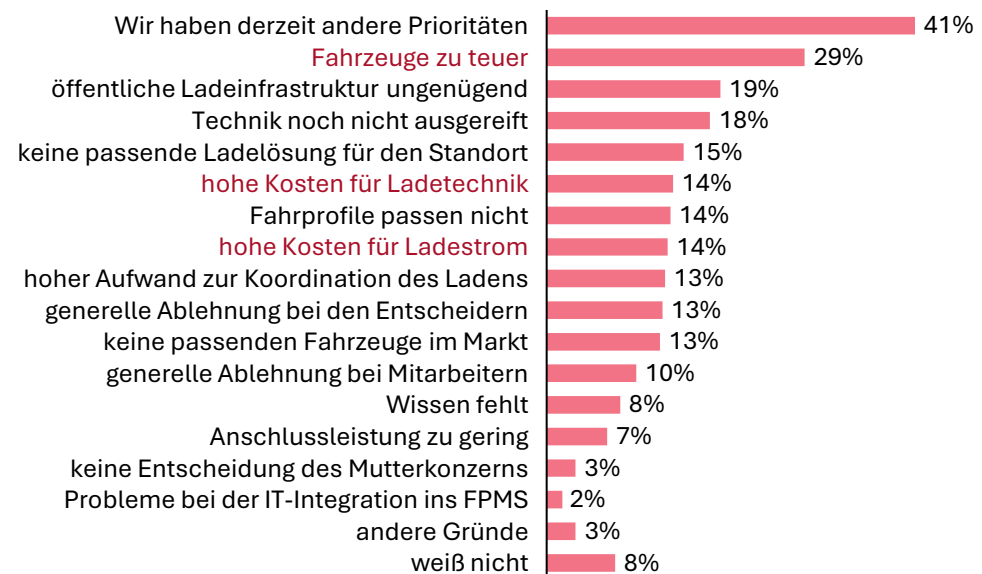
Nicht-Elektrifizierer haben gerade andere Sorgen

Während in der Umfrage 2024 noch eindeutig die hohen Kosten für Fahrzeuge, Ladeinfrastruktur und Energie im Vordergrund standen, verlieren Kostenthemen an Bedeutung.

Stattdessen werden praktische Aspekte rund um das Laden wichtiger.

Der Hauptgrund für die Ablehnung ist ein Aspekt, der mit der Elektrifizierung nur wenig zu tun, nämlich dass Unternehmen schlicht andere Prioritäten haben.

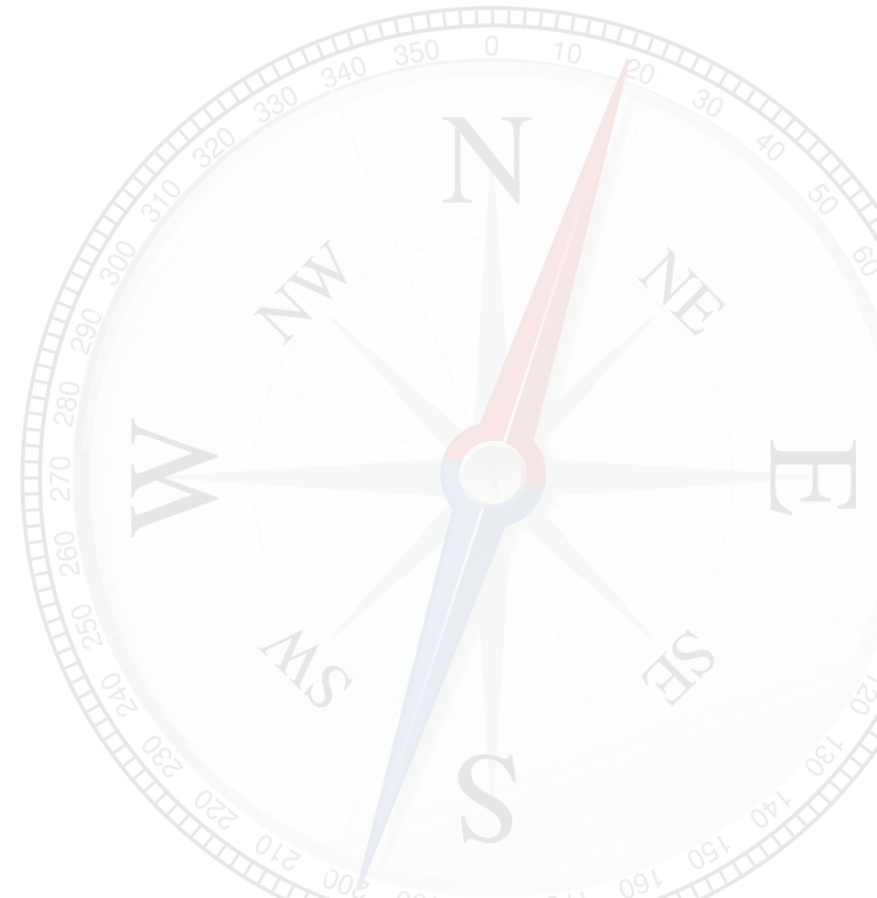
Barrieren bei der Elektrifizierung von Unternehmensflotten:



„Warum kommt die Elektrifizierung für Ihr Unternehmen aktuell nicht in Frage?“

Inhalt

1. Management Summary
2. **Methodik**
3. Status der Elektrifizierung
4. Struktur der Zielgruppe
 - Unternehmen
 - Standort
 - Fuhrpark
5. Ziele und Hürden der Elektrifizierung
 - Ziele der Elektrifizierung
 - Barrieren und Herausforderungen
6. Charging Use-Cases
7. Charge @depot
 - Gesuchte Lösung
 - Purchase Funnel
 - Anbieterwahl
 - IT und Systemintegration
8. Charge @public
 - Genutzte Ladekarten, Kriterien
 - Laden aus Sicht der LKW-Fahrenden
9. Charge @home



Zielsetzung

Ausgangslage:

- Die Elektrifizierung gewerblicher Fuhrparks ist ein zentraler Hebel, um die Dekarbonisierung von Unternehmen voranzutreiben.
- Gleichzeitig ist sie deutlich komplexer als das Privatkundensegment, weil unterschiedliche Fahrzeugtypen, Standorte, Lade-Szenarien und IT-Systeme zusammengebracht werden müssen.

Fragestellung:

- Die Studie zeigt den Status quo der Elektrifizierung gewerblicher Flotten in Deutschland, Zielbilder und zentrale Hürden.
- Sie identifiziert relevante Lade-Use-Cases für Pkw, Transporter und Lkw sowie die Lösungen, die Unternehmen für Depot, unterwegs, beim Kunden und zu Hause suchen.
- Sie beschreibt, welche System- und Schnittstellenanforderungen an Lade-Management, Fuhrpark-Systeme, Energie-Management und Abrechnung gestellt werden.
- Sie untersucht, nach welchen Kriterien Unternehmen Anbieter von Hardware, Software, Bau und Betrieb von Ladelösungen auswählen.



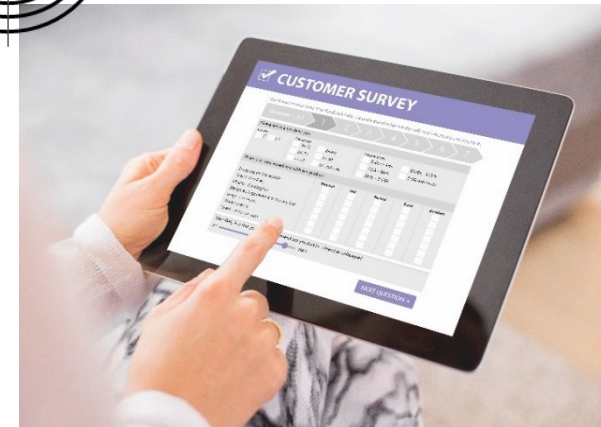
Stichprobe

Erhebung:

- Zielgruppe: Mitarbeitende von Unternehmen, die alleine oder mit anderen zusammen Entscheidungen zum Firmenfuhrpark treffen (Ausschluss: Ein-Mann-Unternehmen)
- Befragung: Online-Survey (CAWI)
- Land: Deutschland
- Interviewdauer: 15 min
- Feldphase: April 2026

Stichprobe:

- Gesamtstichprobe: N = 1.213
davon bereits mit Elektrifizierung beschäftigt:
 - ja: N = 873 ⇒ vollständige Befragung nur Ausschnitt
 - nein: N = 340 ⇒ nur Ausschnitt
- Rekrutierung: mehrere Panels*
davon:
 - Bilendi: N = 703
 - Dataforce: N = 388
 - moweb: N = 51
 - eTrucker-Plattform: N = 71



* Das **Bilendi-Panel** wurde bewusst nicht nach Unternehmen quotiert, die bereits elektrifizieren.

Bei **Dataforce** und **moweb** fand eine Selektion nach e-affinen Unternehmen statt.

Die **eTrucker-Plattform** ist eine Social-Media-Plattform, die sich auf die Elektrifizierung von LKW fokussiert hat.

Studienkonzept

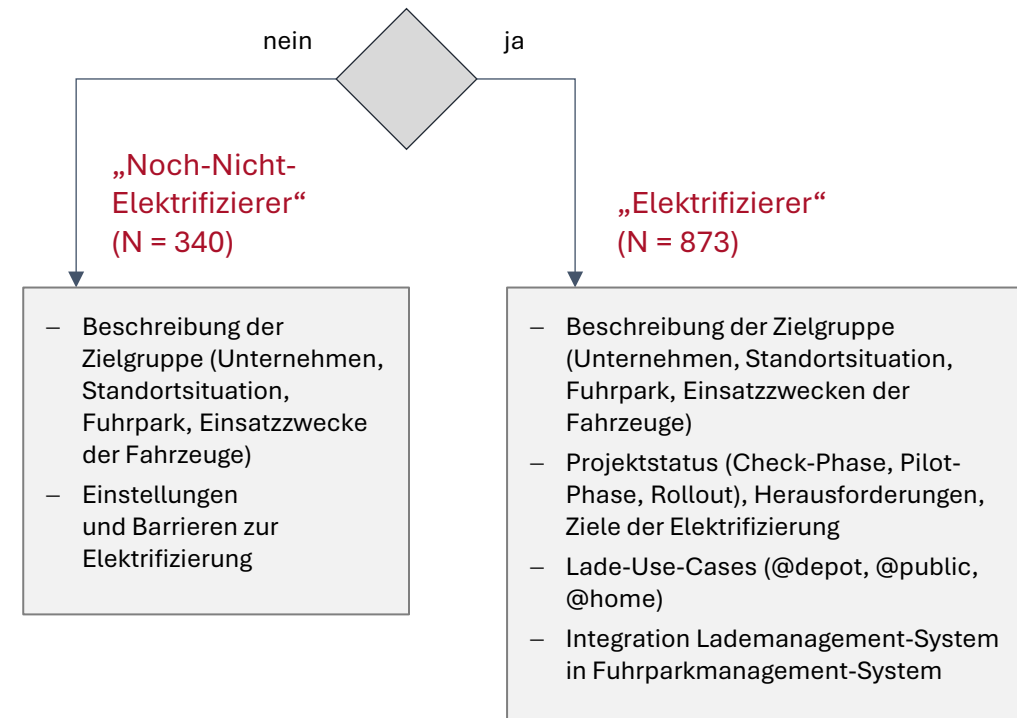
Ansatz

- Eine zentrale Frage der Studie ist, ob sich das Unternehmen des Befragten bereits mit der Elektrifizierung des Fuhrparks beschäftigt und wo es auf dem Weg zur Elektrifizierung steht.
- Die, deren Unternehmen noch nicht an der Elektrifizierung arbeiten, werden nach Fragen zur Einstellung und den Barrieren ausgescreent (N = 340).
- Alle übrigen (N = 873) werden ausführlich zum Status-Quo, den Zielen, der Einbindung von Partnern und den gesuchten Lösungen für die verschiedenen Use-Cases befragt.

Zentrale Frage:

Beschäftigt sich Ihr Unternehmen bereits mit der Elektrifizierung des Fuhrparks beschäftigt?

(N = 1.213)



Segmentierung der Zielgruppe

Die Studie segmentiert nach mehreren Merkmalen, um Trends und wichtige Unterschiede zu verdeutlichen. Dazu kommen fallbezogen gewichtete Daten nach Art des Fuhrparks. Unterschiede werden im Report dort angezeigt, wo sie besonders deutlich und relevant sind.

Segmentierung der Zielgruppen:

- Wo relevant, wurden die Ergebnisse nach Branche, Umsetzungsstand und Größe des Unternehmens gesplittet.
- Eine Segmentierung nach Fahrzeugart ist nicht sinnvoll, weil die allermeisten Flotten mehrere Fahrzeugarten im Fuhrpark haben. Deshalb wurde bei relevanten Themen nach Fahrzeugarten gewichtet.
- Eine Gewichtung nach Anzahl von Unternehmen oder Branchenanteilen wurde bewusst nicht verwendet, weil sie kleine Flotten stark überrepräsentieren und damit das Marktpotenzial für Ladelösungen verzerren würde.

Split nach:

Transport / Logistik	IT / Beratungs-Dienstleister	Vor-Ort-Dienstleistung	Handel	Industrie
Gesundheit	Handwerk	Verwaltung	Versicherung / Finanz	Bauwirtschaft

Check-Phase	Pilot-Phase	Rollout-Phase	100% EV
-------------	-------------	---------------	---------

1-9 MA	10-49 MA	50-99 MA	100-249 MA	250-499 MA	500-999 MA	1.000-4.999 MA	> 5.000 MA
--------	----------	----------	------------	------------	------------	----------------	------------

Gewichtung nach Flottengröße:

PKW	Transporter	leichte LKW (bis 7,5 to)	mittlere LKW (bis 16 to)	schwere LKW (bis 40 to)
-----	-------------	--------------------------	--------------------------	-------------------------

Inhalt

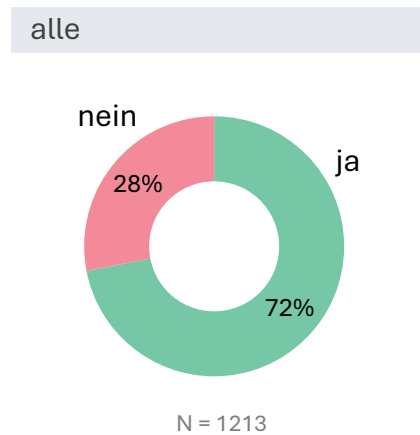
1. Management Summary
2. Methodik
- ▶ 3. **Status der Elektrifizierung**
4. Struktur der Zielgruppe
 - Unternehmen
 - Standort
 - Fuhrpark
5. Ziele und Hürden der Elektrifizierung
 - Ziele der Elektrifizierung
 - Barrieren und Herausforderungen
6. Charging Use-Cases
7. Charge @depot
 - Gesuchte Lösung
 - Purchase Funnel
 - Anbieterwahl
 - IT und Systemintegration
8. Charge @public
 - Genutzte Ladekarten, Kriterien
 - Laden aus Sicht der LKW-Fahrenden
9. Charge @home



Status der Elektrifizierung (1)

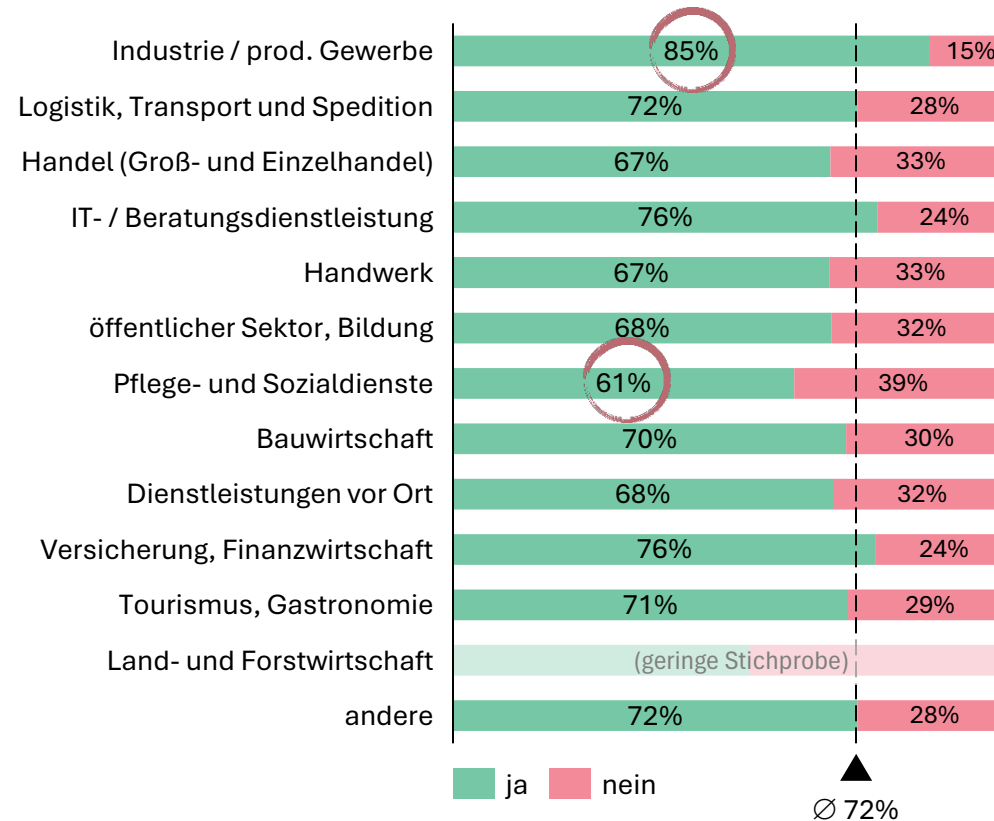
Der Anteil der Unternehmen, die ihre Flotten elektrifizieren, ist bei Industrieunternehmen deutlich höher und bei Unternehmen der Pflege- und Sozialdienste geringer als im Durchschnitt der befragten Unternehmen.

„Beschäftigt sich Ihr Unternehmen schon mit der Elektrifizierung des eigenen Fuhrparks?“



Achtung: Aufgrund der unterschiedlichen Rekrutierung mit teilweise vorgescreeenten Teilnehmenden ist der Anteil von 72% **nicht repräsentativ** für die Gesamtheit aller Unternehmen in Deutschland.

Die Zahlen erlauben aber einen Rückschluss auf Unterschiede zwischen den Branchen.



Nicht-Elektrifizierer: Gründe für Ablehnung

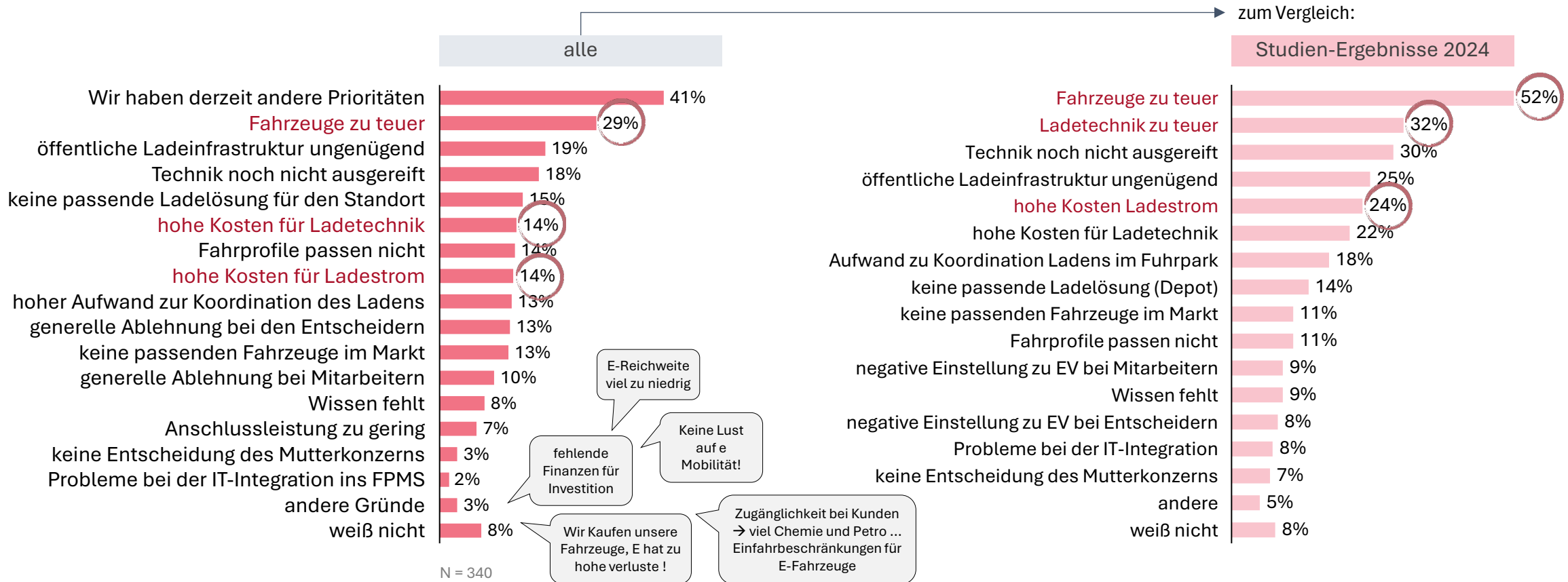
Kosten sind noch immer ein wichtiger Grund für die Ablehnung, gehen in der Häufigkeit der Nennungen gegenüber 2024 aber deutlich zurück.

(Elektrifizierung = nein)

„Warum kommt die Elektrifizierung für Ihr Unternehmen aktuell **nicht** in Frage?“

(Mehrfachantwort möglich)

zum Vergleich:



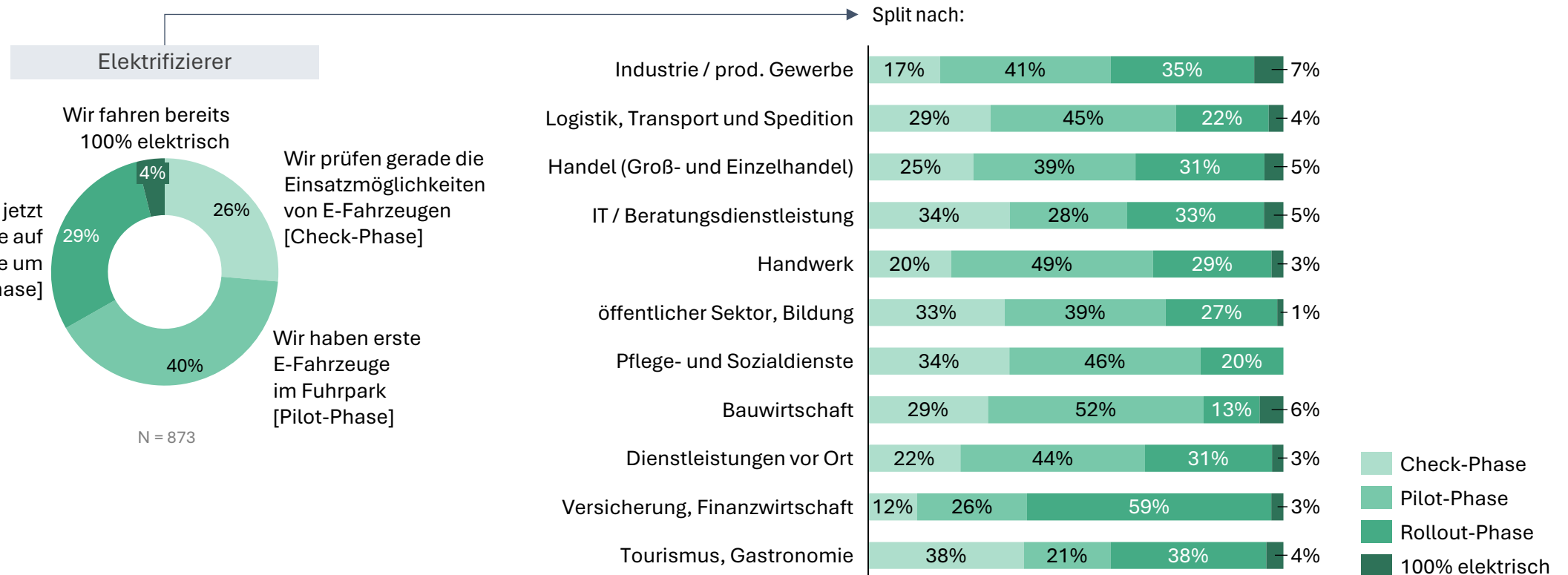
Status der Elektrifizierung (2)

„Im Folgenden geht es um die Elektrifizierung Ihres Fuhrparks.“

Wo steht Ihr Fuhrpark auf dem Weg zur Elektrifizierung?

(Mit E-Fahrzeugen meinen wir voll batterieelektrische Fahrzeuge, keine Plug-in- und andere Hybride.)“

Noch immer ist ein großer Teil der Fuhrparks in der Check- bzw. Pilot-Phase. Die Unterschiede zwischen den Branchen sind gering und nur in der Finanzwirtschaft signifikant.



Inhalt

1. Management Summary
2. Methodik
3. Status der Elektrifizierung
- ▶ 4. **Struktur der Zielgruppe**
 - Unternehmen
 - Standort
 - Fuhrpark
5. Ziele und Hürden der Elektrifizierung
 - Ziele der Elektrifizierung
 - Barrieren und Herausforderungen
6. Charging Use-Cases
7. Charge @depot
 - Gesuchte Lösung
 - Purchase Funnel
 - Anbieterwahl
 - IT und Systemintegration
8. Charge @public
 - Genutzte Ladekarten, Kriterien
 - Laden aus Sicht der LKW-Fahrenden
9. Charge @home



Unternehmen

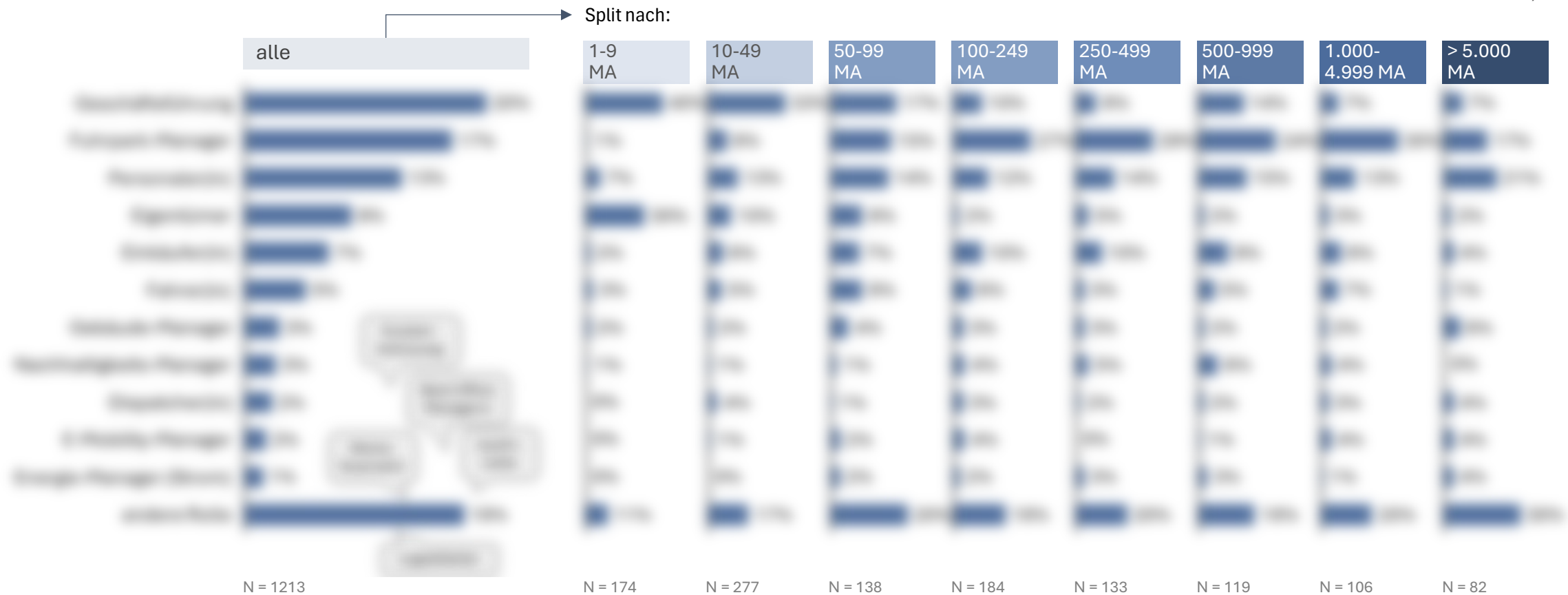
Rolle der Befragten

Die Rollen der Befragten werden in Unternehmensgrößenklassen unterteilt in kleinere Unternehmen (1-9 MA), mittelgroße Unternehmen (10-49 MA), große Unternehmen (50-99 MA), sehr große Unternehmen (100-249 MA), riesige Unternehmen (250-499 MA), gigantische Unternehmen (500-999 MA), kolossale Unternehmen (1.000-4.999 MA) und titanische Unternehmen (> 5.000 MA).

„Welche **Rolle** haben Sie in Ihrem Unternehmen?“

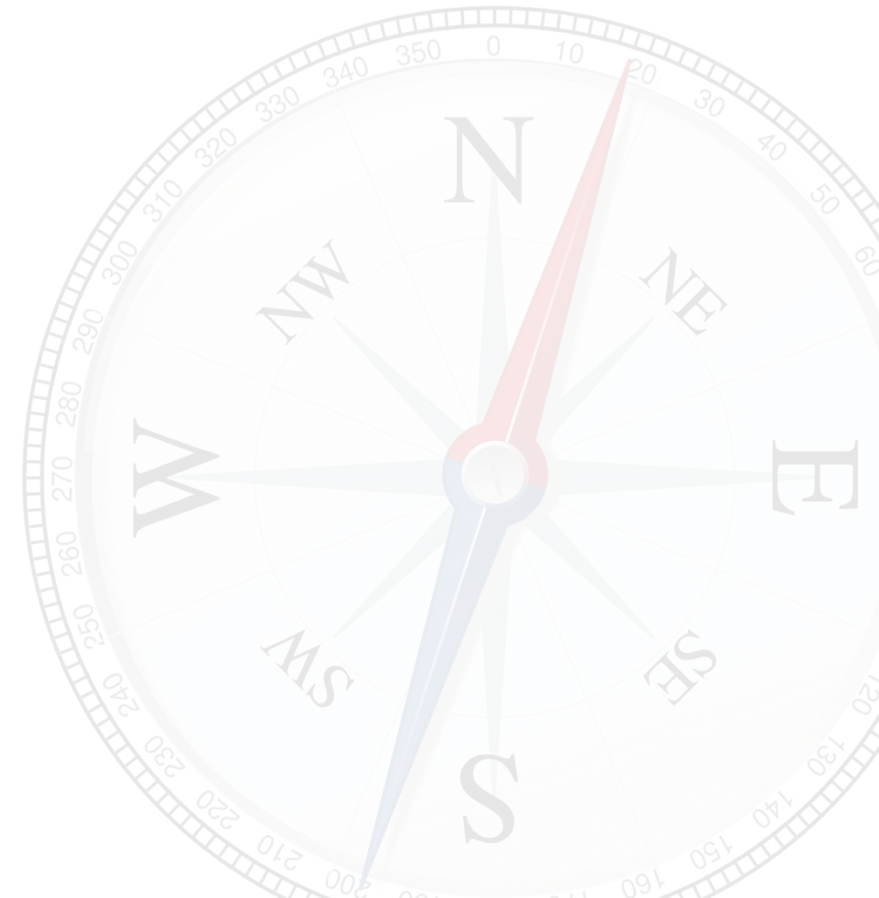
(Falls Sie mehrere Aufgaben haben, wählen Sie die, die am ehesten zutrifft.)“

Fleet Charging Study 2026



Inhalt

1. Management Summary
2. Methodik
3. Status der Elektrifizierung
- ▶ 4. **Struktur der Zielgruppe**
 - Unternehmen
 - **Standort**
 - Fuhrpark
5. Ziele und Hürden der Elektrifizierung
 - Ziele der Elektrifizierung
 - Barrieren und Herausforderungen
6. Charging Use-Cases
7. Charge @depot
 - Gesuchte Lösung
 - Purchase Funnel
 - Anbieterwahl
 - IT und Systemintegration
8. Charge @public
 - Genutzte Ladekarten, Kriterien
 - Laden aus Sicht der LKW-Fahrenden
9. Charge @home



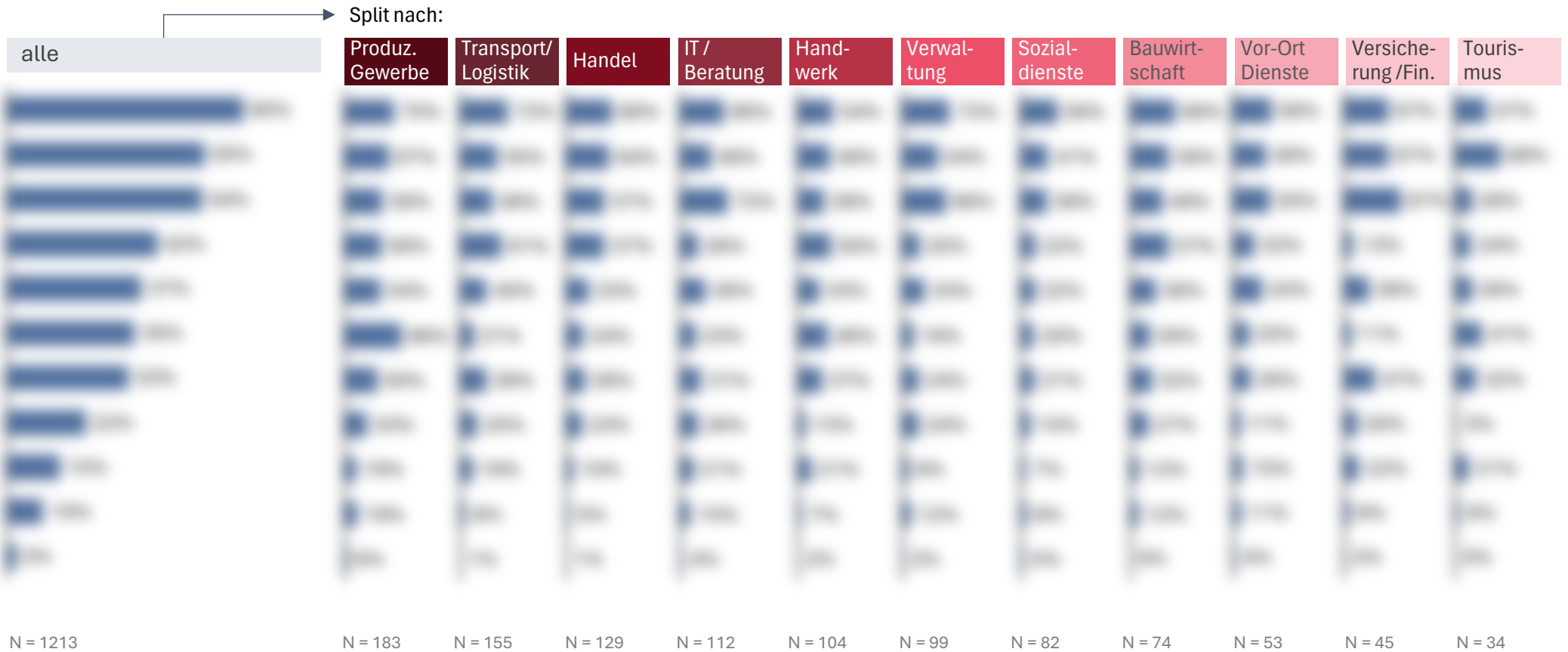
Standort

Standortsituation vor Ort

„Wie dürfen wir uns Ihren Standort vorstellen?“
(Mehrfachantwort möglich)

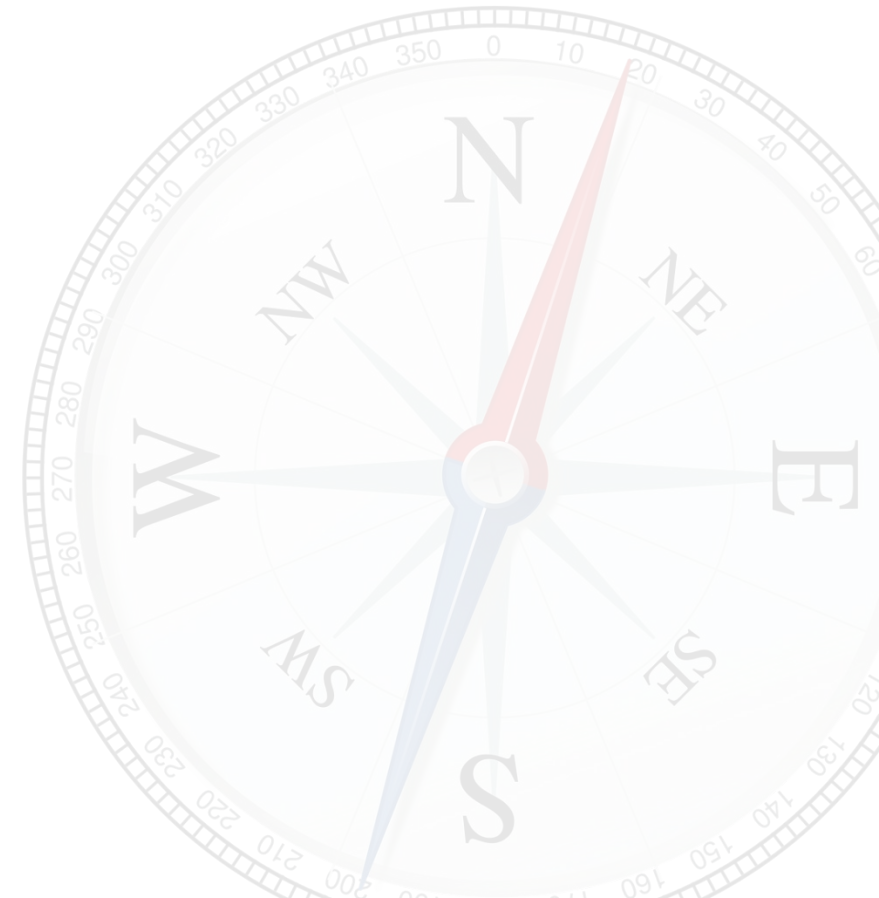
„Wie dürfen wir uns Ihren Standort vorstellen?“
(Mehrfachantwort möglich)

Fleet Charging Study 2026



Inhalt

1. Management Summary
2. Methodik
3. Status der Elektrifizierung
4. Struktur der Zielgruppe
 - Unternehmen
 - Standort
 - Fuhrpark
- ▶ 5. **Ziele und Hürden der Elektrifizierung**
 - **Ziele der Elektrifizierung**
 - Barrieren und Herausforderungen
6. Charging Use-Cases
7. Charge @depot
 - Gesuchte Lösung
 - Purchase Funnel
 - Anbieterwahl
 - IT und Systemintegration
8. Charge @public
 - Genutzte Ladekarten, Kriterien
 - Laden aus Sicht der LKW-Fahrenden
9. Charge @home

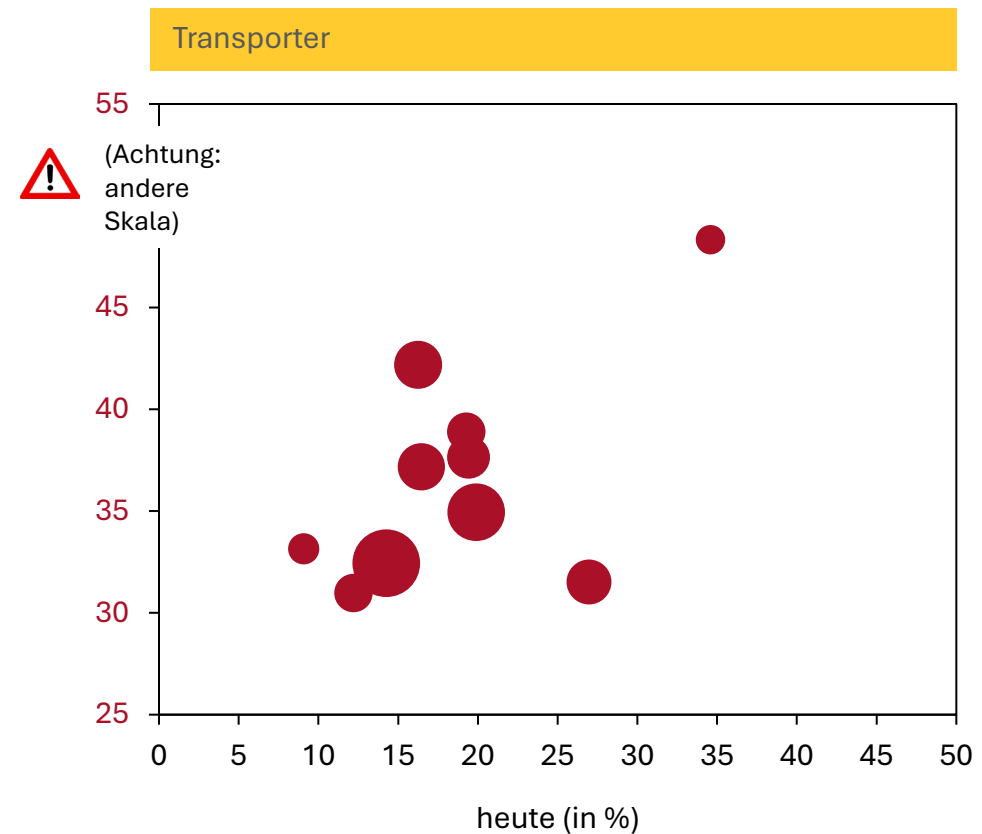
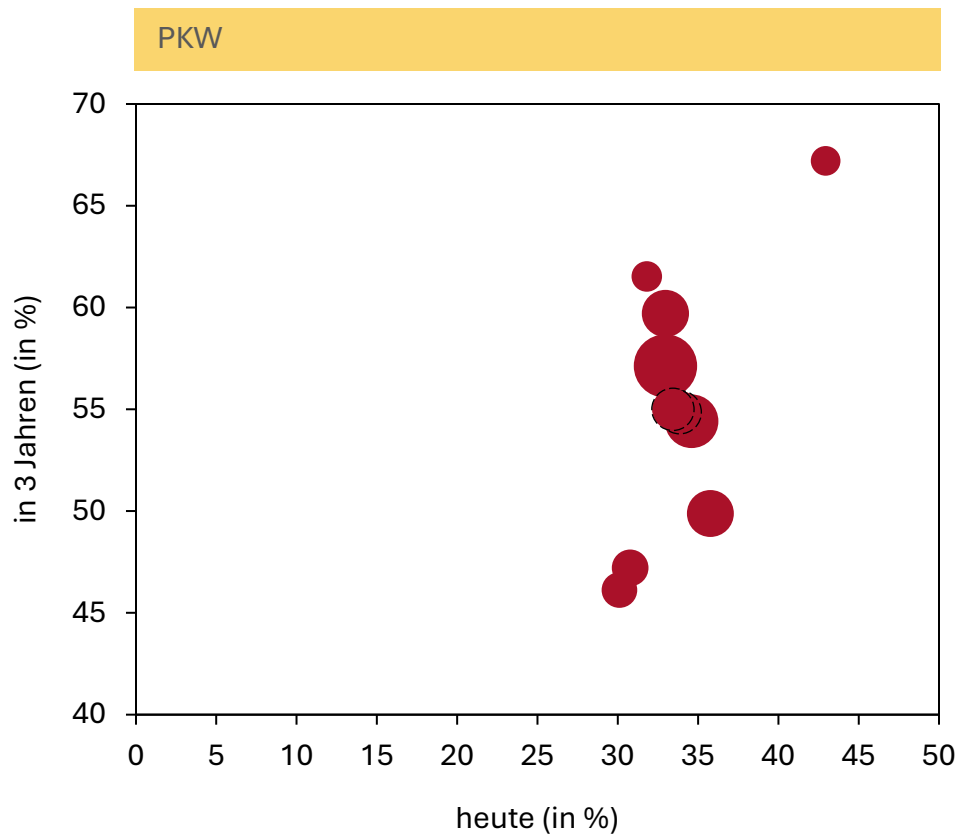


Ziele der Elektrifizierung

Elektrifizierung – Ziele in 3 Jahren

Die Elektrifizierung der Flotte muss in enger Abstimmung mit der Strategie der Unternehmen und der Strategie der Bundesregierung stehen. Zudem sind die Ziele der Transporter und in allen Bereichen wieder unterschiedlich als bei PKW.

„Wie groß soll der **Anteil** an elektrifizierten Fahrzeugen in Ihrer Flotte **in drei Jahren** in etwa sein?“



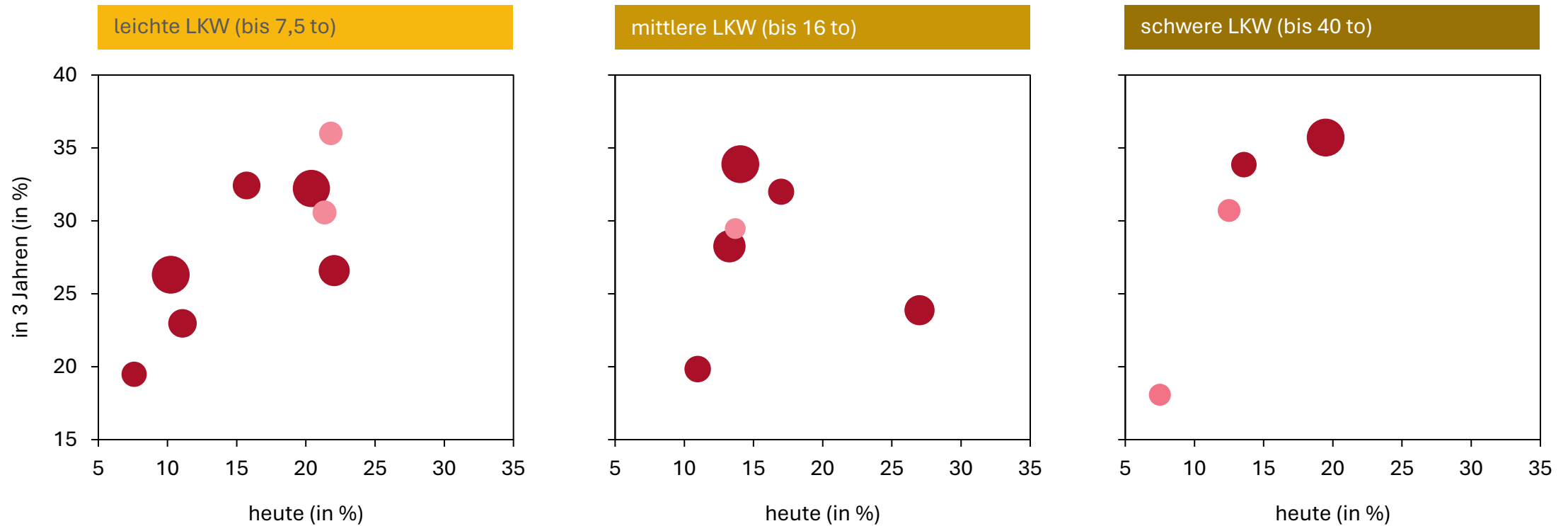
Ziele der Elektrifizierung

Elektrifizierung – Ziele in 3 Jahren

Die Grafik zeigt die Zielvorgabe für die Elektrifizierung der Flotten in drei Jahren. Die x-Achse zeigt den Anteil an elektrifizierten Fahrzeugen heute (in %) und die y-Achse den Anteil in drei Jahren (in %). Die Datenpunkte sind in drei Kategorien unterteilt: leichte LKW (bis 7,5 to), mittlere LKW (bis 16 to) und schwere LKW (bis 40 to). Die Größe der Punkte variiert, wobei größere Punkte eine größere Stichprobe repräsentieren. Ein kleinerer Punkt in der mittleren Kategorie stellt eine kleine Stichprobe dar.

„Wie groß soll der **Anteil** an elektrifizierten Fahrzeugen in Ihrer Flotte **in drei Jahren** in etwa sein?“

Fleet Charging Study 2026



 (kleine Stichprobe)

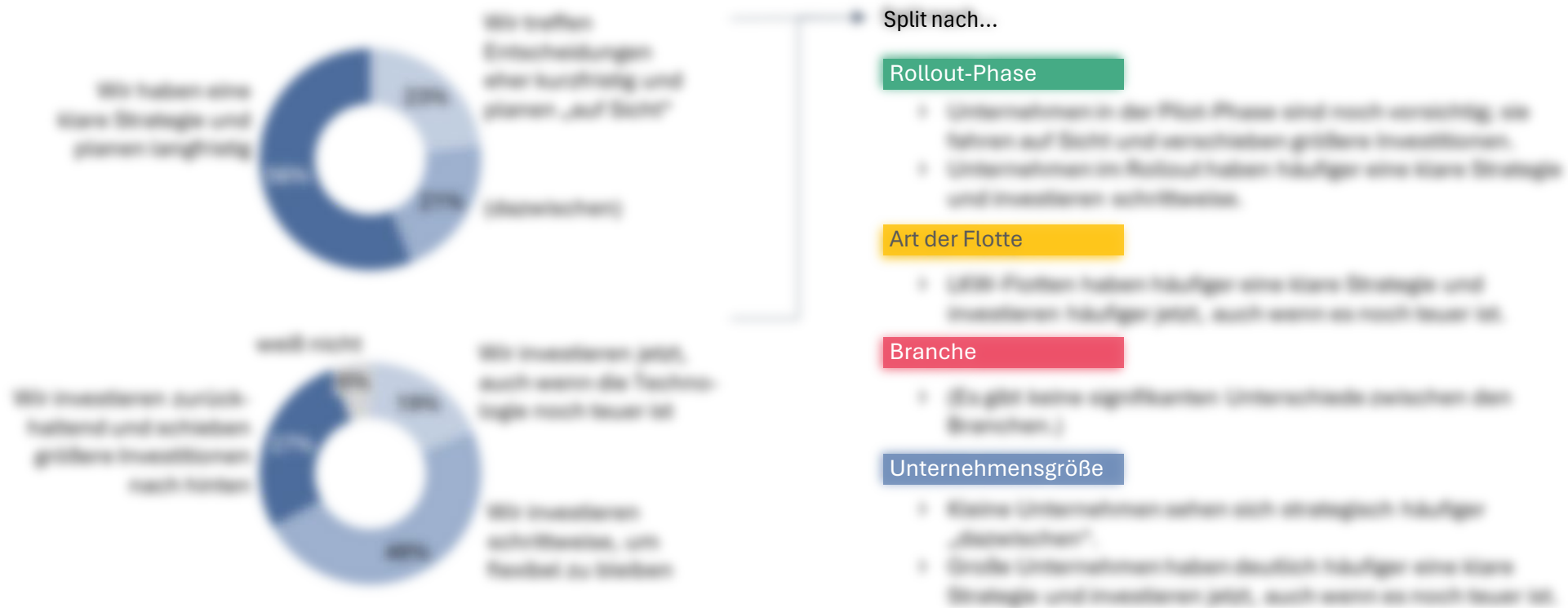
Ziele der Elektrifizierung

Strategische Ziele und taktisches Vorgehen

Insights rund die Hälfte der Unternehmen hat eine klare Strategie, aber investiert schrittweise, um flexibel zu bleiben. Zwischen den Fahrzeuggruppen gibt es bemerkenswerte Unterschiede.

„Ganz grundsätzlich: Denkt Ihr Unternehmen **bei der Elektrifizierung** eher kurzfristig oder langfristig?“

Fleet Charging Study 2026



„Ladetechnik ist teuer und entwickelt sich schnell. Ganz generell: Wie gehen Sie damit um?“

N = 873

Inhalt

1. Management Summary
2. Methodik
3. Status der Elektrifizierung
4. Struktur der Zielgruppe
 - Unternehmen
 - Standort
 - Fuhrpark
5. Ziele und Hürden der Elektrifizierung
 - Ziele der Elektrifizierung
 - Barrieren und Herausforderungen
6. Charging Use-Cases
- ▶ 7. **Charge @depot**
 - **Gesuchte Lösung**
 - Purchase Funnel
 - Anbieterwahl
 - IT und Systemintegration
8. Charge @public
 - Genutzte Ladekarten, Kriterien
 - Laden aus Sicht der LKW-Fahrenden
9. Charge @home



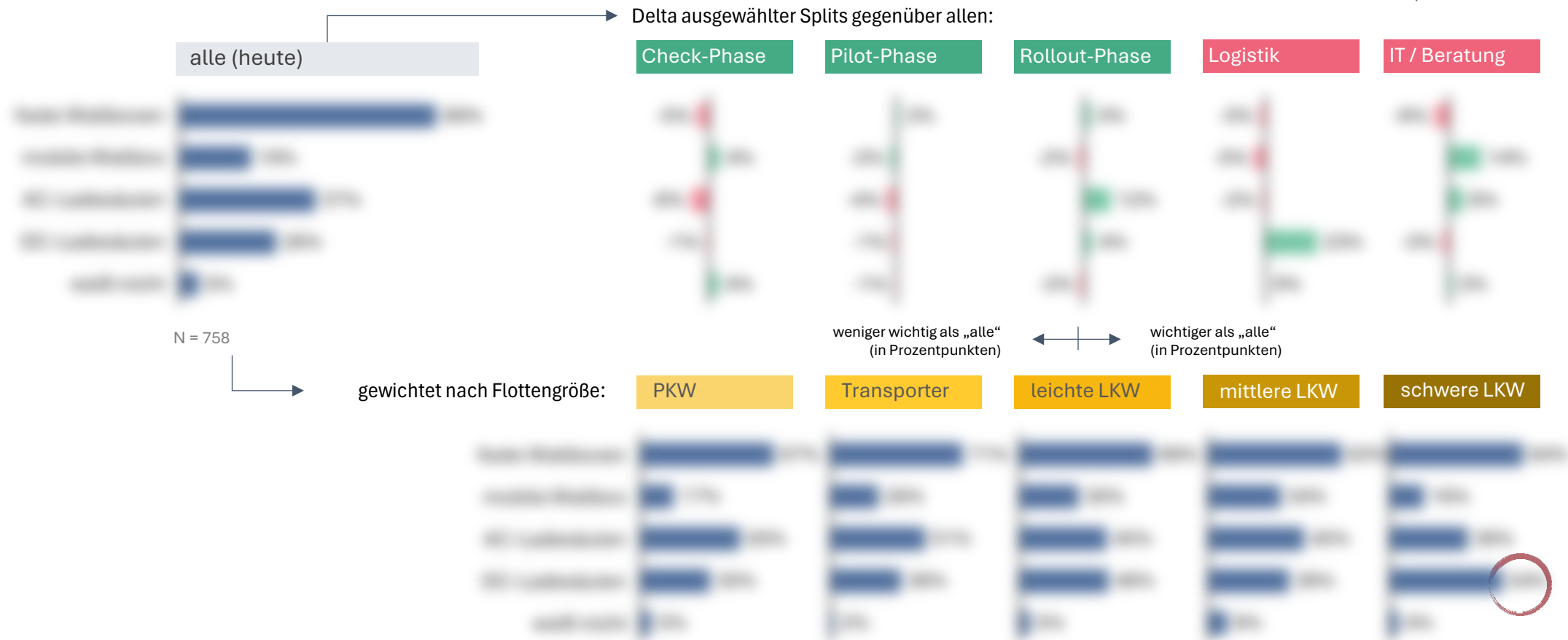
Gesuchte Lösung

Generelle Ladelösung

Die nachfolgende Darstellung zeigt die 10 wichtigsten, unterschiedlichen Lösungen, die am häufigsten von den Teilnehmer:innen angegeben wurden. Die Lösungen sind hier nach ihrer Wichtigkeit für die Flottenbetreiber:innen sortiert.

„Welche **Lösungen** haben oder suchen Sie für das **Laden am Standort?**“
(Mehrfachantwort möglich)

Fleet Charging Study 2026

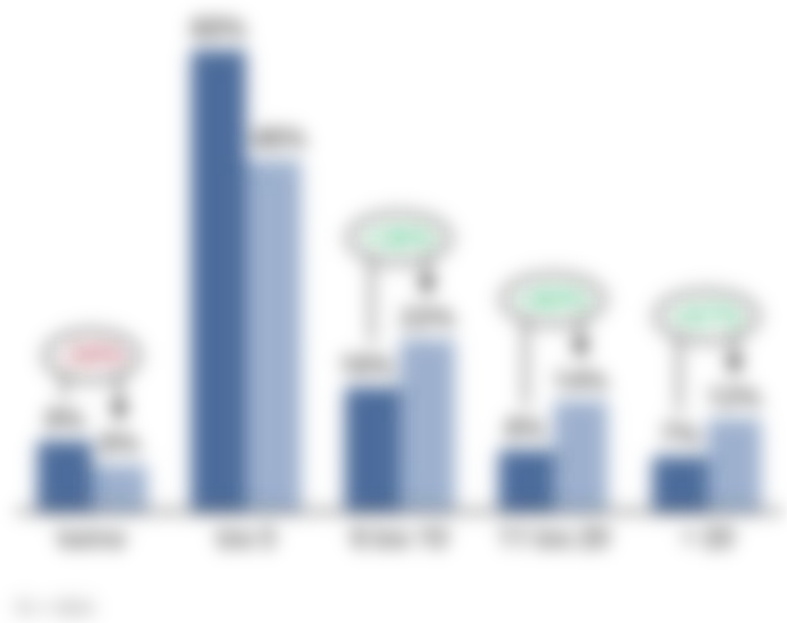


Gesuchte Lösung

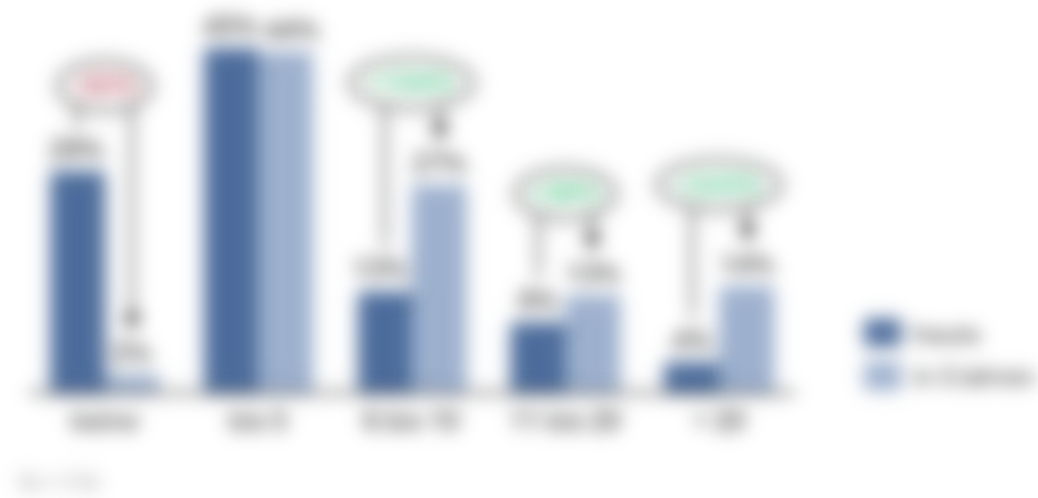
AC/DC-Ladelösung – heute und in 3 Jahren

Ergebnis der AC- und DC-Ladepunkte, getrennt nach Standort und einem durchschnittlichen Auslastungsgrad von 100% (in den nächsten drei Jahren).

AC-Lader:
alle (heute vs. in 3 Jahren)



DC-Lader:
alle (heute vs. in 3 Jahren)



„Wie viele **Ladepunkte** haben Sie **heute** am Standort?“

vs.

„Nach aktuellem Planungsstand: Wie viele **Ladepunkte** planen Sie für Ihren Standort insgesamt **für die nächsten drei Jahre**?“

Gesuchte Lösung

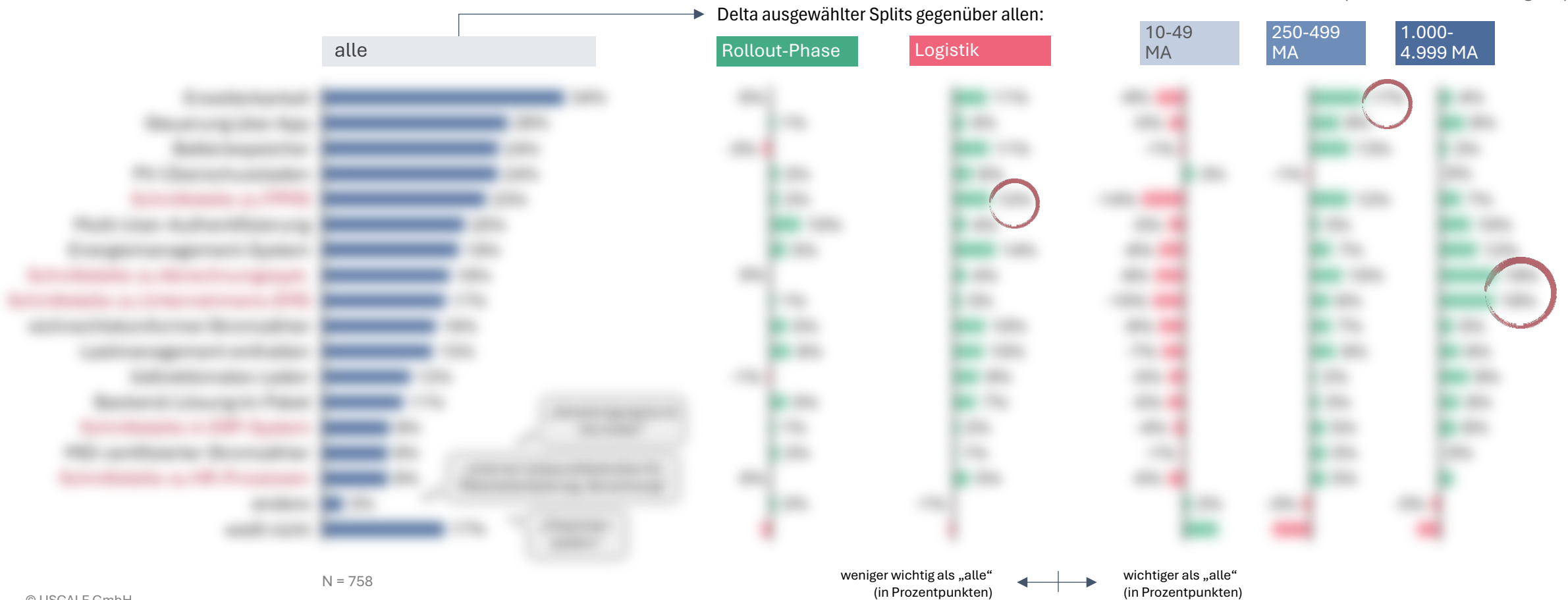
Wichtigste Aspekte für Wahl der Lösung

Die drei Dimensionen in der Dimensionalität des wichtigsten Aspektes für die Wahl einer bestimmten Lösung (Logistik und große Unternehmen haben höhere Werte und andere Aspekte als die Dimension)

„Was sind oder waren die **wichtigsten Aspekte** für die Wahl der **konkreten Ladelösung?**“

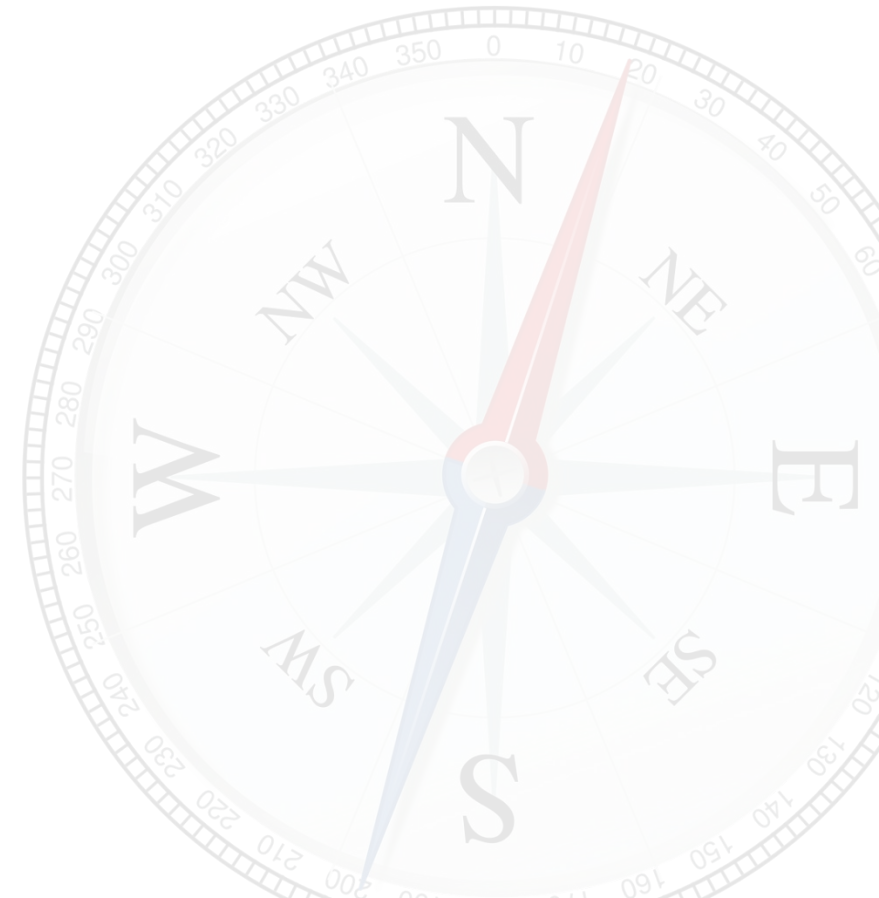
(Mehrfachantwort möglich)

Fleet Charging Study 2026



Inhalt

1. Management Summary
2. Methodik
3. Status der Elektrifizierung
4. Struktur der Zielgruppe
 - Unternehmen
 - Standort
 - Fuhrpark
5. Ziele und Hürden der Elektrifizierung
 - Ziele der Elektrifizierung
 - Barrieren und Herausforderungen
6. Charging Use-Cases
7. Charge @depot
 - Gesuchte Lösung
 - Purchase Funnel
 - Anbieterwahl
 - IT und Systemintegration
8. Charge @public
 - Genutzte Ladekarten, Kriterien
 - Laden aus Sicht der LKW-Fahrenden
9. Charge @home



Purchase Funnel

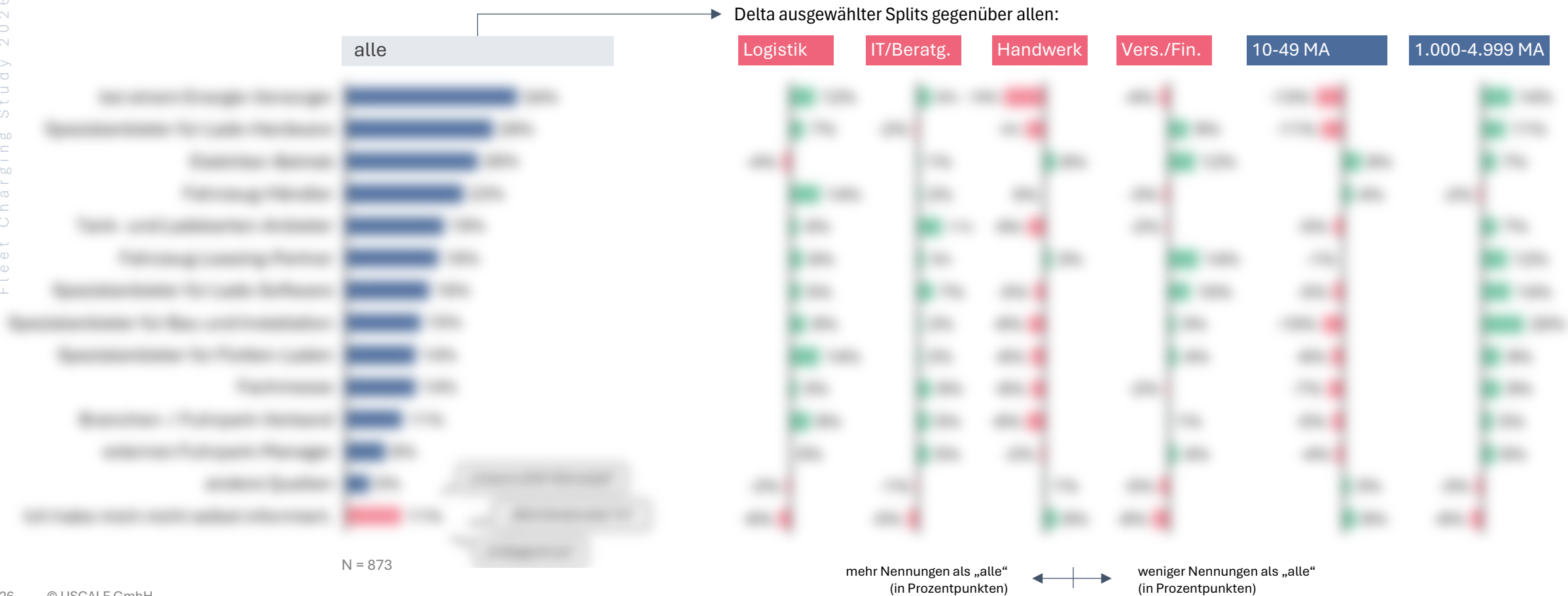
Informationsquellen

„Als Ihr Unternehmen begann, sich mit Elektromobilität auseinanderzusetzen: **Wo** haben Sie sich **über konkrete Ladelösungen** für Ihr Unternehmen **informiert?**“

(Mehrfachantwort möglich)

Fleet Charging Study 2026

Ergebnisse sind in Tabelle No. 1 der Informationsquellen unterteilt und geben Auskunft über die Bereiche und die Größe des Unternehmens.



Inhalt

1. Management Summary
2. Methodik
3. Status der Elektrifizierung
4. Struktur der Zielgruppe
 - Unternehmen
 - Standort
 - Fuhrpark
5. Ziele und Hürden der Elektrifizierung
 - Ziele der Elektrifizierung
 - Barrieren und Herausforderungen
6. Charging Use-Cases
7. Charge @depot
 - Gesuchte Lösung
 - Purchase Funnel
 - Anbieterwahl
 - IT und Systemintegration
- ▶ 8. **Charge @public**
 - **Genutzte Ladekarten, Kriterien**
 - Laden aus Sicht der LKW-Fahrenden
9. Charge @home



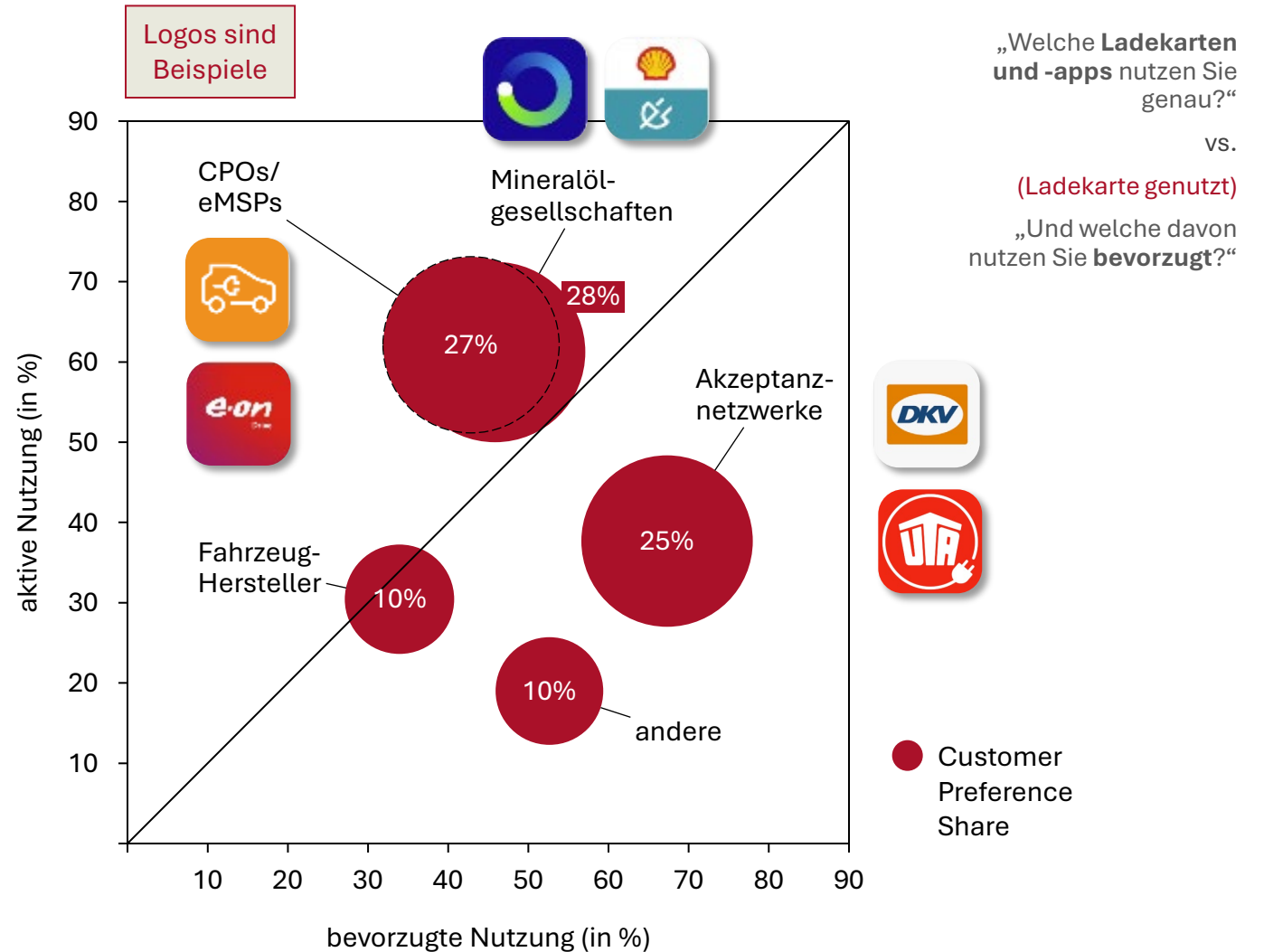
Genutzte Ladekarten, Kriterien

Customer Preference Matrix

Die drei Gruppen der Mineralölgesellschaften, CPOs und Akzeptanznetzwerke dominieren den Markt zu gleich großen Teilen. Die Positionierung unterscheidet sich aber deutlich: Letztere werden seltener, aber dann häufiger präferiert genutzt.

Fleet Charging Study 2026

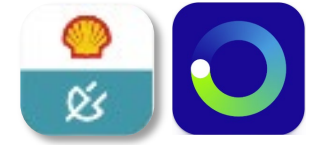
Lesebeispiel:
 38% nutzen einen Ladeservice eines Akzeptanznetzwerks, 68% von diesen nutzen ihn bevorzugt.
 Der Customer Preference Share beläuft sich damit auf 25% (38% x 68%).



N = 580

Genutzte Ladekarten, Kriterien

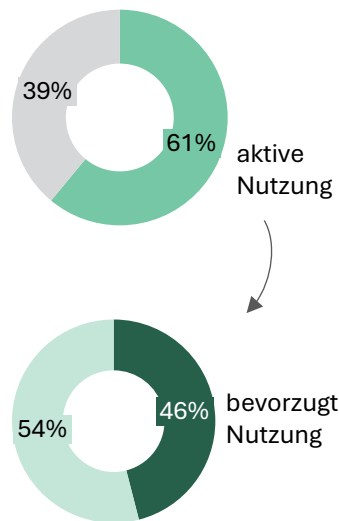
Ladekarten-Anbieterprofil: Mineralölgesellschaften



Mineralölgesellschaften sind die am häufigsten genutzten Anbieter für Ladekarten. Dies ist vor allem auf die hohe Anzahl an Stationen und die hohe Reichweite der Karten zurückzuführen. Die meisten Teilnehmer haben eine oder mehrere Karten bei diesen Anbietern.

Fleet Charging Study 2026

Marktanteil:



N = 212

Mitarbeitergröße:



N = 212

Kriterien zur Wahl des Lade-Service-Anbieters:



N = 200 - 202



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

