



For Better Decisions

Welche Chancen haben Elektrofahrzeuge in Deutschland?

– Detaillierte Analyse der Marktpotenziale und Endkundenpräferenzen
(Teaser, Juli 2009) –

in Kooperation mit:

**AUTOMOBIL
PRODUKTION**



Welche Chancen haben Elektrofahrzeuge in Deutschland?

Erscheinungsdatum:	20. Juli 2009
Erscheinungsform:	pdf
Herausgeber:	<i>puls</i> Marktforschung GmbH, Schwaig bei Nürnberg in Kooperation mit dem Fachmagazin Automobilproduktion (Landsberg)
Preis:	Ein-Nutzer-Lizenz € 800,- zzgl. MwSt., Unternehmenslizenz € 950,- zzgl. MwSt.
Umfang:	90 Seiten

Befragung bei Autokäufern

Zielgruppe:	Über 3.500 Autokäufer in Deutschland
Erhebungszeitraum:	Februar bis Juni 2009
Fragebogen:	insgesamt 35 Minuten
Methode:	Online-Befragung im Rahmen des ACI Trendmonitors

Besonderheiten der Stichprobe

Befragung von Personen, die sich unmittelbar vor / nach dem Autokauf befinden
→ **direkter Kaufbezug, hohe Ergebnisvalidität**

35-min. Fragebogen → **Detaillierte Abfrage von Anforderungen, Präferenzen, Einstellungen**



Hintergrund und Studiendesign

Management Summary

Kundenanforderungen vs. Marktrealität
Elektrofahrzeug-Perspektiven und Marktpotenziale
Charakterisierung des typischen EV-Interessenten

Expertenkommentare (*puls* Marktforschung, Automobilproduktion, Oliver Wyman)

Informationsstand der Autokäufer

Wahrgenommene Forschungsaktivitäten der OEMs
Erwarteter Zeitpunkt der Markteinführung von Elektrofahrzeugen
Erwartetes Preisniveau und erwartete Reichweite von Elektrofahrzeugen
Informationsstand zu alternativen Antrieben / Elektrofahrzeugen
Unsicherheit bzgl. zukünftiger Antriebstechnologien
Image von alternativen Antrieben bzw. Elektroantrieben
Wahrgenommene OEM-Kompetenz im Forschungsbereich Elektromobilität

Kauf- und Zahlungsbereitschaft von Elektrofahrzeugen

Kaufinteresse Elektrofahrzeuge, Kauf- und Nichtkaufmotive
Zuzahlungsbereitschaft für alternative Antriebe / Elektrofahrzeuge
Kauf- bzw. Leasing Szenarien, Zahlungsbereitschaft mtl. Rate
Erwartete monatliche Ersparnis mit Elektrofahrzeugen
Kaufbereitschaft von Elektrofahrzeugen: Marke und Fahrzeugsegment

Technologische Anforderungen

Erwartete Batterie-Reichweite
Erwartungen und akzeptierte Kosten bei Batterie-Aufladung
Erwartete Batterie-Haltbarkeit, Akzeptanz eines Batterie-Mietmodells
Akzeptanz von Einschränkungen im Fahrzeug-Innenraum
Anforderungen im Bereich Range Extender



Hintergrund

Der Klimawandel, die natürliche Begrenzung förderbaren Erdöls sowie strenge CO₂- und Umweltauflagen fördern Entwicklung und Marktchancen alternativer Antriebe. In diesem Kontext können vor allem 3 Zukunftstechnologien unterschieden werden: Hybrid / Elektroantriebe, Wasserstoff / Brennstoffzelle und biologische Kraftstoffe auf Pflanzenbasis. Viele Experten vermuten, dass der Elektroantrieb (kurz: EV) zumindest kurzfristig die besten Chancen hat. Dabei, so der Tenor, würden in den nächsten Jahren Hybrid- und Plug-In Lösungen einen sanften Übergang ermöglichen. Die (deutsche) Automobilindustrie muss in diesem Zusammenhang schon heute die Weichen für 2015 stellen. Um derartige strategische Entscheidungen zu treffen, fehlt es an einer aussagekräftigen Studie zu den Marktchancen für Elektroantriebe. Zwar wurden bereits vielfach Autokäufer nach deren Anschaffungsbereitschaft befragt, doch es mangelt an einer detaillierten Aufnahme ihrer Anforderungen und Bedürfnisse sowie deren Abgleich mit den vorhersehbaren Entwicklungen im Forschungsfeld „Elektromobilität“.



Analyse der Marktpotenziale und Kundenpräferenzen von Elektrofahrzeugen (EV) in Deutschland

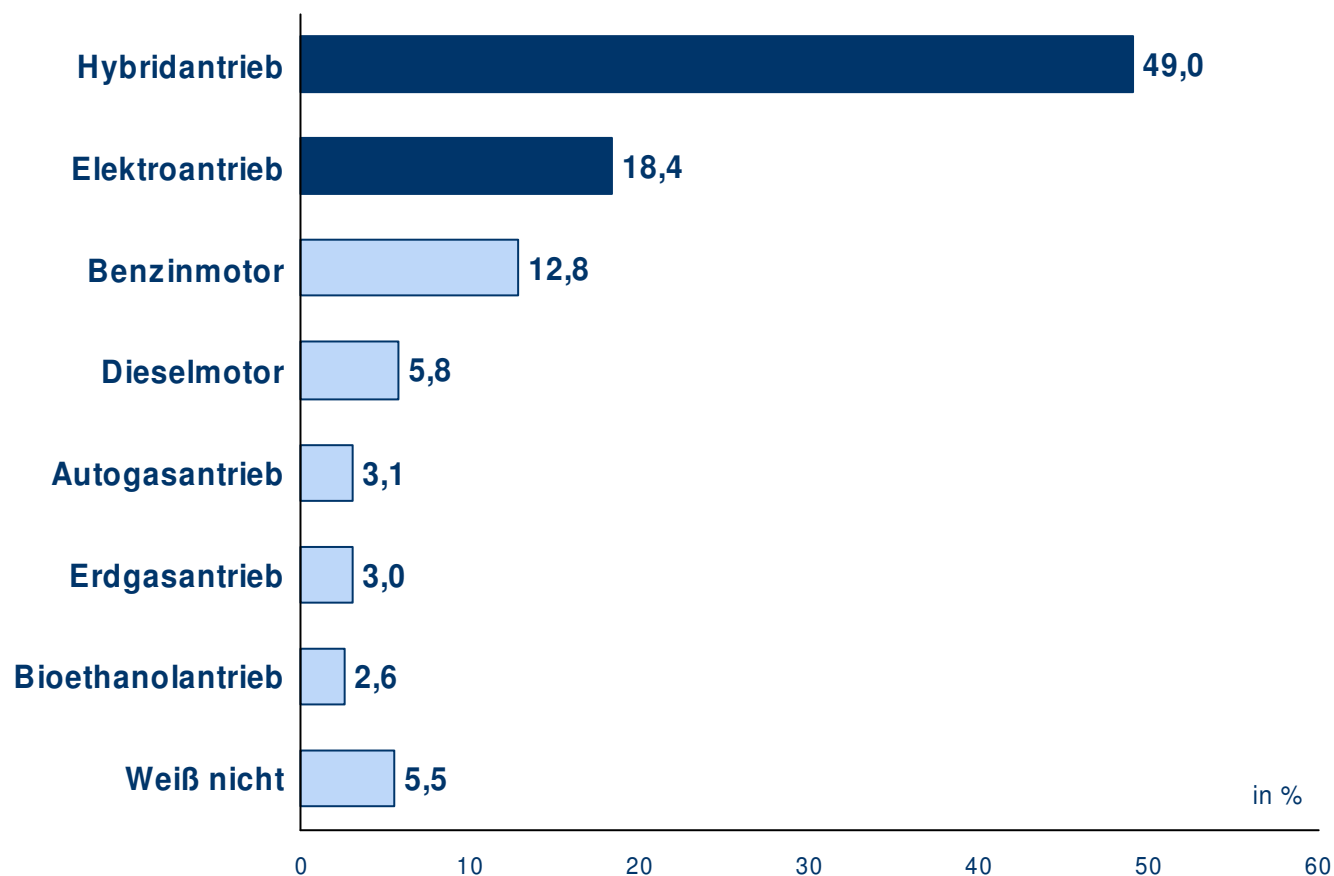


Forschungsaktivitäten um Hybrid- und Elektroantriebe werden durch Autokäufer am stärksten wahrgenommen!

Beispiel-
ergebnis

Einschätzung zur intensivsten Antriebsforschung der Automobilhersteller

- Frage: An welchem der folgenden Antriebe forschen Ihrer Einschätzung nach die Automobilhersteller aktuell am intensivsten?



Quelle: *puls* Marktforschung GmbH, ACI Trendmonitor Februar 2009

Basis: N=643



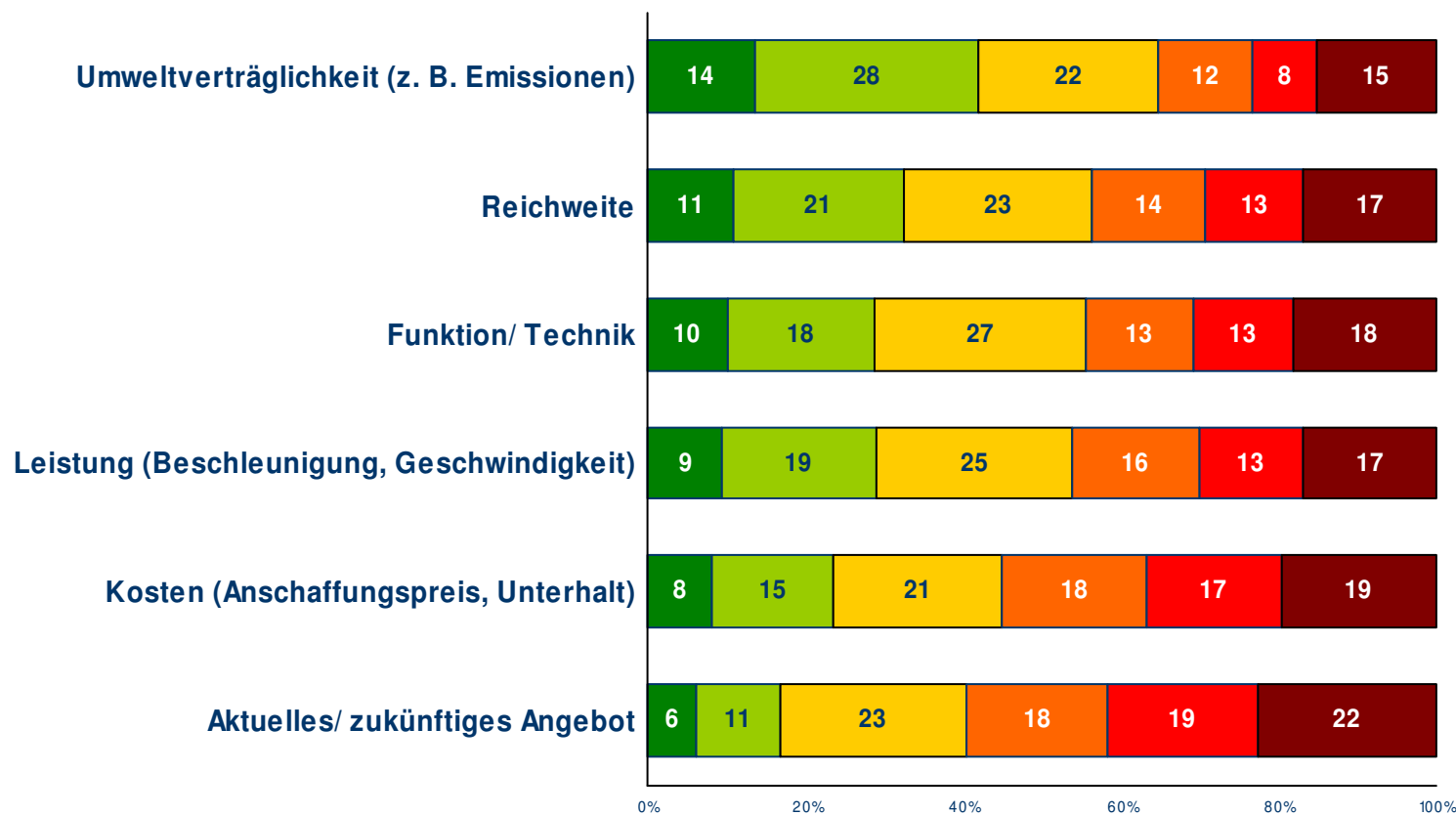
Vor allem in den Bereichen Fahrzeugangebot und Kosten sind sich Autokäufer unsicher.

Beispiel-
ergebnis

Informationsstand Elektrofahrzeuge

- Frage: Bitte geben Sie auf einer Skala von 1-6 an, wie gut Sie sich über folgende Eigenschaften eines reinen Elektrofahrzeugs informiert fühlen. -

■ 1 = sehr gut informiert ■ 5 ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 6 = schlecht informiert



Quelle: *puls* Marktforschung GmbH, ACI Trendmonitor März 2009

Basis: N=1.023; an 100 fehlende Prozent: k. A. (max. 1,4%)

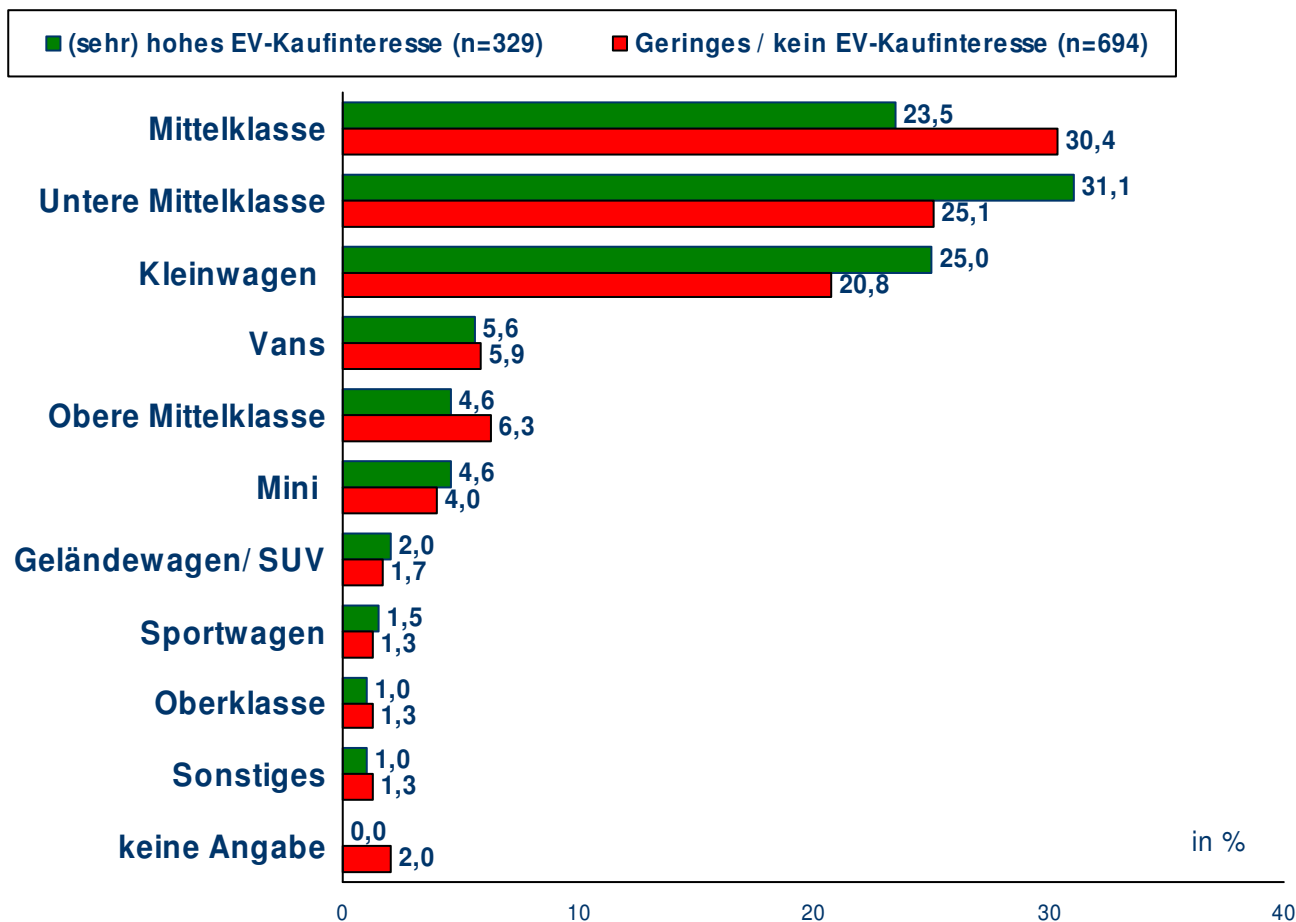


Höherer Anteil „untere Mittelklasse“ und „Kleinwagen“ bei den EV-Kaufinteressierten.

Beispiel-
ergebnis

Kaufbereitschaft Elektrofahrzeuge: Fahrzeugsegmente - nach EV-Kaufinteresse

- Frage: Welchen Fahrzeugtyp würden Sie bevorzugt als reines Elektroauto kaufen? -



Quelle: *puls* Marktforschung GmbH, ACI Trendmonitor März 2009

Basis: N=499

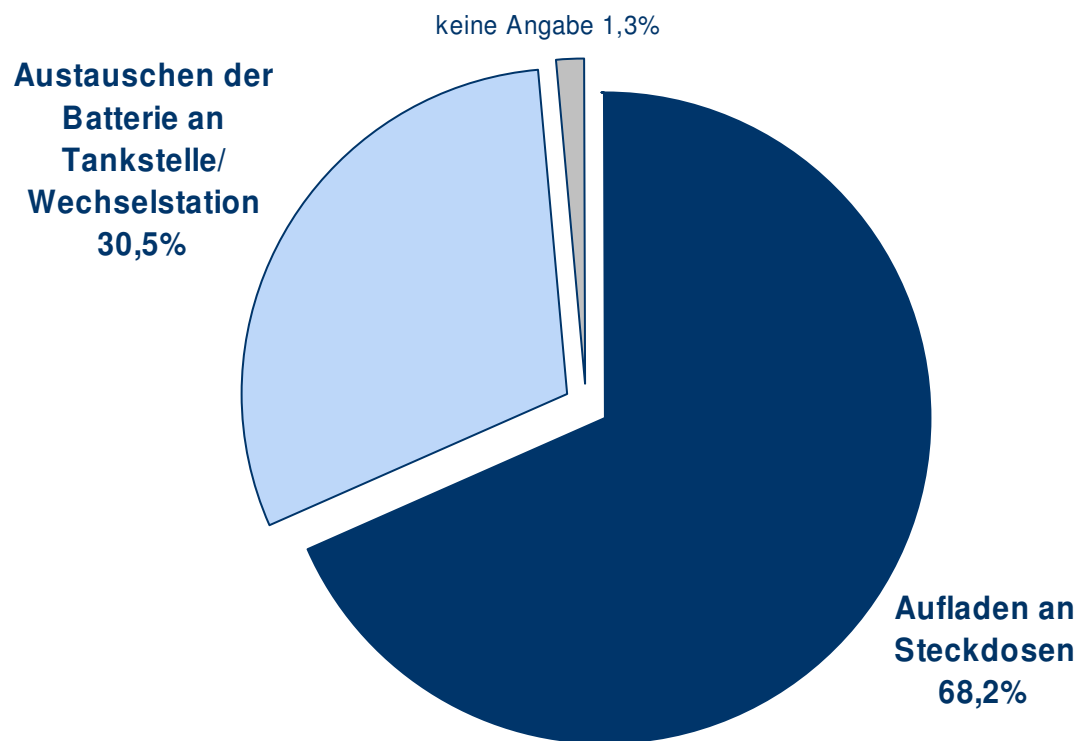


68 Prozent der Autokäufer bevorzugen die Aufladung an Steckdosen, immerhin 31 Prozent den Batterietausch.

**Beispiel-
ergebnis**

Bevorzugte Auflademöglichkeit

- Frage: Ein reines Elektrofahrzeug bezieht seine Energie hauptsächlich von einer Batterie (vergleichbar Mobilfunkgerät). Welches Szenario zum Laden der Batterie bevorzugen Sie? -



Quelle: *puls* Marktforschung GmbH, ACI Trendmonitor März 2009

Basis: N=1.023



Bei Fragen und Anmerkungen steht Ihnen zur Verfügung:

Stefan Reiser
Automotive Consultant



Kontakt Daten
Röthenbacher Str. 2
D-90571 Schwaig bei Nürnberg

Tel: +49 (0) 911/ 95 35 - 400
Fax: +49 (0) 911/ 95 35 - 404
E-Mail: reiser@puls-navigation.de

www.puls-navigation.de



Antwortfax

Unsere Faxnr.: +49 (0)911 / 95 35 404

Ich bin interessiert an der Studie „Welche Chancen hat Elektromobilität in Deutschland?“.

- Bitte kontaktieren Sie mich für weitere Informationen.
- Ich bestelle die Studie als **Einzellizenz** (=zur Nutzung durch 1 Person) zum Preis von **€ 800,-** zzgl. MwSt. – die Zahlung erfolgt per Rechnung.
- Ich bestelle die Studie in der **Mehrnutzerlizenz für beliebige Personen** in unserem Unternehmen zum Preis von **€ 950,-** zzgl. MwSt. – die Zahlung erfolgt per Rechnung.

Firma: _____

Name: _____

Anschrift: _____

E-Mail: _____

Telefon: _____



Gründungsjahr: 1990

Feste Mitarbeiter: 20

**Mitarbeiter
Telefonstudio:** 140

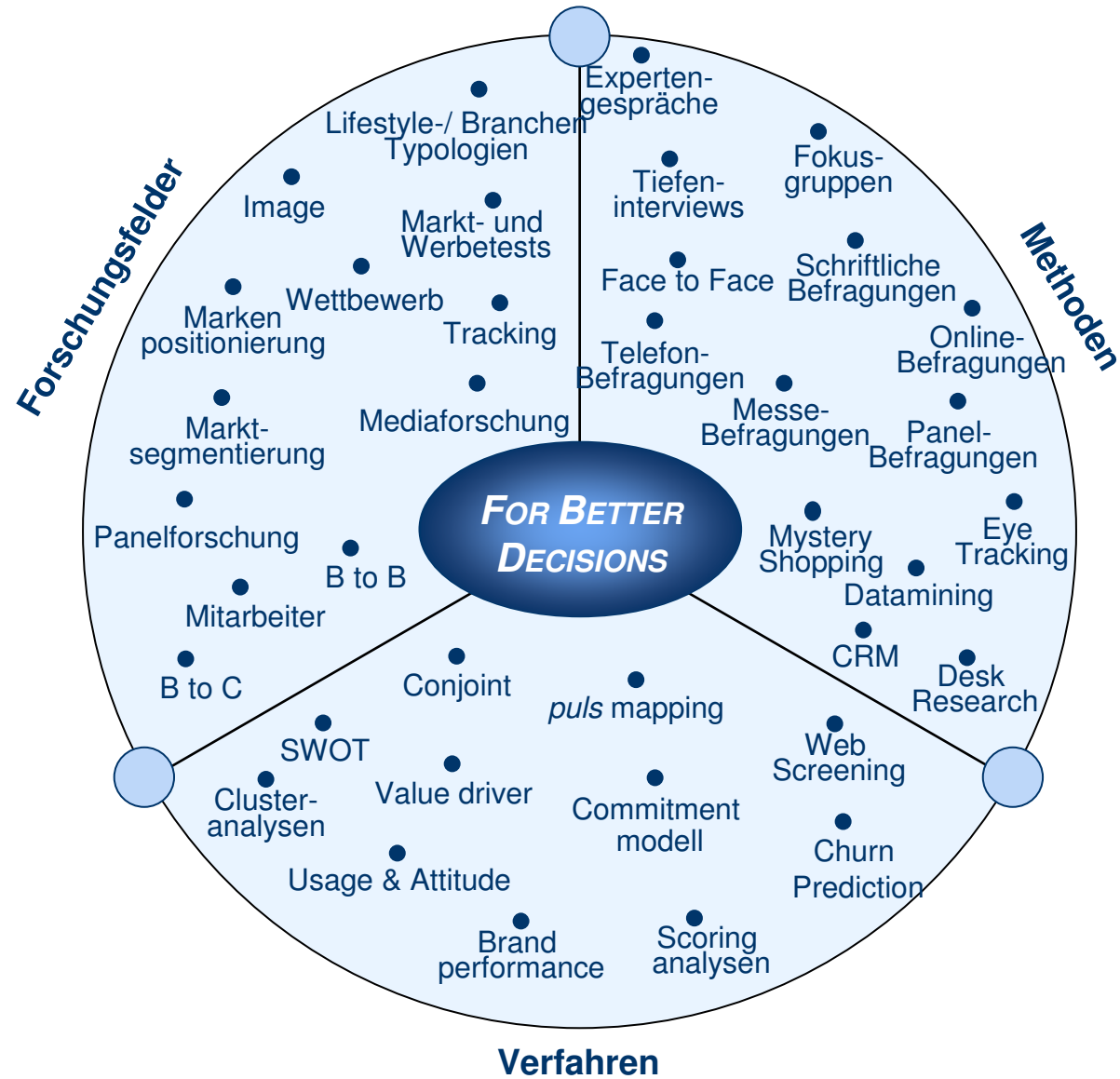
Firmensitz: Schwaig bei Nürnberg

Kerngeschäft: **Quantitative und qualitative Marktforschung**
(Schwerpunkte: Automotive und Finance)

Ziel: ***For Better Decisions***
Individuelle Marktforschungskonzepte und
Empfehlungen für erfolgreiche Markenstrategien
und Vertriebskonzepte.

Aktive Mitgliedschaften:







Informationen zu *puls* Marktforschung - Referenzübersicht





For Better Decisions

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Tel. 0911-9535-400
Fax 0911-9535-404

reiser@puls-navigation.de
www.puls-navigation.de



Geschäftsführer: Dr. Konrad Weißner • Ust-ID-Nr.: DE 133 554 286 • Ust-Nr.: 241/135/41 284 • Amtsgericht Nürnberg • HRB 11034