

Dritte BRSI – Elektromobilitätsstudie

- (I) Motive für den Kauf eines Elektromobils und**
- (II) Ökonomische Konsequenzen der E-Mobilität**

Empirische Studie

Oktober 2019

Version 1.0

Inhaltsverzeichnis

Kapitel		Seite
	Inhaltsverzeichnis	2
	Management-Zusammenfassung	3
1.	Ziel der Untersuchung „Motive“	5
1.1	Motive für den Kauf eines Elektromobils	8
1.2	Zwischenfazit „Motive“	24
2.	Ziel der Untersuchung „Ökonomie“	25
2.1	Ökonomische Konsequenzen der E-Mobilität	27
2.2	Zwischenfazit „Ökonomie“	36
3.	Ausblick	37
	Anhang	41
	Teilnehmer: Geschlecht	42
	Teilnehmer: Alter	43
	Teilnehmer: Einkommensgruppen	44

INTRO

- (1) Welche **Motive** spielen für den Kauf eines Elektromobils eine entscheidende Rolle?
und
- (2) Welche **ökonomischen** Konsequenzen werden durch den Umstieg auf E-Mobilität erwartet?

Zusammenfassung

Ergebnisse

1. Untersuchung „Motive“

Welche Motive spielen für den Kauf eines Elektromobils eine entscheidende Rolle?

- Ergebnisse ersehen Sie in der Studie
- Ergebnisse ersehen Sie in der Studie
- Ergebnisse ersehen Sie in der Studie

2. Untersuchung „Ökonomie“

Welche ökonomischen Konsequenzen werden durch den Umstieg auf E-Mobilität erwartet?

- Ergebnisse ersehen Sie in der Studie
- Ergebnisse ersehen Sie in der Studie

**Zentrale
Aussage**

- Ergebnisse ersehen Sie in der Studie
- Ergebnisse ersehen Sie in der Studie

Inhaltsverzeichnis

Kapitel		Seite
	Inhaltsverzeichnis	2
	Management-Zusammenfassung	3
1.	Ziel der Untersuchung „Motive“	5
1.1	Motive für den Kauf eines Elektromobils	8
1.2	Zwischenfazit „Motive“	24
2.	Ziel der Untersuchung „Ökonomie“	25
2.1	Ökonomische Konsequenzen der E-Mobilität	27
2.2	Zwischenfazit „Ökonomie“	36
3.	Ausblick	37
	Anhang	41
	Teilnehmer: Geschlecht	42
	Teilnehmer: Alter	43
	Teilnehmer: Einkommensgruppen	44

Ziel der Untersuchung „Motive für den Umstieg auf die Elektromobilität“:

- Das Ziel des ersten Teils "Motive für den Umstieg auf die Elektromobilität" ist es Themen zu identifizieren, die aus Sicht der Teilnehmer entscheidend für den Umstieg auf die Elektromobilität sind. Hierzu wird zunächst eine generelle Einstiegsfrage gestellt und anschließend Fragen zu **acht** spezifischen Themen.

Herangehensweise:

- Unser Ziel ist die Motive für die Anschaffung eines Elektromobils, die für die Teilnehmer ausschlaggebend sind, herauszufinden. Deshalb wird zunächst das jeweilige Motiv abgefragt. Anschließend erhalten die Teilnehmer weitere allgemeine Informationen, sogenannte „Fast Facts“, zu dem jeweiligen Motiv. Abschließend wird dieses Motiv nochmals abgefragt.
- Diese Vorgehensweise ermöglicht uns:
 - 1) Erstens, festzustellen inwieweit das **Motiv** für Sie **relevant** beim Umstieg auf Elektromobilität ist und
 - 2) Zweitens, inwieweit die **Fast Facts** die Einstellung zu dem Motiv beeinflussen.
- Hieraus lassen sich dann in Summe die Kriterien ableiten, welche für den Umstieg auf Elektromobilität entscheidend sind.

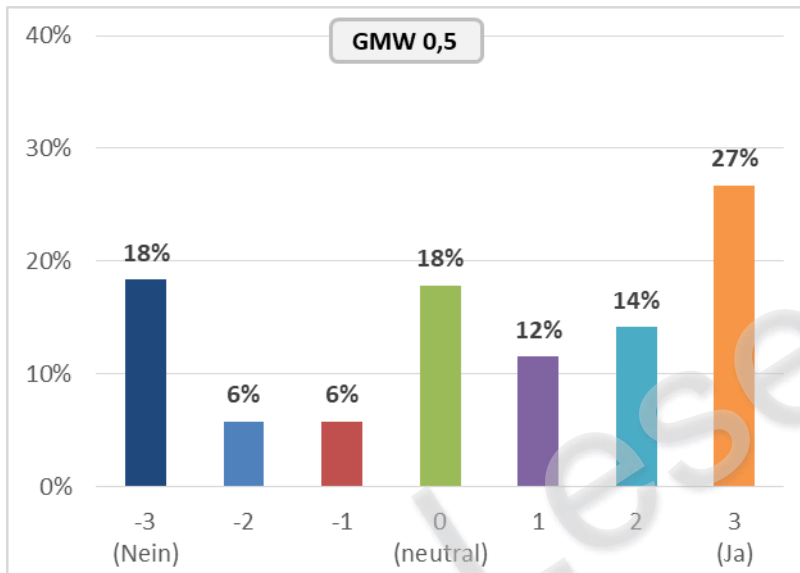
Im Rahmen dieser Studie wurden folgende acht Motive abgefragt. Diese sind aus unserer Sicht wesentlich für den Kauf eines Elektromobils.

Acht Motive

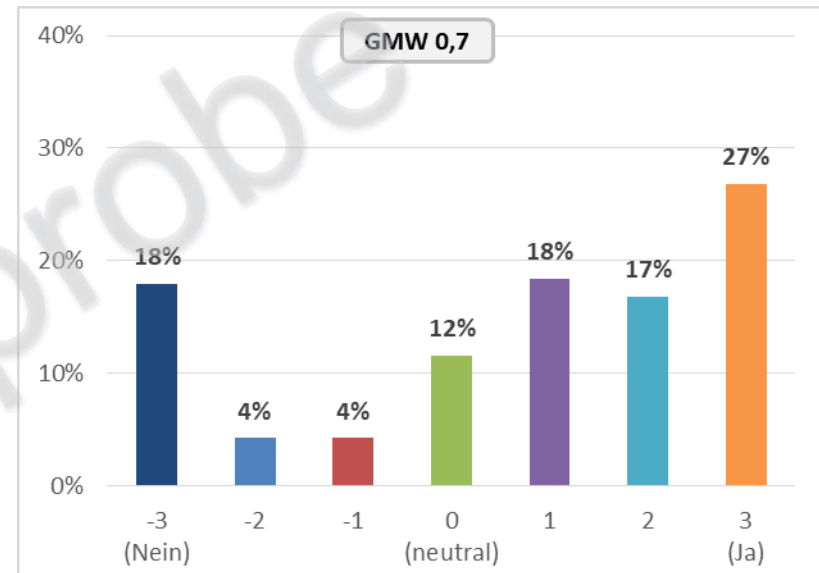
1	Fahrerlebnis		5	Ladezeiten	
2	Laufende Kosten		6	Ladeinfrastruktur	
3	Erneuerbare Energien		7	Entsorgung der Batterien	
4	Umweltschutz		8	Technologieoffenheit	

Würden Sie sich aufgrund des Fahrerlebnisses ein Elektroauto anschaffen?

Beantwortung nach initialer Fragestellung



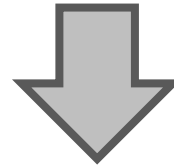
Beantwortung nach Nennung von Fast Facts



Fast Facts

- FF 1:** Elektroautos haben einen tiefen Schwerpunkt und eine hohe Beschleunigung. Diese ermöglichen ein sehr sportliches Fahren.
- FF 2:** Elektroautos sind nahezu geräuschlos und haben keine Schaltvorgänge (da kein Getriebe und keine Zugkraftunterbrechung). Diese ermöglichen ein sehr komfortables Fahren.
- FF 3:** Elektroautos ermöglichen teilweise das Beschleunigen und Bremsen mit einem Pedal („e-Pedal“).

Würden Sie sich aufgrund des Fahrerlebnisses ein Elektroauto anschaffen?



Das Fahrerlebnis beim Elektroauto wird von den Teilnehmern grundsätzlich positiv bewertet.

Die zum Thema „Fahrerlebnis“ präsentierten Aussagen haben zu einer höheren Kaufbereitschaft geführt.

Inhaltsverzeichnis

Kapitel		Seite
	Inhaltsverzeichnis	2
	Management-Zusammenfassung	3
1.	Ziel der Untersuchung „Motive“	5
1.1	Motive für den Kauf eines Elektromobils	8
1.2	Zwischenfazit „Motive“	24
2.	Ziel der Untersuchung „Ökonomie“	25
2.1	Ökonomische Konsequenzen der E-Mobilität	27
2.2	Zwischenfazit „Ökonomie“	36
3.	Ausblick	37
	Anhang	41
	Teilnehmer: Geschlecht	42
	Teilnehmer: Alter	43
	Teilnehmer: Einkommensgruppen	44

Ziel der Untersuchung „Ökonomie“:

- Das Ziel des zweiten Teils dieser Studie ist es die Einschätzung der Teilnehmer zu den ökonomischen Konsequenzen durch einen Umstieg auf Elektromobilität zu erhalten. Hierzu werden zunächst Fragen zu **vier** spezifischen Bereichen gestellt und abschließend eine generelle Schlussfrage.

Herangehensweise:

- Unser Ziel ist es die Bereiche, für die die Teilnehmer den Umstieg auf Elektromobilität aus ökonomischer Sicht als eher vorteilhaft oder eher nachteilig betrachten, herauszufinden. Deshalb wird zunächst der jeweilige Bereich (z.B. Hersteller, Zulieferer, Konsument, Staat) abgefragt. Anschließend erhalten die Teilnehmer weitere allgemeine Informationen, sogenannte „Fast Facts“, zu dem jeweiligen Bereich. Anschließend wird dieser Bereich nochmals abgefragt.
- Diese Vorgehensweise ermöglicht uns
 - 1) festzustellen ob Sie den **Bereich** als „**Gewinner**“ oder „**Verlierer**“ beim Umstieg auf Elektromobilität sehen und
 - 2) inwieweit die **Fast Facts** ihre Einstellung zu dem Bereich beeinflussen.
- Hieraus lassen sich dann Bereiche ableiten, welche durch den Umstieg auf Elektromobilität Ökonomisch mit einem Risiko behaftet sind.

Im Rahmen dieser Studie wurden folgende vier Bereiche bezüglich ökonomischer Konsequenzen abgefragt. Auf diese wirkt sich unserer Sicht der Umstieg auf Elektromobilität besonders aus.

Vier Bereiche

1

Automobilhersteller

3

Autofahrer

2

Automobil-Zulieferindustrie

4

Staatshaushalt

Inhaltsverzeichnis

Kapitel		Seite
	Inhaltsverzeichnis	2
	Management-Zusammenfassung	3
1.	Ziel der Untersuchung „Motive“	5
1.1	Motive für den Kauf eines Elektromobils	8
1.2	Zwischenfazit „Motive“	24
2.	Ziel der Untersuchung „Ökonomie“	25
2.1	Ökonomische Konsequenzen der E-Mobilität	27
2.2	Zwischenfazit „Ökonomie“	36
3.	Ausblick	37
	Anhang	41
	Teilnehmer: Geschlecht	42
	Teilnehmer: Alter	43
	Teilnehmer: Einkommensgruppen	44

Delta4 Consulting

Tel: +49 (0)157 / 3781 0734

E-Mail: frank.m.hoehne@outlook.de

Sie können die Studie hier Kaufen:

https://www.brsi.de/events/studien_details.php?id=902

Ihre Ansprechpartner bei Rückfragen:

- **Dr. Frank Höhne**, *Dipl.-Wirtsch.-Ing., MBA*

Leseprobe