

# Kaufprämie pusht E-Autos – aber was bremst den nachhaltigen Boom?

mm customer strategy GmbH

September 2021

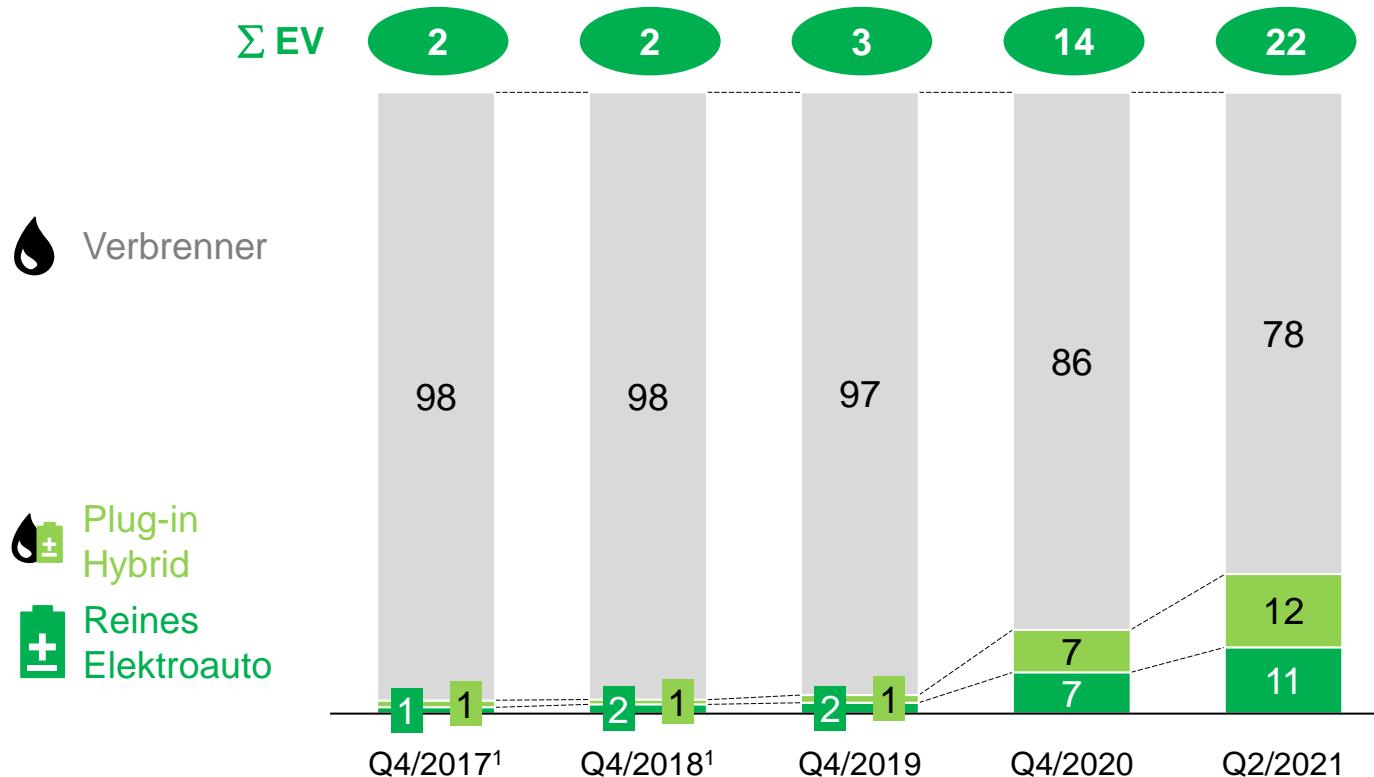
Bild: PanterMedia, Urheber: Boarding\_Now, Medien-Nr.: 18543560

# 2021: 51% der privaten Neuwageninteressierten würden ein Elektroauto kaufen

## Antriebsart

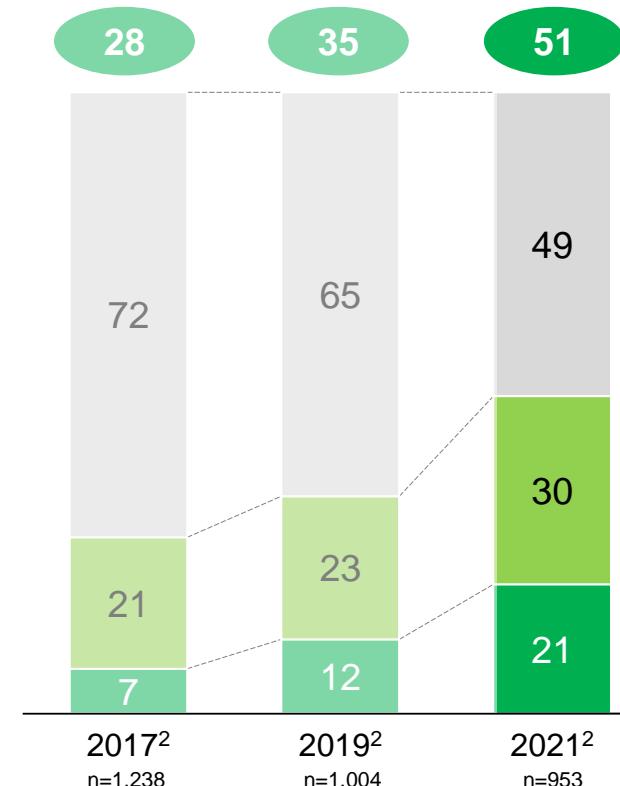
### Ist-Antriebsart Pkw-Neuzulassungen

% Pkw-Neuzulassungen (privat + gewerblich), Deutschland<sup>1</sup>



### Präferierte Antriebsart nächster Neuwagen

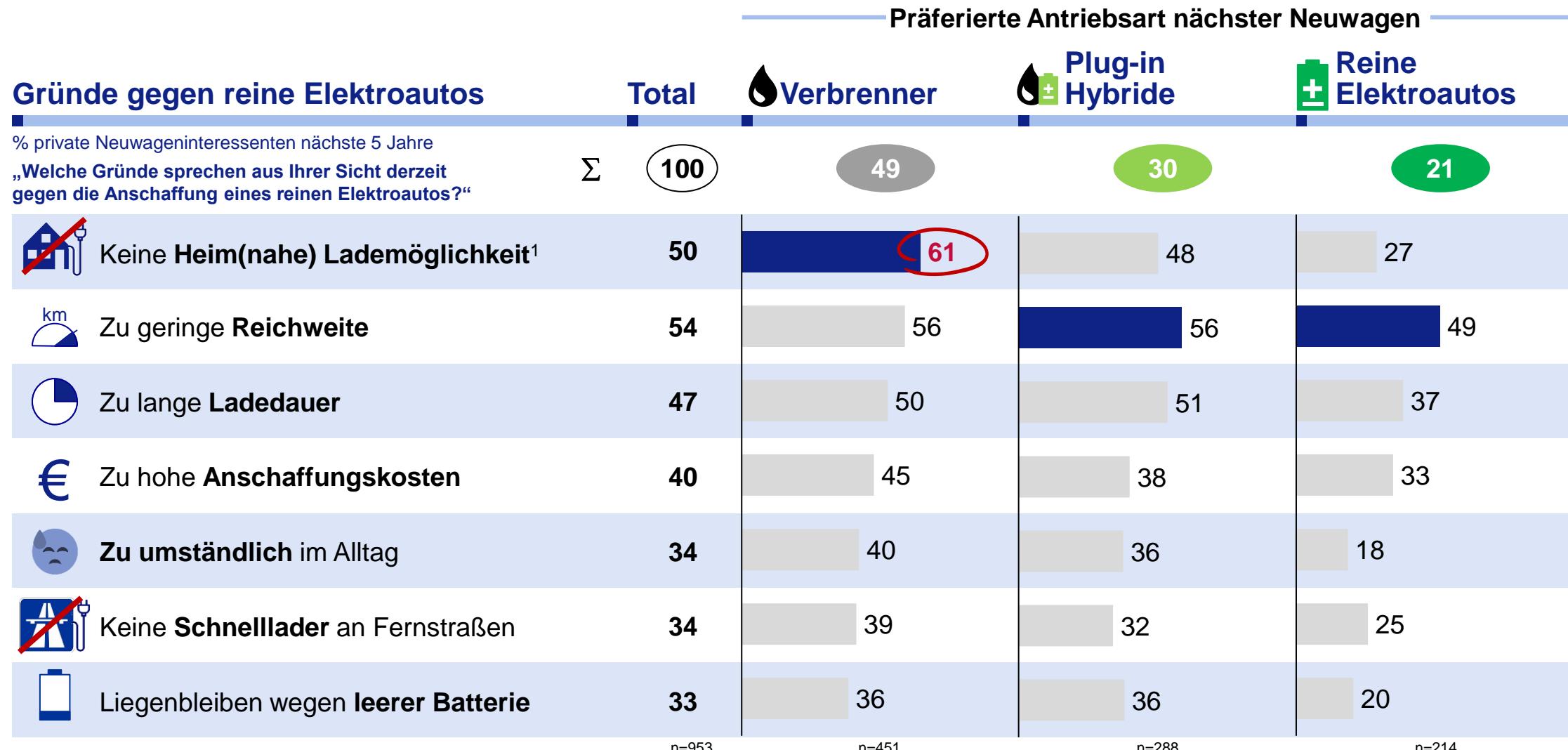
% private Neuwageninteressenten nächste 5 Jahre



1) Exkl. Wasserstoff (<1%), 2) 2017 & 2019 nur Kleinstwagen bis Mittelklasse, 2021 Kleinstwagen bis Luxusklasse

Quelle: KBA, Elektroauto-Studie 2019 (DE 08/2019, n=1.004) / 2021 (DE 07/2021, n=1.003), mm customer strategy, Dynata, Ergo Data

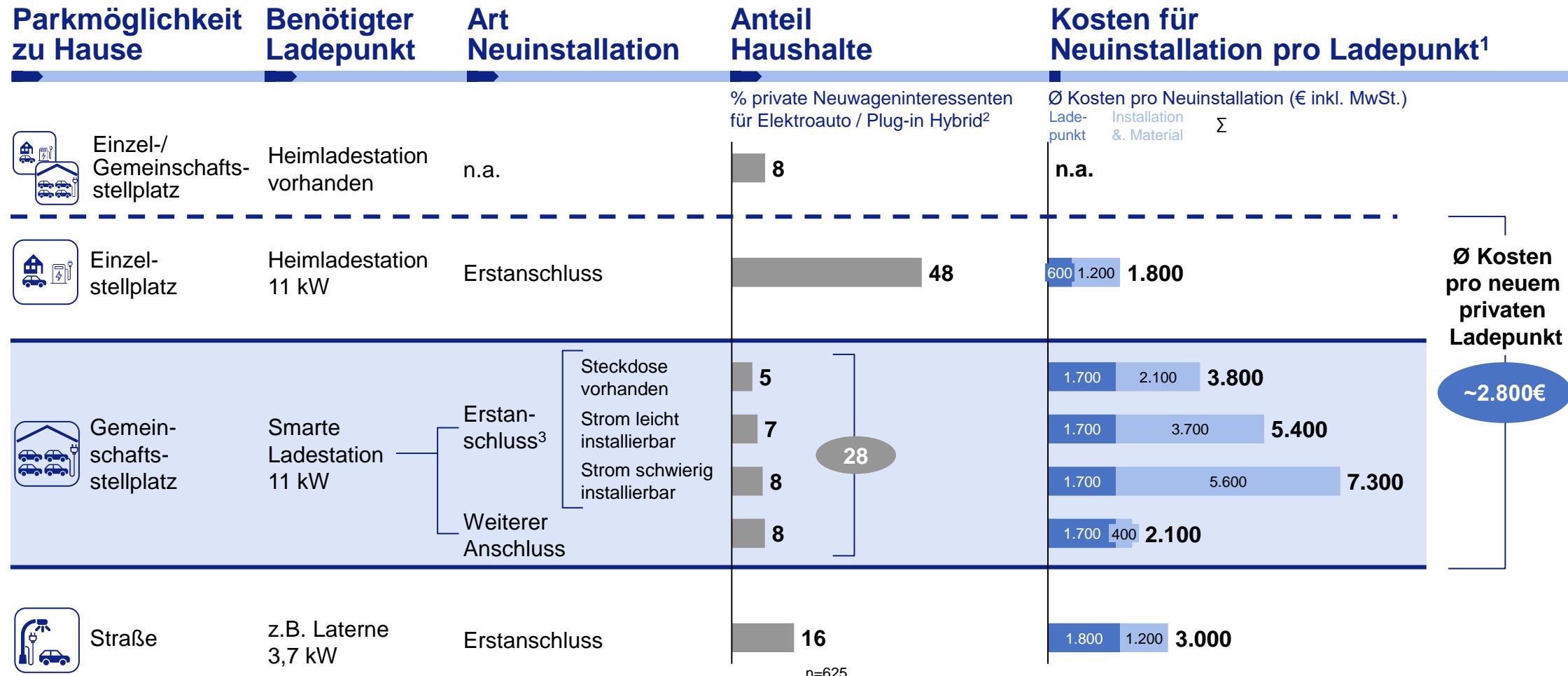
# Fehlende Lademöglichkeit zu Hause ist Hauptgrund gegen EVs für Verbrenner-Freunde



1) Zuhause oder – bei fehlendem privaten Stellplatz – in <200m Umkreis vom Zuhause

Quelle: Elektroauto-Studie 2021 (DE 07/2021, n=1.003), mm customer strategy, Dynata, Ergo Data

# Neuinstallation eines privaten / heimnahen Ladepunktes kostet Ø2.800-3.000€ brutto



1) Summe aus Kosten für Installation, Material und Wallbox (inkl. MwSt.)

2) reines Elektroauto und/oder Plug-in Hybrid in der engeren Auswahl

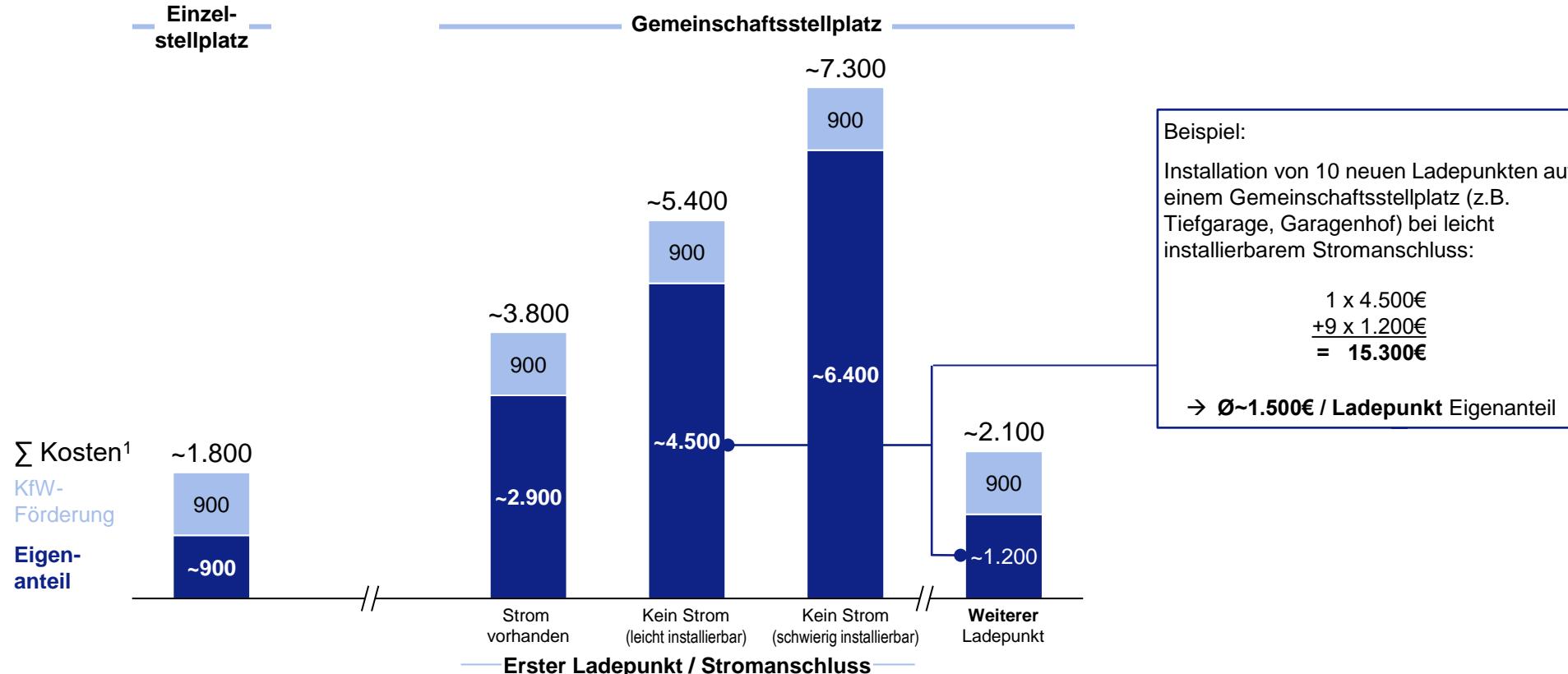
Quelle: Webasto, ADAC, ebee smart technologies, Expertenschätzungen, Elektroauto-Studie 2021 (DE 07/2021, n=1.003), mm customer strategy, Dynata, Ergo Data

3) inkl. Kosten für Controller / Lastenmanagement

# Wallbox-Eigenanteil: Ø~900€ für Einzelstellplatz / ~1.500€ für Gemeinschaftsstellplatz

## Gesamtkosten und Eigenanteil für Neuinstallationen privater Ladepunkte<sup>1</sup>

ØKosten für Wallbox, Installation und Material (€ inkl. MwSt.)



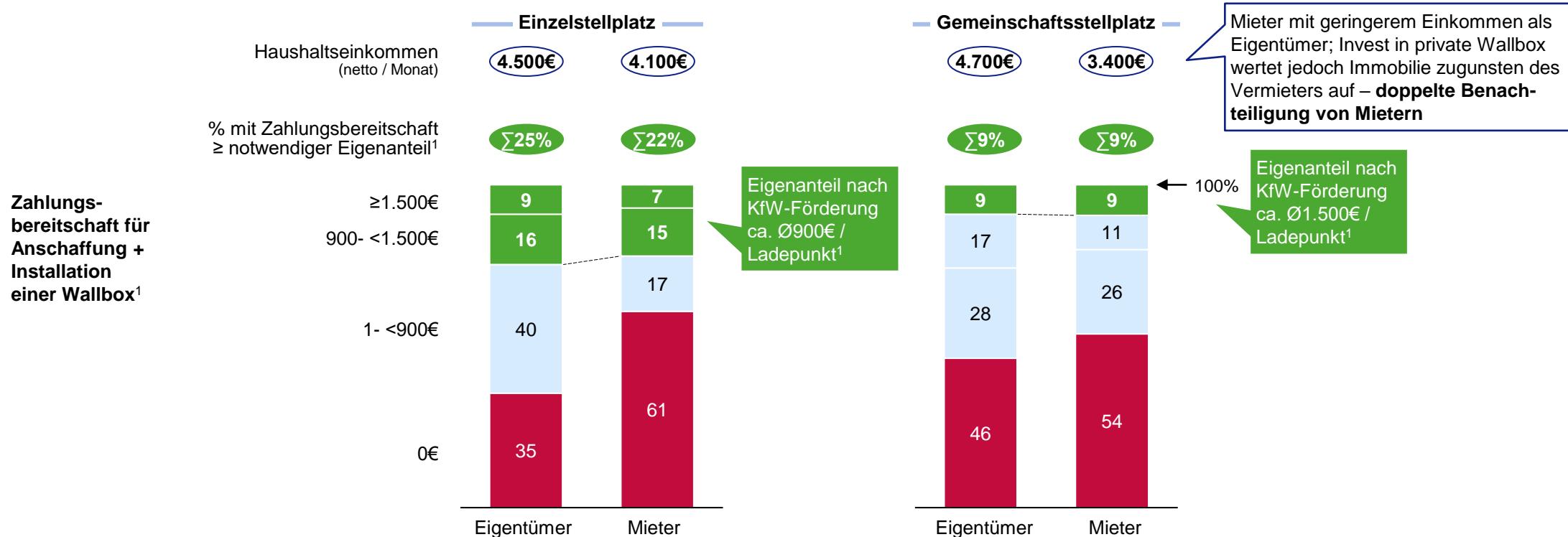
1) Summe aus Kosten für Installation, Material und Wallbox (inkl. MwSt.)

Quelle: Webasto, ADAC, Expertenschätzungen, KfW, mm customer strategy, Dynata, Ergo Data

# Nur max. 25% der Einzel- / <10% der Gemeinschaftsstellplatznutzer sind bereit, Mindest-Eigenanteil für Wallboxen zu zahlen – Mieter sind doppelt benachteiligt

## Zahlungsbereitschaft für Wallboxen

% private Neuwageninteressenten für Elektroauto / Plug-in Hybrid mit privatem Stellplatz<sup>2</sup>



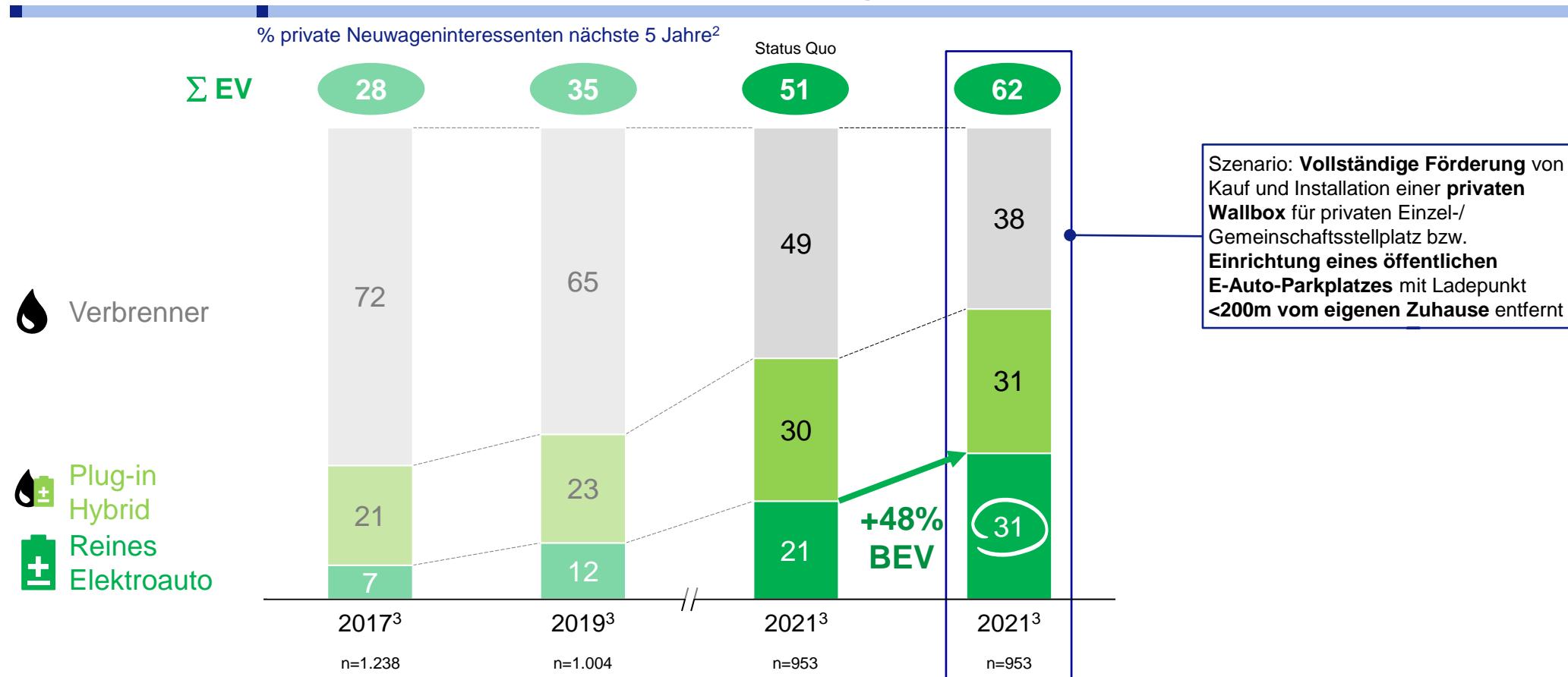
1) Summe aus Kosten für Installation, Material und Wallbox (inkl. MwSt.) in Abhängigkeit von der Parksituation; KfW 440-Förderung in Höhe von 900€  
Quelle: Webasto, ADAC, Expertenschätzungen, KfW, Elektroauto-Studie 2021 (DE 07/2021, n=1.003), mm customer strategy, Dynata, Ergo Data

MM011S/eCar2021\_PMPres\_E-Auto Trigger\_V08sentout\_MMM\_20210921.pptx

2) Reines Elektroauto und/oder Plug-in Hybrid in der engeren Auswahl

# ~+50% Präferenz für reine Elektroautos, wenn Heim-(nahes) Laden möglich wäre

## Antriebsart Präferierte Antriebsart nächster Neuwagen



**mm** CUSTOMER  
STRATEGY

 **dynata**  
 ERGO-Data GmbH®



# mm customer strategy – At a glance

“Consulting-style” market research with B2B+B2C automotive, ICT and Finance track record

## EXPERTISE

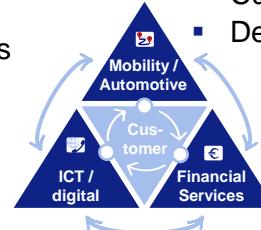
- Corporate reputation / image / NPS, customer satisfaction, loyalty
- Marketing / brand (portfolio) strategy, positioning
- Market entry / go-to-market proposition & strategy
- Pricing strategy & business cases
- Market structures / sizes & migrations / forecasts
- Strategic segmentations & personas
- Customer experience / journey / touchpoints
- B2B, B2C, B2P<sup>1</sup>



## COUNTRIES

## SOURCES

- Primary market research
  - Quant: Online, CATI, Face2Face
  - Qual: Group discussions, scrum groups, online communities, IDIs, (C-level) expert interviews, mystery shopping
  - ...with renown & specialised field partners
- Customer / CRM data
- Desk research



- In-house expertise of regression, factor, cluster, discriminant analyses, structural equation models
- Advanced MaxDiff + conjoint + pricing analyses (e.g. menu-based conjoint, ACBC, BPT, GG, vW)<sup>2</sup>
- Behavioural economics, e.g. inertia, irrationalities
- **Selection of methodology-of-choice always depends on strategic project requirements**

## METHODOLOGIES

## OUR MANAGEMENT

### Yvonne Martini

Managing Partner



- 20 ys top-mgt. strategy consulting
- 16 ys international market research
- Formerly Roland Berger Strategy Consultants (project manager)

### Dr. Markus Müller-Martini

Managing Partner



- 20 ys top-mgt. strategy consulting
- 16 ys international market research
- Formerly Oliver Wyman Consulting (project manager)

### Prof. Dr. Florian Keßler, LL.M.

China Desk



- Attorney at law
- Native-level Chinese (20 ys in CN)
- Legal, M&A, consulting (e.g. automotive)
- Formerly Dt. Handelskammer, Beijing / China (General Manager)

1) B2B: Business-to-Business, B2C: Business-to-Consumer, B2P: Business-to-Partners (e.g. dealers, service providers, intermediaries)  
Source: mm customer strategy

2) Adaptive Choice-based Conjoint, brand-price-trade-off, Gabor Granger, van Westendorp



CUSTOMER  
SCIENCE  
■ MEETS  
STRATEGY

**mm customer strategy GmbH**

Herzogspitalstr. 11   
80331 Munich / Germany  
Tel +49 (89) 2123 145-0

Rockwinkeler Heerstr. 14   
28355 Bremen / Germany  
Tel +49 (421) 33 10 99-0

% WZR Consulting Co., Ltd.   
5th Floor, Unit 0501B, DRC  
Liangmaqiao Diplomatic Office  
Building  
19 Dongfang East Road,  
Chaoyang District  
100600 Beijing, P.R. China  
Tel +86 (10) 65907595 (X801)

[info@mm-strategy.com](mailto:info@mm-strategy.com)  
[www.mm-strategy.com](http://www.mm-strategy.com)

