

P



Quo vadis Elektroautos

Zuckerbrot oder Peitsche – was bringt Elektroautos auf die Straße?

Repräsentative Studie unter 1.200 Neuwageninteressenten in Deutschland

München, 18.06.2018

Bild: PanterMedia, Urheber: Boarding_Now, Medien-Nr.: 18543560

Pkw-Neuzulassungen – Entwicklung Kraftstoffarten

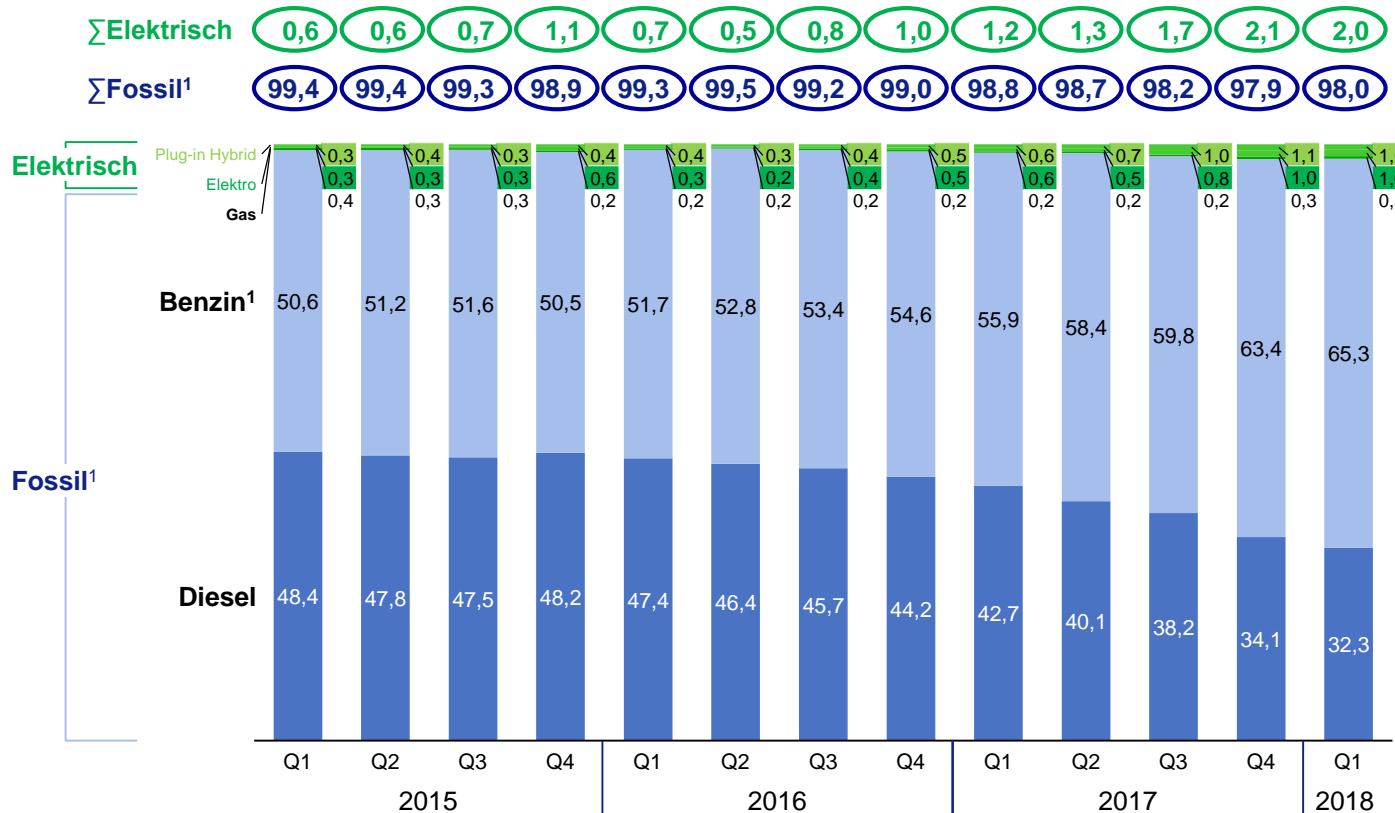


Klarer Diesel-Rückgang seit Q1/2015, aber v.a. zugunsten von Benzinern – Elektroautos profitieren trotz Umweltprämie bislang nur wenig; Plug-ins und reine Stromer gleichauf

Anteil Kraftstoffarten Pkw-Neuzulassungen

Q1/2015 vs. Q1/2018

Entwicklung Kraftstoffart von Pkw-Neuzulassungen, % pro Quartal



Kraftstoffart Q1/2015 Q1/2018 Δ%p

ΣEV	Q1/2015	Q1/2018	Δ%p
ΣEV	0,6%	2,0%	+1,4%p ▲

- PHEV 0,3% 1,0% +0,7%p ▲
- BEV 0,3% 1,0% +0,7%p ▲

ΣFossil	Q1/2015	Q1/2018	Δ%p
ΣFossil	99,4%	98,0%	-1,4%p ▼

- Gas 0,4% 0,5% +0,1%p ►
- Benzin (inkl. Mild-Hybrid) 50,6% 65,3% +14,7%p ▲
- Diesel 48,4% 32,3% -16,1%p ▼

1) Diesel, Benzin, milder Hybrid, Gas Anmerkung: Exkl. sonstige Kraftstoffarten (<<1%)

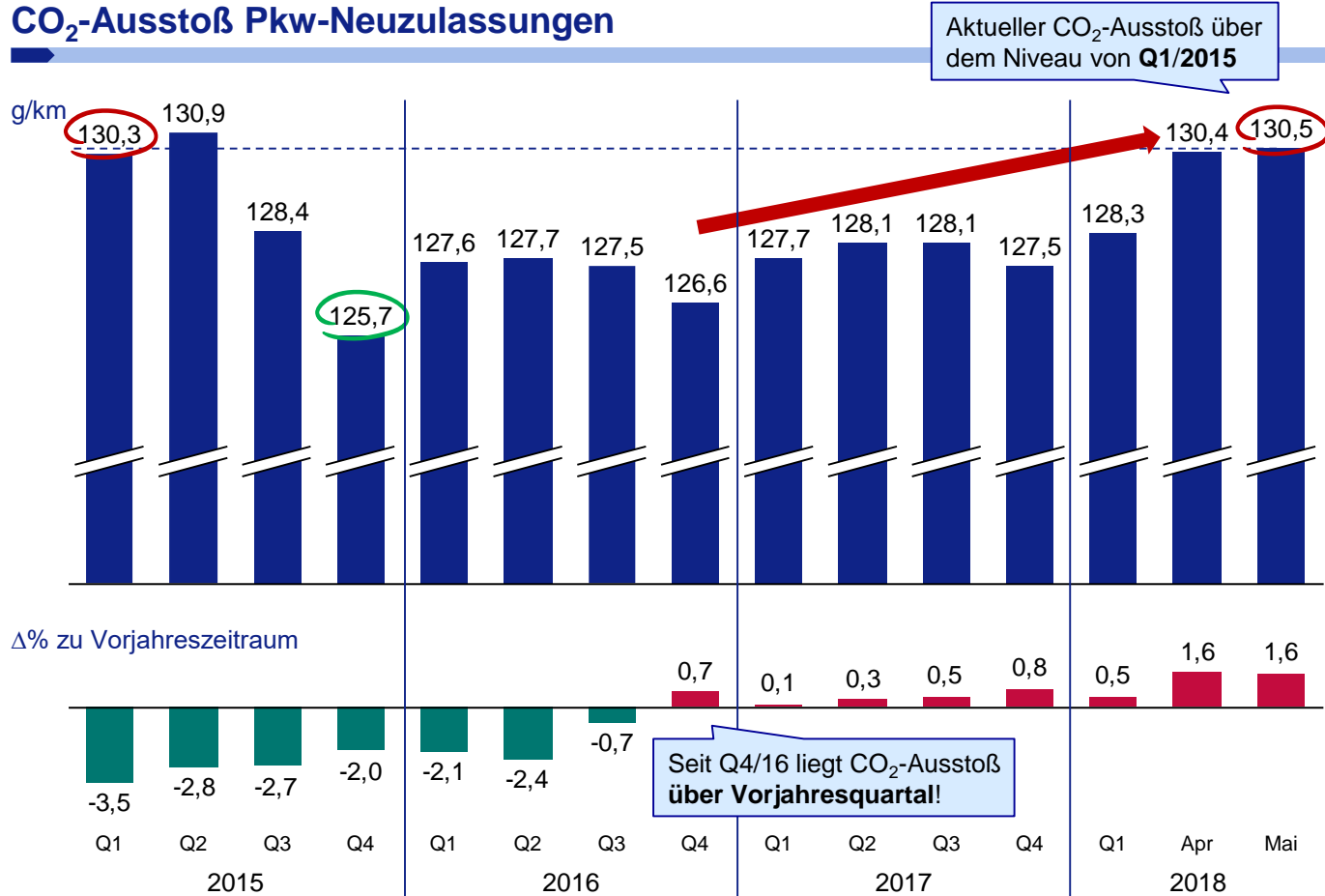
Quelle: KBA, mm customer strategy

Pkw-Neuzulassungen – CO₂-Entwicklung



Kontinuierliche YoY-Reduzierung des CO₂-Ausstoßes von Pkw-Neuzulassungen bis Q3/2016; seitdem kontinuierlich steigender CO₂-Ausstoß, aktuell auf dem Niveau von vor drei Jahren

CO₂-Ausstoß Pkw-Neuzulassungen



Anmerkungen

- Seit Beginn der Diesellaffäre zunehmende **Migration von Diesel- zu Benzinmotoren** bei Pkw-Neuzulassungen
- **Anteil** von reinen **Elektroautos und Plug-in Hybriden** mit geringem CO₂-Ausstoß nach wie vor **sehr gering** (Anteil 2,0% in Q1/18)
- Außerdem zunehmender Trend zu bauartbedingt weniger energieeffizienten Fahrzeugtypen (**SUVs**)

Zunehmende Herausforderung für OEMs (und Firmenflotten), CO₂-Ziele zu erreichen

Umweltprämie zeigt keine Breitenwirkung

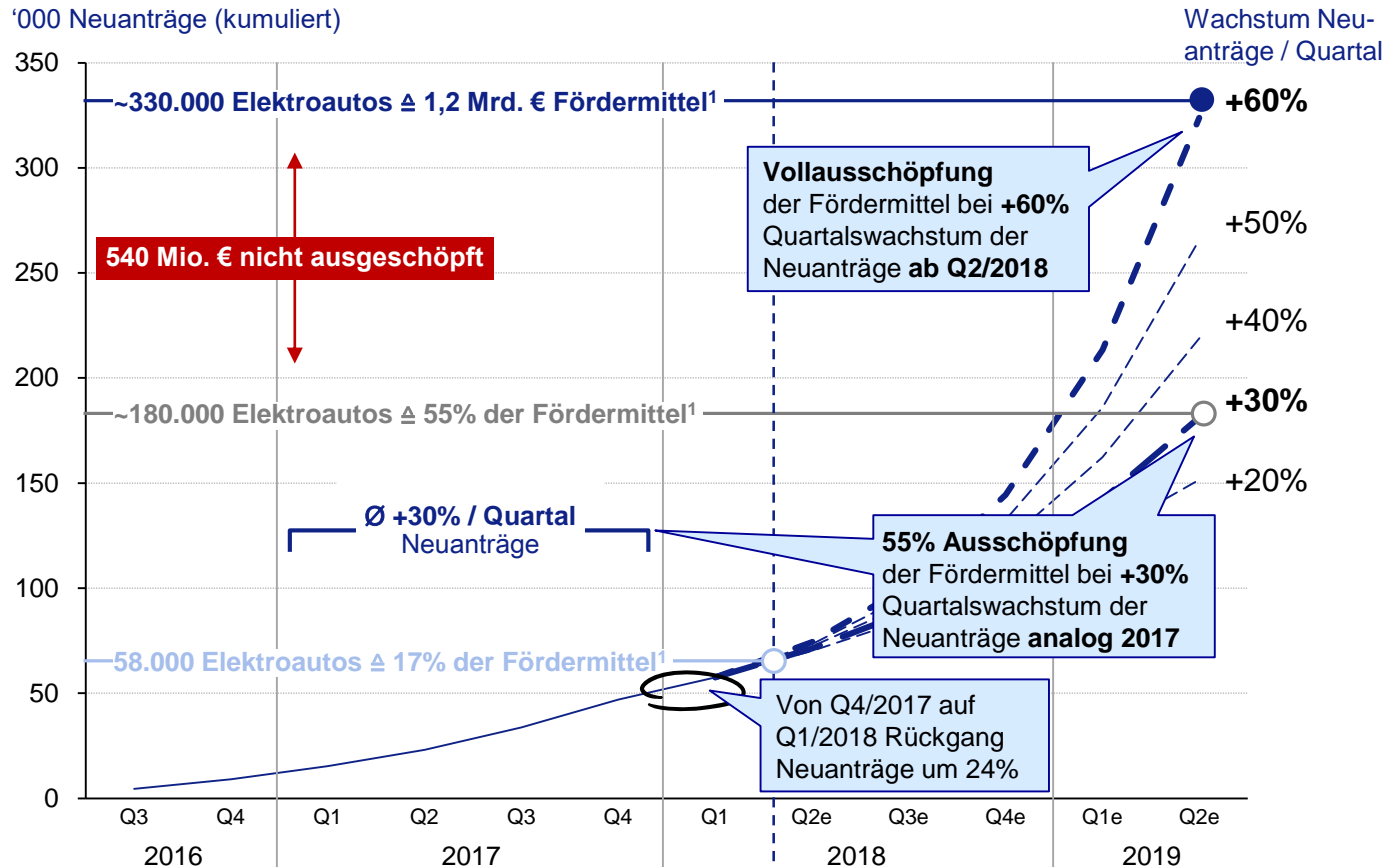
Aktuelles EV-Angebot inkl. gesamte Rahmenbedingungen offensichtlich unattraktiv für breite Käuferschichten

BaFA EV-Anträge



Bis Q1/2018 nur 17% der EV-Förderung der Bundesregierung beantragt; bei konstantem Wachstum 55% Ausschüttung bis Programmende 30.6.19 – 540 Mio. € drohen zu verpuffen

BaFA Anträge für Elektroautos (kumuliert)



Anmerkungen

- Die Bundesregierung hat 2016 einen Fördertopf für den Kauf von Elektroautos mit einem Gesamtvolumen von 1,2 Mrd. € initiiert
- Der Kauf von reinen Elektroautos wird mit 4.000€, von Plug-in-Hybriden mit 3.000€ gefördert, jeweils paritätisch vom Staat und den Herstellern
- Die Fördermaßnahme läuft bis 30.6.19 oder bis zum Erreichen des Gesamtvolumens
- Bis Q1/2018 wurden nur 17% der Fördermittel für 58.000 Elektroautos beantragt
- Bei unterstelltem konstantem Wachstum wie 2017 würden bis Q2/19 nur 55% der Fördermittel beansprucht; 540 Mio. € würden nicht ausgeschöpft
- Vollausschöpfung würde erreicht, wenn ab sofort die Zahl der Anträge pro Quartal um 60% wachsen würde
- Erscheint unrealistisch, da die Zahl der Anträge von Q4/2017 auf Q1/2018 um 24% zurückging

1) 65% BEV + 35% PHEV, entspricht Anteil der Anträge Q3/2016-Q1/2018

Quelle: BaFA, mm customer strategy

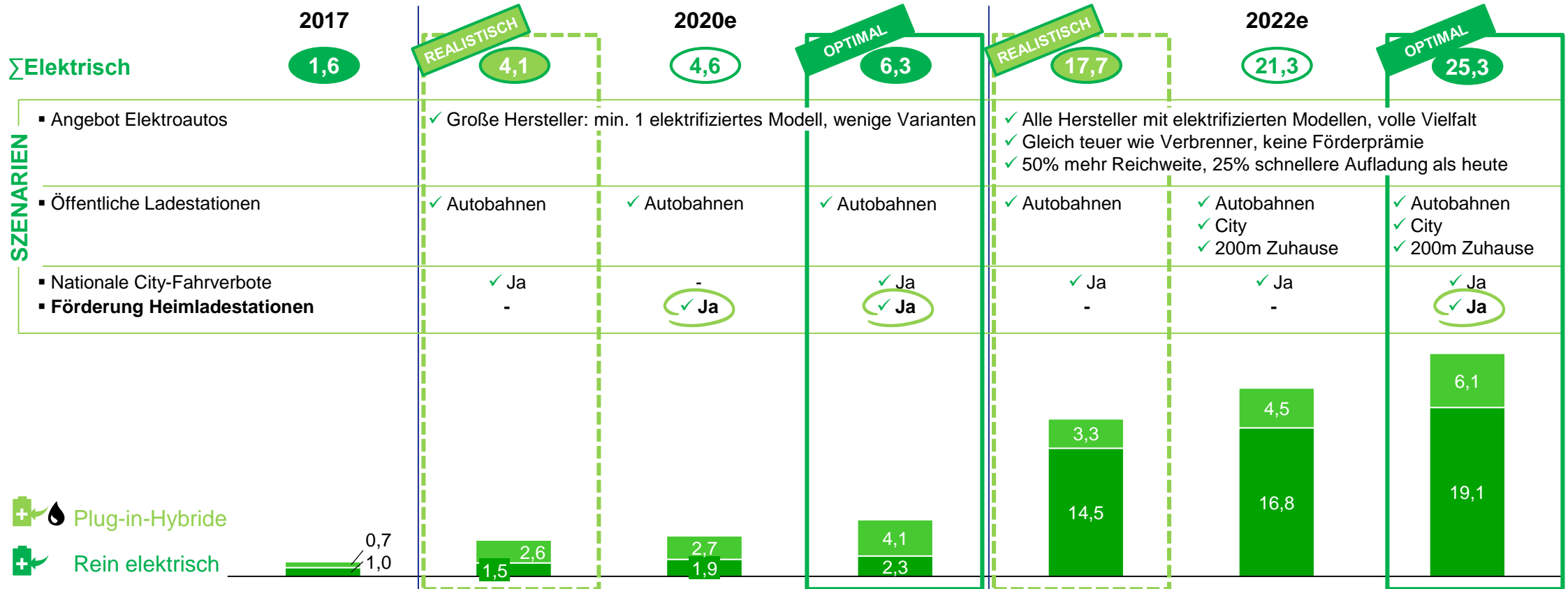
EV-Szenarien 2020e und 2022e



Endkundenstudie von *mm customer strategy*: 2020 4% der privaten Pkw-Neuzulassungen als Elektroautos realistisch, 2022 bis zu 25%; Wallbox-Förderung hat größeren Effekt als Fahrverbote

Szenarien

% Neuzulassungen Elektroautos (Privatkäufer)



Plug-in-Hybride

Rein elektrisch

Quelle: eCar-Studie n=1.200 DE 08/2017, mm customer strategy, IfaD, IFF, Norstat

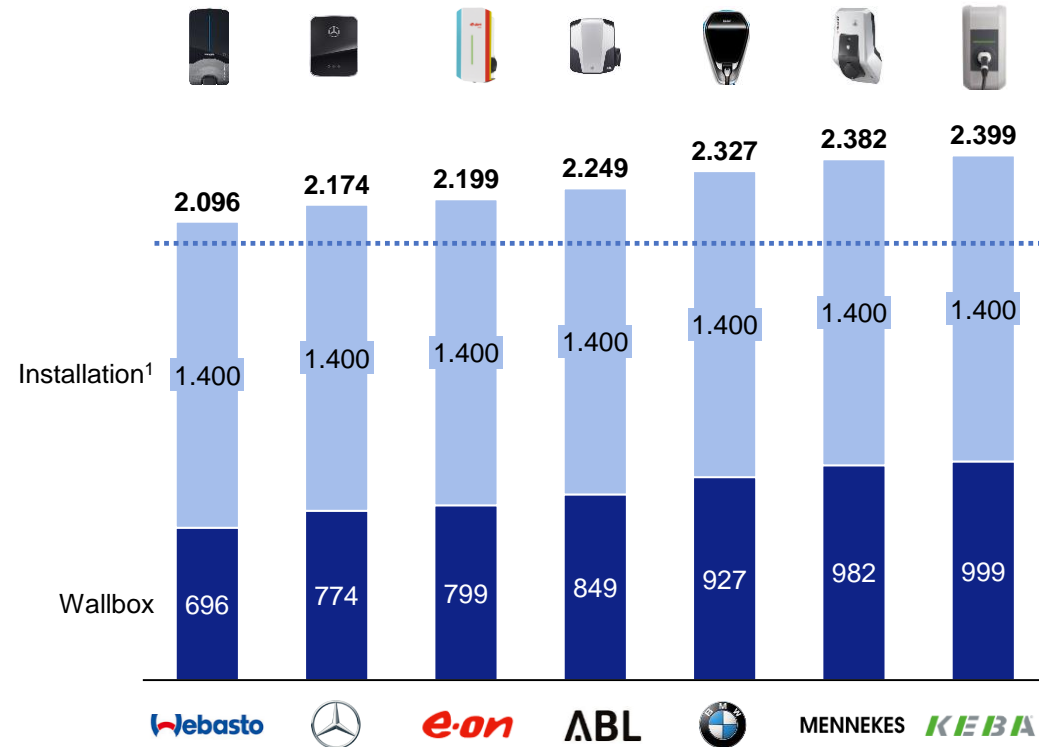
Heimladestation: Kosten und Zahlungsbereitschaft



1x-Kosten für Wallbox inkl. Installation ca. 2.000€, nur 18% der Privatkäufer mit EV-Interesse würden so viel investieren – Wallbox-Subventionen würden EV-Nachfrage deutlich steigern

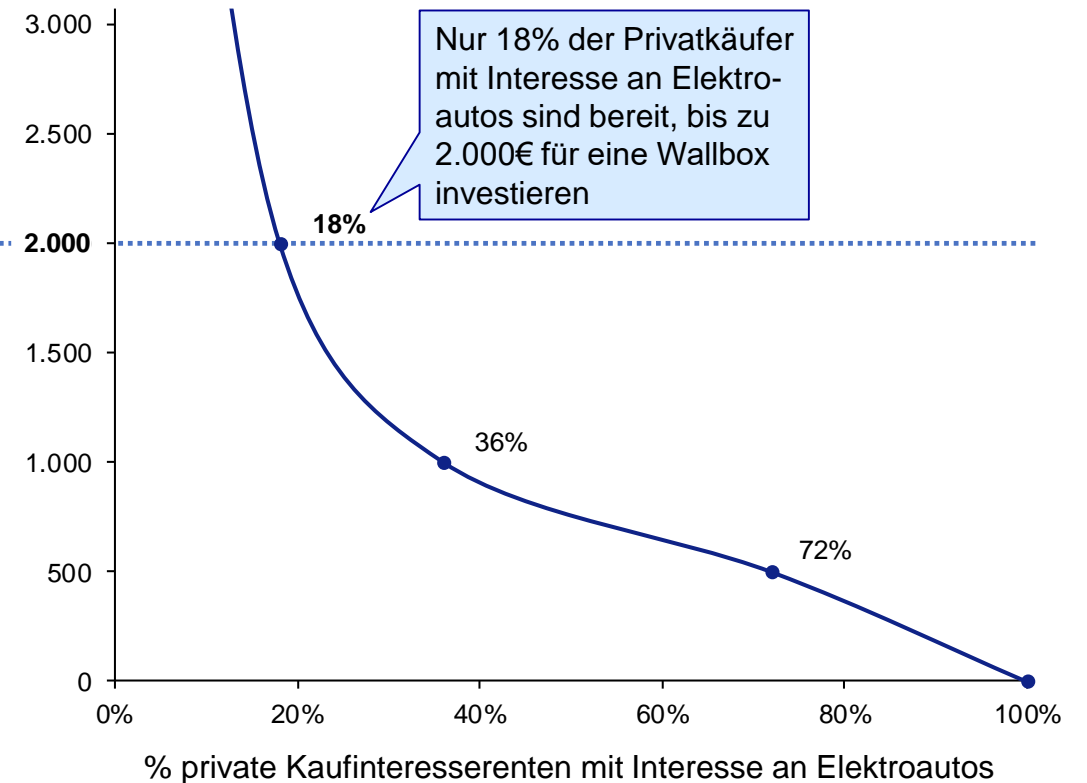
Investitionskosten Heimladestation

Einstiegsmodell, 22kW, € UVP inkl. MwSt.



Zahlungsbereitschaft für Wallboxen

Zahlungsbereitschaft in €





















1) Annahme durchschnittliche Installationskosten: 250€ Material, 900€ Installation, 250€ Abnahme
 Quelle: Hersteller-Internetseiten (06/2018), www.elektronik-zeit.de, mm customer strategy

Überblick Studienparameter

Repräsentative 20min CATI & CAWI Conjoint-Studie unter Neuwageninteressenten (privat + User-Chooser) innerhalb der nächsten 5 Jahre mit n=1.200 in Deutschland / 1.350 in China

Studienparameter

Umsetzung

 Länder	<ul style="list-style-type: none">▪  
 Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none">▪ (Mit-)Entscheider / Beeinflusser bzgl. Neuwagenkauf im Haushalt▪ Geplante Neuwagenanschaffung innerhalb der nächsten 5 Jahre (Fokus: Kleinwagen-Mittelklasse; privat / User-Chooser)
 Fallzahlen	<ul style="list-style-type: none">▪  n=1.200 (1.000 CAWI + n=200 CATI)▪  n=1.350 (1.200 CAWI + n=150 CATI)
 Quoten	<ul style="list-style-type: none">▪ Soft-Quoten auf Marken▪ Quoten auf 6 Archetypen-Städte in CN
 Erhebungsmethoden	<ul style="list-style-type: none">▪ CATI (exkl. Conjoint-Modul, DE+CN)▪ CAWI (inkl. Conjoint-Modul, DE+CN)
 Fragebogendauer	<ul style="list-style-type: none">▪ 20min
 Analysemethoden	<ul style="list-style-type: none">▪ Gabor-Granger (nicht-lineare Preisbereitschaft für Neuwagenkauf zur nicht-linearen Interpolation von Conjoint-Preispunkten)▪ Conjoint▪ Propensity Scoring (DE&CN: CATI vs. CAWI-Kalibrierung, CN: Kalibrierung Wunsch- vs. Ist-Antworten)
 Gesamtkonzeption & Lead	<ul style="list-style-type: none">▪ 
 Durchführung Conjoint	<ul style="list-style-type: none">▪ 
 Feldleistung	<ul style="list-style-type: none">▪  You ask We survey 

Quelle: mm customer strategy

MM007S/mm-strategy_EV-Studie_PM_Charts_Vfinal_20180618.pptx

mm customer strategy – At a glance

Leading global strategic research in automotive, telecommunication, finance & insurance

TOPICS

- Marketing, brand (portfolio) strategy, positioning
- Market entry / go-to-market strategy
- Market structure & migration; market sizing / forecasts, business cases / business planning
- Strategic segmentations, potentials, personas
- Digital / innovation / co-creation
- Customer experience / journey / touchpoints
- Satisfaction, loyalty, NPS
- B2B, B2C, B2D, B2E¹

SOURCES

- Primary market research (own studies)
 - Quant: Online, CATI, face2face
 - Qual: Focus groups, scrum groups, IDIs, online communities, (C-level) expert interviews
 - All continents / global coverage
 - Renown & specialised field partners
- Customer / CRM data
- Desk research

OUR MANAGEMENT

Yvonne Martini

Managing Partner



- 17 ys top-mgt. strategy consulting
- 14 ys int. market research
- Formerly Roland Berger Strategy Consultants (project manager)

Leading global strategic market research

- Market / customer segmentation
- Regression, factor, cluster, discriminant analyses
- Structural equation models (PLS), driver analyses, FiMix models
- Advanced conjoint analyses, e.g. menu-based conjoint, ACBC
- Behavioural economics

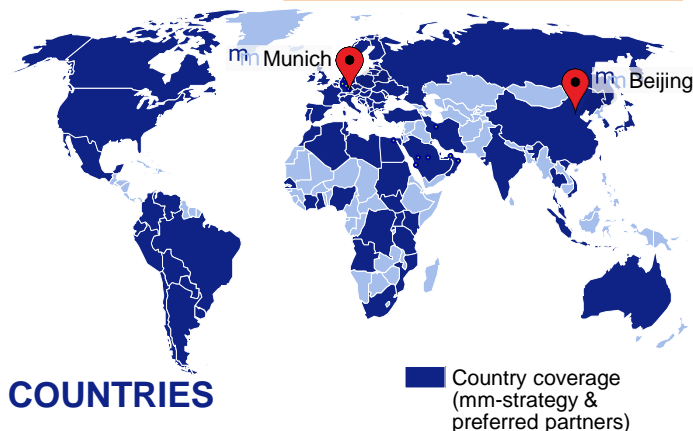
Dr. Markus Müller-Martini

Managing Partner



- 17 ys top-mgt. strategy consulting
- 14 ys int. market research
- Formerly Oliver Wyman Consulting (project manager)

METHODOLOGIES



CUSTOMER SCIENCE MEETS STRATEGY

Ihre Ansprechpartner



Dr. Markus Müller-Martini
Managing Partner

mm customer strategy GmbH
Herzogspitalstr. 11
80331 München

T +49 (89) 2123 145-10
M +49 (151) 440 567-10
markus.mueller-martini@mm-strategy.com
www.mm-strategy.com



Gerd E. Retterath
Project Manager

mm customer strategy GmbH
Herzogspitalstr. 11
80331 München

T +49 (89) 2123 145-35
M +49 (151) 440 567-35
gerd.retterath@mm-strategy.com
www.mm-strategy.com



Dr. Felix Kraus
Senior Consultant

mm customer strategy GmbH
Herzogspitalstr. 11
80331 München


T +49 (89) 2123 145-36
M +49 (151) 440 567-36
felix.kraus@mm-strategy.com
www.mm-strategy.com






CUSTOMER
SCIENCE
■ MEETS
STRATEGY

mm customer strategy GmbH

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

c/o WZR Consulting Ltd. 
Landmark Tower II, Unit 0406
8 North Dongsanhuan Road
Beijing 100004 / China
Tel +86 (10) 65907595

info@mm-strategy.com
www.mm-strategy.com

Management:
Yvonne Martini
Dr. Markus Müller-Martini

