

Laden beim Handel: Shoppen und Strom tanken

Montag, 17.01.2022

Die Ziele der neuen Bundesregierung im Bereich Elektromobilität sind hoch: Bis 2030 sollen rund 15 Millionen E-Autos auf deutschen Straßen fahren. Mit dieser Entwicklung muss der Ausbau von öffentlicher Ladeinfrastruktur Schritt halten. Der Handel mit seinen Parkflächen ist durch das Gebäude-Elektromobilitäts-Infrastruktur-Gesetz verpflichtet, das Ladeangebot auszubauen und hat gleichzeitig die Chance, wichtige Schritte in Richtung gesteigerte Kundenloyalität zu unternehmen. Wie die Verbraucherinnen und Verbraucher das Thema sehen, zeigt das Whitepaper von EHI und UScale „Laden beim Handel“, das im Rahmen der EHI Initiative Mobilität im Handel erscheint.

Das Auto spielt für den Einkauf eine große Rolle, so ein Ergebnis der Studie. Im ersten Panel der Verbraucherbefragung geben Verbraucherinnen ohne E-Auto bei der Frage nach ihrer Autonutzung ein klares Votum ab. Einkäufe sind mit 82,4 Prozent der meistgenannte Anlass – vor Freizeitaktivitäten (71 Prozent), Erledigungen wie Arztbesuche oder Behördengänge (65,5 Prozent) und Urlaubsreisen (57,7 Prozent).

Im zweiten Panel, bei dem ausschließlich heutige Besitzer eines E-Autos befragt wurden, geben mehr als drei Viertel (76 Prozent) an, ihr E-Auto zu Hause zu laden. Dahinter folgen das Laden von unterwegs (40 Prozent), an öffentlichen Plätzen (31 Prozent) und auf Kundenparkplätzen (30 Prozent). Aufgrund des begrenzten Angebots spielen Schnellladehubs im öffentlichen Raum eine noch geringe Rolle (zwölf Prozent).

Die konkrete Ausgestaltung des Ladeangebots entscheidet darüber, welches Angebot die Kundschaft wählt. Für die Befragten mit E-Autos ist bei der Wahl eines Händlers eine Lademöglichkeit vor Ort von großer Bedeutung. Fast die Hälfte (49 Prozent) würden Shopping-Center mit Ladesäulen auswählen. Bei Supermärkten sind es 46 Prozent, 37 Prozent würden Baumärkte und Möbelhäuser mit Ladestationen bevorzugen. Dabei nehmen Ladeangebote nicht nur Einfluss auf die Auswahl eines Ziels, sondern auch auf die Dauer des Einkaufs. 59 Prozent sagen, dass die Aufenthaltsdauer bei einem der oben genannten Orte durch die Möglichkeit eines Ladevorgangs „vermutlich eher länger“ sein würde.

Laden beim Handel: Shoppen und Strom tanken