



PRESSEMITTEILUNG

FREI ZUR VERÖFFENTLICHUNG

BEM-Untersuchung zeigt: Autohandel nicht auf eAutos eingestellt - Kunden enttäuscht von Anbieter-Support

Berlin, 12.09.2019. Kunden und Interessenten der Elektromobilität fühlen sich beim Kauf eines eAutos durch Autohersteller, Händler und Energieversorger schlecht beraten. Die Recherche über das Fahrzeug, die Nutzung und viele weitere Touchpoints zum Gebrauch des eAutos gerät beim Kunden zu einer Odyssee, die nicht selten im Internet in den Social Media Kanälen endet – zu diesem Ergebnis kommt eine Befragung des Marktforschungsinstituts UScale im Auftrag des Bundesverbandes eMobilität e.V. BEM.

Ausgangspunkt der Untersuchung war die Frage, wo und warum der Kunde im bislang schlecht laufenden Verkaufsprozess verloren geht. Dabei wurden eFahrerInnen und solche, die es werden wollen, systematisch nach ihren Erwartungen und Erfahrungen während der sogenannten Customer Journey befragt; angefangen von der Orientierungs- und Informationsphase bis über den Kauf, die Übernahme und die Nutzung des neuen Wagens.

In der Auswertung von knapp mehr als 1100 Befragten wurde deutlich, dass Kunden der eMobilität bis zu vier Automodelle für ihren Kauf ins Auge fassen, wobei der ökologische Gedanke, der Fahrspaß und der Komfort die wichtigsten Kaufmotive darstellten. 41% der Befragten fanden auf den Webseiten der Hersteller und Händler keine ausreichenden Argumente und 21% nur teilweise ausreichende Argumente für den Kauf der recherchierten Marke. Vielmehr empfanden die Kunden, dass die Online-Angebote auf Verbrenner-Modelle ausgelegt sind und offene Fragen nicht beantwortet werden. Auch beim Besuch im Autohaus gehen viele Kunden verloren: Nur 40% der Befragten waren nach dem Besuch überzeugt und bestätigt, ein Auto der gewählten Marke zu kaufen. 36% verneinten diesen Punkt, 24% waren sich unsicher. Befragte spürten „keinen Willen“ oder schlicht „Unkenntnis“ beim Verkäufer und fühlten sich in der Verantwortung, sich selbst schlau zu machen.

„eMobilität ist mehr als ein neuer Antrieb“, sagte Markus Emmert, Wissenschaftlicher Beirat und Leiter der BEM-Arbeitsgruppen zu den Ergebnissen der Studie. „Um die neue Technologie dreht sich ein ganzes Ökosystem neuer Aspekte wie zum Beispiel die Ladestationen, der Energievertrag, die Werkstattfrage, Versicherung, Fahrzeugbedienung und vieles mehr, zu denen die Kunden ganzheitliche Beratung erwarten. Das betrifft neben den Automobil-Herstellern übrigens auch die Energieversorger, weshalb wir dringend die strukturierte Zusammenarbeit empfehlen.“

„Die Untersuchung hat gezeigt, dass lange und ausführliche Probefahrten und die gründliche Ladebetreuung kaufentscheidend sind“, ergänzte Susanne Weiß, Co-Leiterin der BEM-Arbeitsgruppe „Autohaus mit Zukunft?“ und Vorsitzende der BEM-Landesgruppe Hessen. „Grundsätzlich ist ein Perspektivwechsel notwendig, um Kunden für die neuen eAutos zu begeistern und Verunsicherung zu nehmen. Hier muss der Automobilhandel intensiv an den Kaufbarrieren arbeiten und sich anstelle von Technologie und PS um emotionale Fragen und Wissenstransfer bemühen.“



Bundesverband eMobilität

„Autohersteller, Importeure und Händler verkaufen eAutos wie Verbrenner - Energieversorger verkaufen Fahrstrom wie Hausstrom; Kunden suchen aber kein Auto und Strom, sondern eine Mobilitätslösung. Von dieser Perspektive sind die Anbieter noch weit entfernt“, fasste Dr. Axel Sprenger, Geschäftsführer von UScale, die Studienergebnisse zusammen.

Für die eMobility Retail-Studie hat die UScale GmbH im Juni und Juli 2019 über 1100 Fahrer und Käufer von eAutos befragt. Im Fokus waren die online- und offline-Angebote der Anbieter von eAutos, Ladestrom und Infrastruktur. Die Studie richtet sich an alle Anbieter im Ökosystem eMobilität und liefert detaillierten Input zur Überarbeitung der Multi-Channel-Retail-Prozesse. Nähere Informationen finden Sie unter www.uscale.digital/insights.

Der **Bundesverband eMobilität** (BEM) ist ein Zusammenschluss von Unternehmen, Institutionen, Wissenschaftlern und Anwendern aus dem Bereich der Elektromobilität, die sich dafür einsetzen, die Mobilität in Deutschland auf Basis Erneuerbarer Energien auf Elektromobilität umzustellen. Zu den Aufgaben des BEM gehört die aktive Vernetzung von Wirtschaftsakteuren für die Entwicklung nachhaltiger und intermodaler Mobilitätslösungen, die Verbesserung der gesetzlichen Rahmenbedingungen für den Ausbau der eMobilität und die Durchsetzung von mehr Chancengleichheit bei der Umstellung auf emissionsarme Antriebskonzepte. Der Verband wurde 2009 gegründet. Er organisiert 300 Mitgliedsunternehmen, die ein jährlichen Umsatzvolumen von über 100 Milliarden Euro verzeichnen und über eine Million Mitarbeiter weltweit beschäftigen.

Pressekontakt

Bundesverband eMobilität e.V., Oranienplatz 5, 10999 Berlin
Fon 030 8638 1874 / eMail presse@bem-ev.de