

Elektromobilität: Kundeninteresse vorhanden aber Kosten noch zu hoch

Roland Berger-Studie: Technische Innovationen und Mobilitätspakete nötig

Wien, 17. Mai 2010 – **Elektrofahrzeuge werden in Europa immer beliebter. Laut einer aktuellen Studie der internationalen Strategieberatung Roland Berger Strategy Consultants und des Marktforschungsunternehmens TNS Infratest überlegen 37 Prozent der deutschen und 35 Prozent der französischen Führerscheinbesitzer den Kauf eines solchen Fahrzeugs. Die Hälfte davon wäre sogar bereit, einen Aufpreis von bis zu 4000 Euro zu bezahlen. Gleichzeitig fühlen sich aber fast zwei Drittel (65%) der Befragten unzureichend über das Thema informiert. Um der Elektromobilität in Europa zum Durchbruch zu verhelfen, sind sowohl technische Innovationen in der Automobilindustrie und Entwicklung von nachhaltigen Geschäftsmodellen, als auch adäquate Aufklärung und Vermarktung zum Thema "E-Mobility" nötig.**

"Auch in Österreich kann sich mehr als ein Drittel der Führerscheinbesitzer vorstellen, ein Elektrofahrzeug zu nutzen. Doch es fehlen noch innovative Geschäftsmodelle, um aus potenziellen Käufern wirkliche Kunden zu machen", sagt Alexander Kainer, Energieexperte im Wiener Büro von Roland Berger. Automobilhersteller, Energieversorger, Banken und andere Mobilitätsanbieter – wie beispielsweise Bahnunternehmen – müssen gemeinsam neue Geschäftsmodelle entwickeln. Es geht dabei um Preis-, Kauf- und Leasingmodelle für Fahrzeuge und Batterien ebenso, wie um die Themen Netzzugang und Infrastruktur. Denkbar sind intelligente Modelle, bei denen der Kunde mit dem Kauf auch speziell auf das Elektrofahrzeug zugeschnittene Mobilitätspakete und -dienstleistungen nutzen kann. Österreichische Unternehmen haben auf das gesteigerte Interesse bereits reagiert und Elektromobilitätskonzepte entwickelt, die nun in die Umsetzungsphase kommen. "Für den nachhaltigen Erfolg dieser Projekte ist ein ausbalanciertes Anreizsystem des Staates zwischen Förderung von Unternehmen und der Unterstützung beim Kauf eines Elektrofahrzeugs maßgeblich", meint der Berater.

Flat-Fee- oder Leasingangebote können Finanzierung und Versicherung des Fahrzeugs und der Batterie abdecken, technisch kann die Fahrzeugbatterie als Speicher zum Ausgleich von Stromproduktions- und -bedarfsspitzen dienen. "Neben neuen Produkten müssen die beteiligten Stakeholder aber auch Kooperationsmodelle mit langfristiger Perspektive entwickeln, was derzeit die größte Herausforderung darstellt", meint Kainer. Das Interesse an innovativen Vertriebsmodellen ist jedenfalls vorhanden. Zwar gehen fast 80 Prozent der Befragten noch von einem Kauf von Elektrofahrzeug und Batterie aus, aber bereits zwei Drittel können sich ein Batterie-Leasing über einen separaten Mobilitätsprovider vorstellen.

Höhere Zahlungsbereitschaft reicht noch nicht aus

Ein großes Problem der Hersteller sind jedoch immer noch die Kosten. Selbst die höhere Zahlungsbereitschaft der Kunden für Elektromobilität wird in den nächsten

zehn Jahren noch nicht ausreichen, um die Mehrkosten für den elektrischen Antrieb, vor allem der Batterie, aufzuwiegen", sagt Roland Berger Partner Rupert Petry. Nach seiner Einschätzung liegen die Mehrkosten heute zwischen 10 000 und 15 000 Euro und werden auch 2015 noch zwischen 8 000 und 10 000 Euro betragen. "Die Mehrkosten eines Elektrofahrzeugs gegenüber einem mit konventionellem Antrieb werden frühestens 2020 unter 4.500 Euro fallen, also den Betrag, den die potenziellen Nutzer von Elektroautos heute bereit wären, zu zahlen", sagt Petry.

Rasche industrielle Komponentenfertigung und Sonderanreize notwendig

Neben der Massenfertigung von technischen Komponenten sind ergänzende Fördermaßnahmen für die Verbreitung von Elektromobilität notwendig. "Das müssen nicht nur finanzielle Anreize sein", sagt Petry. "Denkbar ist beispielsweise auch der exklusive Zugang zu verkehrsbeschränkten städtischen Gebieten oder eigene Parkmöglichkeiten nur für Elektrofahrzeuge."

Roland Berger Strategy Consultants, 1967 gegründet, ist eine der weltweit führenden Strategieberatungen. Mit 36 Büros in 25 Ländern ist das Unternehmen erfolgreich auf dem Weltmarkt aktiv. 2.100 Mitarbeiter haben im Jahr 2008 einen Honorarumsatz von mehr als 670 Millionen Euro erwirtschaftet. Die Strategieberatung ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschließlichen Eigentum von rund 180 Partnern.

Weitere Informationen:

Roland Berger Strategy Consultants
DI Alexander Kainer
Principal
Freyung 3/2/10
1010 Wien
Tel. +43-1-536 02-301
E-Mail: alexander_kainer@at.rolandberger.com

Roland Berger Strategy Consultants
Mag. Matthias Sturm
Senior Marketing- & PR-Advisor
Freyung 3/2/10
1010 Wien
Tel. +43-1-536 02-110
E-Mail: matthias_sturm@at.rolandberger.com