

A long-exposure photograph of a tunnel at night, showing light trails from vehicles and overhead lights, creating a sense of motion and depth.

E-Mobility Market Perspectives Switzerland 2021

Vorwort

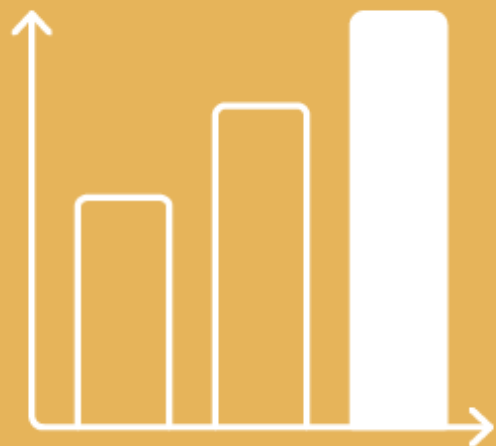
Der **Markt der Elektromobilität** entwickelt sich **sehr dynamisch**, und in Zukunft wird mit einem grossen **Geschäftspotenzial** gerechnet. EBP unterstützt Marktakteure, die dieses Potenzial erfolgreich erschliessen wollen, beispielsweise mit den vorliegenden E-Mobility Market Perspectives Switzerland.

Viele **Marktakteure** stellen sich einerseits **Fragen zum Markt und zur strategischen Positionierung** und verfügen andererseits über wertvolle **Informationen zu ihren Geschäftsaktivitäten**. Im Sinne von «Geben und Nehmen» haben in den vorliegenden E-Mobility Market Perspectives Switzerland **30 bedeutende Marktakteure** 13 Fragen beantwortet und somit **wichtiges und aktuelles Branchenwissen** den anderen Teilnehmenden aber auch weiteren Interessierten **zur Verfügung gestellt**. Dafür danken wir den Teilnehmenden herzlich.

Die E-Mobility Market Perspectives Switzerland 2021 **fokussieren auf das Ladegeschäft an öffentlichen Schnellladestellen und in privaten Einstellhallen**. Deshalb wurden primär Akteure befragt, die in diesem Bereich tätig sind.

Wir wünschen Ihnen viel Spass beim Studium der Resultate!

Felix Ribi und Silvan Rosser

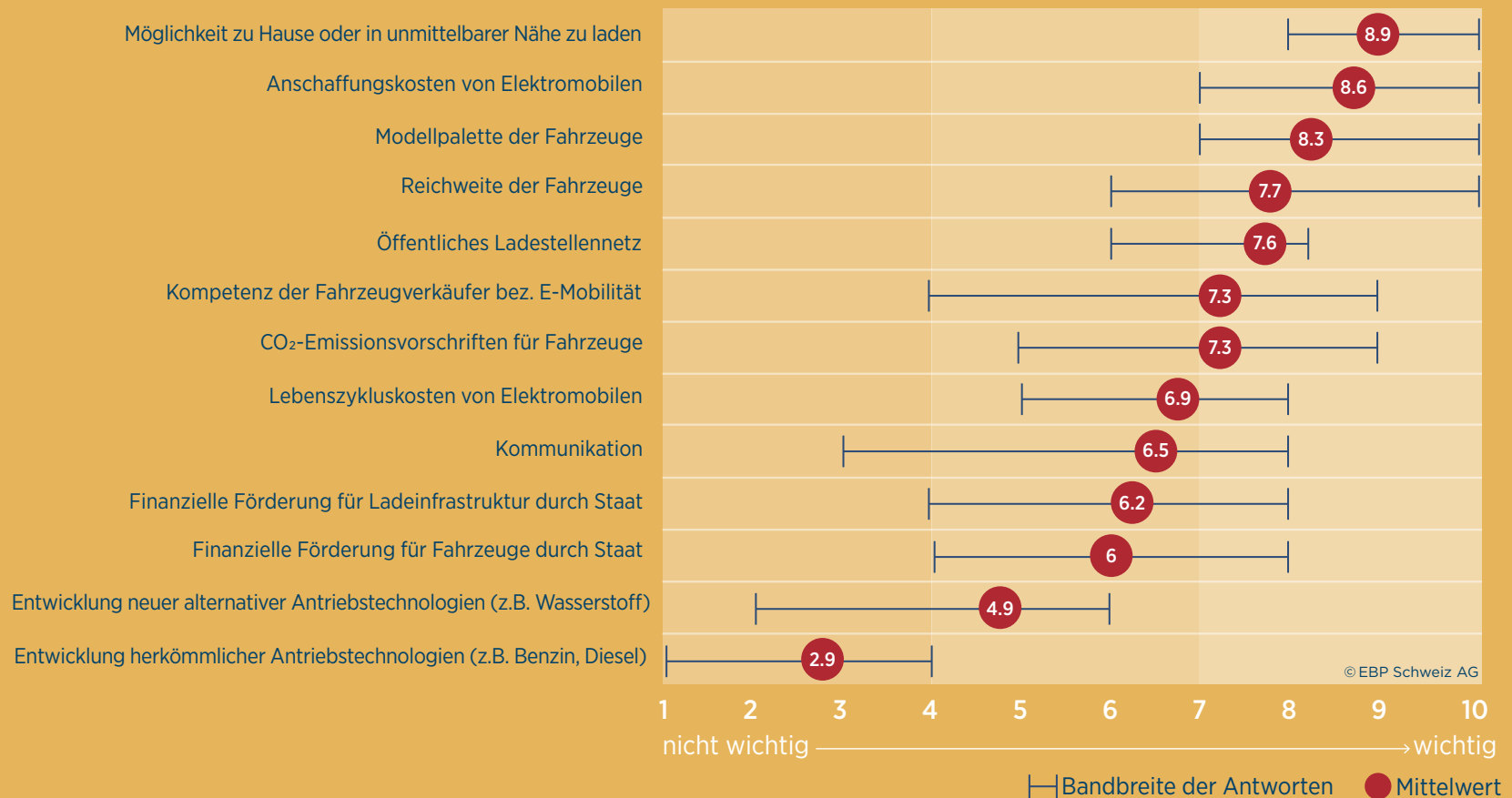


Resultate: Markt und
Dienstleistungen allgemein

1.

Welches sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Marktentwicklung?

Welches sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Marktentwicklung?



Welches sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Marktentwicklung?

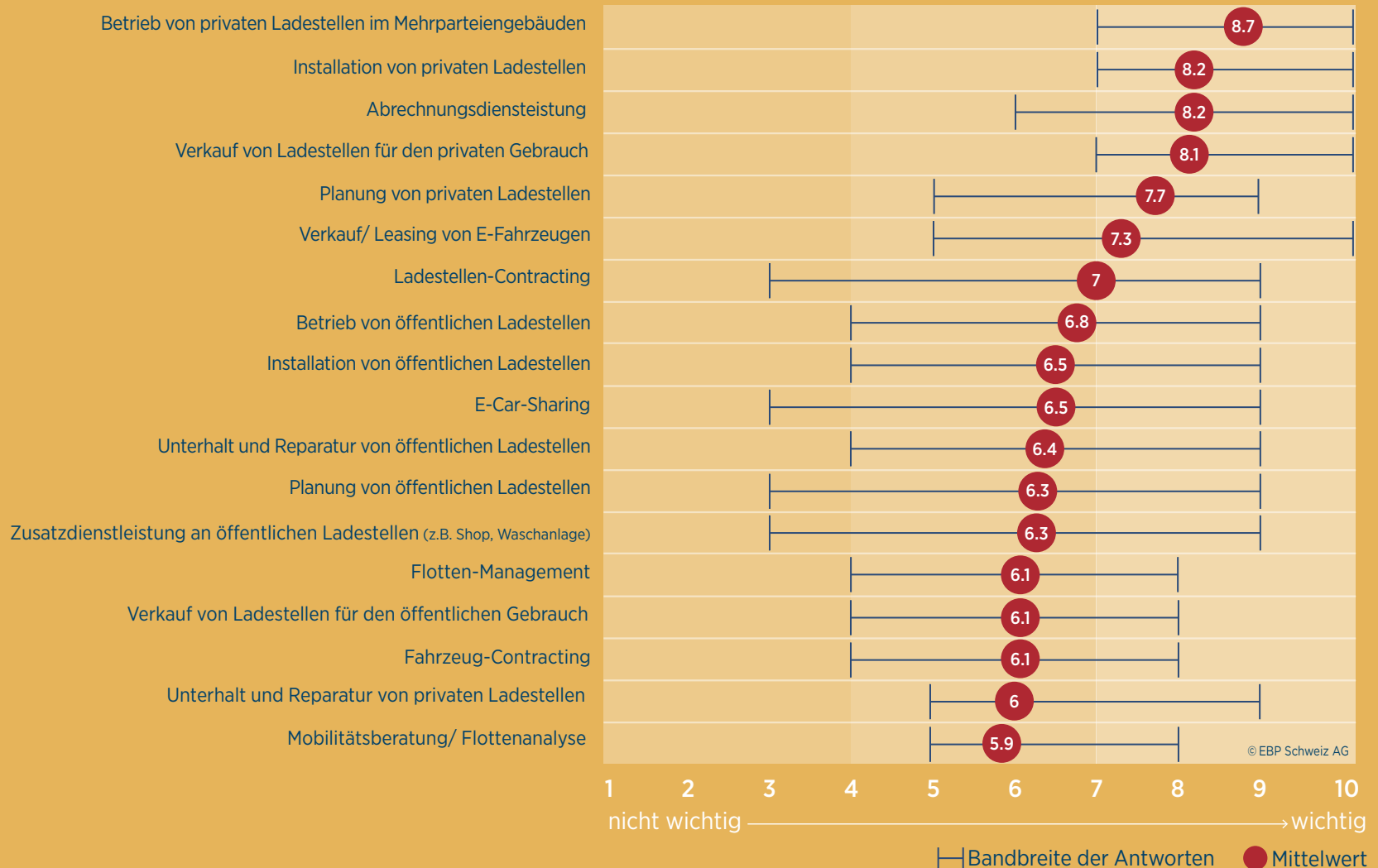
- **Ladenstellen zu Hause oder in unmittelbarer Nähe zum Wohnort:** Das Laden zu Hause ist für viele die bequemste Art zu laden. 60 – 70% der Ladevorgänge* finden hier statt. Deshalb sind Ladestellen zu Hause oder in der Nähe von grosser Bedeutung. Ladestellen in Garagen von Einfamilienhäusern sind meist einfach und kostengünstig zu realisieren. An Lademöglichkeiten in Mehrfamilienhäuser oder an öffentlichen Ladestellen für Autos in Wohnzonen/blauen Zonen fehlt es heute in der Schweiz noch oft.
- **Anschaffungskosten:** Die Anschaffungskosten sind beim Kaufentscheid oftmals wichtiger als die Lebenszykluskosten. Diese liegen bei Elektrofahrzeugen noch leicht über jenen von Autos mit Benzin- oder Dieselantrieb. Doch die Kosten sinken und es wird erwartet, dass die Parität bezüglich Anschaffungskosten bald erreicht wird.
- **Modellpalette der Fahrzeuge:** Autofahrer wollen Fahrzeuge, die sich für ihre Verwendungszwecke eignen. Zudem ist die Markentreue bei Autokäufern sehr hoch. Es ist deshalb wichtig, dass eine breite Modellpalette besteht, welche alle Verwendungszwecke abdeckt und die wichtigsten Automarken entsprechende Modelle auf den Markt bringen.
- **CO₂-Vorschriften:** Dieser Faktor verursacht grossen Druck auf die Fahrzeugimporteure und hat indirekt auch grossen Einfluss auf die Preise von E-Fahrzeugen. Die Bedeutung des Faktors wurde wahrscheinlich nur als mittelgross eingestuft, da die Wirkung vor allem indirekt erfolgt.
- Als **weniger wichtige Faktoren** für die Entwicklung der E-Mobilität wurden die Konkurrenztechnologien (alternativ oder konventionell) aber auch die finanzielle Förderung durch den Staat beurteilt.

* Erfahrungswert aus verschiedenen Projekte von EBP, siehe auch Swisscharge, 2021: So ist die Schweiz elektrisch unterwegs

2.

Wie gross schätzen Sie die Geschäftspotenziale folgender Geschäftsfelder im Jahr 2025 ein?

Wie gross schätzen Sie die Geschäftspotenziale folgender Geschäftsfelder im Jahr 2025 ein?



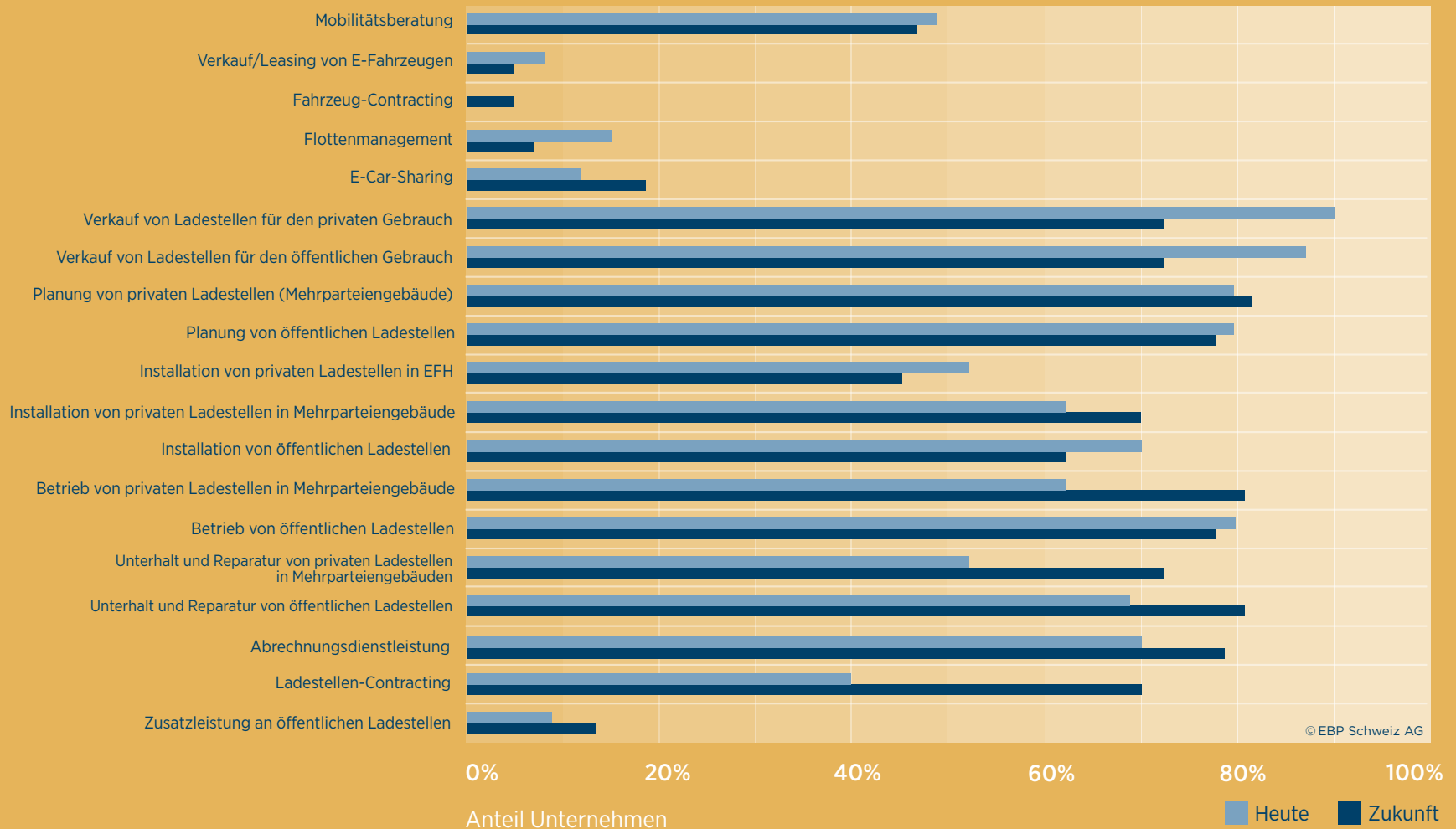
Wie gross schätzen Sie die Geschäftspotenziale folgender Geschäftsfelder im Jahr 2025 ein?

- Der **Betrieb von privaten Ladestellen in Mehrparteiegebäuden** und die **Abrechnung von Ladeleistungen** werden als Geschäftsfelder mit dem grössten Potenzial genannt. Dies erklärt sich mit den Tatsachen, dass hauptsächlich zu Hause oder am Arbeitsplatz geladen wird und bei Mehrparteiegebäuden eher externe Dienstleister zum Zug kommen dürften, da die Situation eine gewisse Komplexität aufweist.
- Ebenfalls ein grosses Potenzial weisen **der Verkauf, die Planung und die Installation von Ladestellen für den privaten Gebrauch** auf, da in den nächsten 20 Jahren noch viel Ladeinfrastruktur aufgebaut werden muss.
- Die **Dienstleistungen um das öffentliche Laden** versprechen ein geringeres Potenzial als jene um das private Laden, da nur zu einem geringeren Anteil an öffentlichen Ladestellen geladen wird.
- Das Geschäftspotenzial beim **Fahrzeugverkauf** wird mittelgross eingeschätzt. Beim Fahrzeugverkauf besteht zwar ein sehr grosses Umsatzpotenzial, doch die Margen sind eher klein und zudem besteht die Tendenz, dass Fahrzeughersteller immer weiter in diesen Bereich drängen und Fahrzeuge direkt an den Endkunden verkaufen.
- **Zusatzdienstleistungen** (z.B. Shop, Waschanlagen) sind heute bei Tankstellen sehr wichtig, einerseits als eigene Ertragsquelle und andererseits zur Erhöhung der Attraktivität der Tankstelle. Das Potenzial von Zusatzleistungen an öffentlichen Ladestellen wird heute als mittelgross beurteilt.
- Ein eher **geringes Potenzial** wird bei der Mobilitätsberatung, beim Fahrzeug-Contracting, beim Unterhalt und den Reparaturen von privaten Ladestellen sowie beim Verkauf von öffentlichen Ladestellen geortet.

3.

In welchen Geschäftsfeldern der E-Mobilität ist
Ihr Unternehmen heute und in Zukunft tätig?

In welchen Geschäftsfeldern der E-Mobilität ist Ihr Unternehmen heute und in Zukunft tätig?



* **Wichtige Anmerkungen:** Die Resultate sind durch die Tatsache geprägt, dass vor allem Energieversorger befragt wurden. Zudem haben einige Umfrageteilnehmer sich nur zu den heutigen und nicht zu den künftigen Geschäftstätigkeiten geäußert.

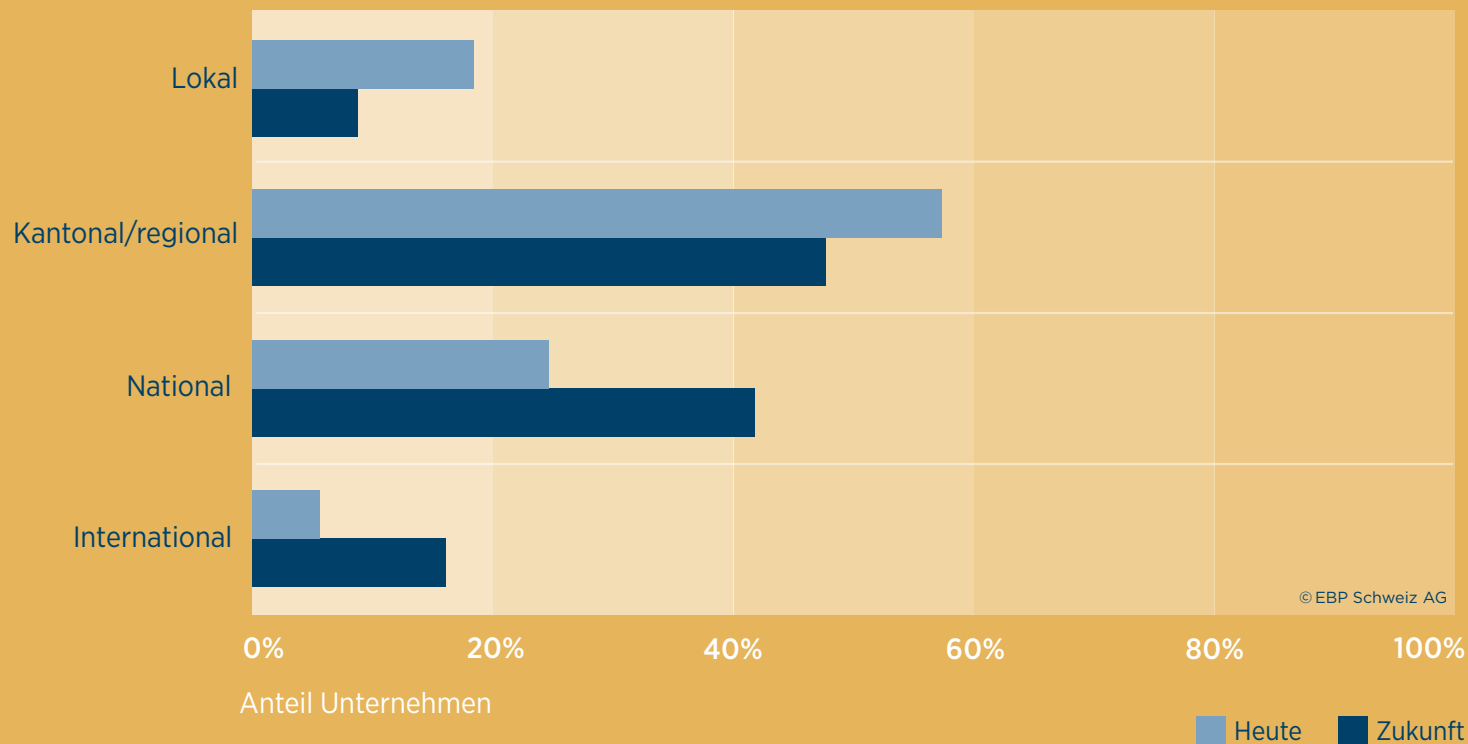
In welchen Geschäftsfeldern der E-Mobilität ist Ihr Unternehmen heute und in Zukunft tätig?

- Heute sind die **meisten** befragten Unternehmen (vor allem Energieversorger) **im Verkauf und in der Planung von öffentlichen und privaten Ladestellen** sowie im **Betrieb von öffentlichen Ladestellen** tätig. Dies zeigt einerseits, dass heute die Nachfrage vor allem im Aufbau der Ladeinfrastruktur besteht und andererseits, dass Energieversorger mit öffentlichen Ladestellen den Umstieg auf die Elektromobilität erleichtern wollen.
- Nur sehr **wenige** der befragten Unternehmen sind im **Fahrzeugbereich** (Verkauf, Contracting, E-Car-Sharing, Flottenmanagement) tätig oder bieten **Zusatzdienstleistungen an öffentlichen Ladestellen** an. Dies lässt sich durch die Herkunft der Unternehmen erklären. Die Steigerung der Attraktivität von öffentlichen Ladestellen durch Zusatzdienstleistungen haben viele Marktakteure noch nicht erkannt.
- Aufgrund der erwarteten Geschäftspotenziale werden **in Zukunft** vor allem **mehr** der befragten Unternehmen im **Ladestellen-Contracting** und im **Betrieb und Unterhalt von privaten Ladestellen** Dienstleistungen anbieten.
- Aus dem **Verkauf von Ladestelle** für den privaten und den öffentlichen Gebrauch werden sich in Zukunft einige **Marktakteure zurückziehen**.
- Die befragten Energieversorger überlassen **die Installation von Ladestellen**, insbesondere private Ladestellen, den Installationsunternehmen, da sie diese nicht konkurrenzieren wollen.

4.

In welchem geografischen Marktgebiet ist Ihr Unternehmen im Bereich Elektromobilität heute und in Zukunft tätig?

In welchem geografischen Marktgebiet ist Ihr Unternehmen im Bereich Elektromobilität heute und in Zukunft tätig?



* **Wichtige Anmerkungen:** Pro Unternehmen wurde jeweils die Angabe des grössten Marktgebiets ausgewertet, d.h. wenn ein Unternehmen national tätig ist, wurden diese Angabe ausgewertet, auch wenn das Unternehmen auch regional und lokal tätig ist. Die Resultate sind durch die Tatsache geprägt, dass vor allem Energieversorger befragt wurden.

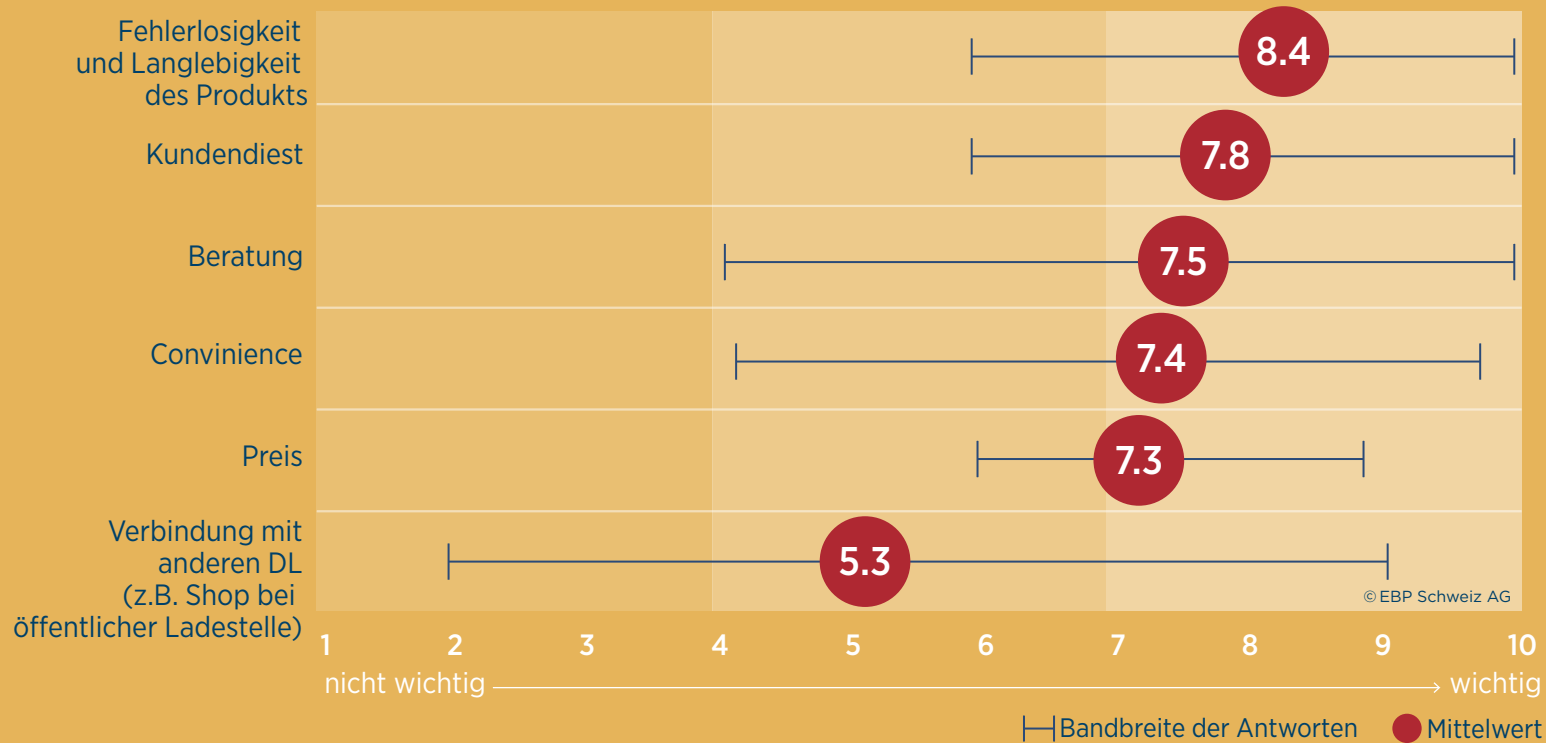
In welchem geografischen Marktgebiet ist Ihr Unternehmen im Bereich Elektromobilität heute und in Zukunft tätig?

- Die meisten befragten Unternehmen (Energieversorger) sind durch ihren Versorgungsauftrag geprägt und sind somit heute vor allem **regional** und teils sogar nur **lokal** tätig. Auch in Zukunft bleiben einige Unternehmen bei ihrem eher kleinen Marktgebiet. Für diese Unternehmen stellen sich die Fragen, ob die lokale/ regionale Nachfrage für eine erfolgreiche Marktbearbeitung reicht und ob lokale/ regionale Anbieter gegenüber nationalen/ internationalen Anbietern im Vorteil sind.
- Rund ein Drittel der befragten Unternehmen sind heute **national oder international tätig**. Künftig werden es gemäss Angaben der Unternehmen rund die Hälfte sein. Das heisst, dass viele Unternehmen ihr Marktgebiet in Zukunft erweitern werden.
- Heute zählt der **Schweizer** Tankstellenmarkt (Benzin- und Dieseltankstellen) rund 10 grössere Tankstellenbetreiber. Es wird sich zeigen, ob der kleinere **Ladestellenmarkt** ähnlich viele Marktakteure zählen wird. Gemäss Umfrage haben 14 Schweizer Akteure nationale und internationale Ambitionen angemeldet.
- Nimmt die Grösse und die Attraktivität des Schweizer Markts zu, werden neben inländischen Unternehmen voraussichtlich vermehrt auch **ausländische Anbieter im Schweizer Markt** tätig werden.

5.

Welches sind die wichtigsten Dienstleistungsmerkmale im Ladestationsgeschäft Ihres Unternehmens?

Welches sind die wichtigsten Dienstleistungsmerkmale im Ladestationsgeschäft Ihres Unternehmens?



Welches sind die wichtigsten Dienstleistungsmerkmale im Ladestationsgeschäft Ihres Unternehmens?

- Aufgrund der Aussagen lässt sich schliessen, dass das **Funktionieren der Ladestelle** ein zentrales Dienstleistungsmerkmal der meisten Anbieter ist. Die **Produktqualität** und der **Kundendienst** wurden entsprechend hoch benotet.
- In der derzeitigen Marktsituation wird der **Preis** nur als **mittelmässig wichtig** erachtet. Dies hat damit zu tun, dass die heutigen E-Mobilisten (Early Adaptors) noch wenig preissensibel sind. Zudem herrscht in den Marktgebieten wohl noch kein grosser Konkurrenzkampf, da sich viele Akteure auf ihren regionalen Markt konzentrieren.
- Die mittelmässige Wichtigkeit der **Convenience** zeigt, dass die Dienstleistungen noch nicht im Massenmarkt angekommen sind. Wenn nicht mehr nur Pioniere und Early Adaptors sondern Hinz und Kunz die Ladestellen nutzen, dann muss die Convenience sehr hoch sein. Sie sind nicht bereit, grosse Umstände in Kauf zu nehmen.
- Die **Verbindung mit anderen Dienstleistungen** wird sehr unterschiedlich aber im Durchschnitt als eher unwichtig eingeschätzt. Wie schon früher erwähnt, stellt sich hier die Fragen, ob dieser Aspekt nicht unterschätzt wird.

Bereit für E-Mobilität

Weshalb nicht heute schon?

- Die Anforderungen sind definiert.
- Die notwendigen Technologien existieren, sind erprobt und bezahlbar.
- Die Menschen wollen es.

Stellen Sie sich einmal vor:

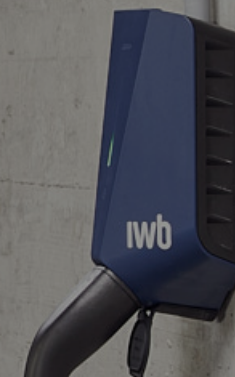
«Busse, die noch nie nach Diesel gerochen haben»

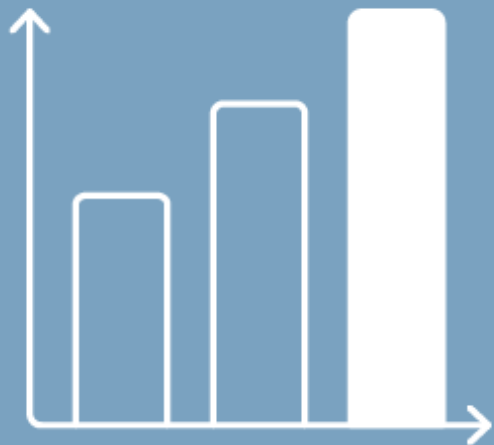
«Flüsterleise Kehrichtfahrzeuge, die einen am freien Tag morgens nicht wecken»

«Das hörbare Zwitschern der Vögel im Park während der Rush Hour»

«Individuell Vorwärtkommen - zukunftsfähig und mit gutem Gefühl.»

iwb





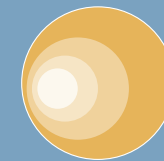
Resultate: Öffentliches
Schnellladen (≥ 50 kW)

1.

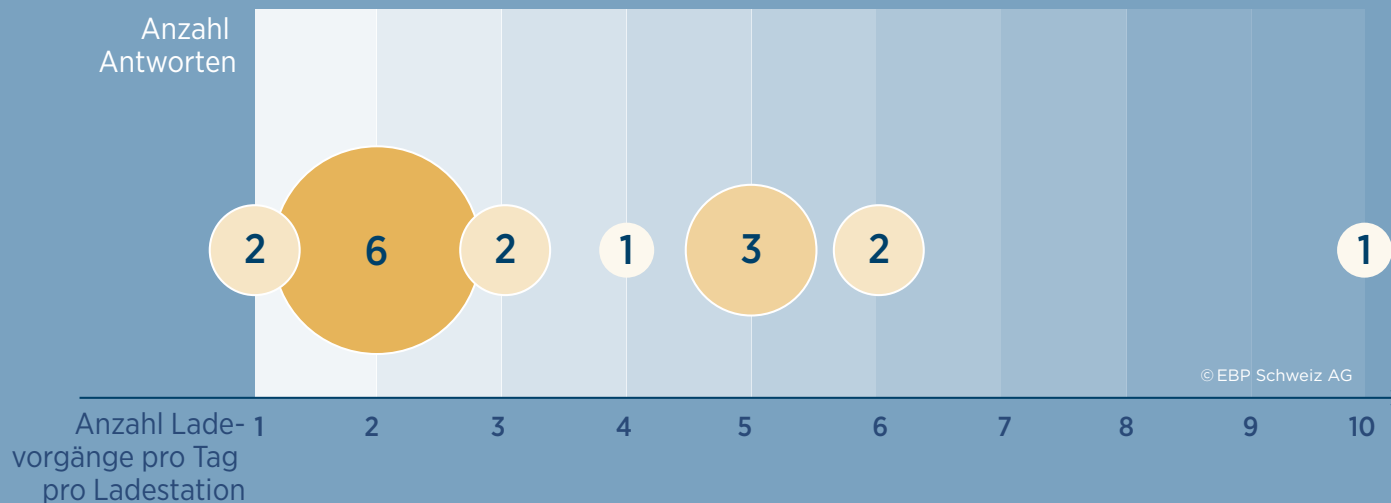
Frequenz an öffentlichen Schnellladestellen (≥ 50 kW):
Anzahl Ladevorgänge pro Tag pro Ladestation

Frequenz an öffentlichen Schnellladestellen (≥ 50 kW): Anzahl Ladevorgänge pro Tag pro Ladestation

(Diese Frage wurden nur von einem Teil der befragten Unternehmen beantwortet.)



Anzahl Antworten



© EBP Schweiz AG

Frequenz an öffentlichen Schnellladestellen (≥ 50 kW): Anzahl Ladevorgänge pro Tag pro Ladestation

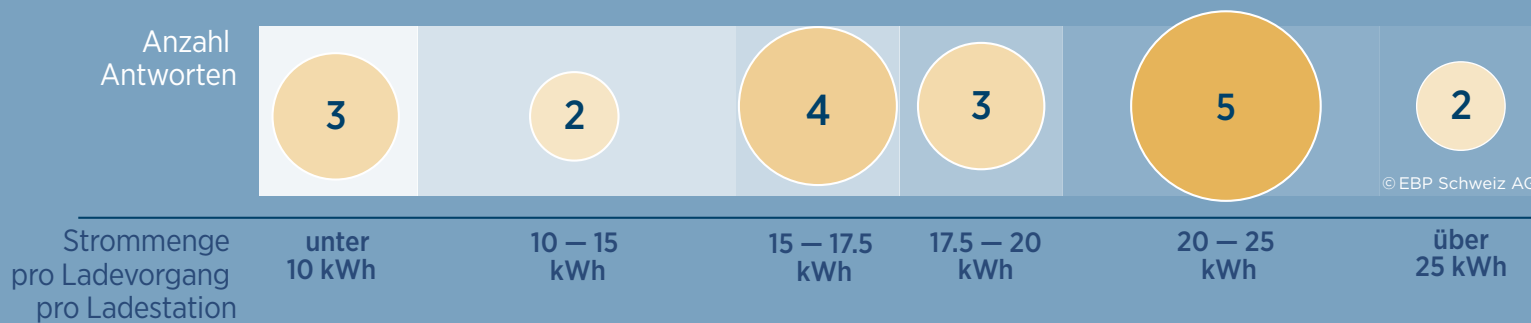
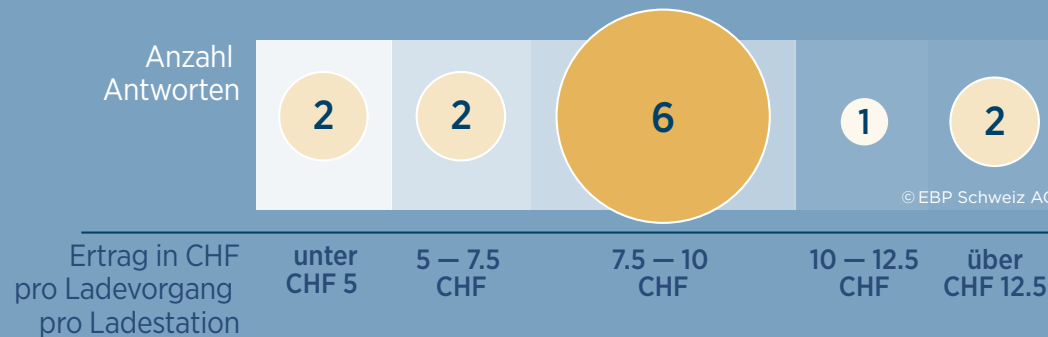
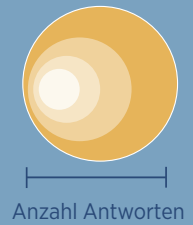
- Mit der Ausnahme von einem Marktteilnehmer weisen alle Marktteilnehmer **tiefe Frequenzen** an ihren **Ladestationen** aus, die heute **keinen wirtschaftlichen Betrieb** zulassen. Dies hat viel mit der frühen Entwicklungsphase des Markts zu tun, in der einerseits noch wenige Fahrzeuge verkehren und andererseits viele Ladestellen errichtet werden, um attraktive Standorte zu sichern, die in Zukunft voraussichtlich eine hohe Frequenz aufweisen werden, und um, teils geschäftlich, teils politisch motiviert, die Elektromobilität anzukurbeln.
- Die durchschnittliche **Anzahl Ladevorgänge** der verschiedenen Ladestellen **variiert stark**, meist zwischen einem und sechs Ladevorgängen pro Tag. Die Anzahl Ladevorgänge hängt vor allem von der Lage des Standorts ab. Jedoch können auch andere Dienstleistungsmerkmale einen grossen Einfluss auf die Frequenz haben (siehe Frage zu Dienstleistungsmerkmalen).
- In der Zukunft wird sowohl die gesamte Anzahl Ladevorgänge als auch die Anzahl Ladestationen in der Schweiz stark zunehmen. **Voraussichtlich wird die Anzahl Ladevorgänge pro Ladestation zunehmen**, denn es ist nicht anzunehmen, dass die Ladestellenbetreiber ihre Ladestellen langfristig stark defizitär betreiben werden oder die Kosten der Ladestellen auf ein Niveau sinken werden, die mit den heutigen Frequenzen einen wirtschaftlichen Betrieb erlauben.
- Alle Umfrageteilnehmer, die diese Frage beantwortet haben, verrechnen die Ladevorgänge. Die Anzahl Ladevorgänge, die angegeben wurde, ist somit **nicht durch Gratisangebote beeinflusst**.

2.

Strommenge und Ertrag pro Ladevorgang
an Schnellladestellen (≥ 50 kW)

Strommenge und Ertrag pro Ladevorgang an Schnellladestellen (≥ 50 kW)

(Diese Frage wurden nur von einem Teil der befragten Unternehmen beantwortet.)



Strommenge und Ertrag pro Ladevorgang an Schnellladestellen (≥ 50 kW)

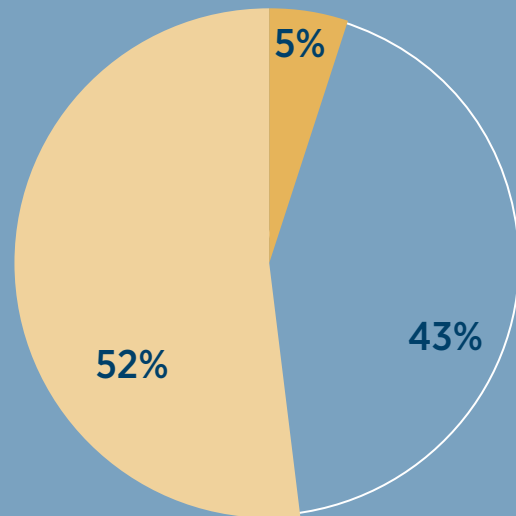
- Die **Strommenge** sowie der Umsatz pro Ladevorgang variieren sehr stark. Die Strommengen der meisten Ladevorgänge liegen zwischen **15 und 25 kWh**. Dies entspricht einer Fahrleistung von rund 100 bis 150 km eines durchschnittlichen E-Fahrzeugs. Der Mittelwert liegt bei 18.4 kWh pro Ladevorgang. Der **Umsatz** der Ladevorgänge liegt meist zwischen **5 und 15 Franken**. Der Mittelwert liegt bei rund 9 Franken pro Ladevorgang.
- Die meisten Ladevorgänge dauern zwischen 10 und 30 Minuten. Diese **Ladezeiten** erlauben eine kurze Beschäftigung am Standort oder in der unmittelbaren Nähe (z.B. Einkauf, Zugriff auf das Internet, sehr kurze Mahlzeit)
- Nur in seltenen Fällen wird die Batterie an Schnellladestellen voll aufgeladen. Es handelt sich oft um ein **Zwischenladen**. Die Vollladung erfolgt meist zu Hause.
- Die berechneten **Preise** liegen mehrheitlich zwischen 40 und 50 Rappen pro kWh. Sie variieren jedoch zwischen 27 und 89 Rappen pro kWh*. Die Preise haben nur einen beschränkten Einfluss auf die Anzahl Ladevorgänge. Viel wichtiger als der Preis ist der Standort der Ladestelle. Die meisten E-Mobilisten sind nicht bereit, wegen einem etwas tieferen Preis einen Umweg zu fahren. Die Zeitverluste sind viel relevanter.

* **Anmerkung zur Berechnung:** Es wurde der gesamte Ertrag durch die geladene Strommenge geteilt.

3.

Preismodell bei Schnellladestellen (≥ 50 kW)

Preismodell bei Schnellladestellen (≥ 50 kW)



- Strommengenbasierter Tarif
- Zeitbasierter Tarif
- Mischtarif

- Die Ladeleistungen werden meist in Form von **Tarifen, die auf Strommengen basieren** (43%), oder **Mischtarifen**, die sowohl die Strommenge sowie die Zeit berücksichtigen (52%), verrechnet.
- **Mischtarife** und zeitbasierte Tarife geben einen Anreiz, die Ladestelle nur kurz zu besetzen. Die Ladestellenbetreiber erhoffen sich damit eine höhere Frequenz. **Strommengenbasierte Tarife** lassen den Nutzer **einfacher** den **Rechnungsbetrag abschätzen**.
- **Pauschalbeträge** pro Ladevorgang unabhängig von der Ladezeit und der Strommenge wendet zurzeit **kein Anbieter** an.



Ladelösung*

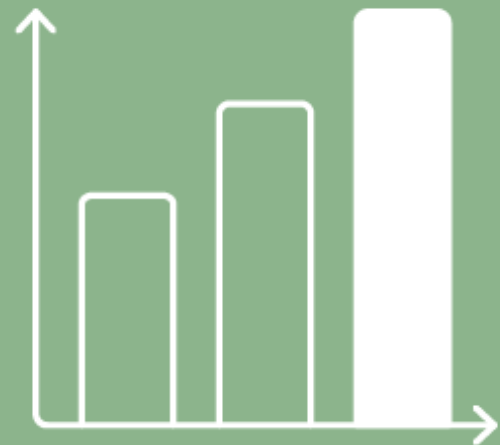
**Alles zusammen: *Planung,
*Realisation, *Betrieb.**

Bei uns bekommen Sie schlüsselfertige
Komplettlösungen von Ladestationen für
E-Fahrzeuge. Erfahren Sie mehr:
ewz.ch/ladeloesung



Ein Unternehmen
der Stadt Zürich

ewz



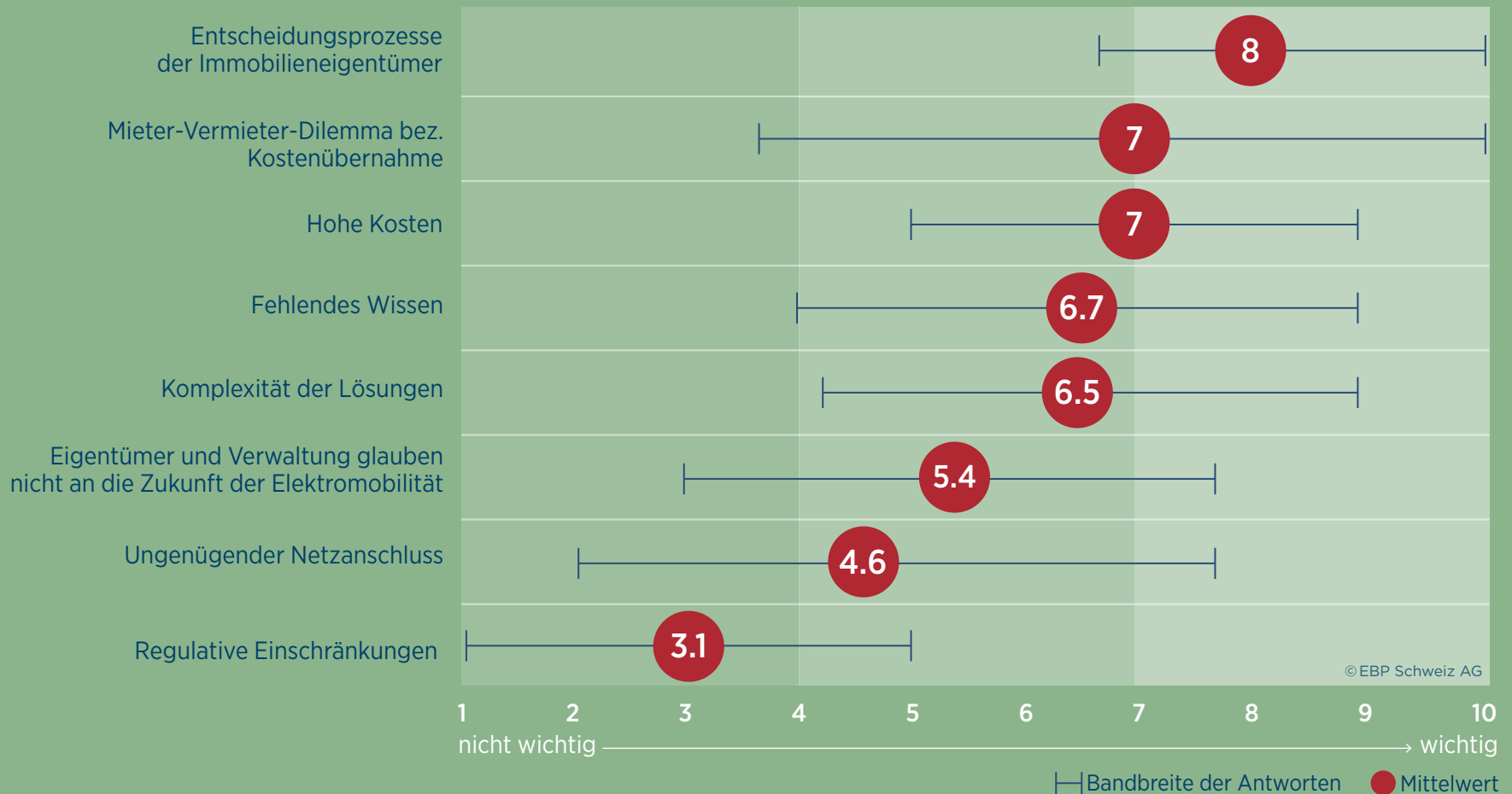
Resultate: Langsames Laden in Einstellhallen*

* Langsamladen in Einstellhallen heisst: Laden (bis zu 22 kW) in privaten Einstellhallen in Wohn- und Geschäftsliegenschaften und Liegenschaften mit gemischter Nutzung

1.

Welches sind die grössten Hindernisse beim Aufbau einer Ladeinfrastruktur in Einstellhallen?

Welches sind die grössten Hindernisse beim Aufbau einer Ladeinfrastruktur in Einstellhallen?



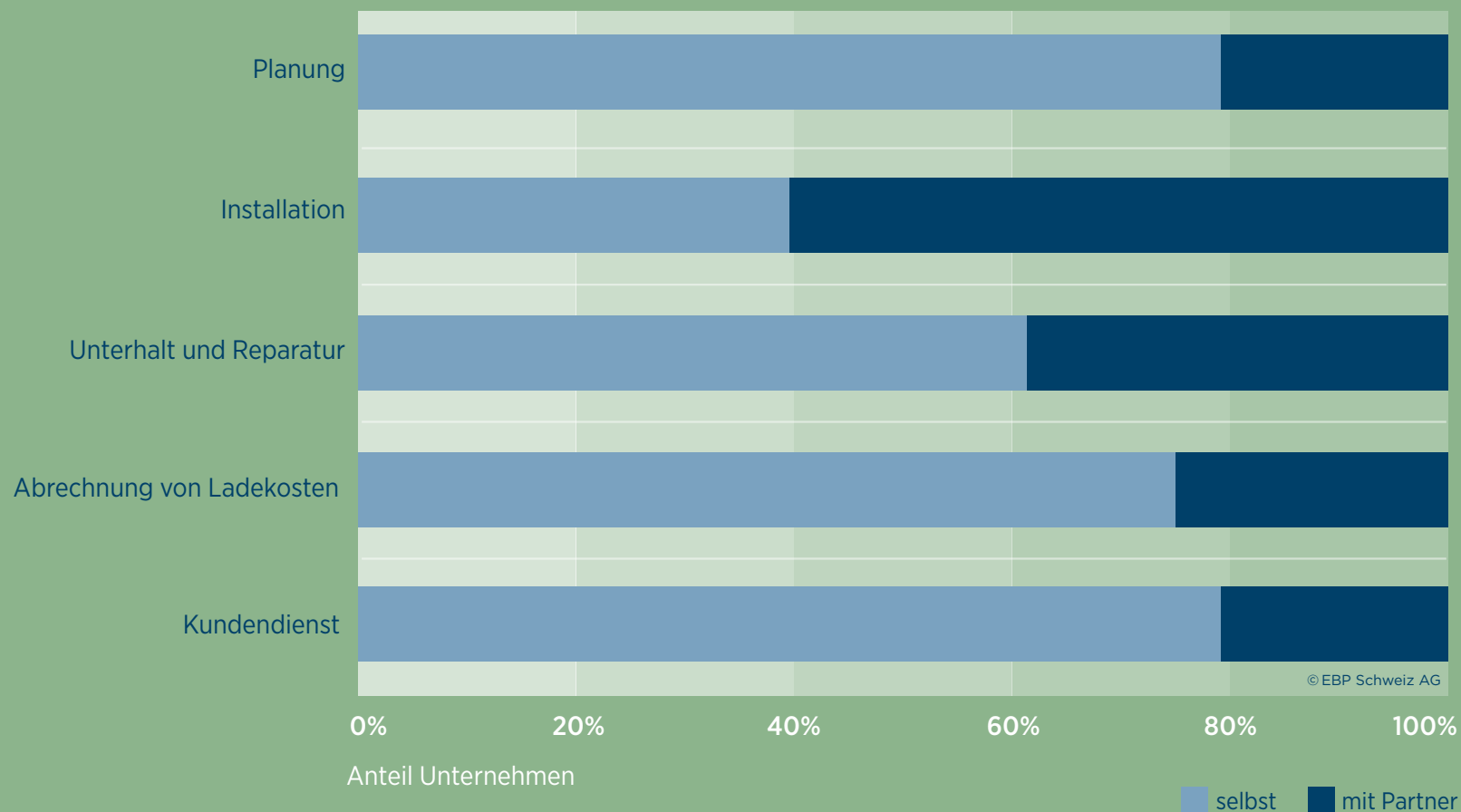
Welches sind die grössten Hindernisse beim Aufbau einer Ladeinfrastruktur in Einstellhallen?

- Der **Entscheidungsprozess von Immobilieneigentümern** wird **als grösstes Hindernis** eingestuft. Das Hindernis besteht oft wenn mehrere Eigentümer wie beispielsweise bei einer Stockwerkeigentümerschaft, die unterschiedliche Interessen verfolgen, am Entscheid beteilig sind. Der Entscheidungsprozess kann so mehrere Monate dauern. Zudem gibt es heute immer noch Immobilieneigentümer, die sich gegen eine Ladestelle entscheiden.
- Das **Eigentümer-Mieter-Dilemma** bezüglich Kostenübernahme wird als weiteres wichtiges Hindernis genannt. Die Nennung bezieht sich vor allem auf die Kosten, welche die Basisinfrastruktur, die anfänglich nur ein Teil der Parkplatzmieter nutzen, verursacht. Die Anzahl Eigentümer, die sich bewusst sind, dass ihre Immobilie bzw. ihre Parkplätze mittels einer Ladestelle an Wert gewinnt, ist jedoch am wachsen.
- Die **Leistung des Netzanschlusses** muss bei den meisten Gebäuden, sofern steuerbare Ladestellen mit einem Lastmanagement installiert werden, nicht erhöht werden. Somit ist sie nur **selten ein Hindernis**. Muss die Leistung jedoch erhöht werden, entstehen hohe Kosten, die durchaus ein Hindernis sein können.
- Die **regulativen Einschränkungen** (z.B. Brandschutzvorschriften) und der **fehlende Glaube an die Elektromobilität von Immobilieneigentümern und Verwaltung** wird mehrheitlich **nicht als grosses Hindernis** beurteilt.

2.

Welche der folgenden Funktionen des Ladestationsgeschäfts führt Ihr Unternehmen selbst oder mit Partnern aus?

Welche der folgenden Funktionen des Ladestationsgeschäfts führt Ihr Unternehmen selbst oder mit Partnern aus?



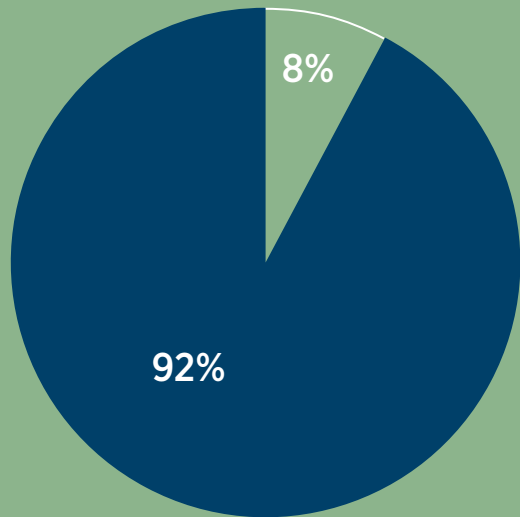
Welche der folgenden Funktionen des Ladestationsgeschäfts führt Ihr Unternehmen selbst oder mit Partnern aus?

- Rund **30% der Marktakteure** erbringen **alle Elemente der Dienstleistung** (Planung, Installation, Unterhalt und Reparatur, Abrechnung der Ladeleistung sowie Kundendienst) **aus eigener Kraft**. Sie sind bestrebt, einen möglichst grossen Teil der Wertschöpfungskette selbst abzudecken.
- Die meisten, d.h. rund **70% der Marktakteure** kooperieren jedoch in einem oder mehreren Bereichen mit externen Partnern. Am meisten **arbeiten** die befragten Marktakteure **mit meist lokalen Installateuren zusammen**, welche die **Installation der Ladestellen und bei Bedarf der Basisinfrastruktur übernehmen**. Die befragten Energieversorger wollen oftmals nicht in Konkurrenz zu den lokalen Installateuren treten und lieber mit dem lokalen Gewerbe eine gute Kooperation pflegen.
- Zwischen 70 und 80% der Marktakteure erbringen die **Planung der Ladestellen, die Abrechnung und den Kundendienst selbst**. Sie sind überall dort aktiv, wo der Kundenkontakt wichtig ist.
- Nur in Einzelfällen erbringen Marktakteure **alle Elemente der Dienstleistung mit Partnern** und konzentrieren sich auf die Koordination mit dem Kunden.

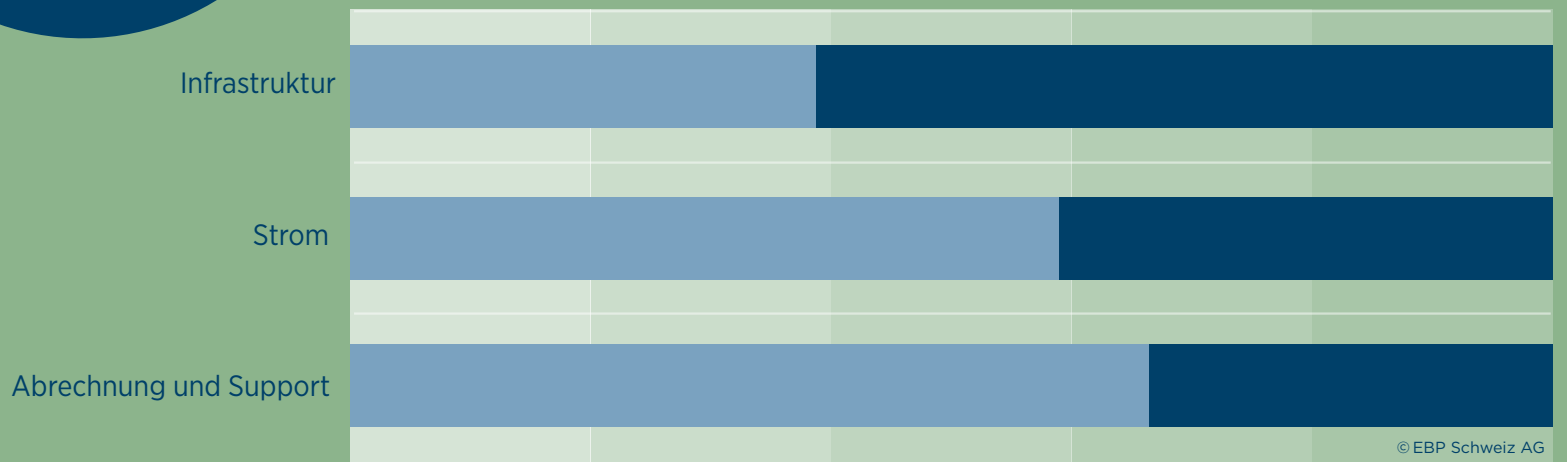
3.

Welches Verrechnungsmodell wenden sie an?

Welches Verrechnungsmodell wenden sie an?



□ Verrechnung an Verwaltung
■ Verrechnung an Ladestellennutzer



© EBP Schweiz AG

0% 20% 40% 60% 80% 100%
 Anteil Unternehmen
■ separat ■ kombiniert

Welches Verrechnungsmodell wenden sie an?

- Die meisten Marktakteure verrechnen die Ladeleistungen **direkt an den Ladestellennutzer** (92%). Nur wenige Marktakteure verrechnen die Leistungen an die Verwaltung (8%). Das heisst, dass die meisten Marktakteure den direkten Kontakt zum Endkunden haben und nur wenige Immobilienverwaltungen dieses Geschäftsfeld für sich beanspruchen.
- **Alle Marktakteure** wenden **leistungsbezogene Tarife** an. Die Tarife haben somit auch einen grossen Bezug zu den verursachten Kosten. **Pauschaltarife werden heute nicht angewendet**. Auf die Einfachheit von Pauschaltarifen setzt heute noch kein Anbieter.
- Bei der **Verrechnung der Leistungskomponenten** (Infrastruktur, Strom, Abrechnung und Support) wählen die Anbieter unterschiedliche Formen. Knapp ein Drittel aller Marktakteure wählt heute die einfachste Form und verrechnet alle Leistungskomponenten kombiniert. Genau das Gegenteil praktizieren 27% der Marktakteure. Sie verrechnen alles separat und wählen somit die Tarifform, die sich am stärksten an den verursachten Kosten orientiert. Der Rest der Marktakteure (43%) verrechnen einen Teil kombiniert und den Rest separat.
- Die **Kapitalkosten** (Infrastruktur) werden meist **separat** verrechnet. Die **Betriebskosten** (der Strom, die Abrechnung und der Support) werden mehrheitlich **kombiniert** verrechnet.

Methodik der Umfrage und der Analyse

- Die Umfrage wurde bei **30 bedeutenden Marktakteuren** der Schweiz durchgeführt. Pro Marktakteur hat jeweils nur eine Fachperson an der Umfrage teilgenommen, oftmals der/die **Verantwortliche für Elektromobilität** der Firma.
- In dieser Umfrage wurden mehrheitlich **Energieversorger** befragt, da der **Fokus** auf dem **Ladegeschäft** lag, das vor allem von Energieversorgern betrieben wird.
- Die Umfrage wurde **zwischen Ende Januar und Mitte Februar 2021** mittels einer **Online-Befragung** durchgeführt. Die Fragen wurden von EBP, ewz und IWB zusammengestellt.
- Die **Auswertung der Umfrage** und die **Interpretation der Resultate** erfolgten durch **EBP**. Dabei hat sich EBP auch auf umfangreiches Wissen aus einer Vielzahl von Beratungsmandaten abgestützt.
- Der Mittelwert entspricht dem arithmetischen Mittel. Die Bandbreite der Antworten umfasst 80% der Aussagen (10. - 90. Perzentil).

30 Teilnehmer und 2 Partner

Teilnehmer:

AGROLA AG

AIL SA

BKW Energie AG

Bouygues/Helion

ebl (Genossenschaft Elektra Baselland)

ebs Energie AG

EKZ

ESB, Energie Service Biel/Bienne

Energie Thun AG

Energie Uster AG

Eniwa AG

EKT

ewb (Energie Wasser Bern)

ewl (Energie Wasser Luzern)

Group E SA

IBC

MOVE Mobility AG

NovaVolt AG

Plug'n Roll by Repower

Primeo Netz AG

Regionalwerke AG Baden

SH Power

SIG (Services Industriels de Genève)

SIL (Services Industriels de Lausanne)

sgsw (St.Galler Stadtwerke)

Stadtwerke Winterthur

Tesla

WWZ Energie AG

Partner und Teilnehmer:

IWB (Industrielle Werke Basel)

ewz

EBP unterstützt Sie in der Elektromobilität



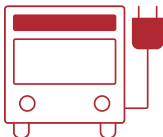
- Strategieentwicklung für private Marktakteure
- Identifikation und Gestaltung von Geschäftsmodellen
- Ausarbeitung von Businessplänen



- Strategien und Masterpläne für Kantone, Städte und Regionen
- Ausarbeitung geeigneter Fördermassnahmen



- Räumliche Ladeinfrastrukturplanung für Gebiete (datenmodell- und GIS-basiert)
- Analyse der Auswirkungen der Elektromobilität auf das Stromnetz



- Elektrobussstrategien
- Planung von Ladeinfrastruktur für Elektrobusse und Mehrparteiengebäude

weitere Informationen anzeigen:

→ <https://www.ebp.ch/de/thema/energie/elektromobilitaet>

Kontaktpersonen



Felix Ribi
felix.ribi@ebp.ch
044 395 11 24



Silvan Rosser
silvan.rosser@ebp.ch
044 395 13 11