

Notizen:

puls Studie zu E-Auto Ladesäulen

**Kunden können sich vielfältige Standorte von Ladesäulen vorstellen**

Nürnberg, 09. März 2021

Getrieben durch die Umweltprämie und das Bedürfnis nach klimafreundlicher Mobilität ist die weitere Etablierung von Elektroautos in Deutschland wohl kaum aufzuhalten. So erwarten Marktbeobachter, dass 2021 fast jedes fünfte neu zugelassene Fahrzeug einen Stecker haben wird. Der wichtigste Treiber bzw. Engpass für die weitere Verbreitung von Elektroautos in Deutschland ist der schnelle Aufbau einer flächendeckenden Lade-Infrastruktur. Vor diesem Hintergrund ging die Nürnberger Marktforschung puls in einer repräsentativen Studie bei 1.029 Autokäufern in Deutschland der Frage nach, welche Standorte sich Autokäufer für E-Auto Ladesäulen vorstellen können. Mit überraschenden Ergebnissen: Während sich die Politik auf den Ausbau von Ladestationen an Autobahnen konzentriert, wünschen sich Autokäufer mehrheitlich Ladestationen in Parkhäusern/ Tiefgaragen (73 Prozent), an Tankstellen (73 Prozent), an Raststätten an Autobahnen (71 Prozent) und zu Hause (67 Prozent). Erst dann kommen Supermärkte/ Discounter (64 Prozent) und der Arbeitsplatz, den 63 Prozent als Standort für Ladesäulen präferieren. Auf den weiteren Plätzen folgen Hotels (59 Prozent), Flughäfen (56 Prozent) und Bahnhöfe (55 Prozent) als aus Kundensicht denkbare Standorte für E-Auto Ladesäulen. Auch Autohäuser (43 Prozent), Restaurants (39 Prozent), Sportplätze/ Fitnessstudios (30 Prozent) und Fußballstadien/ Eventlocations (28 Prozent) werden als mögliche Standorte für Ladesäulen genannt. Der Aufbau und die Herausstellung von Elektroauto-Ladesäulen bietet darüber hinaus laut puls Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner Unternehmen wie Supermärkten, Restaurants, Autohäusern oder Fitnessstudios auch die Chance, ihre Attraktivität für Kunden zu steigern. In jedem Fall sollte laut puls Studie der Ausbau der Ladeinfrastruktur so vielschichtig wie möglich erfolgen und keinesfalls auf Raststätten auf Autobahnen beschränkt werden.

-ENDE-

Anzahl Zeilen: 28  
Anzahl Anschläge: 1.901 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)  
Datum: 09. März 2021  
Ansprechpartner: Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400  
*Abdruck honorarfrei*

---

## Über *puls* Marktforschung

Seit über 25 Jahren konzentriert sich die *puls* Marktforschung darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung und daraus abgeleitete Maßnahmenempfehlungen abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 17 hochqualifizierte Mitarbeiter. Bei *puls* gibt es kein Marktforschungsprojekt ohne konkrete Maßnahmenempfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien.

Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „*For Better Decisions*“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie Audi, Opel, Volkswagen, GORE-TEX, ZF Services oder BASF sichern ihr weiteres Wachstum durch maßgeschneiderte Marktforschung von *puls* ebenso ab wie mittelständische Unternehmen.

Mehr Informationen über *puls* Marktforschung finden Sie unter [www.puls-marktforschung.de](http://www.puls-marktforschung.de).