

## Pressemitteilung

12. Januar 2010

### **Neue McKinsey-Studie – Elektromobilität in Megastädten: Schon 2015 Marktanteile von bis zu 16 Prozent**

New York Spitzenreiter mit 70.000 Elektrofahrzeugen im Jahr 2015, Paris und Shanghai folgen mit 60.000 bzw. 25.000 – Deutlich mehr als die Hälfte mit Plug-in-Hybridtechnik – Erfolgreicher Marktstart auch ohne öffentliche Ladestationen – Monetäre Förderprogramme alleine schaffen keinen Volumenmarkt – Hohe Produktemotionalisierung entscheidend

DÜSSELDORF. In den Ballungszentren New York, Shanghai und Paris können sich Elektro- und Hybridfahrzeuge schon innerhalb der nächsten fünf Jahre als realistische Alternative zu Autos mit herkömmlichem Verbrennungsmotor etablieren. Den höchsten Marktanteil erreichen die Stromeer nach einer neuen McKinsey-Studie in New York. Hier liegt der prognostizierte Anteil an den Neuzulassungen im Jahr 2015 bei bis zu 16 Prozent. Damit wird in New York bis 2015 ein Gesamtbestand von 70.000 Elektro- und Hybridfahrzeugen erreicht. Paris und Shanghai folgen mit einem Anteil von 9 bzw. 5 Prozent der Neuzulassungen im Jahr 2015 und kommen so auf einen Gesamtbestand von 60.000 bzw. 25.000 Elektrofahrzeugen. Dies belegt eine weltweite Studie der Unternehmensberatung, die in Zusammenarbeit mit den Städten New York und Shanghai sowie der französischen Regierung das Marktpotenzial von Elektroautos erstmalig in Ballungszentren untersucht hat.

"Um Elektrofahrzeugen zum Durchbruch zu verhelfen, ist es entscheidend, sowohl die so genannten 'Early Adopters', also die Erstkäufer, als auch den Volumenkunden zu verstehen", erklärt Christian Malorny, der bei McKinsey das Beratungsgeschäft für deutsche Klienten aus der Automobil- und Zulieferindustrie leitet. "Aus diesem Grund haben wir weltweit umfangreiche Marktforschungen und breit angelegte Verbraucherbefragungen durchgeführt." An der Untersuchung in New York und Shanghai nahmen mehr als 1.500 Personen teil, die in quantitativen und qualitativen Untersuchungen (unter anderem Fokusgruppen und

Conjoint-Analysen) befragt und analysiert wurden. Zur Gegenüberstellung und Ergänzung der Umfrageergebnisse wurde ein umfassendes Marktmodell entwickelt, um die Nachfrage für den Großraum Paris zu prognostizieren.

Deutlich mehr als die Hälfte der bis 2015 in den drei Ballungszentren verkauften Elektrofahrzeuge werden der Studie zufolge Plug-in-Hybridfahrzeuge sein. Im Gegensatz zum reinen Elektroauto bieten Plug-in-Hybridmodelle den Vorteil, dass sie nicht nur an der Steckdose aufgeladen werden können, sondern dank eines zusätzlichen Verbrennungsmotors auch eine größere Reichweite schaffen. In Paris könnten solche Autos laut Studie im Jahr 2015 rund 80 Prozent der neu verkauften Elektrofahrzeuge ausmachen.

Ausschließlich batteriebetriebene Elektroautos werden der Studie zufolge zunächst vor allem auf New Yorker Straßen zu sehen sein, und zwar vorwiegend als Electric City Cars (ECCs). "Gerade unter den 'Early Adopters', also den Kunden, die sich vor allen anderen ein Elektroauto anschaffen, sind viele gerne bereit, für einen geringeren Anschaffungspreis weniger Reichweite in Kauf zu nehmen. Für diese Kundengruppe ist das kleine elektrische Stadtauto perfekt zugeschnitten", erklärt Axel Krieger, Experte für Elektromobilität im New Yorker Büro von McKinsey und Leiter der Studie. Die kleinen Elektrofahrzeuge können der Studie zufolge 2015 einen Anteil von 6 Prozent der Neuzulassungen erreichen und dürften damit fast so erfolgreich werden, wie die Plug-in-Hybridfahrzeuge, denen die Berater für New York einen möglichen Marktanteil von 9 Prozent bestätigen.

In Paris haben die rein batteriebetriebenen Elektroautos dagegen nur ein Marktpotenzial von 2 Prozent der Neuzulassungen. In Shanghai haben sie vor 2015 keine Marktchance und werden auch 2020 noch hinter den Marktanteilen von New York liegen, so die Studie. "Unsere Ergebnisse zeigen, dass der chinesische Autofahrer bisher nicht bereit ist, einen Kompromiss bei Reichweite und Funktionalität einzugehen", so Axel Krieger.

Anspruchsvoll für die Politik wird zudem die "richtige" Definition eines Förderprogramms sein. So ist für die Erstkäufer in New York das Recht, spezielle Fahrspuren zu nutzen, zum Beispiel Busspuren, attraktiver als ein reiner Steuernachlass in Höhe von 3.000 Dollar. Eine andere Situation zeigt sich in Shanghai, hier rangieren geldwerte Anreize noch höher auf der Wunschliste der potenziellen Kunden: "Wir müssen Anreizprogramme zur Marktaktivierung in Megastädten kulturspezifisch zuschneiden", so Christian Malorny. Und weiter: "Bloße monetäre Förderprogramme, wie sie heute in

vielen Ländern propagiert werden, werden der Elektromobilität nicht zum Durchbruch verhelfen."

Die Ergebnisse der Marktforschung werfen ein neues Licht auch auf die Frage nach den Ladestationen: "Die Chancen der Elektromobilität werden bislang meist danach beurteilt, wie schnell eine dichte öffentliche Ladeinfrastruktur aufgebaut werden kann", erklärt Malorny. "Unsere Studie kommt zu dem Schluss, dass in den nächsten fünf Jahren kein dichtes öffentliches Ladenetz notwendig ist." Den Umfragen zufolge stellen sich die frühen Elektroautokäufer darauf ein, ihr Fahrzeug zu Hause oder im Parkhaus aufladen zu können – ein flächendeckendes Netz aus Ladestationen ist in der Startphase gar nicht erforderlich. "Die Autofahrer werden ihre Fahrgewohnheiten ganz selbstverständlich daran ausrichten, dass sie bei jeder Fahrt wieder nach Hause zurückkehren müssen", so Malorny. Im nächsten Schritt seien Initiativen von Dienstleistungs- oder Handelsunternehmen vorstellbar, beispielsweise Supermärkte, Parkhäuser oder Restaurants, die für ihre Kunden eigenständig Lademöglichkeiten schaffen. Auch größere Betriebe könnten entsprechende Angebote für ihre Mitarbeiter schaffen. "Erst ganz zum Schluss werden wir in größerem Umfang auch Ladesäulen an der Straße benötigen", so der Automobilexperte.

Zu prüfen sei aber, ob das vorhandene Stromnetz in der Lage ist, den zusätzlichen Energiebedarf zu decken oder ob es ausgebaut werden muss. "Viel lässt sich bereits durch eine gleichmäßigere Verteilung des Strombedarfs erreichen, durch Smart Charging bzw. verschiedene Preise für Stark- und Schwachlastzeiten", so Malorny. "Erst in einem zweiten Schritt muss tatsächlich über einen Netzausbau und zusätzliche Energiequellen nachgedacht werden."

---

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Andrés Sieverding, McKinsey & Company, Tel.: +49 89 5594-8755, E-Mail: [Andres\\_Sieverding@mckinsey.com](mailto:Andres_Sieverding@mckinsey.com)