

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort Hildegard Müller (BDEW)	5
Geleitwort Ulrich Eichhorn (VDA)	9
Vorwort der Herausgeber	11
1 Einleitung	15
1.1 Ausgangssituation Individualverkehr	15
1.2 Ziele der Studie FUTURE MOBILITY	17
2 Erwartungen an die Individualmobilität	21
2.1 Mobilitätsprofil der Pkw-Nutzer	21
2.2 Voraussetzungen für einen Umstieg	23
3 Erwartungen des Marktes an die Technologie	31
3.1 Marktsicht Fahrzeugkonzepte	31
3.2 Geschäftsmodelle Fahrzeugkonzepte	40
4 Erwartungen des Marktes an das Laden	49
4.1 Präferenz für den Ladeort	49
4.1.1 Verfügbarkeit eines festen Stellplatzes	52
4.1.2 Zeitbezogene Ladepräferenzen	56
4.1.3 Präferenz von Vielfahrern	59
4.2 Präferenz Ladezeit und -dauer	60
4.3 Ladestrom aus Erneuerbaren Energien	66
4.4 Bezahlen des Ladestroms	68
4.5 Nutzung der Batterien für Vehicle-to-Grid	74
5 Strategische Implikationen	77
5.1 Neudefinition der Kundenschnittstelle	77
5.2 Strategische Implikationen auf die Automobilindustrie	81
5.3 Strategische Implikationen auf die Energieunternehmen	86

5.4 Schaffung von Marktanreizen durch die Politik.....	91
6 Fazit	95
Literaturverzeichnis	99
Abbildungsverzeichnis	103
Stichwortverzeichnis	105

Elektromobilität: Kundensicht, Strategien,
Geschäftsmodelle
Ergebnisse der repräsentativen Marktstudie FUTURE
MOBILITY
Bozem, K.; Nagl, A.; Rath, V.; Haubrock, A.
2013, XIV, 106 S. 57 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-02627-1