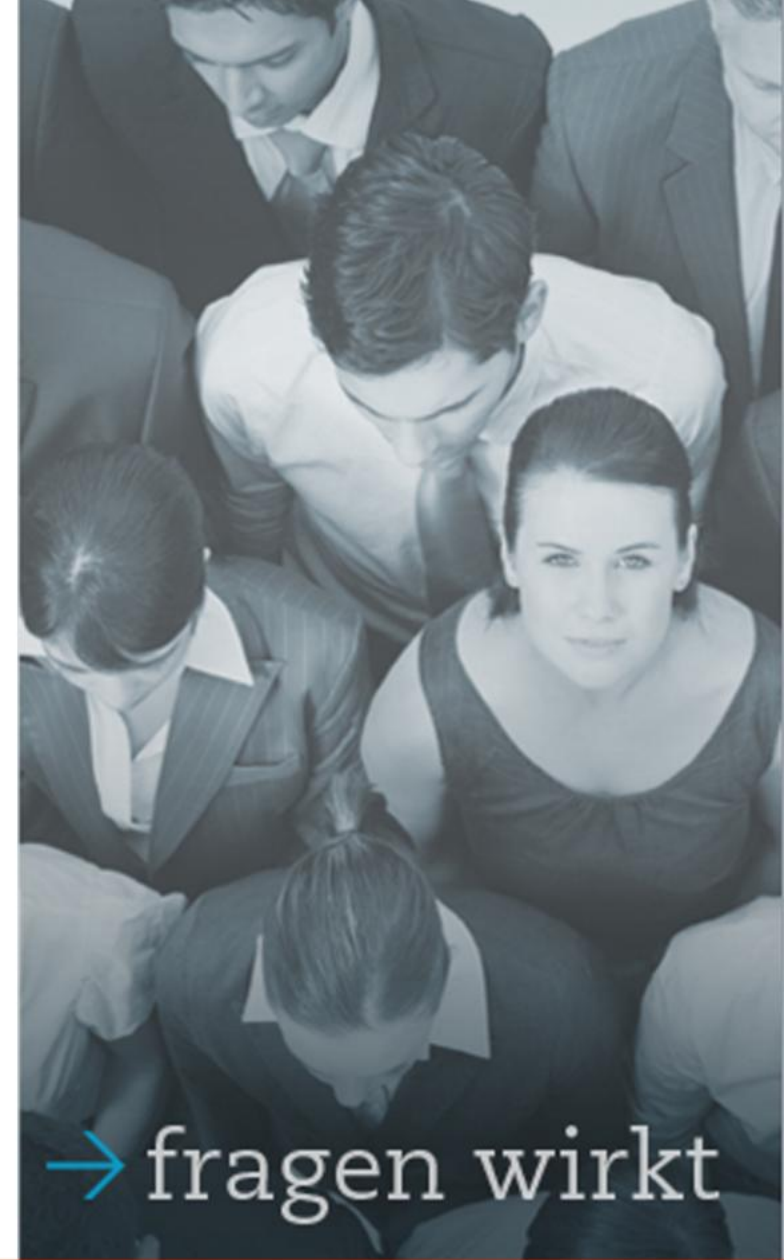


Potenzial E-Mobility in Österreich

Umfrage E-Mobility Fahrer/innen in Österreich

Dr. Peter Hajek
Nina Dziendziel, BA
Sophie Rakowsky, BA



→ fragen wirkt

Untersuchungsdesign



Auftraggeber: E-Control



Methode: Online-Befragung



Zielgruppe: Fahrer/innen von E-Autos



Stichprobengrößen: 838 Befragte



Maximale Schwankungsbreite der Ergebnisse: +/- 3,4%



Feldarbeit: 30. Dezember 2025 bis 11. Februar 2026



Kosten: 6.900 EURO





Key findings

Key findings

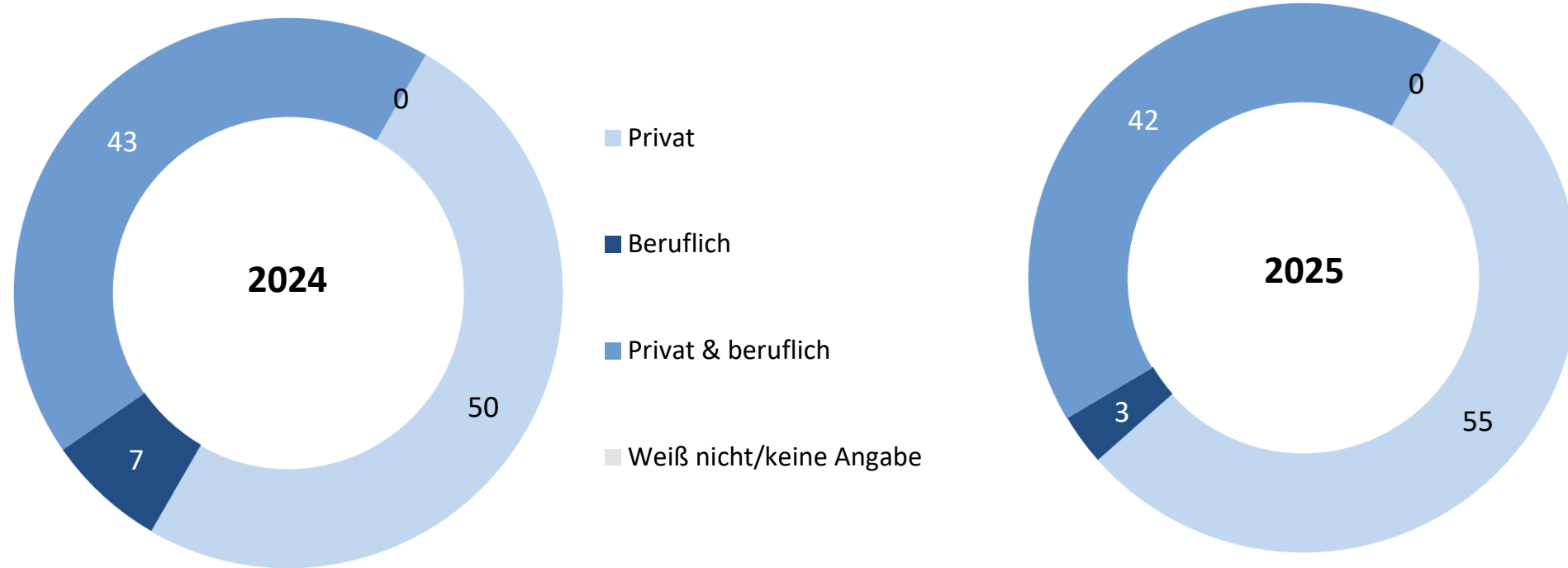
- E-Auto wird überwiegend **privat genutzt**, berufliche Nutzung bleibt **ergänzend** relevant (**Privat & Beruflich**)
- **Laden** findet weiterhin **überwiegend zu Hause** statt, **öffentliche Ladepunkte** bleiben wichtige **Ergänzung** für unterwegs
- **Ladekarten** und **Ladeverträge** sind **Standard**, viele Nutzer*innen verfügen über **mehrere Verträge** und rechnen nach **kWh** ab. Ausgewählt wird dies primär nach **Netzabdeckung** und **Kosten**.
- **Schnellladen** ist die **zentrale Anforderung** im öffentlichen Raum, insbesondere in ländlichen Gruppen. **Ultraschnell-Laden** ist immer wichtiger.
- **Preistransparenz** bleibt eine **Herausforderung**, 36% wissen vor dem Laden nicht genau, welche Kosten entstehen. **Standgebühren** werden **überwiegend positiv** gesehen.
- **Information** über Preis und Verfügbar erfolgt **primär** über **digitale Tools** und **Apps**, die Mehrheit kennt die **Chargeprice-App**.
- **Mehr als die Hälfte** (54%) der Nutzer*innen empfindet **öffentliches Laden** als **komplizierter als Tanken**, vor allem wegen **Preisstruktur**, **Zugangssystemen** und **Dauer der Ladung**.





Grund für E-Auto-Nutzung

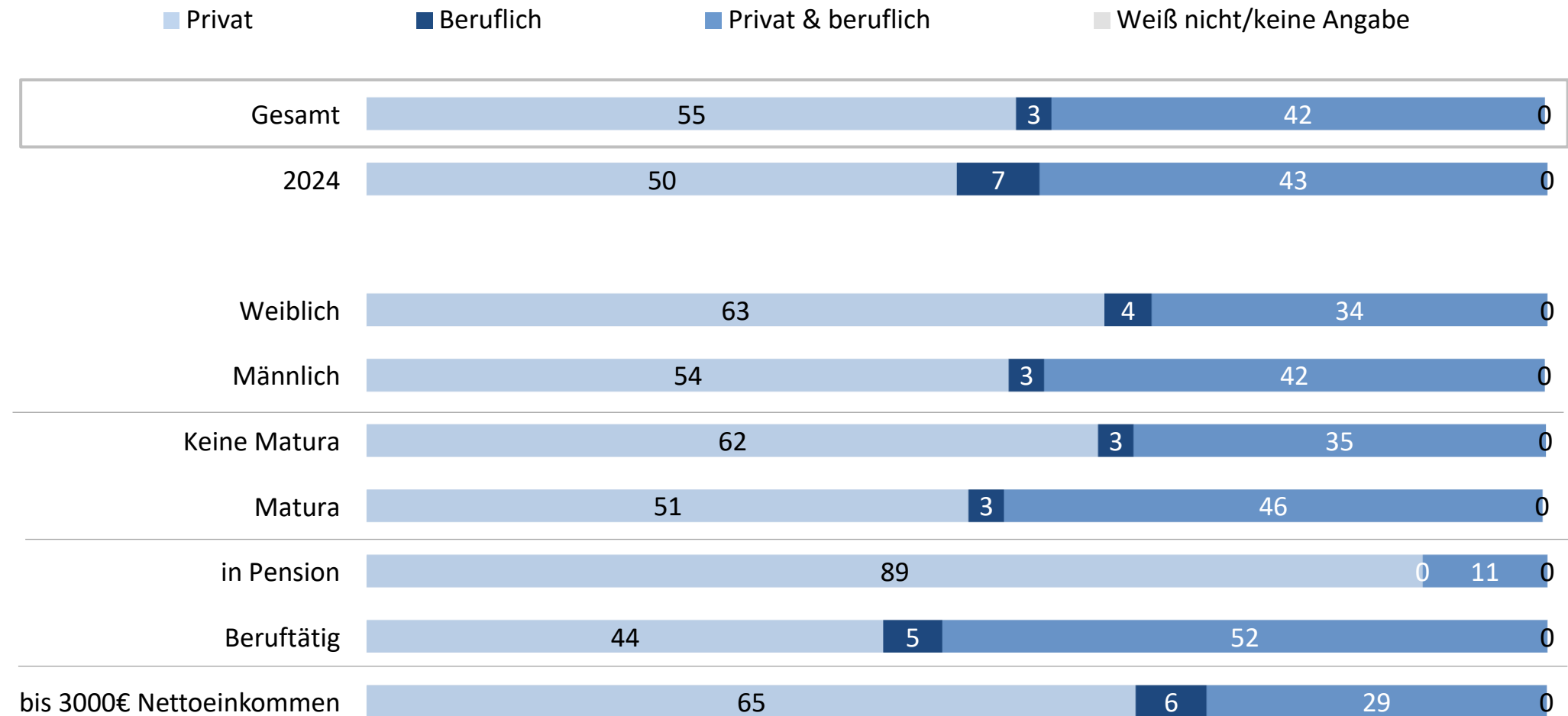
E-Auto-Nutzung privat oder beruflich?



„Nutzen Sie das E-Auto privat oder beruflich?“



E-Auto-Nutzung privat oder beruflich?



„Nutzen Sie das E-Auto privat oder beruflich?“

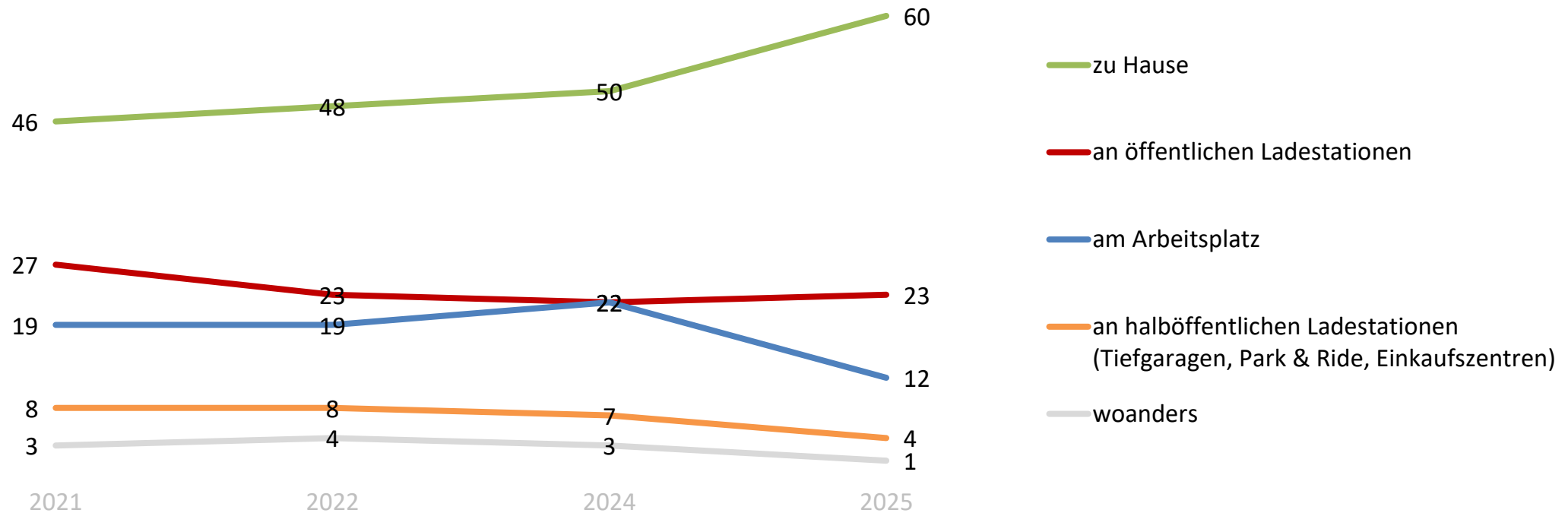




Wie und wo lädt man E-Autos?

Verhältnis Lademöglichkeiten

Mittelwerte zwischen 0 und 100 Prozent

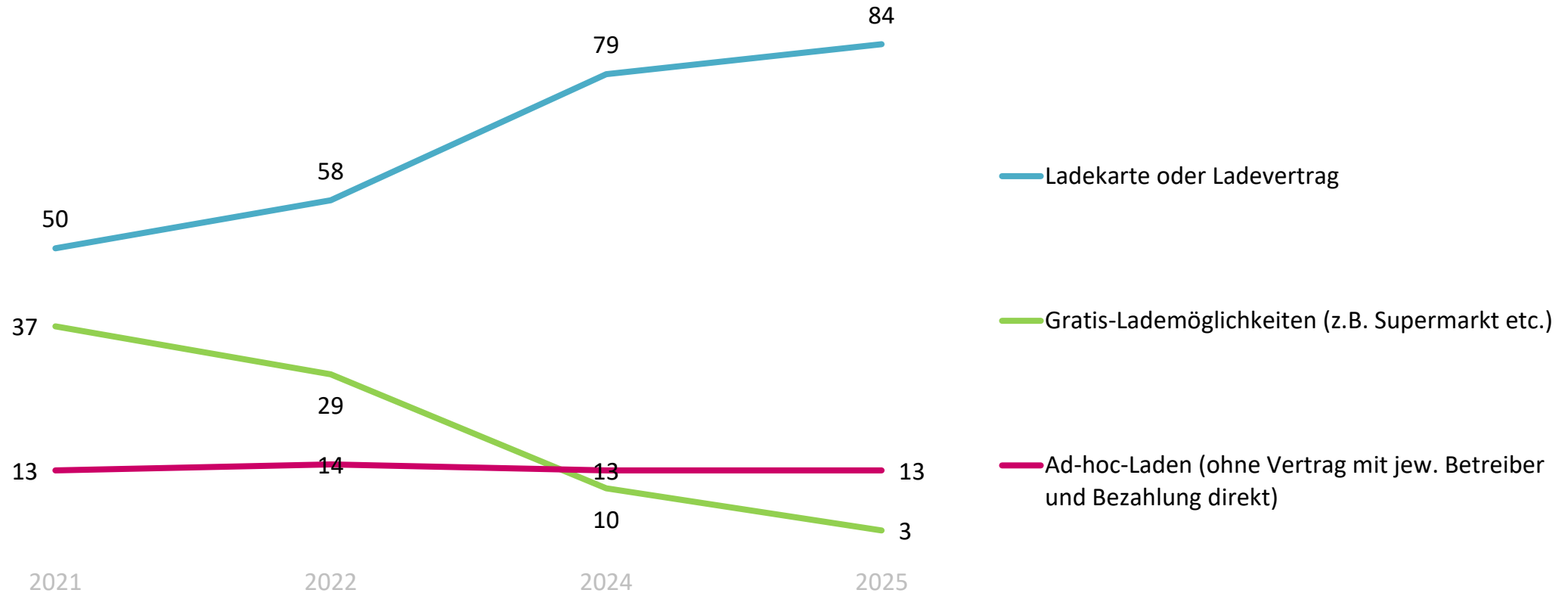


„Wenn Sie 100% aufteilen müssten, wie wäre dann das Verhältnis der einzelnen Lademöglichkeiten?“



Wie laden Sie im öffentlichen Raum?

Basis: Befragte, die im öffentlichen Raum laden, *Mittelwerte zwischen 0 und 100 Prozent*

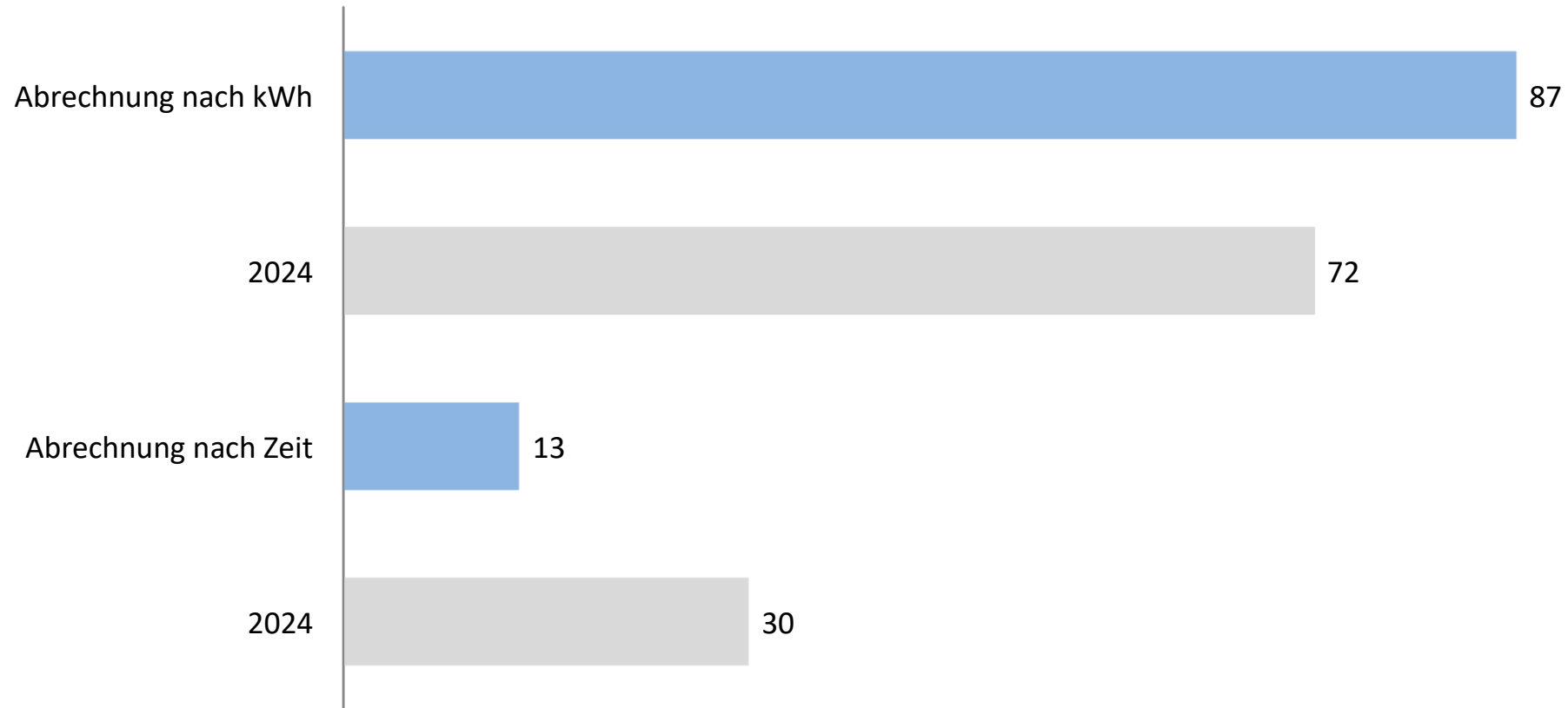


„Wie laden Sie im öffentlichen Raum? Bitte teilen Sie 100% auf die folgenden Möglichkeiten auf.“



Zu wieviel Prozent nutzen Sie beim Ad-hoc-Laden Abrechnung nach Zeit / kWh?

Mittelwerte zwischen 0 und 100 Prozent



„Wie ist das Verhältnis bei der Abrechnung von Zeit und kWh? Bitte teilen Sie 100% auf beide Möglichkeiten auf, sofern Sie beide verwenden.“

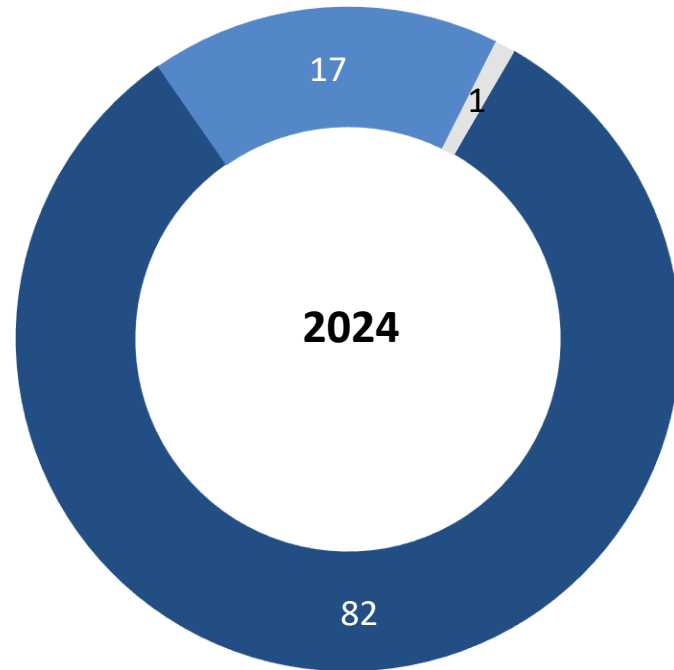




Ladekarte/-Vertrag

Haben Sie eine oder mehrere Ladekarten?

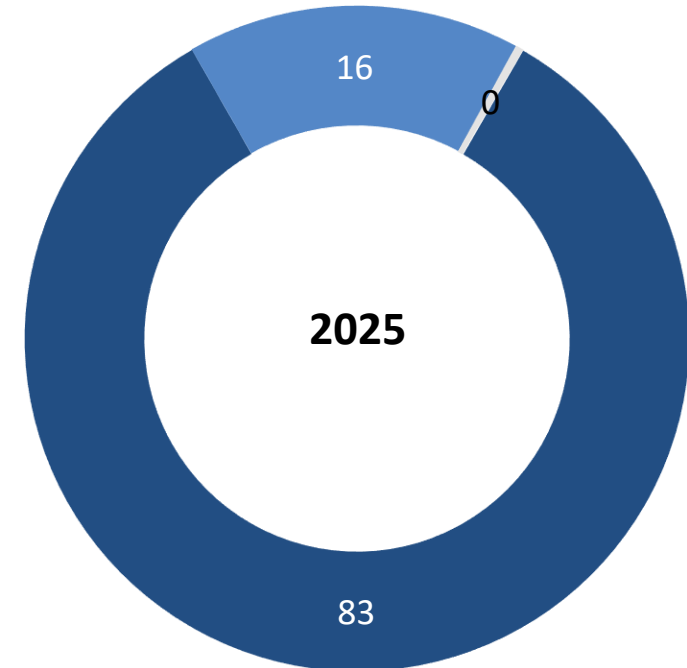
Basis: Befragte, die Ladekarte/Ladevertrag haben



■ mehrere Ladeverträge/Ladekarten

■ ein Ladevertrag/eine Ladekarte

■ weiß nicht/keine Angabe



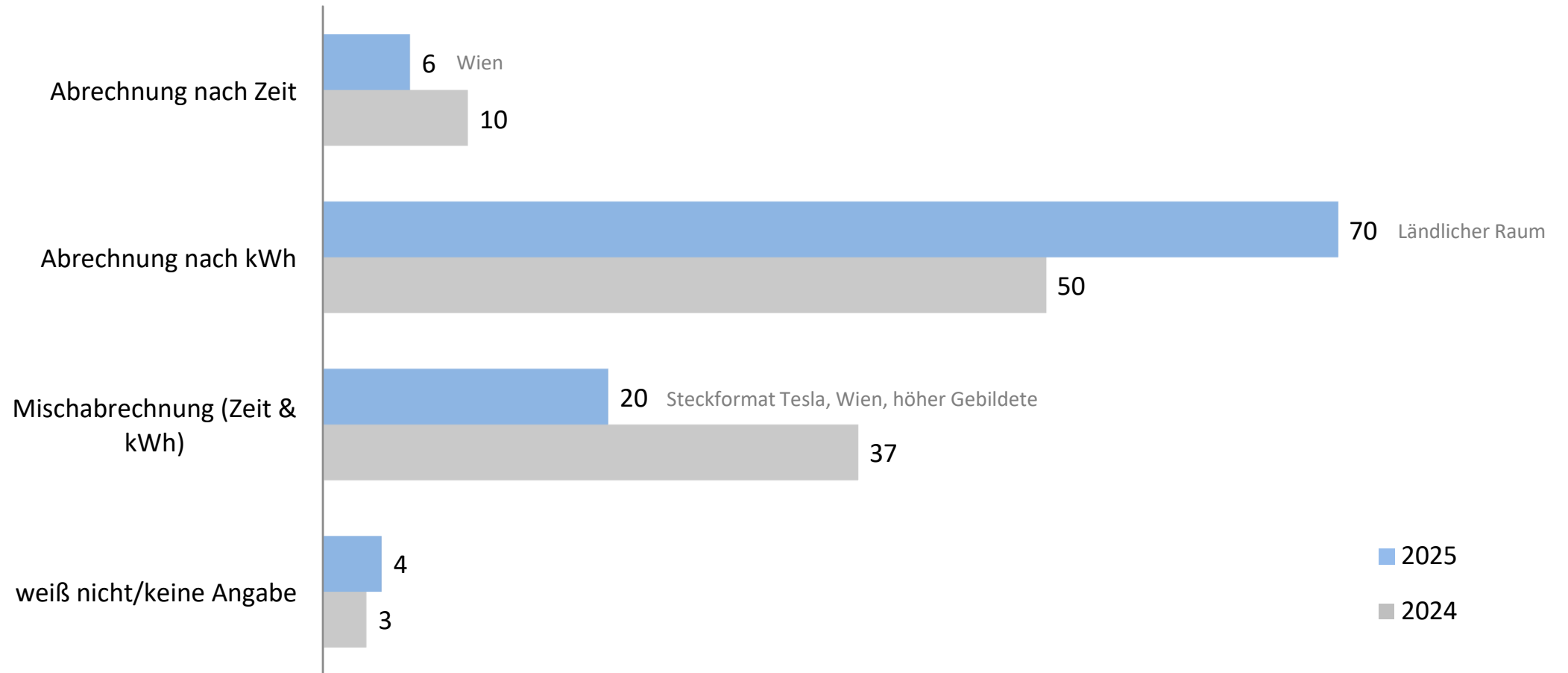
- Private Nutzung
- Überdurchschnittliches Einkommen

„Haben Sie einen oder mehrere Ladeverträge bzw. Ladekarten?“



Abrechnungsmodell Ladekarte / Ladevertrag

Basis: Befragte, die Ladekarte/Ladevertrag haben

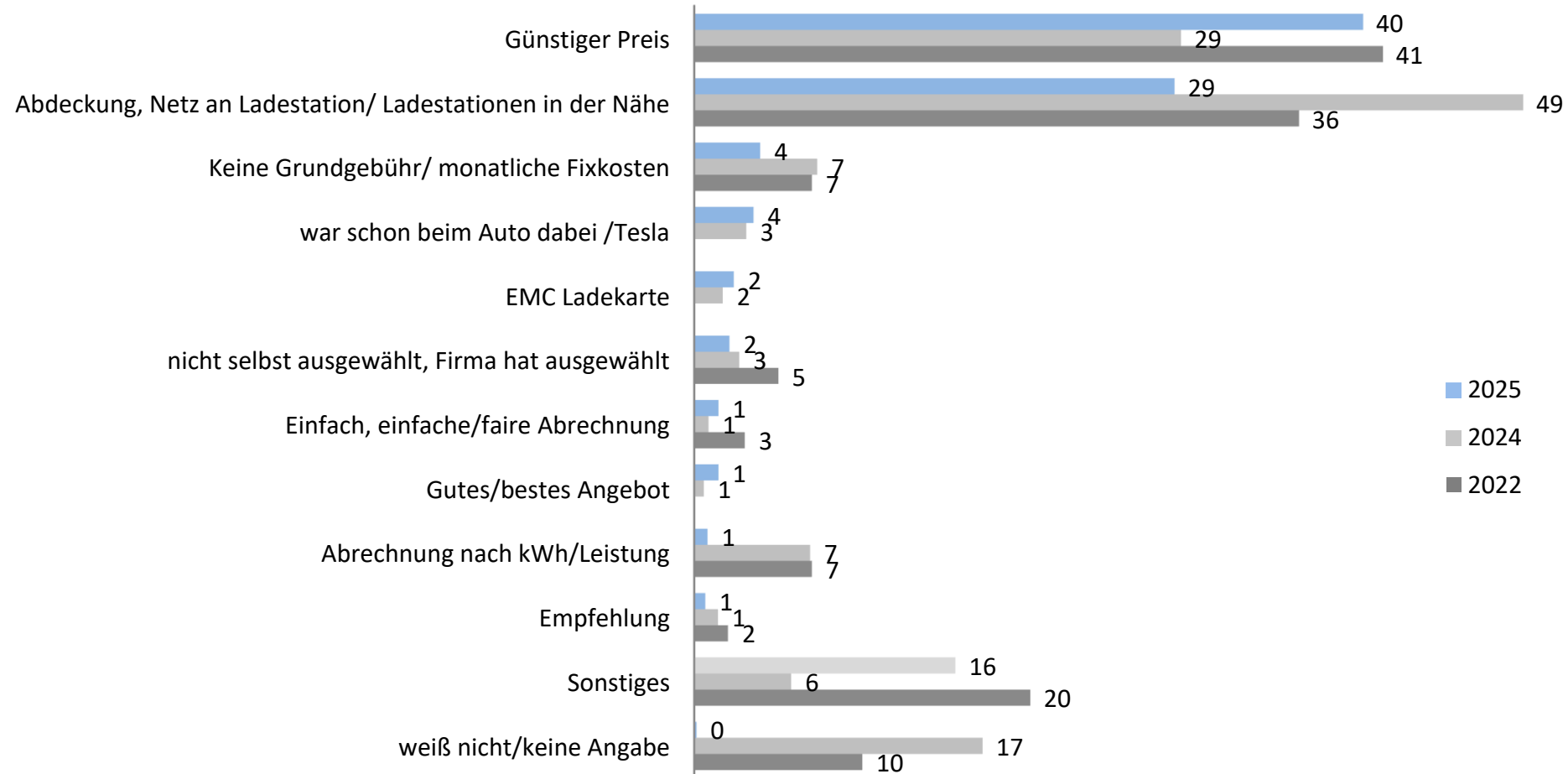


„Welches Abrechnungsmodell haben Sie beim Ladevertrag bzw. bei der Ladekarte?“



Nach welchen Kriterien haben Sie Ladevertrag / Ladekarte ausgewählt?

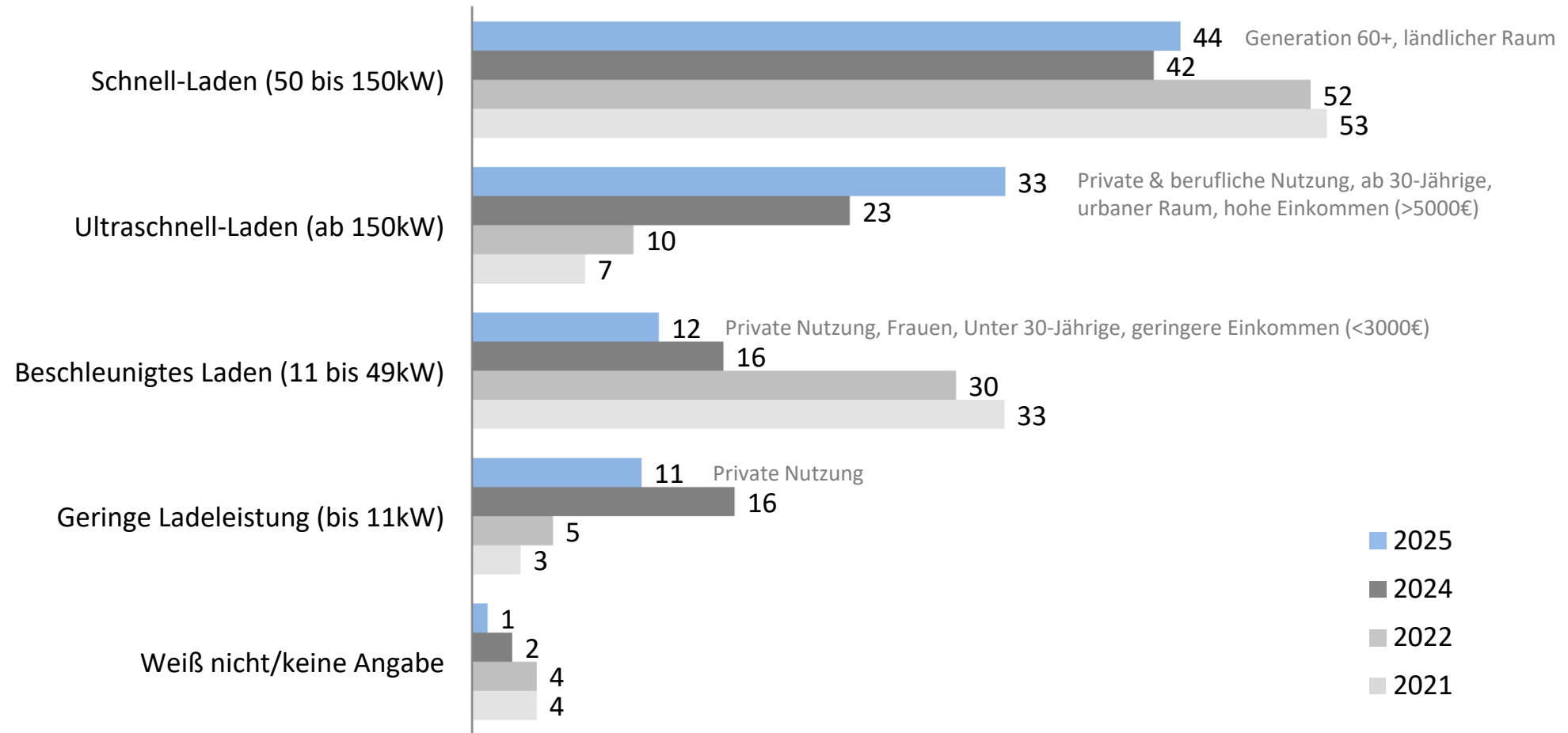
Spontane Angabe, Mehrfachnennungen möglich, Basis: Befragte, die Ladekarte/Ladevertrag haben



„Nach welchen Kriterien haben Sie den Ladevertrag/die Ladekarte ausgewählt?“



Welche Ladeleistung ist im öffentlichen Raum am wichtigsten?

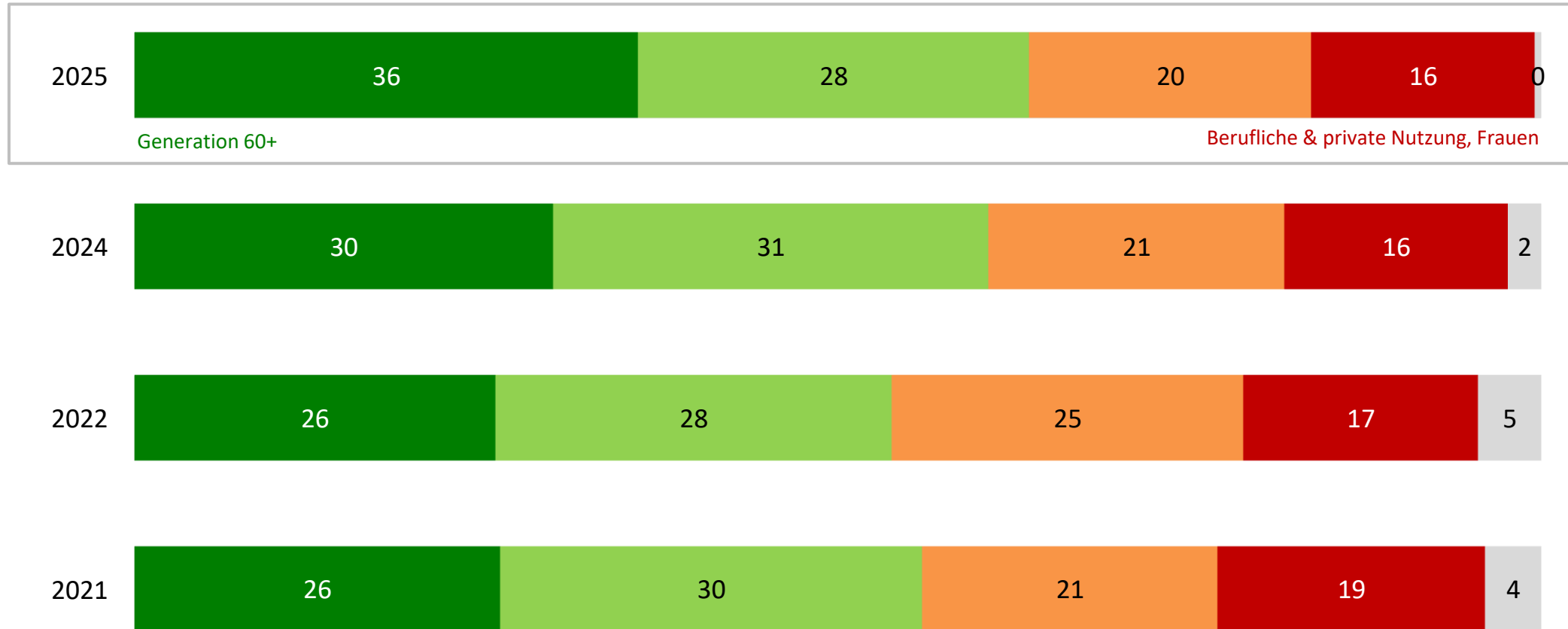


„Welche Ladeleistung ist für Sie im öffentlichen Raum am wichtigsten?“



Wissen Sie im Vorfeld, wieviel Sie beim Laden bezahlen werden?

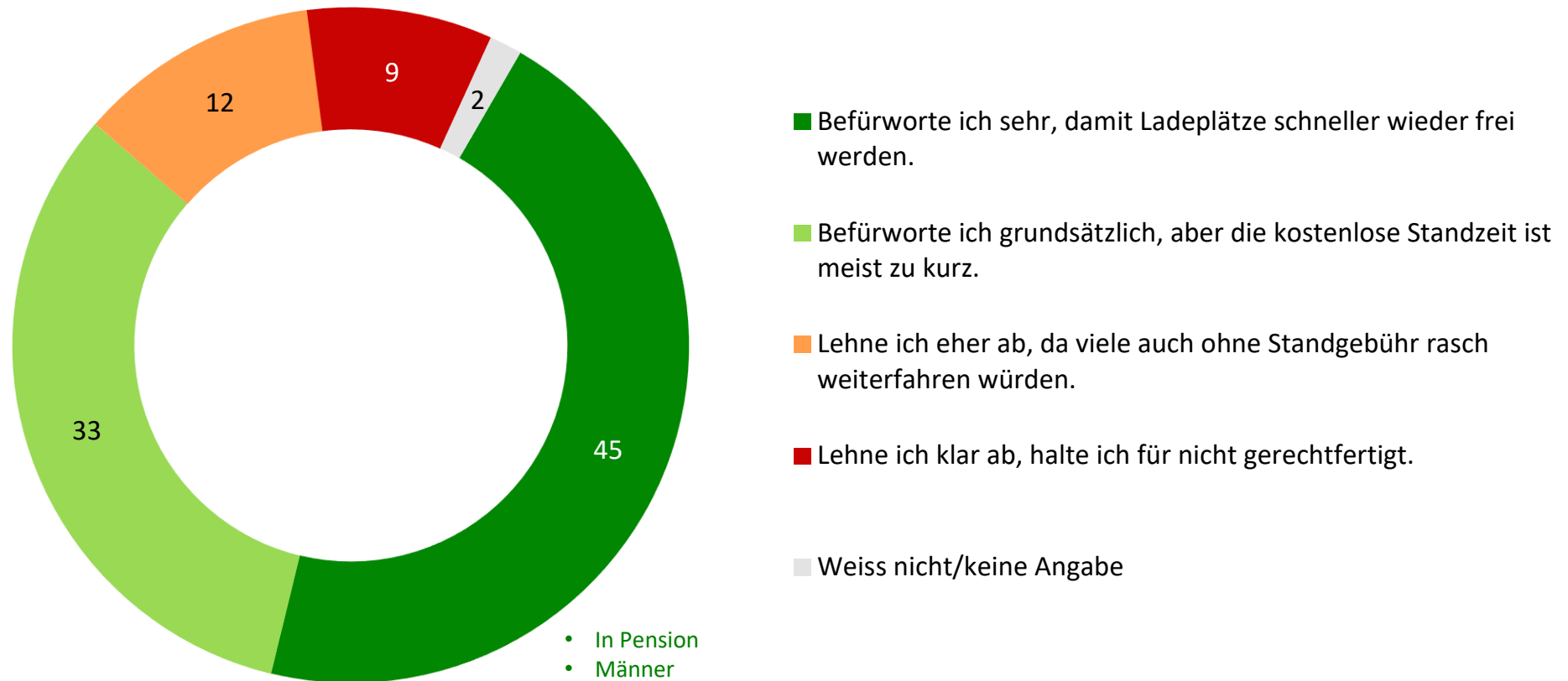
■ ziemlich genau ■ im Großen und Ganzen ■ nur ungefähr ■ eigentlich nicht ■ weiß nicht/k.A.



„Wissen Sie in der Regel im Vorfeld, wieviel Sie beim Laden bezahlen werden?“



Beurteilung der Standgebühr an Ladestationen



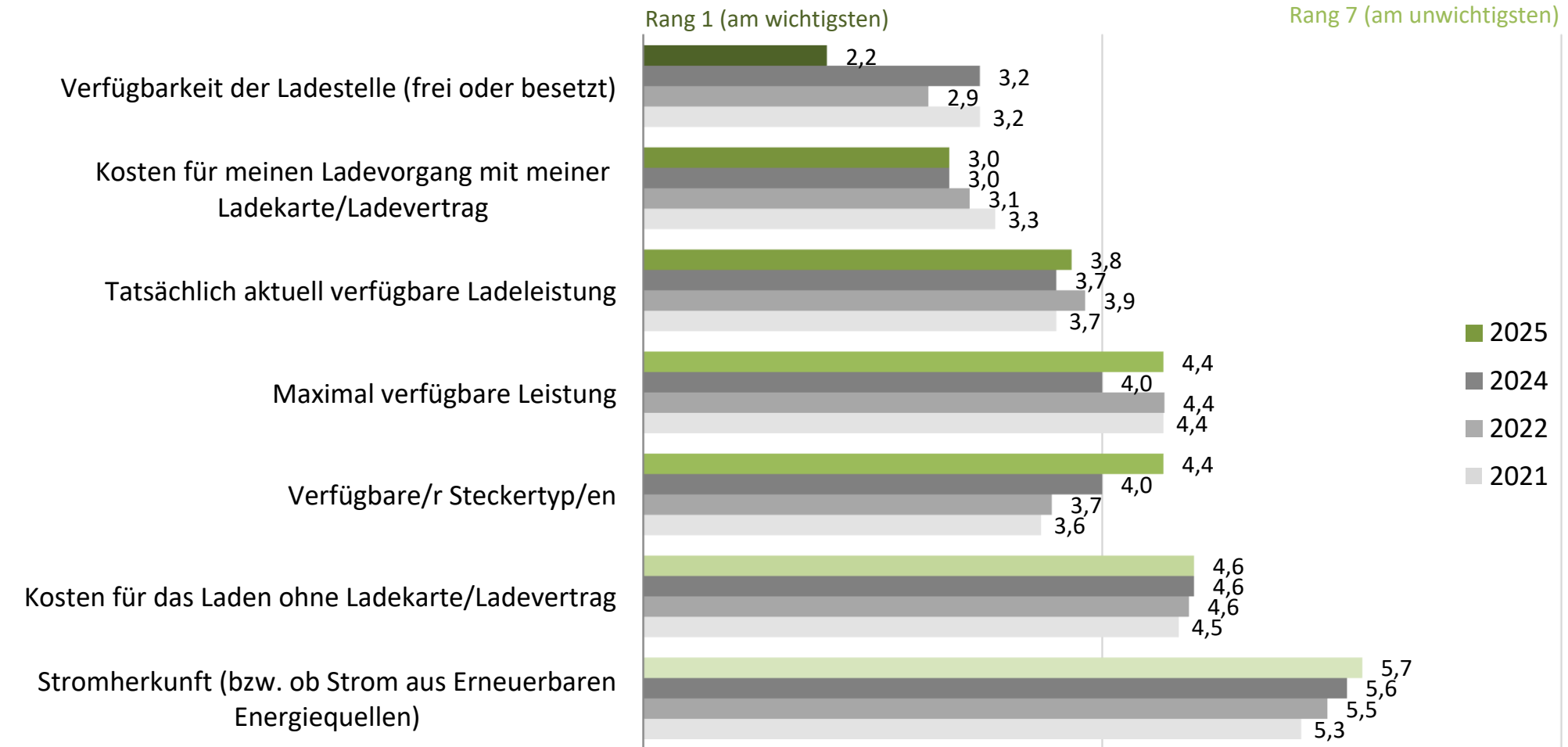
„Einige Betreiber von Ladestationen und Ladevertragsanbieter verrechnen neben dem Arbeitspreis (Cent/kWh bzw. Cent/Minute) auch eine zusätzliche Standgebühr (auch Infrastruktur- oder Blockiergebühr genannt), wenn ein Fahrzeug länger als eine bestimmte Zeit an der Säule steht (z.B. ab der 280. Minute). Wie beurteilen Sie diese zusätzliche Preiskomponente?“



Informationen zum E-Laden

Welche Informationen wären vor dem Laden am wichtigsten?

Mittelwerte Rang 1 (am wichtigsten) bis Rang 7 (am unwichtigsten)



„Welche der folgenden Informationen sind für Sie am wichtigsten vor dem Laden zu bekommen? Bitte reihen Sie die Informationen von 1 „am wichtigsten“ bis 7 „am unwichtigsten“.“

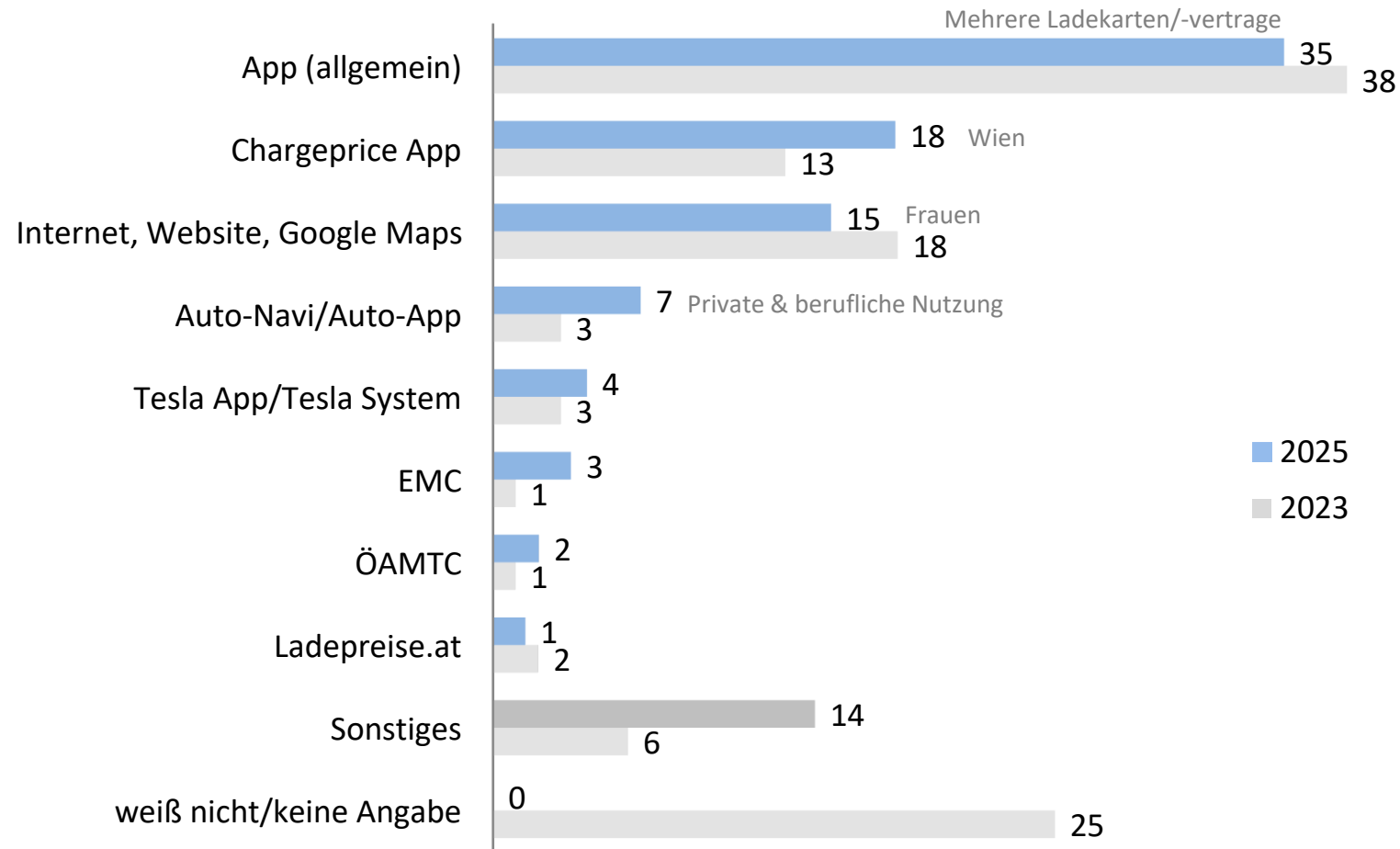


Peter Hajek

Public Opinion Strategies

Welche Informationsquellen nutzen Sie?

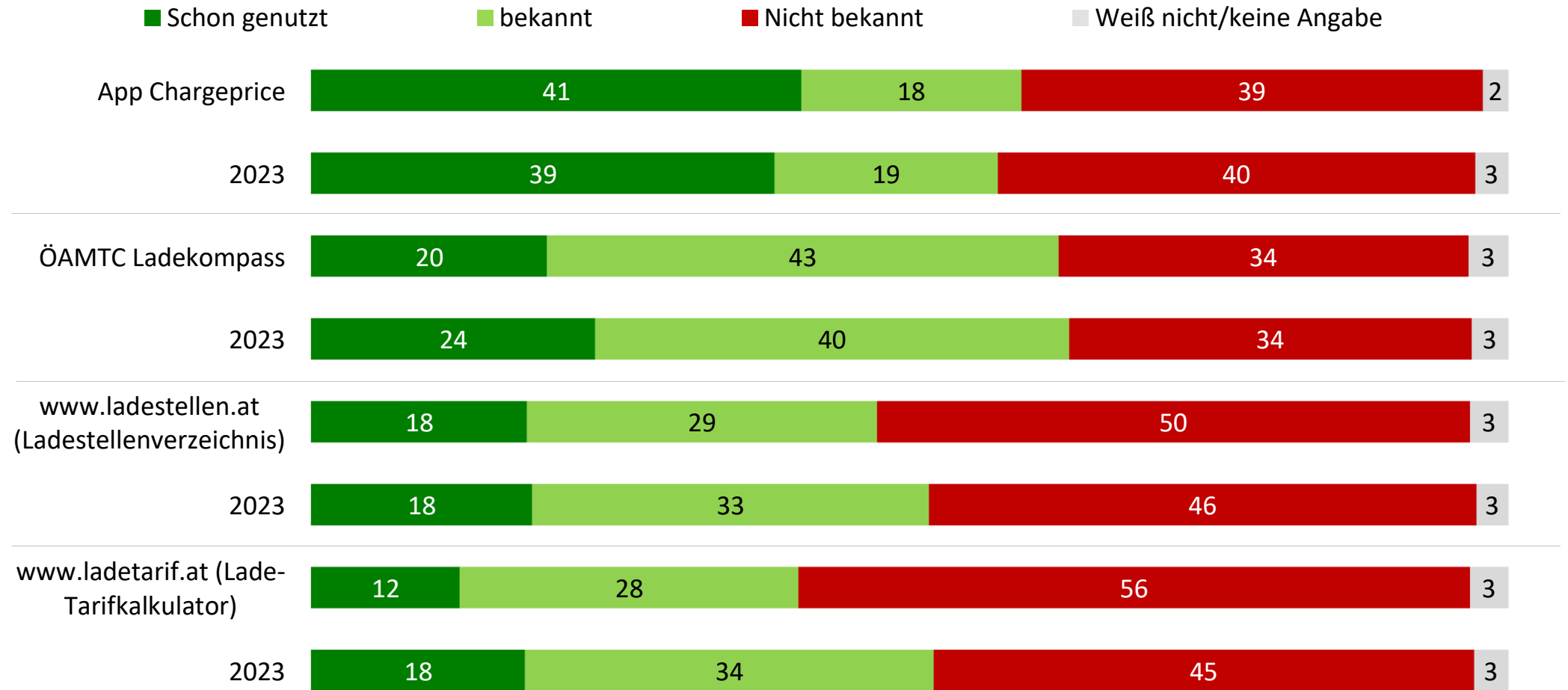
Spontane Angabe, Mehrfachnennungen möglich



„Welche Informationsquellen kennen/nutzen Sie, um sich über Ladestellen und Ladepreise zu informieren?“



Bekanntheit der folgenden Informationsquellen



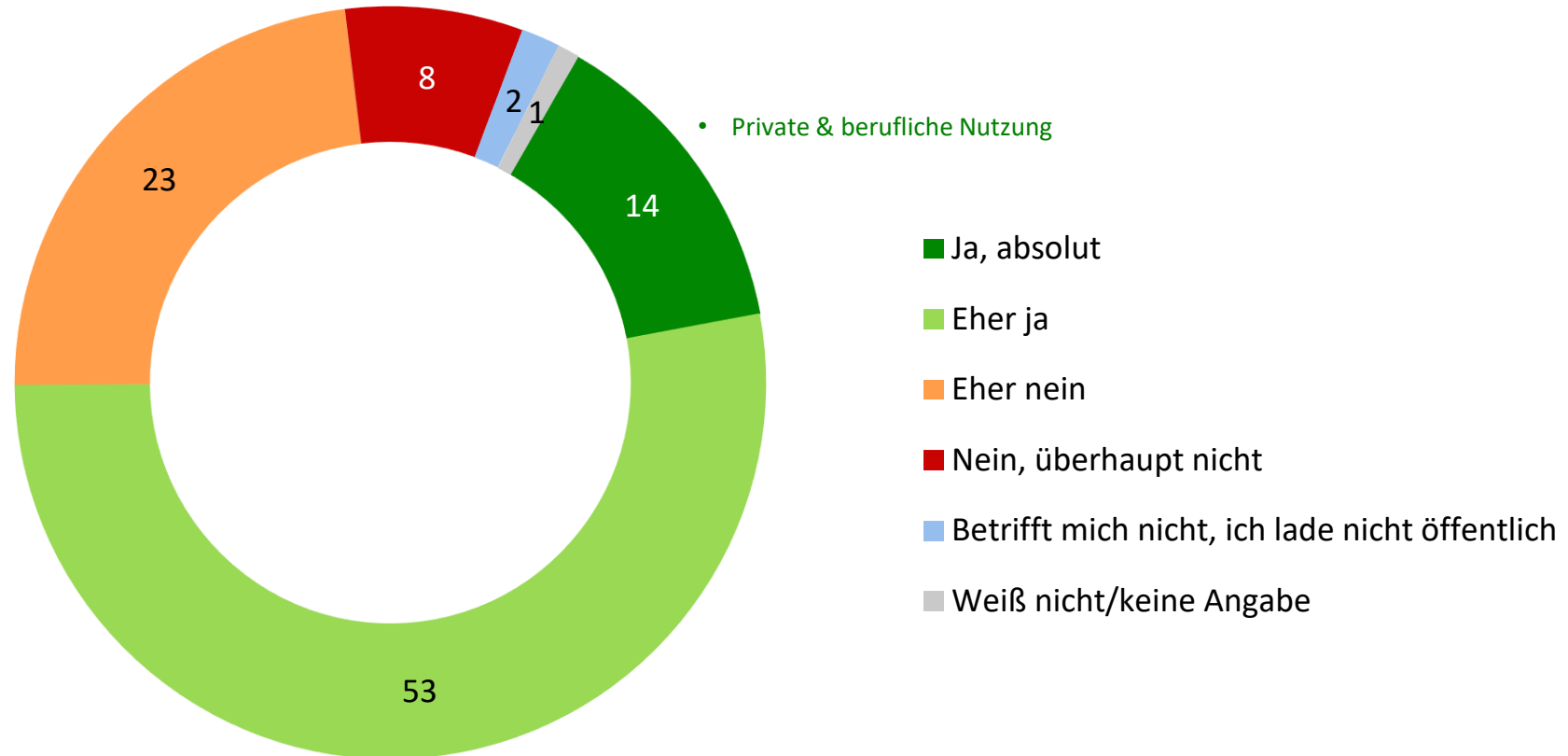
„Haben Sie eine der folgenden Informationsquellen zum E-Laden genutzt oder ist Ihnen diese zumindest bekannt?“





Zugänglichkeit Laden versus Tanken

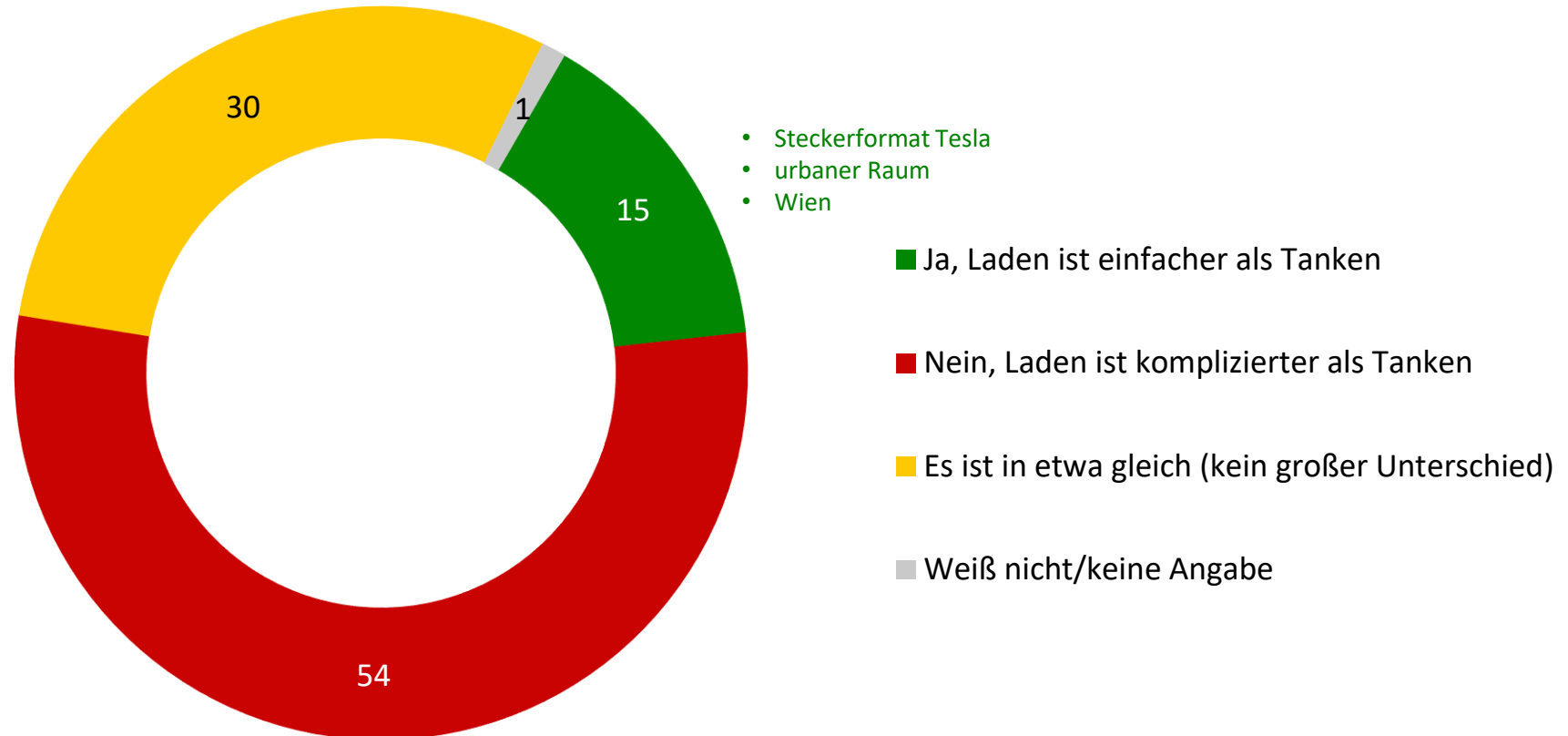
Ausreichend öffentlich zugängliche Ladeinfrastruktur?



„Gibt es derzeit ausreichend öffentlich zugängliche Ladeinfrastruktur?“



Einfachheit Laden versus Tanken

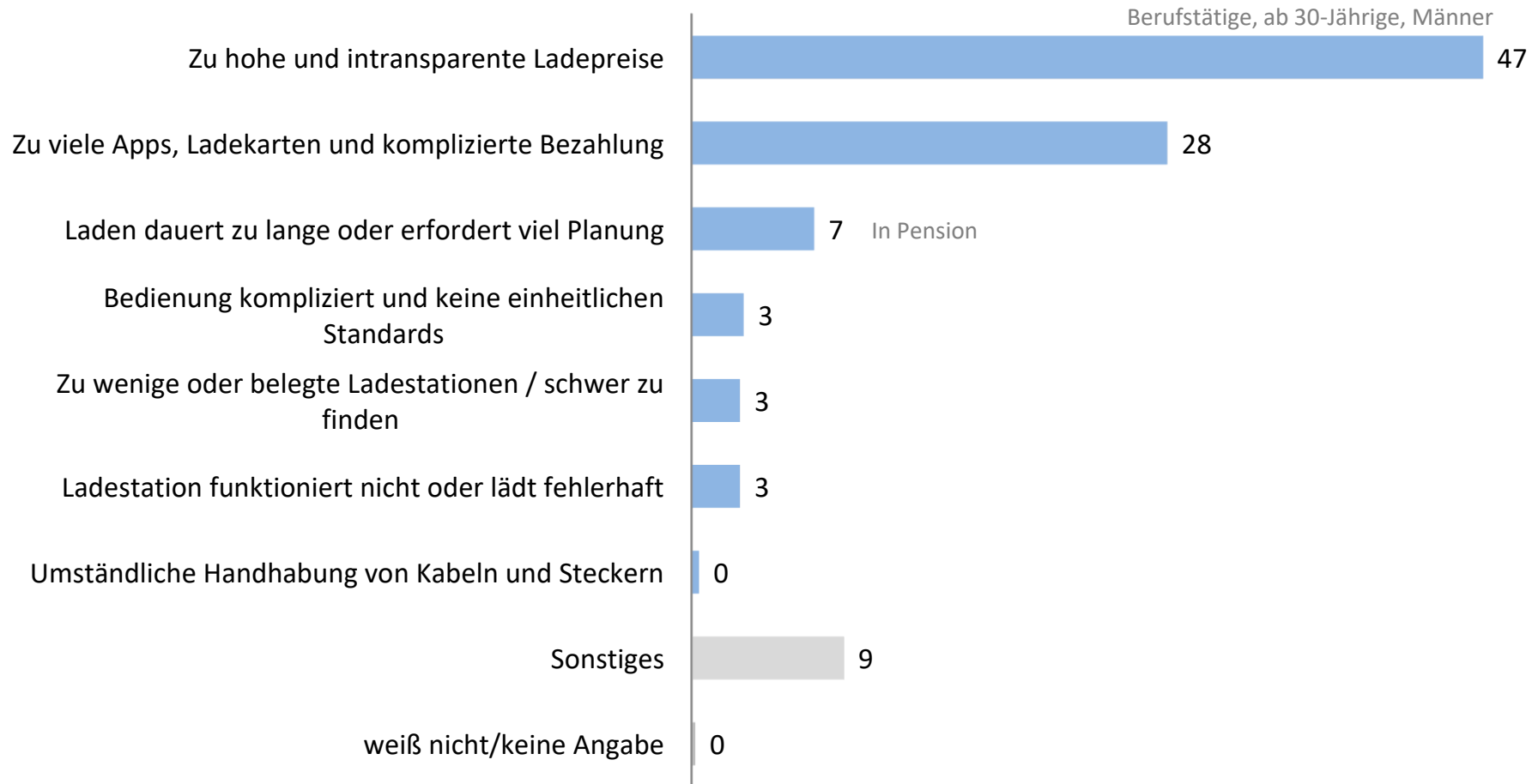


„Wenn Sie das öffentliche Laden Ihres E-Fahrzeugs mit dem Tanken eines Verbrenner-PKW vergleichen: Würden Sie sagen, dass das Laden insgesamt einfacher ist als Tanken?“



Grund für komplizierteres Laden als Tanken

Spontane Angabe, Mehrfachnennungen möglich



„Warum empfinden Sie das Laden komplizierter als Tanken? Bitte beschreiben Sie uns das kurz.“

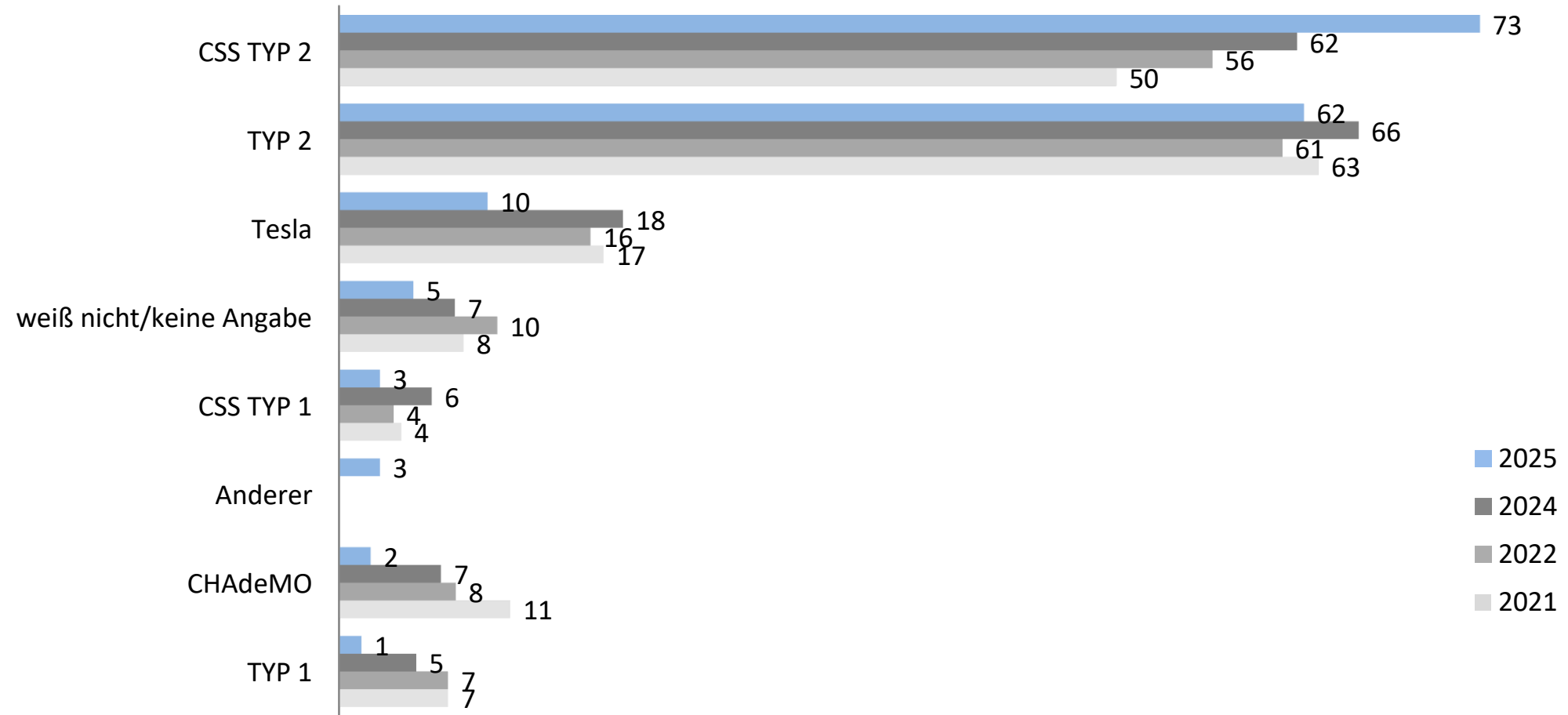
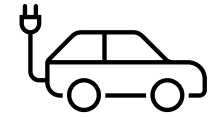




Benütztes Steckerformat

Benütztes Steckerformat

Mehrfachnennungen möglich, Darstellung exklusive Andere/weiß nicht/k.A.



„Welches Steckerformat benützen Sie?“





Soziodemografisches Profil E-Autofahrer

E-AutofahrerInnen sind...

- überwiegend Männer
- 30 Jahre plus
- höher gebildet
- deutlich überdurchschnittliche Einkommen
- überwiegend berufstätig als Angestellte
- 65% in Einfamilienhäusern



Kontakt

Peter Hajek Public Opinion Strategies GmbH

Altgasse 20/8, 1130 Wien

T: +43 (1) 513 2200-0

office@peterhajek.com

www.peterhajek.at



Peter Hajek

Public Opinion Strategies