

infas 360

Anwendungsbeispiel E-Mobility-Befragung

Wie aus Mafo-Daten operatives Zielgruppenwissen entsteht



Der CASA-Monitor

- ▶ Befragungsmethode: CAWI (Panel)
- ▶ Stichprobengröße: 10.000
- ▶ Befragungsdauer : Mindestens 10 Minuten
- ▶ Frequenz: Vierteljährlich, aktuell 07/16, nächste 10/16
- ▶ Klient: Multi-Client / wechselnd
- ▶ Scope: Wechselnd, **07/10 Cross-Channel-Kauf mit Schwerpunkt Automotive**

Special features:

Anonymisierte Anreicherung der Befragungsdaten mit über 200 Merkmalen aus der CASA Datenbank.

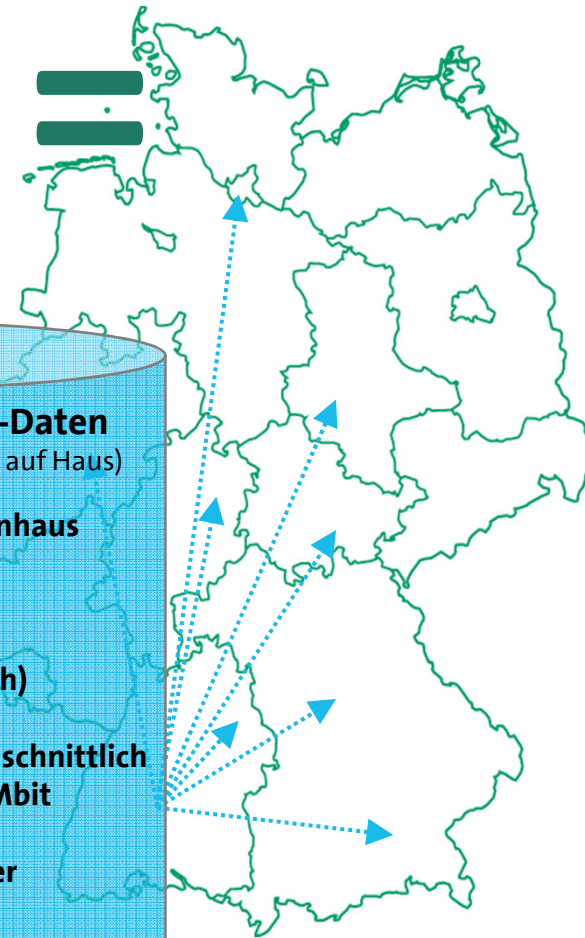
Dadurch Generierung zahlreicher weiterer Insights und neue Anwendungsmöglichkeiten.

Potentialanalyse und Zielgruppenlokalisierung

Berechnung hausgenauer Prognosen

z.B. Berechnung von Shopper-Typen und e-Autokauf-Affinität

Smart Research: Befragung inkl. Big Data Enrichment und Prognose (Zwillingsuche)



Daten aus der Befragung

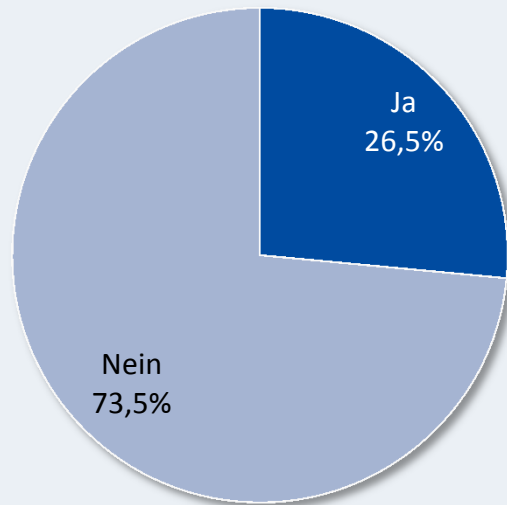
- Alter: **38 Jahre**
- Gender Befragte/r: **weiblich**
- Haushaltsgröße: **4 Pers.**
- Alter der Kinder: **7 und 10**
- HH-Einkommen: **3.900 € (Netto)**
- Kaufmotiv: **Marke**
- Ausgaben/Monat Kleidung: **ca. Euro 180**
- Ausgaben/Monat Kosmetik: **ca. Euro 20**
- Ausgaben/Monat Nahrung: **ca. Euro 420**
- > Davon Obst & Gemüse: **ca. Euro 210**
- Bevorzugter Shopping-Kanal:

Verknüpfung mit der CASA-Daten
(über 200 mikrogeographische Daten auf Haus)

- Wohngebäude: **Einfamilienhaus**
- Wohnfläche: **140m²**
- Baujahr: **2008**
- Lage: **Stadtrand**
- Solaranlage: **Ja (10 MWh)**
- Mieten: **Sehr hoch**
- Kaufkraft: **Überdurchschnittlich**
- Breitband: **Bis zu 50 Mbit**
- Next Supermarkt: **500 Meter**
- Next Aldi: **1800 Meter**
- Next Shopping-District: **1,5 Km**

Etwas mehr als jeder Dritte wäre „nur“ bereit für ein e-Auto bis 10% mehr zu zahlen

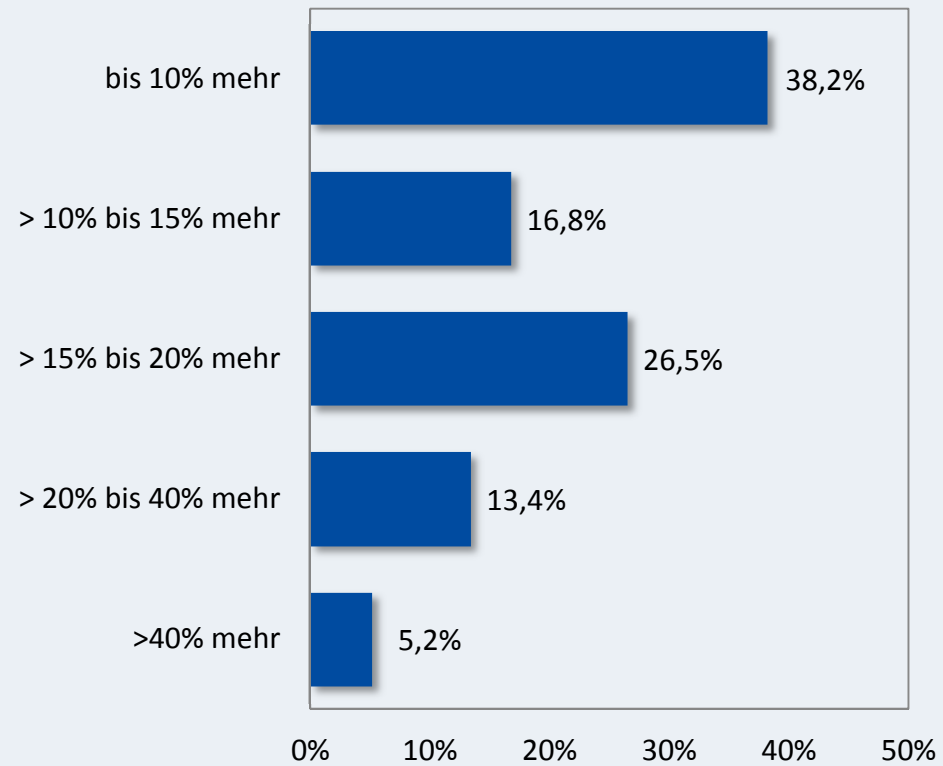
Wären Sie bereit für ein Elektro-Auto mehr zu zahlen?



n=4591

Ja

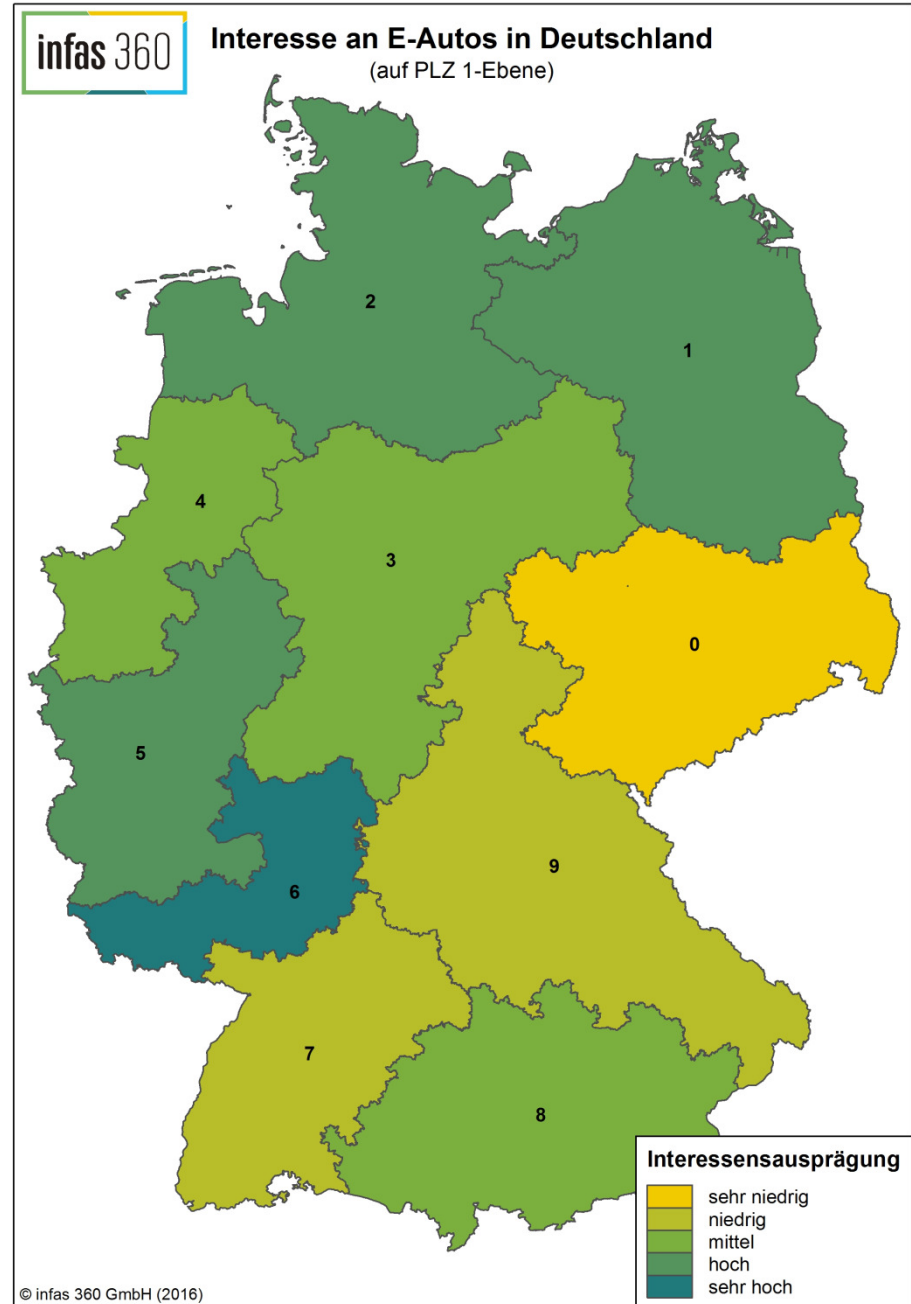
Wieviel Prozent wären Sie bereit für ein Elektro-Auto mehr zu zahlen?



n=1216, Mehrfachauswahl möglich

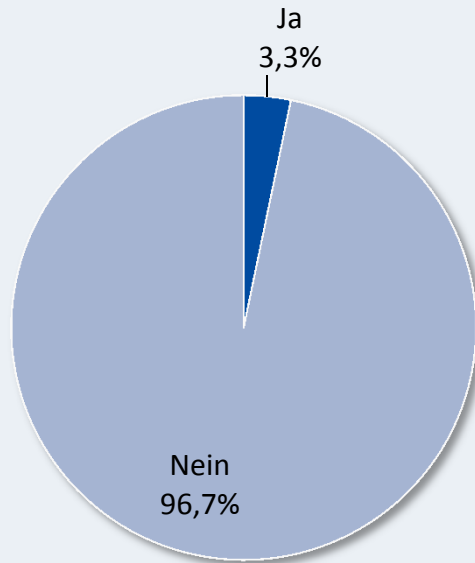
Quelle: infas 360 / EuPD Research 2016

Regionale Verteilung der Kaufinteressierten für e-Autos innerhalb der nächsten 12 Monate



Nutzer solarer Energie doppelt so hoch kaufinteressiert

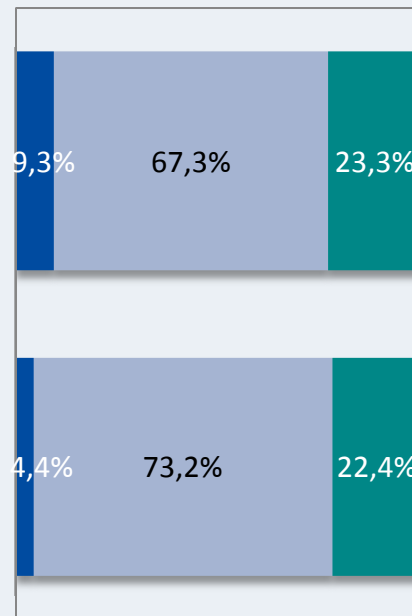
Photovoltaik-Anlage (PV) installiert



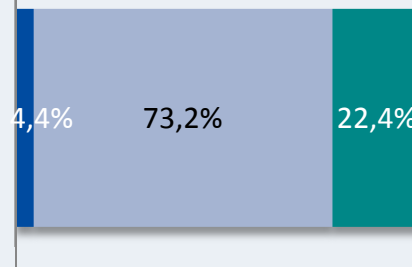
n=9868

Beabsichtigen Sie in den nächsten 12 Monaten ein Elektro-Auto zu kaufen?

Besitzer PV-Anlage (n=150)



Keine PV-Anlage (n=4012)



0% 20% 40% 60% 80% 100%

■ Ja ■ Nein ■ Vielleicht

Was sind / könnten Gründe sein, dass Sie sich für ein E-Auto entscheiden?: Man kann den Strom über Solarzellen selbst erzeugen



Quelle: infas 360 / EuPD Research 2016

Resultat: Neue Zielgruppe für e-Autos inkl. mikrogeographisches Profil (Potenzial)

Haupt-Kaufgrund ist Emissionssenkung

56% kennen die Kaufprämie

87,6% möchten Auto zu Hause aufladen

57% erwarten vom Stromversorger Ladeinfrastruktur

Mafo

Altersgruppe eher 31-45 Jahre



Kaufinteressierte mit Solar sind doppelt so häufig vertreten

eher städtisches und stadtnahes Profil

eher Jüngerer Umfeld gering erhöhter Kaufkraft

eher klassisches Doppelhaushälfte und Mehrparteien

Mikro

Neue Affinität für e-Autos am Beispiel der Stadt Troisdorf nach Ortsteilen und Gebäuden

