Shell Recharge Elektromobilitäts-Studie 2024: Fahrerbedürfnisse, Trends und Chancen zur E-Mobilität in Deutschland

Vorwort	1
Kurzfassung	2
Kapitel eins: Mehr Tempo beim öffentlichen Laden	3
Kapitel zwei: Zunehmende Akzeptanz von Elektrofahrzeugen unter Fahrern	6
Kapitel drei: Reichweitenvertrauen ist die neue Realität	7
Kapitel vier: Fahrerlebnis E-Auto übertrifft die Erwartungen.	9
Kapitel fünf: Schlüsselrolle des Flottensektors:	8
Fazit: Unsere wichtigsten Erkenntnisse.	11
Anhang	14

Vorwort

Nach über sechs Jahren intensiver Analyse der dynamisch wachsenden Elektromobilität freue ich mich, Ihnen unsere bislang umfassendste Studie zu diesem Thema präsentieren zu können. Unser Jahresbericht 2024 gibt tiefe Einblicke in die sich wandelnden Einstellungen und Verhaltensweisen aktueller und künftiger E-Fahrzeug-Fahrer. Er beleuchtet neue Trends, Herausforderungen und Chancen weltweit.

In Deutschland haben wir 9.397 Elektroautofahrer befragt, darunter 2.998 gewerbliche E-Fahrer. Erstmals haben wir auch Fahrer von Verbrennern einbezogen: Mit der zusätzlichen Befragung von 1.032 Kraftstoff-Fahrern (davon 277 gewerblichen Fahrern) wollen wir Hindernisse beim Umstieg auf E-Fahrzeuge besser verstehen und Lösungen finden.

Die Studie 2024 geht über den deutschen Markt hinaus. Auch andere europäische Länder sowie die Vereinigten Staaten und China, Vorreiter bei der Entwicklung von Elektrofahrzeugen, wurden untersucht. Insgesamt führten wir 33.696 Interviews in Europa (Österreich, Belgien, Frankreich, Deutschland,

Niederlande, Schweiz, Vereinigtes Königreich), den USA und China durch. Im gesamten Bericht beleuchten wir relevante Erkenntnisse aus diesen Märkten.

Ein Jahr nach unserer letzten Befragung unter E-Mobilisten befinden wir uns an einem entscheidenden Punkt der E-Mobilitätsentwicklung. Mit wachsender Akzeptanz muss sich auch das öffentliche Ladenetz weiterentwickeln. Es soll nicht nur den derzeitigen Fahrern mehr Auswahl und Flexibilität bieten, sondern auch potenzielle Kunden zum Umstieg bewegen.

Die Ergebnisse zeigen: Verbesserungen im öffentlichen Ladeerlebnis sind nötig. Vorrangig müssen Ladegeschwindigkeit und Zuverlässigkeit optimiert werden, da diese Faktoren entscheidend bei der Wahl des Ladeorts sind. Zusätzlich schätzen E-Mobilisten Annehmlichkeiten wie Restaurants, Cafés und Einkaufsmöglichkeiten an öffentlichen Ladestationen.

Ein beträchtlicher Teil der E-Mobilisten ist bereit, für schnelleres Laden und eine konsolidierte App mehr zu zahlen. Doch um den Ausbau der Ladeinfrastruktur voranzutreiben, sind zusätzliche Investitionen und Partnerschaften notwendig.

Als zentraler Akteur der Branche übernimmt Shell eine Schlüsselrolle in der E-Mobilität. Das Laden von Elektrofahrzeugen bildet eine Säule unseres Mobilitätsangebots. Unser Ziel: Bis 2030 ein öffentliches Ladenetz mit weltweit 200.000 von uns betriebenen Ladepunkten zu etablieren. Gleichzeitig möchten wir Autofahrern ermöglichen, die Ladezeit unterwegs optimal zu nutzen. Daher erweitern wir unser Angebot an frischen Convenience-Produkten und praktischen Services an Shell Stationen, entwickeln vielfältige Mobilitätslösungen für unsere Kunden und investieren in emissionsärmere Alternativen.

Ich danke allen Befragten für ihre Teilnahme an der diesjährigen Umfrage. Ich hoffe, die Erkenntnisse dieses Berichts helfen Ihnen auf Ihrer eigenen Elektrofahrzeug-Reise.

Florian Glattes, General Manager Mobility Deutschland, Österreich, Schweiz

Kurzfassung

Um den Fortschritt in der E-Mobilität voranzutreiben, müssen wir die sich verändernden Einstellungen und Verhaltensweisen der aktuellen und künftigen E-Fahrer in Deutschland verstehen. Durch das Aufzeigen neuer Trends ist die Branche besser gerüstet, um die notwendigen Veränderungen einzuleiten.

Die fünf wichtigsten Ergebnisse der Studie 2024 sind:

1. Mehr Tempo beim öffentlichen Laden: Über ein Drittel der deutschen Autofahrer (37 %) ist bereit, mehr für schnelleres Laden zu bezahlen.
2. E-Fahrzeuge gewinnen an Boden – Verbrenner als Zweitwagen auf dem Rückzug: Das Vertrauen in E-Fahrzeuge wächst stetig. Nur noch 38 % der deutschen E-Fahrzeug-Besitzer halten zusätzlich ein Auto mit Benzinmotor.
3. Reichweitenvertrauen als neue Realität: 51 % der Deutschen machen sich weniger Sorgen um die Reichweite als vor zwölf Monaten und 64 % sehen verbesserte Lademöglichkeiten.
4. E-Auto-Fahrerlebnis übertrifft Erwartungen: Während nur 28 % der Interessenten glauben, das Fahren eines Elektroautos zu genießen, nennen 63 % der E-Auto-Fahrer dies als Hauptvorteil.
5. Schlüsselrolle des Flottensektors: Unternehmen müssen Schulungen und Unterstützung bieten, um das Vertrauen ihrer Fahrer zu stärken. Derzeit erhalten 66 % der Flottenfahrer keine Schulung zur Elektromobilität.

Diese Ergebnisse zeigen deutlich, wo Handlungsbedarf besteht und wie die Akzeptanz der E-Mobilität weiter gefördert werden kann.

Kapitel eins: Mehr Tempo beim öffentlichen Laden

Mit der wachsenden Akzeptanz der E-Mobilität in Deutschland muss sich auch das öffentliche Ladenetz weiterentwickeln. Dies soll sowohl den aktuellen Fahrern mehr Auswahl und Flexibilität bieten als auch potenzielle Kunden zum Umstieg motivieren.

Die Grundlagen des Fortschritts sind Geschwindigkeit und Zuverlässigkeit, welche die Wahl des Ladeorts entscheidend beeinflussen. Sobald diese Voraussetzungen erfüllt sind, betrachten Fahrer auch zusätzliche Einrichtungen und das Gesamterlebnis. Wichtig ist, dass die Ladezeit sinnvoll genutzt wird.

Im Jahr 2024 zeigt sich in allen Märkten eine deutliche Bereitschaft der E-Autofahrer, längere Strecken zu fahren und für ein besseres Ladeerlebnis mehr zu zahlen. Nicht nur in Deutschland, sondern auch in Europa, den USA und China eröffnet sich damit die Chance, Ladeangebote zu schaffen, für die E-Fahrer gerne einen Extra-Kilometer in Kauf nehmen.

Genau genommen würden in Deutschland 69 % der Befragten weiterfahren, um ein besseres Ladeerlebnis zu haben. In Europa würden 66 % weitere Strecken auf sich nehmen, in den USA sogar 76 %. In China stimmen mit 75 % auch die Mehrheit der Befragten zu. Dort würden auch 78 % der

Befragten einen Aufpreis für das schnellere Laden in Kauf nehmen, in den USA ganze 79 %. In Deutschland und Europa sind die Menschen hier etwas zurückhaltender: 37 % der deutschen Befragten und 40 % der Teilnehmer in Europa würden mehr bezahlen.

61 % der deutschen E-Fahrer würden eine Ladestation aufsuchen, die nicht die nächstgelegene ist, wenn sie die gewünschten Angebote bietet. Dies ist besonders relevant für Langstreckenfahrer, bei denen Annehmlichkeiten entscheidend sind – 52 % der deutschen E-Fahrer geben an, dass Einkaufsmöglichkeiten für Lebensmittel und Getränke, Geschäfte und Toiletten wichtig sind.

In einigen Regionen übersteigt das Angebot an Ladestationen allmählich den Bedarf der Autofahrer, nachdem Industrie und Regierungen in den vergangenen Jahren massiv in die Ladeinfrastruktur investiert haben und das Wachstum der Neuzulassungen von Elektrofahrzeugen nachgelassen hat. Betreiber von Ladestationen könnten daher Schwierigkeiten haben, die Auslastung wirtschaftlich aufrechtzuerhalten.

Shell spielt hier eine wichtige Rolle. Wie Florian Glattes, General Manager Mobility Deutschland, Österreich, Schweiz, betont: „Mit dem wachsenden Vertrauen der E-Fahrer ist die Aufgabe klar: Die öffentliche Ladeinfrastruktur und das Ladeerlebnis müssen mit den Bedürfnissen und Erwartungen der Fahrer Schritt halten. Unser Ziel bei Shell ist es, den Wettbewerbsvorteil unserer globalen Reichweite und unseres Netzwerks zu nutzen, um noch bessere Mobilitätserlebnisse zu bieten.

In Zukunft wird sich die Umgestaltung bestehender Tankstellen fortsetzen, da sich das Gleichgewicht zugunsten von E-Fahrzeugen verschiebt. Wie bei Premium-Kraftstoffen wird es auch beim Laden von E-Fahrzeugen um Auswahl gehen. Wie die Daten zeigen, wären viele Menschen bereit, für schnelleres Aufladen zu zahlen. Es ist Aufgabe der Anbieter, diesen Bedarf mit verschiedenen Ladeoptionen und Vor-Ort-Einrichtungen zu decken, um die Ladezeit optimal zu nutzen.

In Deutschland haben wir uns unter anderem mit der REWE Group zusammengeschlossen, um unseren Kunden eines der größten und modernsten Schnellladenetze des Landes anzubieten. Heute werden 50 % der E-Fahrzeuge weltweit zu Hause oder am Arbeitsplatz geladen. Shell geht davon aus, dass bis 2030 die Zahl der öffentlichen Schnellladestationen und Flottendepots dreimal so hoch sein wird wie die Zahl der Haushalte und Unternehmen. Dies bietet eine große Chance für Einzelhändler."

Weniger Apps und Ladekarten – mehr Interoperabilität

Mit dem stetigen Wachstum der öffentlichen Ladestationen sehen sich Fahrer zunehmend einem unübersichtlichen Mix aus Apps und Ladekarten gegenüber. Interoperabilität – der nahtlose Zugang zu Ladestationen verschiedener Anbieter – bleibt seit Jahren eine zentrale Priorität.

Dazu wurden die Teilnehmer der Studie befragt, ob sie mehr oder eine App für den Zugang zu Ladestationen nutzen: 97 % der Befragten in Deutschland nutzen mindestens eine App, 63 % sogar drei oder mehr. In Europa nutzen 96 % mindestens eine, 63 % immerhin noch drei oder mehr Apps. In den USA sinkt der Anteil der Menschen, die drei oder mehr Apps nutzen, auf 39 %, während 94 % der Teilnehmer mindestens eine App verwenden. In China gestalten sich die Zahlen ähnlich: 91 % der Teilnehmer haben mindestens eine App in Nutzung, nur 29 % drei oder mehr.

Einer von zwei deutschen E-Fahrern (53 %) ist frustriert über die Anzahl der benötigten Apps. 71 % würde eine einzige App für alles, was mit dem Laden und Fahren von Elektrofahrzeugen zu tun hat, bevorzugen. Fast die Hälfte (47 %) würde dafür einen Aufpreis zahlen.

In Europa allgemein sehen die Elektroautofahrer das ähnlich: Etwas mehr als die Hälfte (54 %) frustriert die Anzahl der Apps, 73 % wünschen sich eine einzige App. Fast die Hälfte (49 %) würde einen Aufpreis in Kauf nehmen.

In den USA sind sogar 68 % der Teilnehmer bereit, mehr zu bezahlen, wenn sie nur noch eine einzige App nutzen könnten. Denn 58 % sind auch hier über die Anzahl der benötigten Apps frustriert. Mit 81 % wünschen sich in den Vereinigten Staaten die meisten Befragten eine App für alle Aktivitäten.

Auch in China stört sich die Hälfte (52 %) an der Anzahl der Apps, drei Viertel (76 %) wünschen sich hier ebenfalls eine einzige App. 60 % würde dafür tiefer in die Tasche greifen.

Die Bereitschaft der E-Fahrer in Deutschland, längere Strecken zu fahren und mehr für bessere Ladeeinrichtungen zu zahlen, zeigt, wie wichtig ihnen das Ladeerlebnis ist. Um sicherzustellen, dass verbesserte Ladeerlebnisse für alle verfügbar sind, muss die Branche enger zusammenarbeiten. Fortschritte bei der Interoperabilität und der Nutzung von Apps sind entscheidend. Besonders an Orten wie Einkaufszentren, Supermärkten oder Tankstellen ist eine engere Kooperation zwischen den Akteuren erforderlich, um ein nahtloses Lade-erlebnis zu bieten. Betreiber von Ladestationen, Anbieter von Lade-netzwerksoftware und Fahrzeughersteller müssen gemeinsame Standards entwickeln und besser abgestimmte Verfahren einführen. Nur durch diese

Zusammenarbeit kann ein vereinfachtes, einheitliches Ladeerlebnis gewährleistet werden, das den Komfort für Verbraucher steigert und die Akzeptanz von E-Fahrzeugen fördert.

Kapitel zwei: Zunehmende Akzeptanz von Elektrofahrzeugen unter Fahrern

Um die Elektromobilität voranzubringen, ist es notwendig, die Entscheidungen der Verbraucher zu verstehen. Ihre Vorlieben und Anforderungen entwickeln sich schnell, und die Branche muss sicherstellen, dass sie diese Bedürfnisse jetzt und in Zukunft erfüllt. Unsere diesjährige Umfrage zeigt ermutigende Anzeichen für positive Verhaltensänderungen bei Autofahrern. Während Fahrer bisher oft an vertrauter Technologie festhielten, deuten die aktuellen Ergebnisse darauf hin, dass sie im Jahr 2024 weniger auf die Sicherheit von Verbrennerfahrzeugen angewiesen sind.

Die Studie zeigt, dass Autofahrer in Deutschland – wie auch in Europa, den USA und China – mehr Vertrauen in E-Fahrzeuge als ihr Hauptfahrzeug haben. In Deutschland besitzen nur 38 % der E-Fahrer auch ein Verbrennerfahrzeug – etwas mehr als der europäische Durchschnitt von 32 %.

Externe Faktoren wie ein schwieriges globales wirtschaftliches Umfeld beeinflussen sicherlich die Entscheidung über den Besitz und die Nutzung eines Fahrzeugs. Dennoch lässt sich ein größeres Vertrauen in E-Fahrzeuge und die dazugehörige Ladeinfrastruktur ableiten, da die Mehrheit der E-Fahrer in Deutschland (95 %) angibt, dass ein E-Fahrzeug ihr Hauptfahrzeug ist. Dies entspricht dem europäischen Durchschnitt (97 %) und liegt über den Zahlen für die USA (82 %) und China (90 %).

Die neuen Umfrageergebnisse stimmen mit den neuesten Marktdaten der Internationalen Energieagentur (IEA) überein. Im EV-Outlook 2024 wird berichtet, dass Deutschland nach China und den USA das dritte Land ist, das in einem Jahr eine halbe Million Neuzulassungen von Elektrofahrzeugen verzeichnen kann.

Für 2024 wurde ein weltweiter Absatz von rund 17 Millionen E-Fahrzeugen prognostiziert: Damit ist mehr als eines von fünf verkauften Fahrzeugen ein E-Auto. Diese Vorhersage basiert auf stetigem Marktwachstum: Im ersten Quartal 2024 stieg der Absatz von Elektrofahrzeugen um rund 25 % im Vergleich zum ersten Quartal 2023. Die IEA prognostiziert, dass der Marktanteil von E-Fahrzeugen bis 2024 in China bis zu 45 %, in Europa 25 % und in den USA über 11 % betragen könnte. https://www.iea.org

Die positive Entwicklung des Vertrauens in E-Fahrzeuge erfordert, dass die Industrie bestehende und neue Herausforderungen angeht, um mehr Akzeptanz zu ermöglichen. Trotz des Anstiegs öffentlicher Ladestationen sind weitere Investitionen, insbesondere in städtischen Gebieten, notwendig.

Zusätzlich zur Ladeinfrastruktur müssen digitale Lösungen verbessert werden, um die Nutzung zu vereinfachen. Diese Maßnahmen sind entscheidend, um das Erlebnis mit einem Elektrofahrzeug angenehm zu gestalten und künftige Interessenten zu gewinnen.

Florian Glattes, General Manager Mobility Deutschland, Österreich, Schweiz, betont: „Das Laden eines E-Fahrzeugs sollte so einfach sein wie das Tanken von Kraftstoff. Als Unternehmen haben wir die Verantwortung, das Ladeerlebnis kontinuierlich zu verbessern. Die Erkenntnisse aus dieser Studie helfen uns, den Weg der Kunden besser zu verstehen und ihr Erlebnis zu optimieren. Unsere strategischen Partnerschaften sind entscheidend für fortlaufende Verbesserungen. Die Interoperabilität zwischen unserer Lade-App und der Hardware ist ein wesentlicher Bestandteil des Kundenerlebnisses, ebenso wie ein integriertes digitales Ökosystem mit unseren Partnern. Außerdem arbeiten wir eng mit unseren Einzelhandelspartnern zusammen, da E-Fahrer längere Aufenthalte an unseren Shell-Stationen einplanen. Unsere Shop-Angebote müssen den Bedürfnissen unserer Kunden gerecht werden."

Kapitel drei: Reichweitenvertrauen ist die neue Realität

Im letztjährigen Bericht wurde eine Verschiebung von der Reichweitenangst – der Sorge, dass E-Fahrzeuge nicht genügend Reichweite bieten – hin zu wachsendem Vertrauen festgestellt. Die aktuellen Daten zeigen, dass dieser Trend anhält. Verbesserte Ladeerfahrungen, mehr Ladepunkte und das gestiegene Sicherheitsgefühl bei Besitzern von E-Fahrzeugen haben die Reichweitenangst weltweit weiter verringert.

Mehr als jeder zweite deutsche E-Fahrer (51 %) gibt an, sich weniger Sorgen um die Reichweite zu machen als vor zwölf Monaten. In Europa sind es 56 %, in den USA 69 % und in China 73 %. Die Investitionen in Lademöglichkeiten zeigen Wirkung: 64 % der deutschen E-Fahrer finden, dass sich die Verfügbarkeit von Ladestationen in den letzten zwölf Monaten verbessert hat – vergleichbar mit Europa (69 %), den USA (74 %) und China (76 %).

Der Ausbau der öffentlichen Ladeinfrastruktur steigert das Interesse an Elektroautos. Die gestiegene Anzahl von Ladestationen zählt zu den fünf wichtigsten Faktoren, die das Interesse deutscher Autofahrer an Elektrofahrzeugen beeinflussen. 24 % der Befragten nennen dies als entscheidenden Grund für ihr Interesse.

Veränderung im Fahrverhalten

Das Fahrverhalten der E-Fahrzeugbesitzer ändert sich. Mit gestiegenem Reichweitenvertrauen fahren viele mehr Strecke pro Jahr mit ihren Elektrofahrzeugen als mit Verbrennern. Bei nicht-gewerblichen Fahrern legen 30 % der deutschen E-Fahrer mehr als 15.000 km pro Jahr zurück, verglichen mit 23 % der Verbrenner-Fahrer. In Europa ist dieser Unterschied noch deutlicher: 42 % vs. 22 %. Diese Daten zeigen, dass E-Fahrer ihre Fahrzeuge für eine Vielzahl von Fahrten nutzen.

Typische Symptome der Reichweitenangst, wie die Sorge um die Batterie und der Fokus auf effizientes Fahren, nehmen in Deutschland und Europa ab. In den USA und China sind diese Ängste sogar noch geringer ausgeprägt.

Die Umfrage zeigt, dass 81 % der Reisenden in Deutschland, 79 % in Europa, 74 % in den USA und 71 % in China eine lange Reise unternommen hat, die eine Pause erforderten. 46 % der Deutschen und 47 % der Europäer geben an, das Bedürfnis nach einer Reiseplanung zu verspüren – in Europa ist allerdings ein Rückgang im Vergleich zu 58 % im Jahr 2023 zu verzeichnen. In den USA äußeren lediglich 31 % dieses Bedürfnis, während es in China nur 28 % sind.

Effizientes Fahren bleibt für 45 % der Deutschen und Europäer wichtig, wobei letzteres ebenfalls einen Rückgang von 54 % im Jahr 2023 markiert. In den USA und China liegt dieser Wert jeweils bei 31 %. Langsameres Fahren oder Beschleunigen nennen von 29 % der Deutschen und 27 % der Europäer, was in Europa einem Rückgang von 36 % im Jahr 2023 entspricht. In den USA (18 %) und China (12 %) zeigt sich dies deutlich weniger ausgeprägt.

Für deutsche E-Fahrer spielt die Reichweite zunehmend eine untergeordnete Rolle. Über 56 % der deutschen Verbrenner-Fahrer nennen die Reichweite jedoch als Grund, warum sie kein E-Fahrzeug nutzen. Die Diskrepanz zwischen der Wahrnehmung von Verbrenner-Fahrern und der täglichen Erfahrung von E-Fahrern zeigt, dass noch viel Aufklärungsarbeit nötig ist.
Florian Glattes, General Manager Mobility Deutschland, Österreich, Schweiz, unterstreicht die Rolle, die Shell Recharge für das wachsende Vertrauen der E-Fahrer spielt: „Unser Ziel ist es, unsere führende Kompetenz im Bereich der Elektromobilität zu nutzen, um die Bedürfnisse unserer Kunden zu erfüllen. Dazu gehören Lösungen für die Dekarbonisierung und die Ladeinfrastruktur. Wir wollen, dass unsere Kunden in Deutschland nicht nur vom Laden profitieren, sondern dass Mobilität durch ein einzigartiges Kundenerlebnis und den Zugang zu mehr Ladepunkten und Dienstleistungen einfacher und komfortabler wird. Unser gemeinsames Ziel ist es, Shell als den richtigen Partner für Kurz- und Langstreckenreisen zu positionieren und unseren Privat- und Geschäftskunden ein vollständiges Portfolio anzubieten."

Kapitel vier: Fahrerlebnis E-Auto übertrifft die Erwartungen

Erstmals haben wir in unserer Studie auch Verbrenner-Fahrer befragt, um ihre Erwartungen und ihr Wissen über E-Mobilität zu erfassen. Das Verständnis und die Unterstützung dieser Gruppe sind entscheidend, um die Akzeptanz von E-Fahrzeugen zu fördern – ein Punkt, der bereits im Bericht von 2023 betont wurde. Damals wurde hervorgehoben, dass gezielte Aufklärung das Bewusstsein für E-Autos deutlich steigern kann. In einer Zeit, in der immer mehr Menschen ernsthaft über den Kauf eines E-Fahrzeugs nachdenken, kann sich die Branche Wissenslücken nicht leisten und muss aktiv daran arbeiten, Nicht-Elektroautofahrer zu informieren.

Wachsende Loyalisten

Eine interessante Erkenntnis ist, dass es eine Gruppe von E-Autobesitzern gibt, die sich der Elektromobilität verschrieben, hat. Die Daten zeigen, dass mehr als ein Viertel (26 %) der deutschen E-Fahrer bereits ihr zweites E-Fahrzeug besitzen.

Trotz dieser positiven Entwicklung gibt es Herausforderungen. Ein aktueller

Bericht von McKinsey (McKinsey Mobility Consumer Pulse, 2024) zeigt, dass 29 % der Besitzer von E-Fahrzeugen weltweit wahrscheinlich wieder zu einem Verbrennungsmotor zurückkehren werden, vor allem wegen Schwierigkeiten mit der öffentlichen Ladeinfrastruktur.

Die Umfrage zeigt, dass die Vorteile eines Elektroautos weiterhin in der besseren Umweltbilanz und den niedrigeren Kosten im Vergleich zu Kraftstoff liegen.

58 % der Fahrer von E-Fahrzeugen in Deutschland und 60 % der Interessenten geben die Verringerung von Auswirkungen auf die Umwelt als Vorteil an. In Europa liegen die Zahlen mit 54 % (Fahrer von E-Autos) und 60 % (Interessenten) ähnlich. In den USA geben nur 38 % der E-Autofahrer die bessere Umweltbilanz als Vorteil an, während 62 % der Interessenten dies so sehen. In China ist es für rund die Hälfte der Fahrer (48 %) und etwas mehr der Interessenten (58 %) ein Vorteil.

Beim Thema Geldeinsparung im Vergleich zur Bezahlung von Benzin gaben in Deutschland 51 % der Fahrer von E-Fahrzeugen sowie 51 % der Interessenten an, dass dies für sie ein wichtiger Faktor ist. In Europa liegt der Anteil bei 54 % der Fahrer und 52 % der Interessenten. In den USA sehen 45 % der Fahrer und sogar 61 % der Interessenten die Einsparungen als bedeutend an. In China hingegen betonen 38 % der Fahrer und 53 % der Interessenten die finanzielle Vorteilhaftigkeit von Elektrofahrzeugen.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist jedoch das Fahrerlebnis:
Zum Thema Fahrkomfort von Elektrofahrzeugen gaben in Deutschland 63 % der Fahrer an, dass ein E-Fahrzeug angenehmer zu fahren ist, während nur 28 % der Interessenten dies so empfinden. Damit wird eine Diskrepanz zwischen den Erwartungen und den Erfahrungen der Fahrer deutlich. In Europa teilen 67 % der Fahrer diese Ansicht, jedoch lediglich 23 % der Interessenten. In den USA empfinden 36 % der Fahrer und 17 % der Interessenten ein E-Fahrzeug als angenehmer zu fahren. In China stimmen 35 % der Fahrer und 24 % der Interessenten dieser Aussage zu.

Wissenskampagne rund um E-Mobilität

Die Daten zeigen, dass 43 % der deutschen Autofahrer, die derzeit kein Elektroauto fahren, ein solches als nächstes Fahrzeug in Erwägung ziehen. Das stimmt optimistisch, aber es ist bemerkenswert, dass sich nur 29 % der Nicht-Elektroautofahrer mit dem Laden von Elektroautos auskennen.

Um die Akzeptanz von E-Fahrzeugen zu steigern und den Markt zu fördern, ist es entscheidend, Wissenslücken zu schließen. Eine gezielte Aufklärung über

die Vorteile des E-Autofahrens sowie über den Ladevorgang kann hier entscheidend helfen.

Die Ergebnisse unserer aktuellen Studie verdeutlichen den bestehenden Wissensmangel und unterstreichen die dringende Notwendigkeit, die Öffentlichkeit besser über E-Mobilität zu informieren.

Kapitel fünf: Schlüsselrolle des Flottensektors:

Flottenmanager und Arbeitgeber sind zunehmend bestrebt, ihre Fahrzeugflotten auf Elektromodelle umzustellen. Diese Entscheidung wird durch eine überzeugende Mischung aus wirtschaftlichen, ökologischen und praktischen Vorteilen motiviert. Dazu zählen geringere Betriebskosten, kürzere Kaufzyklen, steuerliche Anreize und die Unterstützung umfassenderer Ziele im Bereich Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (ESG).

Damit die Branche E-Dienstwagenfahrer besser unterstützen kann, ist es wichtig zu verstehen, wie und warum sie ihre Fahrzeuge für die Arbeit nutzen, welche Strecken sie zurücklegen, welche Unterstützung sie von ihrem Arbeitgeber erhalten und wie das Laden in ihren Arbeitsalltag integriert wird.

Kommerzielle Nutzung von E-Fahrzeugflotten

Bei der Analyse der Nutzung von E-Fahrzeugflotten in Deutschland, Europa, den USA und China zeigen sich folgende Flottentypen als besonders verbreitet:

- **Gewerbliche Flotten**: Für Kunden- und Lieferantenbesuche.
- **Betriebliche Flotten**: Transport von Mitarbeitern und Arbeitsutensilien.
- **Taxis und Aggregatoren**: Spezialisierung auf Personenbeförderung.
- **Lieferflotten**: Zuständig für die Auslieferung von Waren.

Diese Vielfalt verdeutlicht die vielseitigen Einsatzmöglichkeiten von Elektrofahrzeugen im gewerblichen Sektor. Wir haben die Teilnehmer befragt, für welche Zwecke sie ihre Elektrofahrzeuge benutzen.

In den verschiedenen Regionen sind die beiden wichtigsten Gründe für die Nutzung von E-Fahrzeugen der „Besuch bei Kunden/Lieferanten" und der „Transport von Mitarbeitern/Utensilien zu Arbeits-stätten". Elektrofahrzeuge haben sich in der Flottenkategorie stark etabliert und bieten viele Möglich-keiten. Dies deutet darauf hin, dass die Vorbehalte gegenüber der Eignung von Fahrzeugen für den Transport schwerer Lasten oder für lange Strecken abgenommen haben. Nachfolgend finden Sie die konkreten Zahlen:

Besuche bei Kunden und Lieferanten sind in Deutschland für 68 % der Befragten der wichtigste Nutzungsgrund sind. In Europa liegt dieser Anteil bei 64 %, in den USA bei 67 % und in China bei 65 %.

Der Transport von Mitarbeitern oder Utensilien zu Arbeitsstätten spielt in Deutschland für 26 % eine Rolle, während dieser Anteil in Europa auf 32 %, in den USA auf 48 % und in China auf 63 % steigt.

Die Personenbeförderung ist in Deutschland für 9 % der Befragten ein zentraler Aspekt, in Europa für 11 %, in den USA für 37 % und in China für 18 %.

Auf der Überholspur: E-Flottenfahrer übertreffen Benziner in der Kilometerleistung

Die gewerbliche Nutzung von E-Fahrzeugen zeigt beeindruckende Ergebnisse: Fahrer von Elektroflotten legen signifikant mehr Kilometer zurück als ihre Kollegen mit Verbrennungsmotoren. In Deutschland fahren 60 % der E-Fahrzeugfahrer mehr als 15.000 km pro Jahr, während dies nur für 46 % der Fahrer von Fahrzeugen mit Verbrennungsmotor gilt. Dieser Unterschied verdeutlicht, wie E-Fahrzeuge zunehmend als leistungsstarke Option für gewerbliche Anwendungen wahrgenommen werden.

Der Einfluss der Arbeitgeber auf die E-Mobilität

Fuhrparkmanager und Arbeitgeber setzen E-Fahrzeuge zunehmend für kommerzielle Zwecke ein, und immer mehr Fahrer sind auf den Straßen unterwegs. Dennoch zeigt die Studie einen erheblichen Bedarf an Aufklärungsarbeit. Nur 9 % der deutschen Arbeitgeber bieten umfassende Schulungen zur Nutzung von E-Ladestationen oder detaillierte Anleitungen an. Diese Wissenslücken müssen geschlossen werden, um die Nutzung von E-Fahrzeugen zu fördern und die Akzeptanz in der Belegschaft zu steigern.

In Bezug auf die Lademöglichkeiten bieten Arbeitgeber in Deutschland, Europa, den USA und China folgende Unterstützung für ihre Mitarbeiter an:

In Deutschland haben 31 % der Befragten Zugang zu einer Ladestation, die vom Arbeitgeber finanziert wird. In China (34 %), Europa (36 %) und den USA (43 %) haben mehr Menschen Zugang zu einer vom Arbeitgeber finanzierten Ladestation.

Ladestationen, deren Kosten vom Arbeitnehmer getragen werden, sind in Deutschland und Europa jeweils bei 20 % der Befragten verbreitet, während der Anteil in den USA mit 39 % und in China mit 50 % deutlich höher ist.

Zusätzlich bieten 18 % der Arbeitgeber in Deutschland eine Ladekarte oder App für öffentliches Laden an, in Europa sind es 22 %, und in den USA und China jeweils 26 %.

Die Werte zeigen, dass Deutschland oftmals hinter den USA und China liegt. Dies bietet eine deutliche Chance, den Fortschritt in der E-Mobilität voranzutreiben.

Die Mehrheit der Fuhrparkmanager in Deutschland (74 %) erlaubt Flexibilität bei der Nutzung von Ladeanbietern. Das zeigt die Notwendigkeit eines pragmatischen Ansatzes, der es den Fahrern ermöglicht, dort zu laden, wo und wann es ihnen am besten passt.

Von der nächtlichen Ladung in der Nähe des Wohnorts bis hin zur Ladung unterwegs – die Branche muss zusammenarbeiten, um die Ladeinfrastruktur weiter auszubauen. So haben heutige und zukünftige Fahrer von E-Fahrzeugflotten die Möglichkeit, ihre Fahrzeuge effizient zu nutzen.

Florian Glattes, General Manager Mobility Deutschland, Österreich, Schweiz, berichtet: „Wir wissen, wie schwierig es für Unternehmen und ihre Fuhrparkmanager ist, die richtigen Lösungen für den Übergang zur Elektromobilität zu finden. Der gesamte Prozess – vom Verständnis über die Entwicklung bis hin zur Umsetzung – braucht Zeit und Unterstützung durch Experten. Indem wir die Zufriedenheit des Fahrers und die Erfahrung mit dem E-Fahrzeug berücksichtigen, können wir die Schlüsselkennzahlen, die wir anhand der Gesamtbetriebskosten messen, verbessern."

Fazit: Unsere wichtigsten Erkenntnisse

Die Zukunft der E-Mobilität hängt von der engen Zusammenarbeit der Branche ab, um heutige E-Fahrer zu begeistern und neue Interessenten zu gewinnen. Ein erstklassiges Ladeerlebnis wird zentral sein, da viele Fahrer bereit sind, für Qualität und Komfort Umwege in Kauf zu nehmen.

Investitionen in eine robuste Ladeinfrastruktur und moderne Stromnetze sind entscheidend, um das Vertrauen in die Reichweite zu stärken und das Nutzererlebnis stetig zu verbessern. Eine nahtlose Integration der Ladeangebote durch innovative Apps und leistungsstarke Technologien wie verbesserte Batterien wird das E-Fahren auf ein neues Niveau heben.

Noch unentschlossene Nicht-E-Fahrer müssen von den Vorteilen der Elektromobilität überzeugt werden, indem ihre Bedenken zur Reichweite und Infrastruktur abgebaut werden. Flottenmanager, die die Kostenvorteile und Emissionsreduktionen von E-Fahrzeugen schätzen, brauchen gezielte Unterstützung, um diese neuen Möglichkeiten vollständig auszuschöpfen.

Die Elektromobilität steht an einem spannenden Wendepunkt. Die Branche arbeitet gemeinsam daran, die neue Ära des nachhaltigen und innovativen Fahrens für die Welt zu gestalten.

Anhang

Über Shell Mobility

Shell ist einer der größten Mobilitätshändler der Welt mit mehr als 46.000 Mobilitätsstandorten der Marke Shell in über 80 Märkten. Shell Recharge ist in mehr als 29 Ländern vertreten und gehört damit zu den größten Anbietern von Ladestationen weltweit. Rund 32 Millionen Kunden besuchen täglich unsere Mobilitätsstandorte, um hochwertige Kraftstoffe zu tanken und Elektrofahrzeuge aufzuladen sowie Komfortprodukte und Dienstleistungen zu nutzen. Shell verfügt derzeit über rund 56.000 öffentliche eigenoperierte Ladepunkte an Shell Tankstellen, auf der Straße, an Mobilitätsknotenpunkten und Supermärkten und plant, diese Zahl bis 2030 auf 200.000 zu erhöhen.

Forschungsmethode

Die Befragungen für die Shell Recharge Elektromobilitätsstudie 2024 wurden im April 2024 per E-Mail-Einladung und mithilfe einer Online-Umfrage durchgeführt.

Für die Ergebnisse des Gesamtberichts wurden alle im Bericht enthaltenen Einzelmärkte so gewichtet, dass sie gleich viel zum Gesamtdurchschnitt beitragen. Um „europäische" Daten zu präsentieren und die Kohärenz mit der Stichprobe von 2023 zu wahren, werden unsere europäischen Zahlen als Durchschnitt der fünf Märkte berechnet, die sowohl 2024 als auch 2023 einbezogen wurden. Österreich und die Schweiz tragen nicht zum globalen oder europäischen Durchschnitt bei, ihre Daten können jedoch bei Bedarf analysiert werden.

Wir haben insgesamt 24.179 BEV- oder PHEV-Fahrer in Europa befragt, darunter in Deutschland (9.397 Befragte), den Niederlanden (7.089), Großbritannien (4.815), Frankreich (1.399), Belgien (1.349), Österreich (82) und der Schweiz (48). Zum ersten Mal haben wir E-Fahrer aus den USA (1.500) und China (1.500) befragt. Die Befragten wurden aus den Kundendatenbanken von Shell Recharge (21.679) und Verbraucherpanels (5.500) ausgewählt.

Zum ersten Mal haben wir in unserem Bericht auch Nicht-E-Fahrer berücksichtigt. In diesem Jahr wurden insgesamt 6.517 Nicht-E-Fahrer befragt. Die nationale Aufteilung ist wie folgt: Deutschland (1.302), die Niederlande (1.082), das Vereinigte Königreich (1.072), die USA (1.000), China (500), Frankreich (409), Belgien (401), die Schweiz (376) und Österreich (375). Die Befragten wurden überwiegend über Verbraucherpanels (6.000) und in geringem Umfang über die Shell Recharge Datenbank (517) rekrutiert.

Haftungsausschluss: Unser Strom aus erneuerbaren Energien ist durch Herkunftsnachweise für erneuerbare Energien (Renewable Energy Guarantees of Origin – REGOs) zertifiziert. Das bedeutet, dass der gesamte Strom, den Shell für die Versorgung unserer Shell Recharge-Standorte einkauft, mit der entsprechenden Anzahl von Einheiten aus 100 % erneuerbaren Quellen in Großbritannien, den Niederlanden und Deutschland abgeglichen wird.

Erhalten Sie Zugang zur Shell Recharge App hier

Elektromobilität mit Shell Recharge erleben: unterwegs & zuhause | Shell (www.shell.de/laden)

Wenn Sie Fragen zur Studie haben sollten, wenden Sie sich bitte an:
Shell Deutschland GmbH, Corporate Relations: ShellPresse@Shell.com

Vorsichtshinweis

Die Gesellschaften, an denen Shell plc direkt und indirekt beteiligt ist, sind rechtlich eigenständige Unternehmen. In dieser Shell Recharge Elektromobilitätsstudie 2024 werden die Begriffe „Shell", „Shell Gruppe" und „Gruppe" manchmal aus Gründen der Einfachheit verwendet, wenn auf die Shell plc und ihre Tochtergesellschaften im Allgemeinen Bezug genommen wird. Ebenso beziehen sich die Begriffe „wir", „uns" und „unser" auf Shell plc und ihre Tochtergesellschaften im Allgemeinen oder auf diejenigen, die für sie arbeiten. Diese Begriffe werden auch dann verwendet, wenn die Identifizierung der jeweiligen Einrichtung(en) nicht von Nutzen ist. „Tochtergesellschaften", „Shell-Tochter-gesellschaften" und „Shell-Gesellschaften", wie sie in diesem Shell Recharge Elektromobilitäts-studie 2024 verwendet werden, beziehen sich auf Unternehmen, über die Shell plc entweder direkt oder indirekt die Kontrolle ausübt. Unternehmen und Vereinbarungen ohne eigene Rechtspersönlichkeit, über die Shell die gemeinsame Kontrolle ausübt, werden im Allgemeinen als „Gemeinschaftsunternehmen" bzw. „gemeinschaftliche Tätigkeiten" bezeichnet. „Gemeinschaftsunternehmen" und „gemeinsame Tätigkeiten" werden zusammen als „gemeinsame Vereinbarungen" bezeichnet. Unternehmen, auf die Shell einen maßgeblichen Einfluss ausübt, die sie aber weder beherrscht noch gemeinsam mit anderen beherrscht, werden als „assoziierte Unternehmen" bezeichnet. Der Begriff „Shell-Beteiligung" wird der Einfachheit halber verwendet, um die direkte und/oder indirekte Beteiligung von Shell an einem Unternehmen oder einer nicht eingetragenen gemeinsamen Vereinbarung nach Ausschluss aller Anteile Dritter anzugeben.
Zukunftsgerichtete Aussagen

Diese Shell Recharge Elektromobilitätsstudie 2024 enthält zukunftsgerichtete Aussagen (im Sinne des U.S. Private Securities Litigation Reform Act von 1995) über die finanzielle Lage, die Betriebsergebnisse und die Geschäfte von Shell. Alle Aussagen, die nicht auf historischen Fakten beruhen, sind zukunftsgerichtete Aussagen oder können als solche betrachtet werden. Zukunftsgerichtete Aussagen sind Aussagen über zukünftige Erwartungen, die auf den gegenwärtigen Erwartungen und Annahmen des Managements beruhen und bekannte und unbekannte Risiken und Ungewissheiten beinhalten, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse,

Leistungen oder Ereignisse erheblich von den in diesen Aussagen ausgedrückten oder implizierten abweichen. Zu den zukunftsgerichteten Aussagen gehören unter anderem Aussagen über die potenzielle Gefährdung von Shell durch Marktrisiken sowie Aussagen, die die Erwartungen, Überzeugungen, Schätzungen, Prognosen, Projektionen und Annahmen der Geschäftsleitung zum Ausdruck bringen. Diese zukunftsgerichteten Aussagen sind an der Verwendung von Begriffen und Ausdrücken wie „Ziel", „Ambition", „antizipieren", „glauben", „könnten", „schätzen", „erwarten", „Ziele", „beabsichtigen", „können", „Meilensteine", „Ziele", „Ausblick", „Plan", „wahrscheinlich", „Projekt", „Risiken", „Zeitplan", „anstreben", „sollten", „Ziel", „werden" und ähnlichen Begriffen und Ausdrücken erkennbar. Es gibt eine Reihe von Faktoren, die sich auf die künftige Geschäftstätigkeit von Shell auswirken und dazu führen könnten, dass die Ergebnisse wesentlich von den in dieser Shell Recharge Elektromobilitätsstudie 2024 enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen abweichen, darunter (ohne Einschränkung): (a) Preisschwankungen bei Rohöl und Erdgas; (b) Veränderungen in der Nachfrage nach Shells Produkten; (c) Währungsschwankungen; (d) Bohr- und Produktionsergebnisse; (e) Reservenschätzungen; (f) Verlust von Marktanteilen und Wettbewerb in der Branche; (g) Umwelt- und physikalische Risiken; (h) Risiken im Zusammenhang mit der Identifizierung geeigneter potenzieller Akquisitionsobjekte und -ziele sowie der erfolgreichen Verhandlung und dem Abschluss solcher Transaktionen; (i) das Risiko, Geschäfte in Entwicklungsländern und Ländern zu tätigen, die internationalen Sanktionen unterliegen; (j) gesetzgeberische, gerichtliche, steuerliche und regulatorische Entwicklungen, einschließlich regulatorischer Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels; (k) wirtschaftliche und finanzielle Marktbedingungen in verschiedenen Ländern und Regionen; (l) politische Risiken, einschließlich des Risikos der Enteignung und der Neuverhandlung von Vertragsbedingungen mit staatlichen Stellen, Verzögerungen oder Vorschüsse bei der Genehmigung von Projekten und Verzögerungen bei der Rückerstattung geteilter Kosten; (m) Risiken im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Pandemien, wie z.B. dem Ausbruch des COVID-19 (Coronavirus); und (n) Änderungen der Handelsbedingungen. Es kann nicht zugesichert werden, dass künftige Dividendenausschüttungen gleich hoch oder höher sein werden als frühere Dividendenausschüttungen. Alle in dieser Shell Recharge Elektromobilitätsstudie 2024 enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen werden in ihrer Gesamtheit ausdrücklich durch die in diesem Abschnitt enthaltenen oder erwähnten Vorsichtshinweise eingeschränkt. Die Leser sollten sich nicht in unangemessener Weise auf zukunftsgerichtete Aussagen verlassen. Weitere Risikofaktoren, die sich auf künftige Ergebnisse auswirken können, sind im Formular 20-F der Shell plc für das am 31. Dezember 2022 endende Jahr enthalten (verfügbar unter www.shell.com/investor und www.sec.gov). Diese Risikofaktoren gelten ausdrücklich auch für alle in dieser Shell Recharge Elektromobilitätsstudie 2024 enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen und sollten vom Leser berücksichtigt werden. Jede zukunftsgerichtete Aussage bezieht sich nur auf

das Datum dieser Shell Recharge Elektromobilitätsstudie 2024. Weder Shell plc noch eine ihrer Tochtergesellschaften übernehmen eine Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen aufgrund neuer Informationen, zukünftiger Ereignisse oder anderer Informationen öffentlich zu aktualisieren oder zu revidieren. In Anbetracht dieser Risiken können die Ergebnisse erheblich von den in dieser Shell Recharge Elektromobilitätsstudie 2024 enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen abweichen.

Die Netto-Kohlenstoffintensität von Shell

In dieser Shell Recharge Elektromobilitätsstudie 2024 können wir uns auch auf die „Netto-Kohlenstoffintensität" von Shell beziehen, die die Kohlenstoffemissionen von Shell aus der Produktion unserer Energieprodukte, die Kohlenstoffemissionen unserer Lieferanten bei der Bereitstellung von Energie für diese Produktion und die Kohlenstoffemissionen unserer Kunden im Zusammenhang mit der Nutzung der von uns verkauften Energieprodukte umfasst. Shell kontrolliert nur seine eigenen Emissionen. Die Verwendung des Begriffs „Netto-Kohlenstoffintensität" von Shell dient lediglich der Übersichtlichkeit und soll nicht den Eindruck erwecken, dass es sich bei diesen Emissionen um die Emissionen der Shell plc oder ihrer Tochtergesellschaften handelt.

Das Netto-Null-Emissionsziel von Shell

Shells Betriebsplan, Ausblick und Budgets werden für einen Zeitraum von zehn Jahren prognostiziert und jedes Jahr aktualisiert. Sie spiegeln das derzeitige wirtschaftliche Umfeld und das wider, was wir in den nächsten zehn Jahren vernünftigerweise erwarten können. Dementsprechend spiegeln sie unsere Ziele für Scope 1, Scope 2 und die Netto-Kohlenstoffintensität (NCI) für die nächsten zehn Jahre wider. Die Betriebspläne von Shell können jedoch nicht unser Netto-Null-Emissionsziel für 2050 und unser NCI-Ziel für 2035 widerspiegeln, da diese Ziele derzeit außerhalb unseres Planungszeitraums liegen. Wir gehen davon aus, dass die Betriebspläne von Shell diese Entwicklung widerspiegeln werden, wenn sich die Gesellschaft in Richtung Netto-Null-Emissionen bewegt. Wenn die Gesellschaft jedoch im Jahr 2050 nicht netto null ist, besteht ein erhebliches Risiko, dass Shell dieses Ziel nicht erreichen kann.

Zukunftsorientierte Non-GAAP-Kennzahlen

Diese Shell Recharge Elektromobilitätsstudie 2024 kann bestimmte zukunftsgerichtete Non-GAAP-Kennzahlen enthalten, wie z. B. Barinvestitionen und Desinvestitionen. Wir sind nicht in der Lage, diese zukunftsgerichteten Non-GAAP-Kennzahlen mit den am ehesten vergleichbaren GAAP-Finanzkennzahlen abzustimmen, da bestimmte Informationen, die für die Abstimmung dieser Non-GAAP-Kennzahlen mit den am ehesten vergleichbaren

GAAP-Finanzkennzahlen erforderlich sind, von zukünftigen Ereignissen abhängen, von denen einige außerhalb der Kontrolle von Shell liegen, wie beispielsweise Öl- und Gaspreise, Zinssätze und Wechselkurse. Darüber hinaus ist die Schätzung solcher GAAP-Kennzahlen mit der erforderlichen Genauigkeit, die für eine aussagekräftige Überleitung notwendig ist, äußerst schwierig und könnte nicht ohne unangemessenen Aufwand durchgeführt werden. Non-GAAP-Kennzahlen für künftige Zeiträume, die nicht mit der vergleichbarsten GAAP-Kennzahl abgestimmt werden können, werden in einer Weise berechnet, die mit den im Konzernabschluss der Shell plc angewandten Rechnungslegungsgrundsätzen übereinstimmt.

Die Inhalte von Websites, auf die in dieser Shell Recharge Elektromobilitätsstudie 2024 verwiesen wird, sind nicht Bestandteil dieser Shell Recharge Elektromobilitätsstudie 2024. Möglicherweise haben wir in dieser Shell Recharge Elektromobilitätsstudie 2024 bestimmte Begriffe verwendet, wie z. B. Ressourcen, die uns von der United States Securities and Exchange Commission (SEC) in unseren bei der SEC eingereichten Unterlagen strikt untersagt werden. Die Anleger werden dringend gebeten, die Angaben in unserem Formblatt 20-F, Aktenzeichen 1-32575, das auf der SEC-Website www.sec.gov abrufbar ist, genau zu beachten.