

17.09.2015 – 09:05 Uhr

A.T. Kearney: Jeder zweite Deutsche will keinen Bordcomputer als Chauffeur

Düsseldorf (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial wird über obs versandt und ist
abrufbar unter <http://www.presseportal.de/pm/15196/3124291> -

Umfrage von A.T. Kearney und TNS Infratest zeigt: Mobilitäts-Apps ja, vernetztes Auto eher nein

Fast zwei Drittel aller Deutschen nutzen elektronische Mobilitätsdienste wie Apps oder Online-Routenplaner. Doch das digital vernetzte Auto findet bislang nur wenig Anklang. Auch die Entwicklung zum autonomen Fahren sieht jeder Zweite noch kritisch. Zu diesen Ergebnissen kommt die Studie "Mobilitätsradar" von A.T. Kearney und TNS Infratest. "Den Automobilherstellern ist es offenbar bisher noch nicht gelungen, ihren Kunden den echten Mehrwert von vernetzten Fahrzeugen zu vermitteln und der breiten Skepsis gegenüber der Entwicklung von selbsttätig fahrenden Autos gezielt entgegen zu wirken", sagt Karl Obermair, Projektleiter und Experte für Mobilitätsservices bei A.T. Kearney. Winfried Hagenhoff, für die Automobilforschung bei TNS Infratest verantwortlicher Geschäftsführer: "Der echte Kundennutzen muss viel offensichtlicher kommuniziert werden, damit sich breite Käuferschichten für ein "connected car" entscheiden und eine Mehrpreisbereitschaft für die Zusatzausstattung an Hard- und Software ebenso wie für die abonnementhafte mobile Anbindung an die Datenautobahn geweckt wird."

A.T. Kearney hat gemeinsam mit den Forschern von TNS Infratest eine Erhebung zum Thema Mobilität und Digitalisierung in Deutschland durchgeführt. An der deutschlandweit repräsentativen Umfrage nahmen Ende August 2015 über 1000 Personen ab 18 Jahren teil. Die nun erstmals vorgelegte Barometerstudie wird künftig dreimal pro Jahr veröffentlicht.

Wenig halten die Deutschen noch vom vernetzten Auto, das während des Fahrens mit dem Internet verbunden ist. Nur jeder Zweite hat davon bisher gehört und von denen, die das Thema kennen, halten rund 80 Prozent diese Funktion für unwichtig. Rund 60 Prozent der Autofahrer befürchten einen Missbrauch ihrer Daten.

Nahezu ebenso groß ist die Skepsis der Deutschen was das Thema "autonomes Fahren" betrifft. Jeder Zweite, der vom fahrerlosen Auto gehört hat, sieht die Entwicklung kritisch und nur jeder Vierte positiv. "Neben der Angst vor Datenmissbrauch haben viele Autofahrer vor allem Zweifel daran, ob die Technik auch bei 160 Stundenkilometern zuverlässig funktioniert", erläutert Obermair.

Technologische Innovationen sind aber nur ein Trend der mobilen Zukunft. "Mobilität wird zunehmend ein digitaler Service", erklärt Obermair. Die Studie unterscheidet fünf Mobilitätstypen, die hinsichtlich der digitalen Möglichkeiten unterschiedlich agieren: Überzeugte Autofahrer, Nutzer des ÖPNV ohne Alternativen, flexible Autofahrer, mobile Städter und analoge Autofahrer.

Vorreiter für die Mobilität von morgen dürfte demnach die Gruppe der sogenannten "mobilen Städter" sein, die etwa ein Fünftel der Bevölkerung ab 18 Jahren ausmacht. In dieser jungen, gebildeten und hochdigitalisierten Zielgruppe verfügen zwar zwei Drittel aller Befragten noch über einen eigenen Pkw, aber der ist dank Car Sharing und digitaler Mitfahrtservices für mehr als 90 Prozent im Grunde verzichtbar geworden. Grund dafür ist an erster Stelle mit anderen Verkehrsmitteln schneller am Ziel zu sein, gefolgt von hohen Anschaffungskosten. Für jüngere Menschen spielen zudem die Umweltbelastungen, hohen Unterhaltskosten und der Stress, den Staus und Parkplatzsuche verursachen, eine große Rolle.

Generell zeigt sich, dass nur 44 Prozent der Autofahrer unter 30 Jahren das Auto als bevorzugte Möglichkeit betrachten, um von A nach B zu kommen, während dieser Wert bei älteren Autofahrern noch bei über 70 Prozent liegt. "Welche der digital verfügbaren und transparent gemachten Mobilitätsoptionen - Flug, Bahn, Fernbus, Auto, etc. - schließlich ausgewählt wird, entscheidet sich immer häufiger primär nach Kosten- und Convenience-Aspekten, seltener nach dem über ein eigenes Auto nach außen dargestellten Status. Smart wird es, aus vielen Optionen die jeweils smarteste auszuwählen", resümiert Hagenhoff.

Über A.T. Kearney

A.T. Kearney zählt zu den weltweit führenden Unternehmensberatungen für das Top-Management und berät sowohl global tätige Konzerne als auch führende mittelständische Unternehmen und öffentliche Institutionen. Mit strategischer Weitsicht und operativer Umsetzungsstärke unterstützt das Beratungsunternehmen seine Klienten bei der Transformation ihres Geschäftes und ihrer Organisation. Im Mittelpunkt stehen dabei die Themen Wachstum und Innovation, Technologie und Nachhaltigkeit sowie die Optimierung der Unternehmensperformance durch das Management von Komplexität in globalen Produktions- und Lieferketten. A.T. Kearney wurde 1926 in Chicago gegründet. 1964 eröffnete in Düsseldorf das erste Büro außerhalb der USA. Heute beschäftigt A.T. Kearney rund 3.500 Mitarbeiter in über 40 Ländern der Welt. Seit 2010 berät das Unternehmen Klienten klimaneutral.

Weitere Informationen finden Sie unter www.atkearney.de und auf Facebook: www.facebook.com/atkearney.de.

Kontakt:

Regina Körner
Director Marketing & Communications

A.T. Kearney GmbH
Dreischeibenhaus 1
40211 Düsseldorf
Germany
+49 211 1377 2550 Direct
+49 175 2659 550 Mobile
Administrative Assistant
+49 211 1377 2307 Cosima Muenz

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001237/100777902> abgerufen werden.