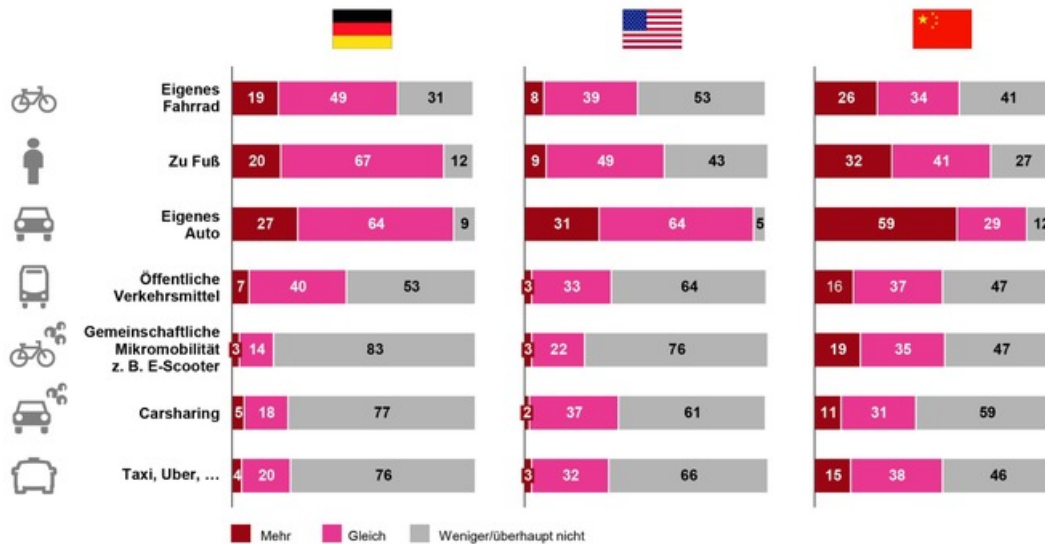


30.08.2021 - 17:32 Uhr

## Digital Auto Report I 2021: Bereits 2025 ist jedes zweite Fahrzeug in Europa vollständig vernetzt

### Mobilitätsverhalten nach den Covid-19-Einschränkungen (in %)



**Frage:** „Covid-19 hat unser Mobilitätsverhalten in vielerlei Hinsicht vorübergehend verändert. Wie wollen Sie Verkehrsmittel nutzen, nachdem wir die Pandemie überstanden haben?“

Quelle: PwC Strategy& Konsumforschung 2021; n=3.000 (1.000 DE, 1.000 US, 1.000 CN). Durch die Rundung summieren sich Prozentwerte ggf. nicht immer auf 100%

### Digital Auto Report I 2021: Bereits 2025 ist jedes zweite Fahrzeug in Europa vollständig vernetzt

- **Autonomes Fahren auf Level-3-/Level-4-Technologie in Europa erst ab 2030 mit relevantem Marktanteil von mehr als 20%**
- **Elektromobilität in Europa weiter auf der Überholspur: E-Anteil an Neuwagenkäufen bis 2025 bereits bei 27%**
- **Bewusstsein für CO2-einsparendes Mobilitätsverhalten in Europa stark ausgeprägt**

Die wachsende Bedeutung nachhaltiger Mobilität verschiebt die Priorisierung der «CASE»-Dimensionen (Connected-Car-Dienste, Automatisiertes Fahren, Smart Mobility und Elektrifizierung) für Automobilhersteller – aktuell vor allem mit einem Fokus auf Elektrifizierung, aber mittel- und langfristig auch in den anderen Dimensionen. So wird beispielsweise bereits 2025 jedes zweite Fahrzeug in Europa (49%) vollständig vernetzt sein, wie der erste Teil des «Digital Auto Report 2021» von Strategy&, der globalen Strategieberatung von PwC, zeigt. Im Fokus der Connected-Car-Dienste stehen dabei vor allem Sicherheitsanwendungen, Navigation, erweitertes Fahrzeugmanagement und Functions-on-Demand wie z.B. das flexible Zuschalten zusätzlicher Batteriereichweite sowie Info- und Entertainmentangebote. Auch in den USA wird die Vernetzung bis 2025 auf mehr als die Hälfte (52%) vorangetrieben, während es in China bis 2030 dauern wird, bis in mindestens jedem zweiten Auto Connected-Car-Dienste verfügbar sind.

«Vernetzte Fahrzeugdienste erleben in den kommenden Jahren einen zweiten Frühling, nachdem sich die Umsatzhoffnungen der OEMs in den letzten Jahren nicht erfüllt haben. Sie werden ein erfolgskritischer Faktor für das Fahrerlebnis und somit differenzierender Faktor für die Wahl eines Autos. Zuverlässige Over-the-Air-Updates und die kontinuierliche Weiterentwicklung fahrzeugnaher Dienste werden immer stärker nachgefragt. Zukünftig könnten kollaborative Anwendungen auch ein nachhaltigeres Fahr- und Nutzungsverhalten fördern», kommentiert Andreas Schlegel, Automobilexperte und Director bei Strategy& Schweiz.

Beim autonomen Fahren bleibt die technologische Entwicklung rasant, das Zusammenspiel von Hardware, Software, Infrastruktur und regulatorischen Vorgaben gestaltet sich jedoch weiterhin komplex. In Europa ist für Neufahrzeuge der Level-3-/Level-4-Technologie ein relevanter Marktanteil von mehr als 20% erst ab 2030 zu erwarten.

Das Vertrauen der Verbraucher in autonomes Fahren zeigt sich auch mit Blick auf das subjektive Sicherheitsgefühl volatil: Im Vergleich zum Vorjahr würden sich nur noch 38% der Befragten selbst für ein vollautomatisch fahrendes Auto entscheiden (Vergleich zu 2020: 64%). Von den Befürwortern des automatischen Fahrens zeigt eine grosse Mehrheit (84%) die Bereitschaft, für autonome Modelle auch einen Aufpreis zu bezahlen (Verbraucherumfrage Deutschland).

Gleichzeitig befindet sich die Elektromobilität in Europa weiterhin auf der Überholspur, was auch durch starke staatliche Anreize sowie rechtliche Vorgaben vorangetrieben wird. Bis 2025 wird der E-Anteil an Neuwagenverkäufen bereits 27% betragen – noch vor China (19%) und den USA (6%). Dabei könnte allerdings die Geschwindigkeit beim Aufbau der Ladeinfrastruktur bald zu einem Wachstumshindernis werden.

Ein eher langfristiges Wachstum wird für den Bereich Smart Mobility mit intelligenten Mobilitätslösungen jenseits des Fahrzeugbesitzes erwartet. Mit der steigenden Zahl von Angeboten für Auto-Abonnements oder flexible Mietoptionen wird dieser Markt vor allem in Europa am stärksten dazugewinnen und bis 2025 10% der gesamten zurückgelegten Kilometer pro Person ausmachen. Dahingegen präsentiert sich China bis 2025 als grösster Wachstumsmarkt für passive Smart-Mobility-Formen wie Ride-Hailing (10% gegenüber 3% in Europa und 1% in den USA).

«Um den gesteigerten Mobilitätsansprüchen der Nutzerinnen und Nutzer auch in Zukunft gerecht zu werden, müssen für integrierte Verkehrskonzepte grosse Datenmengen erhoben und miteinander vernetzt werden. Komplexe Daten-Architekturen sollten in ihrer Entwicklung die Anforderungen der verschiedenen Stakeholder in den Vordergrund stellen und dürfen gerade mit Blick auf die Verbraucherakzeptanz Aspekte wie Sicherheit und Privatsphäre keinesfalls ausser Acht lassen», kommentiert Jonas Seyfferth, Co-Autor der Studie und Director bei Strategy& Deutschland.

Das Bewusstsein für CO<sub>2</sub>-einsparendes Mobilitätsverhalten ist in Europa stark ausgeprägt, wie aus einer Verbraucherumfrage in Deutschland, den USA und China hervorgeht. In Deutschland sind 70% der Befragten bereit, ihr Mobilitätsverhalten zu ändern, um CO<sub>2</sub> einzusparen. In China wollen nach eigenen Angaben fast alle Bürger (97%) durch ihr Mobilitätsverhalten zur Reduktion von CO<sub>2</sub> beitragen, in den USA sind es 52%.

Doch trotz hoher Bereitschaft, den eigenen CO<sub>2</sub>-Fussabdruck zu reduzieren, signalisieren die Deutschen auch für die Zeit nach Abklingen der Corona-Pandemie eine ausgeprägte Affinität zum Individualverkehr. Knapp die Hälfte davon will in Zukunft kürzere Distanzen vermehrt zu Fuss oder mit dem Fahrrad zurücklegen, 26% nehmen sich einen Kompletterzicht auf Kurzstreckenflüge vor und 18% geben an, der Umwelt zuliebe vom Verbrenner auf ein E-Auto zu wechseln (China: 61%, USA: 30%). Allerdings wollen nur 7% der Deutschen verstärkt auf öffentliche Verkehrsmittel umsteigen. Grösstes Hindernis bei der Nutzung nachhaltiger Mobilitätskonzepte wie Bike-/ Carsharing oder ÖPNV sind für 55% zu hohe Preise, 23% wünschen sich eine bessere Verfügbarkeit bzw. mehr Angebote.

Die vollständigen Ergebnisse des ersten Teils des «Digital Auto Report 2021» finden Sie unter:  
<https://www.strategyand.pwc.com/de/en/industries/automotive/digital-auto-report-2021.html>

Die Veröffentlichungen des zweiten und dritten Teils des «Digital Auto Report» zu Markt- und Wachstumsprognosen sowie zu aktuellen Branchenbewegungen und strategischen Partnerschaften folgen in den kommenden Monaten.

## **Methodik**

Für die Verbraucherperspektive wurden im Juli 2021 in Deutschland, den USA und China je 1.000 Konsumenten bevölkerungsrepräsentativ online befragt.

## **Über Strategy&**

Strategy& ist die globale Strategieberatung von PwC. Wir entwickeln individuelle Geschäftsstrategien für weltweit führende Unternehmen, basierend auf differenzierenden Wettbewerbsfähigkeiten. Wir sind die einzige Strategieberatung als Teil eines globalen Professional Services Netzwerks. Unsere Expertise kombinieren wir mit Technologie und erarbeiten daraus eine passende Strategie, die effizient umsetzbar ist. «Strategy, made real» heisst für uns, den digitalen Wandel voranzutreiben, die Zukunft mitzugestalten und Visionen Wirklichkeit werden zu lassen. 3'000 Strategieberater und mehr als 284'000 PwC-Mitarbeiter in 155 Ländern tragen hierzu mit hochwertigen, branchenspezifischen Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Unternehmensberatung bei. Weitere Informationen unter [www.strategyand.pwc.com/ch](http://www.strategyand.pwc.com/ch).

PwC Deutschland ist offizieller Cooperation Partner der IAA MOBILITY 2021. Als exklusiver Presenting Partner der Sustainability Lounge in Halle B3 bieten wir gemeinsam mit der Microsoft GmbH eine zentrale Dialogplattform für führende Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft, um mit Innovatoren, Entscheidern und Gründern Mobilität neu zu denken. Weitere Informationen zur Kooperation mit der IAA MOBILITY und der Sustainability Lounge gibt es unter: <https://www.pwc.de/IAA>.

\*\*\*

Konradin Krieger  
PwC | Manager | Team Leader External Communications  
Mobile: +41 79 362 10 87  
Email: [konradin.krieger@pwc.ch](mailto:konradin.krieger@pwc.ch)

PricewaterhouseCoopers AG  
Birchstrasse 160 | Postfach | CH-8050 Zürich  
<http://www.pwc.ch>

Medieninhalte

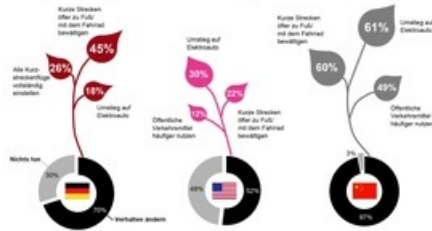
**Mobilitätsverhalten nach den Covid-19-Einschränkungen (in %)**



Frage: „Covid-19 hat unser Mobilitätsverhalten in vielerlei Hinsicht vorübergehend verändert. Wie wollen Sie Verkehrsmittel nutzen, nachdem wir die Pandemie überstanden haben?“

Quelle: PwC Strategik Research 2021, n=1.000 (1.000 DE, 1.000 US, 1.000 CH). Durch die Rounding-Summen sind Prozentanteile ggf. nicht immer auf 100%.

**Die Top-3-Beiträge zur CO2-Reduzierung**



Frage: „Mit welchen größeren persönlichen Veränderungen würden Sie gerne zur Reduzierung der CO2-Emissionen beitragen?“

Quelle: PwC Strategik Research 2021, n=1.000 (1.000 DE, 1.000 US, 1.000 CH)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008191/100876740> abgerufen werden.