

Welcher Trend gewinnt das Rennen?

Das Zentrum für empirische Kommunikationsforschung (ZEK) an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Ravensburg hat das Mobilitätsverhalten der Deutschen und deren Vertrauen in die Automobilindustrie untersucht. Herausgefunden werden sollte, welchem Trend die Konsumenten am meisten Chancen einräumen. Prof. Dr. Simon Otter berichtet von den Ergebnissen der fünften Untersuchungswelle.

Nur jeder zehnte Deutsche ist bereit, sein eigenes Fahrverhalten zu ändern, Carsharing zu nutzen oder auf alternative Antriebsarten umzusteigen – so eine aktuelle Studie des Zentrums für empirische Kommunikationsforschung (ZEK). Auf der anderen Seite sieht jeder dritte Befragte das Thema Mobilitätsdienstleistung als wichtigen Zukunftstrend an, und zwei Drittel der Deutschen sind der Meinung, dass sich Automobilhersteller verstärkt bei der Elektromobilität engagieren sollten. Überwiegend kritisch sehen die Befragten jedoch autonom fahrende Autos.

In vielen Fällen geht die Schere zwischen abgefragten Einstellungen und tatsächlichem Verhalten auseinander. Besonders ausgeprägt ist dieses Phänomen in der Automobilbranche. Seit Bekanntwerden der Manipulationen um Abgaswerte bei Dieselfahrzeugen vor drei Jahren registrieren wir in unserer

Trendbefragung sinkende Vertrauenswerte in die Automobilmarken. Die Autokonzerne erfreuen sich hingegen weiterhin hoher Absatzzahlen und steigender Gewinne, wie man am Beispiel Volkswagen sieht.

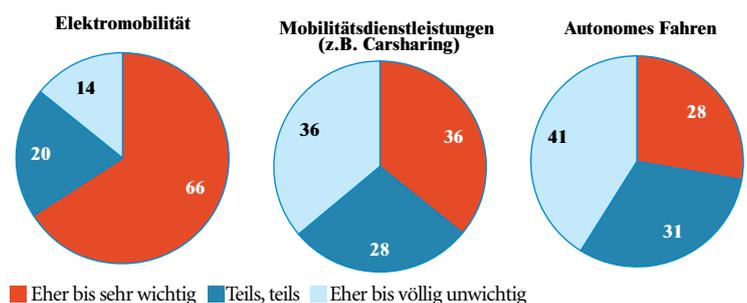
Nahezu alle befragten Autobesitzer (98 Prozent) verfügen nach wie vor über ein Benzin- oder Dieselfahrzeug. Von den Haltern eines Benziners würden sich zwei Drittel erneut für dieselbe Antriebsart entscheiden, wenn sie in den nächsten zwölf Monaten einen neuen Pkw anschaffen müssten. Mehr als jeder dritte Dieselfahrer bliebe der bisherigen Antriebsart treu. Hybrid-Fahrzeuge wären für jeden fünften Befragten eine Alternative, den Kauf rein elektrisch angetriebener Pkw können sich neun Prozent vorstellen. Lediglich jüngere Befragte oder solche, die gegenwärtig noch keinen Pkw besitzen, sind gegenüber neuen Technologien etwas positiver eingestellt.

E-Mobilität und Carsharing mit Potenzial

Als Hauptgründe gegen E-Autos werden – wenig überraschend – die gegenwärtig noch schlechte Lade-Infrastruktur, die geringe Reichweite sowie die hohen Anschaffungskosten angeführt. Unter den deutschen Herstellern genießen BMW und Mercedes die höchste Kompetenzzuschreibung. Insgesamt

Autonomes Fahren sehen viele noch skeptisch

Für wie wichtig halten Sie es, dass sich Autohersteller bei folgenden Trends engagieren?



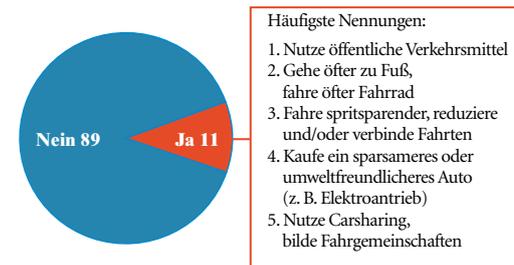
Basis: 500 Befragte 18–80 Jahre, Februar 2018

Quelle: DHBW Ravensburg

planung&analyse 3/2018

Nur wenige ändern Fahrverhalten

Haben Sie vor, Ihr eigenes Fahrverhalten in den nächsten 12 Monaten zu ändern?



Häufigste Nennungen:

1. Nutze öffentliche Verkehrsmittel
2. Gehe öfter zu Fuß, fahre öfter Fahrrad
3. Fahre spritsparender, reduziere und/oder verbinde Fahrten
4. Kaufe ein sparsameres oder umweltfreundlicheres Auto (z. B. Elektroantrieb)
5. Nutze Carsharing, bilde Fahrgemeinschaften

Basis: 500 Befragte 18–80 Jahre, Februar 2018

Quelle: DHBW Ravensburg

planung&analyse 3/2018



gilt aber Tesla in diesem Bereich als führend: Mehr als jeder zweite Befragte sagt, dass der amerikanische Hersteller auf diesem Gebiet besonders kompetent sei. Neben Investitionen in intelligente Antriebssysteme und einer offensiveren Kommunikation der Vorteile, fehlt es auch beim Zukunftsthema Car-sharing an den richtigen Rahmenbedingungen.

Unmittelbar vor der Fusion von *Car2Go* und *DriveNow* kennen immerhin 42 beziehungsweise 30 Prozent der Befragten die beiden Marktführer, gefolgt von *Flinkster* mit einer Bekanntheit von 22 Prozent. Um das Autoteilen noch attraktiver zu machen, könnten Städte gesonderte Stellflächen für die Abholung und Rückgabe der Fahrzeuge bereitstellen, zumal neben jüngeren Menschen vor allem die urbane Bevölkerung gegenüber Car-sharing noch am ehesten aufgeschlossen ist. Erfolgsfaktoren sind aus Sicht der Befragten vor allem Transparenz und eine praktikable Abwicklung: Im Februar 2018 halten 88 Prozent ein leicht verständliches Preissystem für wichtig oder sehr wichtig. Darüber hinaus sind eine einfache Buchung (86 Prozent), die Nähe der Abhol- beziehungsweise Rückgabestelle sowie die garantierte Verfügbarkeit des gebuchten Fahrzeugs (jeweils 84 Prozent) entscheidend. Interessanterweise sieht nur jeder vierte Befragte die Marke des Car-sharing-Anbieters oder die

Herstellermarke des Autos als wichtig oder sehr wichtig an.

Profilieren könnten sich die Hersteller als umfassende Mobilitätsdienstleister: Dass Angebote künftig aus verschiedenen kombinierbaren Verkehrsmitteln bestehen sollten, finden immerhin 44 Prozent der Befragten. 28 Prozent halten dies zumindest teilweise für wichtig, 21 Prozent sehen die Notwendigkeit nicht, und 7 Prozent machen hierzu keine Angabe. Mehr als die Hälfte der potenziellen

Kunden erwarten während ihrer Reise aktuelle Informationen, etwa bei Staus oder Verspätungen.

Autonom fahrende Autos sind noch Zukunftsmusik

Ob autonom fahrende Autos in absehbarer Zeit eine Rolle spielen, ist eher unwahrscheinlich: Mehr als 70 Prozent der Befragten reagieren auf die Frage, ob sich Automobilhersteller beim autonomen Fahren engagieren sollten, mit Skepsis. Dieser Wert wurde noch vor dem tragischen Unfall im US-Bundesstaat Arizona erhoben, bei dem eine Frau im März 2018 durch ein autonom fahrendes Auto ums Leben kam.

Beim Zukunftsthema Mobilität bedarf es weiterer Forschung in jeder Hinsicht, damit Automobilindustrie und Politik – im wahrsten Sinne des Wortes – auf der richtigen Spur bleiben!

Zur Studie

Zum inzwischen fünften Mal hat das ZEK an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg eine Untersuchung zum Mobilitätsverhalten der Deutschen und deren Vertrauen in die Automobilindustrie vorgelegt. Die Ergebnisse beziehen sich auf die letzten beiden Befragungswellen von Oktober 2017 und Februar 2018. Auf Basis einer Quotenstichprobe wurden jeweils 500 Erwachsene im Alter von 18 bis 80 Jahren befragt, die Hälfte davon ist jünger als 40 Jahre, acht von zehn Befragten sind Besitzer eines Pkw. Durchgeführt wurde die Online-Studie mithilfe eines Felddienstleisters.

Der Autor



Prof. Dr. Simon Ottler ist Diplömökonom und leitet das Zentrum für empirische Kommunikationsforschung (ZEK) an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Ravensburg. Seine Arbeitsschwerpunkte liegen in den Bereichen Kommunikationscontrolling und Marktforschung.

ottler@dhw-ravensburg.de



Clever research for smart decisions.

ifak

Consumer & Customer | Health & Pharma | Media & Communication | Mobility & Infrastructure