

70 Prozent könnten ihr Mobilitätsverhalten ändern wollen

Trotz hoher Bereitschaft, den eigenen CO₂-Fußabdruck zu reduzieren, signalisieren die Deutschen auch für die Zeit nach Abklingen der Corona-Pandemie eine ausgeprägte Affinität zum Individualverkehr, wie der erste Teil des „Digital Auto Report 2021“ von Strategy&, der globalen Strategieberatung von PwC, zeigt. Zwar erklären 70 Prozent der Deutschen ihre Bereitschaft, ihr persönliches Mobilitätsverhalten zu verändern. Dagegen erklären 2021 doppelt so viele Deutsche, sie wollten in den kommenden zwei Jahren einen Neuwagen kaufen wollen, wie im Vorjahr.

Knapp die Hälfte der Deutschen will in Zukunft kürzere Distanzen vermehrt zu Fuß oder mit dem Fahrrad zurücklegen, 26 Prozent nehmen sich einen Komplettverzicht auf Kurzstreckenflüge vor und 18 Prozent geben an, der Umwelt zuliebe vom Verbrenner auf ein E-Auto zu wechseln (China: 61 Prozent, USA: 30 Prozent). Trotz der hohen Relevanz integrierter multimodaler Verkehrskonzepte wollen auch nach Überwinden der Covid-19-Pandemie nur sieben Prozent verstärkt auf öffentliche Verkehrsmittel umsteigen. Größtes Hindernis bei der Nutzung nachhaltiger Mobilitätskonzepte wie Bike-/ Carsharing oder ÖPNV sind für 55 Prozent zu hohe Preise, 23 Prozent wünschen sich eine bessere Verfügbarkeit bzw. mehr Angebote.

Die wachsende Bedeutung nachhaltiger Mobilität verschiebt die Priorisierung der „CASE“-Dimension (Connected-Car-Dienste, Automatisiertes Fahren, Smart Mobility und die Elektrifizierung) für Automobilhersteller – aktuell vor allem mit einem Fokus auf Elektrifizierung, aber mittel- und langfristig auch in den anderen Dimensionen. Beim autonomen Fahren ist der technologische Fortschritt ungebremsst. Das Zusammenspiel von Hardware, Software, Infrastruktur und regulatorischen Vorgaben bleibt jedoch komplex.

Deutschland hat in den vergangenen Monaten durch die Verabschiedung eines Gesetzes zum autonomen Fahren eine wichtige Basisvoraussetzung geschaffen. In Europa ist für Neufahrzeuge der Level-3-/Level-4-Technologie ein relevanter Marktanteil von mehr als 20 Prozent dennoch 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 Prozent der Befragten selbst für ein vollautomatisch fahrendes Auto entscheiden (Vergleich zu 2020: 64 Prozent). Von den Befürwortern des automatischen Fahrens zeigt eine große Mehrheit (84 Prozent) die Bereitschaft, für autonome Modelle auch einen Aufpreis zu bezahlen.

Bei den Connected-Car-Services halten 69 Prozent der interessierten Deutschen einen Aufpreis für gerechtfertigt. Größten Wert legen deutsche Verbraucher weiterhin auf ergänzende Sicherheitsanwendungen (69 Prozent) und Navigationsdienste (71 Prozent). Ihre Zahlungsbereitschaft für ein Komplettpaket vernetzter Dienste liegt durchschnittlich bei bis zu 150 Euro pro Jahr. Für Functions-on-Demand wie das flexible Zuschalten zusätzlicher Batteriereichweite zeigen sich die deutschen Verbraucher noch spendabler. Hier sind 60 Prozent der Befragten bereit, im Schnitt bis zu 570 Euro mehr pro Jahr auszugeben. Die Quote an Neufahrzeugen mit einer Basiskonnektivität erreichte 2020 durch regulatorische Vorgaben mehr als 85 Prozent. Eine Komplettvernetzung wird in Europa im Jahr 2025 für die Hälfte des Fahrzeugbestands erwartet.

„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 ein nachhaltigeres Fahr- und Nutzungsverhalten fördern“, kommentiert Jörg Krings, Co-Autor der Studie und Partner bei Strategy& Deutschland. (aum)

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

Bilder zum Artikel

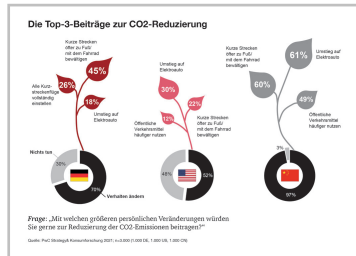


Foto: Autoren-Union Mobilität/PwC, Stragey&

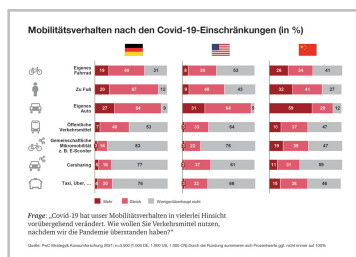


Foto: Autoren-Union Mobilität/PwC, Stragey&



Parkhaus.

Foto: Auto-Medienportal.Net/ADAC



Pricewaterhouse Coopers (PwC).

Foto: Auto-Medienportal.Net/PwC



Volkswagen Hannover - Parkhaus Süd.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Volkswagen