

Media Alert: IBM Studie: Das Auto behält für die Deutschen auch zukünftig einen hohen Stellenwert

Verbraucher sind offen für IoT-basierte neue Dienstleistungen

89 Prozent wollen auch in zehn Jahren noch mit dem (eigenen) Auto unterwegs sein

Ehningen - 25 Jul 2017: „Welche Erwartungen haben die Deutschen in den nächsten zehn Jahren an ihre individuelle Mobilität?“ – dieser Frage ging IBM im Rahmen ihrer aktuellen weltweiten Studie „Auto 2025“ nach. Für die über 1.000 befragten Verbraucher in Deutschland war dabei eines klar: Das Auto bleibt auch in Zukunft das wichtigste Fortbewegungsmittel für den Individualverkehr. Jederzeit ein Auto verfügbar zu haben, bleibt wichtig, auch wenn es nicht mehr unbedingt das eigene sein muss. Deutlich wachsen werden deshalb auch alternative Mobilitätskonzepte wie Car-Sharing und Mitfahr-Services. Deutsche Verbraucher sind zudem offen für neue mobile Dienstleistungen, die sich während der Fahrt anbieten. Das Auto ist auch im nächsten Jahrzehnt nicht von den Straßen wegzudenken. Davon jedenfalls sind 89 Prozent der deutschen Verbraucher überzeugt. Das Interesse am individuell nutzbaren, fahrbaren Untersatz bleibt hoch, auch wenn es nicht mehr in jedem Fall das eigene Auto sein muss. Darauf deutet ein weiteres Ergebnis hin: Deutsche Konsumenten über 35 Jahre erwarten, dass die Nutzung von Car-Sharing und Mitfahr-Angeboten bis 2025 sechs Mal höher sein wird als heute. Zudem gehen die Befragten davon aus, dass bis dahin der Gebrauch des eigenen Fahrzeugs als wichtigstes Fortbewegungsmittel um 23 Prozent zurückgehen wird.

Die Studie bestätigt auch, dass die Verbraucher in größerem Umfang bereit sind, ihre persönlichen Daten preiszugeben, wenn sie Nutzen darin sehen. Auch in der Zusammenarbeit mit Herstellern (Co-Creation) zeigen sich die Verbraucher offen für die neuen Möglichkeiten des „Internet of Things“. So sind immerhin 28 Prozent sehr daran interessiert, ihre Ideen und Vorstellungen einzubringen, um Fahrzeuge und mobile Services stärker auf ihre persönlichen Bedürfnisse abzustimmen. Auf der Suche nach größerer individueller Effektivität, Effizienz und Sicherheit beim Fahren erwarten die Konsumenten intuitive, automatisierte und personalisierte Hilfestellung in Form digitaler Services. Dies setzt jedoch auch die stärkere Nutzung persönlicher Daten voraus. Zudem äußerten die Befragten die Bereitschaft ihre Fahrzeuge auch über alternative Kanäle zu kaufen.

„Gegenüber den Verbrauchern in noch jungen, aufstrebenden Industrienationen sind die Verbraucher in reifen Märkten wie Deutschland vergleichsweise abwartender, wenn es um die Akzeptanz neuer mobiler Konzepte und Lösungen geht“, sagt Alexander Scheidt. Partner in der Unternehmensberatung von IBM im Bereich Automotive. „Sie verlassen sich lieber auf das, was sie kennen und schätzen gelernt haben und für sie von Nutzen ist, als auf potenzielle Vorteile, die ihnen neue Technologien versprechen. Verbraucher in aufstrebenden Volkswirtschaften hingegen lassen sich offensichtlich schneller von potentiellen neuen Diensten überzeugen“.

Diese unterschiedliche Mentalität manifestiert sich in verschiedenen Einstellungen: Während die eher wertkonservativen Verbraucher in Deutschland fragen: „Warum brauche ich das und ist der Nutzen nachgewiesen?“, stellen die weniger Zurückhaltenden in den aufstrebenden Märkten die Frage: „Wann kann ich das haben?“

Bei aller Skepsis begrüßen auch die Deutschen das Auto als ein weiteres, immerhin rund 1.400 Kilogramm

schweres, „Smartes Device“ mit offenen Armen – eines, das als integrierter Bestandteil des Internet of Things ihrem Anspruch an individuelle Mobilität wesentlich besser gerecht werden kann.

+++ Besuchen Sie uns auf der IAA: Halle 3.1. (New Mobility World), Stand C 30 +++

Über die Studie: <https://www-935.ibm.com/services/us/gbs/thoughtleadership/autogermany/>

Über IBM:

Mehr Informationen finden Sie unter <http://www.ibm.com/de>

Kontaktinformation

Dagmar Domke

Unternehmenskommunikation
IBM Deutschland +49 (0)170 480 8228 dagmar.domke@de.ibm.com

<https://de.newsroom.ibm.com/2017-07-25-Media-Alert-IBM-Studie-Das-Auto-behalt-fur-die-Deutschen-auch-zukunftig-einen-hohen-Stellenwert>