

Notizen:

puls Studie zum Interesse an autonomen Fahrfunktionen  
**Autonomes Fahren ja, aber bitte nicht gleich vollautonom**

Nürnberg, 20. Juli 2020

1 Mit dem jüngsten Urteil des Landgerichts München, wonach Tesla seinen  
 2 Autopiloten nicht mehr vollmundig als autonomes Fahrsystem bewerben  
 3 darf, ist autonomes Fahren keinesfalls abgehakt. Im Gegenteil: Das  
 4 Rennen um das erste vollautonome „Roboterauto“ ist vielmehr eröffnet. So  
 5 verspricht Tesla Gründer Elon Musk selbstsicher, dass der kalifornische  
 6 E-Auto Pionier noch in diesem Jahr Level 5 Autonomie anbieten wird. Die  
 7 entscheidende Frage ist aber, ob die Kunden wirklich das vollautonome  
 8 Auto wollen oder doch lieber die verschiedenen Levels des assistierten  
 9 Fahrens vorziehen? Um diese Frage ging es bei einer repräsentativen  
 10 Studie der [Nürnberger Marktforschung puls](#) bei 1.016 Autokäufern in  
 11 Deutschland. Die Ergebnisse der *puls* Studie zeigen eindeutig, dass  
 12 Autokäufer stufenweise an das vielen noch unbekanntes Thema des autonomen  
 13 Fahrens herangeführt werden möchten. Dazu hat *puls* das Interesse und die  
 14 Preisbereitschaft für die fünf Levels autonomer Fahrsysteme abgefragt.  
 15 Dabei zeigt sich, dass das Interesse deutscher Autokäufer an autonomen  
 16 Fahrsystemen umso stärker bröseln je mehr dem Fahrer das Lenkrad aus der  
 17 Hand genommen wird. So zeigen am Level 1 des assistierten Fahrens noch  
 18 stattliche 54 Prozent, an teilautomatisiertem Fahren 42 Prozent, an  
 19 hoch- und vollautomatisiertem Fahren jeweils 25 Prozent und an  
 20 vollautonomem Fahren nur noch lediglich 22 Prozent Interesse. Passend  
 21 dazu liegt die Zahlungsbereitschaft für assistiertes und  
 22 teilautomatisiertes Fahren auch bei 21 bzw. 23 Prozent, für autonomes  
 23 Fahren aber nur noch bei 13 Prozent. Automobilhersteller und Händler  
 24 sollten laut *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner von daher „nicht mit  
 25 der Tür des vollautonomen Fahrens ins Haus fallen, sondern die Kunden  
 26 schrittweise an autonomes Fahren heranführen“. Daher sollten konkrete  
 27 Funktionen des assistierten Fahrens wie Spurhalteassistenten,  
 28 Abstandstempomat sowie autonomes Parken und Überholen herausgestellt  
 29 werden, weil diese für Auto-Interessenten so greifbar und nützlich sind,  
 30 dass ihnen eine deutlich höhere Preisbereitschaft entgegengebracht wird  
 31 als vollautonomem Fahren. Schon wegen mangelndem Vertrauen in die  
 32 Technik, einer unklaren Rechtslage und ungeklärter ethischer Fragen  
 33 schürt das Level 5 des vollautonomen Fahrens offensichtlich so große  
 34 Bedenken, dass dafür die geringste Zahlungsbereitschaft besteht.  
 35 Insgesamt lohnt es sich aber am Zukunftsthema des autonomen Fahrens dran  
 36 zu bleiben, geht doch laut *puls* Studie der Anteil derer, die autonomem  
 37 Fahren skeptisch gegenüberstehen auf aktuell 44 Prozent zurück.

-ENDE-

45 Anzahl Zeilen: 37  
 Anzahl Anschläge: 2.556 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)  
 Datum: 20. Juli 2020  
 Ansprechpartner: Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400  
*Abdruck honorarfrei*

## Über *puls* Marktforschung

Seit über 25 Jahren konzentriert sich die *puls* Marktforschung darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung und daraus abgeleitete Maßnahmenempfehlungen abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 17 hochqualifizierte Mitarbeiter. Bei *puls* gibt es kein Marktforschungsprojekt ohne konkrete Maßnahmenempfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien.

Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „*For Better Decisions*“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie Audi, Opel, Volkswagen, Audi, GORE-TEX, ZF Services oder BASF sichern ihr weiteres Wachstum durch maßgeschneiderte Marktforschung von *puls* ebenso ab wie mittelständische Unternehmen.

Mehr Informationen über *puls* Marktforschung finden Sie unter [www.puls-marktforschung.de](http://www.puls-marktforschung.de).