

puls Studie zur Mobilität der Zukunft

**Autokäufer offen für Neuerfindung der Mobilität**

Nürnberg, 8. Januar 2016

Beim Auto der Zukunft bleibt kein Stein auf dem anderen: Die Consumer Electronics Show in Las Vegas zeigt einmal mehr, wie autonomes Fahren, Elektroantriebe, Car-Sharing und Infotainment-Funktionen das Auto bzw. die Mobilität der Zukunft verändern werden. Vor dem Hintergrund dieser Trends untersuchte die Nürnberger Marktforschung *puls* in einer repräsentativen Studie bei 1000 Autokäufern in Deutschland, wie die Deutschen für grundlegende Veränderungen „ihres liebsten Kindes“ sind. Mit überraschenden Ergebnissen: Jeder zweite deutsche Autokäufer erwartet, dass sich die Mobilität 2025 grundsätzlich verändern wird. Dagegen sind deutlich geringere 22 Prozent davon überzeugt, dass die Mobilität der Zukunft weitgehend unverändert bleiben wird.

Auch zur Frage, wohin sich die Mobilität der Zukunft entwickeln wird, weist die *puls* Studie interessante Trends aus: So erwarten 41 Prozent von Deutschlands Autokäufern, dass Autos in Zukunft teilautonom fahren, vollautonome Autos sehen dagegen deutlich geringere 33 Prozent. Bei der künftigen Bedeutung von Autos in Innenstädten sind sich Deutschlands Autokäufer dagegen uneinig: So erwarten 37 Prozent, dass Autos auch in Zukunft das dominierende Verkehrsmittel in Innenstädten bleiben. Andererseits ist jeder Dritte davon überzeugt, dass der Verkehr in Innenstädten künftig vor allem durch öffentliche Verkehrsmittel und Car-Sharing geprägt wird. Ähnlich polarisierend ist das Meinungsbild zum Antrieb der Zukunft: 36 Prozent erwarten, dass der Verbrennungsmotor weiterhin dominiert, wohingegen 35 Prozent die Durchsetzung von Elektroantrieben erwarten.

„Die Automobilbranche ist angesichts der Offenheit der Deutschen für die Neuerfindung der Mobilität gut beraten, sich schrittweise auf dem Weg zum Mobilitätsanbieter zu machen“, kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner die Ergebnisse. Dies ist insbesondere deshalb dringend geboten, weil laut *puls* Studie vor allem jüngere Autokäufer offen für die Neuerfindung der Mobilität sind. Dabei werden sich einzelne Trends nicht isoliert etablieren. Ein Beispiel dafür ist der gleichzeitige Einzug von Elektroantrieben, autonomen Fahrfunktionen und Infotainment in das Auto der Zukunft. Um daraus eine Chance zu machen sind Kooperationen wie zum Beispiel die Beteiligung von General Motors am Uber-Mitbewerber Lyft Gebot der Stunde. Das erklärte Ziel dabei liegt darin, die Roboterisierung der Taxibranche voranzutreiben.

-ENDE-

Anzahl Zeilen:	38
Anzahl Anschläge:	2.435 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	8. Januar 2016
Ansprechpartner:	Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400

*Abdruck honorarfrei*

## Über *puls* Marktforschung

Seit über 20 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 18 hochqualifizierte Mitarbeiter. Bei *puls* gibt es kein Marktforschungsprojekt ohne 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, Uniqo 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).