

puls Studie zu modernen Ausstattungen im Auto 2.0

**Ablenkungsgefahren durch Navis und Spracheingabe von Nachrichten**

Nürnberg, 22. März 2016

Innovative Connected-Car-Ausstattungen werden zunehmend zu unverzichtbaren Bestandteilen des Autos der Zukunft. So halten immer umfangreichere Navigationssysteme, Bordcomputer, Infotainment-Funktionen oder Möglichkeiten zur Eingabe und dem Abruf von Nachrichten Einzug in das Auto 2.0. Vor diesem Hintergrund hat sich die Nürnberger Marktforschung *puls* im Rahmen einer repräsentativen Studie bei 1.010 Autofahrern in Deutschland mit der Frage beschäftigt, ob und welche Ablenkungsgefahren von der Nutzung innovativer Connected-Car-Ausstattungen während der Fahrt ausgehen. Dabei zeigt sich, dass vor allem das von knapp 61 Prozent der Autofahrer intensiv genutzte Navigationssystem eine gefährlich hohe Ablenkung bei 40 Prozent der Nutzer auslöst.

„Die kontinuierliche Optimierung der Bedienungsfreundlichkeit solcher Ausstattungen wird somit als Erfolgsfaktor für sichere Mobilität und somit auch als Kaufkriterium immer wichtiger“, kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner die Ergebnisse. Mit 43 und 45 Prozent sind laut *puls* Studie auch mit der Spracheingabe von Nachrichten oder dem Empfang von Mitteilungen hohe Ablenkungsgefahren verbunden. Offensichtlich sind auch an der Spracherkennung und Handhabung der vielgepriesenen Spracheingabe noch Optimierungen möglich und nötig. Um die mit dem Auto 2.0 verbundenen Ablenkungsgefahren zu reduzieren könnten und sollten Automobilhändler ihren Kunden zusätzliche Checklisten zur sicheren Nutzung dieser Ausstattungen mitgeben und so Vertrauen und Kompetenz aufbauen“, so Weßner weiter.

-ENDE-

Anzahl Zeilen:	<b>25</b>
Anzahl Anschläge:	<b>1.544</b> (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	<b>22.März 2016</b>
Ansprechpartner:	<b>Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400</b>
<i>Abdruck honorarfrei</i>	

## **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).