

Dienstag, den 08.10.2013

absatzwirtschaft.de[absatzwirtschaft](#) | [marketing-site](#) | [marketingIT](#) | [biznet](#) | [marken-award](#) | [Solution Forum](#)Volltextsuche [Online-Marketing](#) / [News](#)

Connected Cars

Autofahrer bekunden Kaufinteresse an Google Glass



24.09.2013. Deutschlands Autofahrer sehen die Ablenkung des Fahrers als Hauptproblem bei der Nutzung von Internet-Funktionen im Auto. Die brandneue Datenbrille Google Glass könnte diesen Engpass beseitigen. Denn einer aktuellen Befragung zufolge wünscht sich fast jeder zweite Autofahrer (47 Prozent) ein vernetztes Fahrzeug mit Internet-Funktionen und jeder dritte hat bereits von Google Glass gehört. Von diesen Personen bekunden 28 Prozent Kaufinteresse. 45 Prozent können sich vorstellen, Internet-Funktionen im Auto über Google's neue Datenbrille zu bedienen.

Die Datenbrille [Google Glass](#) bietet über ein Sichtfeld den Zugang zum Internet, wird per Sprache gesteuert und ermöglicht so die Bedienung von Internet-Funktionen in Fahrzeugen ohne Ablenkung des Fahrers. Das Marktforschungsunternehmen Puls befragte 1.011 Autokäufer zu ihrem Interesse an Connected Cars und dieser neuen Datenbrille.

Bekanntheit von Google Glass überraschend hoch

Die Ergebnisse kommentiert Puls Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner: „Vor dem Hintergrund, dass sich viele die Funktionen der Google Glass noch kaum vorstellen können, sind sowohl Bekanntheit als auch Kauf- und Nutzungspräferenz überraschend hoch.“ Laut Studie spricht vieles für den schnellen Einzug von Internet-Funktionen ins Auto: 47 Prozent der [Autokäufer](#) wünschen sich vernetzte Fahrzeuge, fünf Prozent nutzen diese bereits. Bei zwei von drei Nutzern erfüllt das vernetzte Fahrzeug die Erwartungen.

Auf die Frage, welche konkreten Funktionen sich Autofahrer wünschen, nennen zwölf Prozent der Befragten den allgemeinen Internetzugriff und neun Prozent die Navigation. Acht Prozent möchten Verkehrs-News über Staus, Blitzer und Gefahren in Echtzeit abrufen können. Auf den weiteren Plätzen folgen [E-Mail](#) (6 Prozent), Musik/Radio, Internetradio, Maps und Apps mit jeweils drei Prozent Nennungen sowie mit jeweils zwei Prozent soziale Netzwerke, Suchmaschinen und Umgebungsinformationen.

Bedenken zielen auch auf Überwachung und Datenschutz

Hauptbedenken gegen vernetzte Fahrzeuge mit Internet-Funktionen sind die Ablenkung des Fahrers (18 Prozent) und Überwachung/Datenschutz (14 Prozent). Google Glass könnte die Ablenkung des Fahrers deutlich reduzieren und von daher den Einzug des Internets in das Auto erheblich beschleunigen. Deutschlands Autokäufer würden hier mitspielen: Fast jeder Zweite (45 Prozent) würde zur Bedienung von Internet-Funktionen im Auto Google Glass präferieren – möglicherweise im Verbund mit dem selbstfahrenden Google Auto.

(Puls/asc)

Verwandte Themen

- [Adform Media Barometer: Onlinewerbung: Erfolgreicher am Wochenende](#)
- [Einfluss neuer Web-Adressen auf das Nutzerverhalten: Was Markenverantwortliche über die neuen Top-Level-Domains wissen sollten](#)
- [Onlinemarketing: Kampagnen-Planung basiert häufig auf Attributionsmodellen](#)
- [Studie zum Thema "Top-Level-Domains": Wenig Kenntnis, aber großes Interesse an neuen Webendungen](#)

ARTIKEL: [Drucken](#) [Senden](#)[Twittern](#) [Empfehlen](#)Gefällt mir { 4

SERVICES + BLOGS + SHOP