

Notizen:

puls Studie zu Google Glass und Connected Cars

Google Glass - Rückenwind für vernetzte Autos

Nürnberg, den 19. September 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. Sie 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. Vor diesem Hintergrund hat die Nürnberger Marktforschung *puls* 1.011 Autokäufer zu ihrem Interesse an Connected Cars und Googles Datenbrille befragt. Demnach wünscht sich fast jeder 2. Autofahrer (47 %) ein vernetztes Fahrzeug mit Internet-Funktionen, jeder 3. hat bereits von der Google Glass gehört, davon bekunden 28 % Kaufinteresse. Überraschende 45% können sich vorstellen, Internet Funktionen im Auto über Google's neue Datenbrille zu bedienen.

„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“, kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner die Ergebnisse. Laut *puls* Studie spricht vieles für den schnellen Einzug von Internet-Funktionen ins Auto: 47 % der Autokäufer wünschen sich vernetzte Fahrzeuge, 5 % nutzen diese bereits. Bei satten 2 von 3 Nutzern erfüllt das vernetzte Fahrzeug die Erwartungen. Hauptbedenken gegen vernetzte Fahrzeuge mit Internet-Funktionen sind die Ablenkung des Fahrers (18 %) und Überwachung/Datenschutz (14 %). Google Glass könnte die Ablenkung des Fahrers deutlich reduzieren und von daher den Einzug des Internet in das Auto erheblich beschleunigen. Deutschlands Autokäufer würden hier mitspielen: Fast jeder 2. (45%) würde zur Bedienung von Internet Funktionen im Auto die Google Glass präferieren. Möglicherweise in Verbund mit dem selbstfahrenden Google Auto. Es bleibt spannend.

-ENDE-

Anzahl Zeilen: 28
Anzahl Anschläge: 1.829 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum: 19. September 2013
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 20 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 AXA, Siemens, Volkswagen, GORE-TEX 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.