



MOBILITÄT



Kernergebnisse einer bundesweiten
repräsentativen Befragung aus Juni 2018



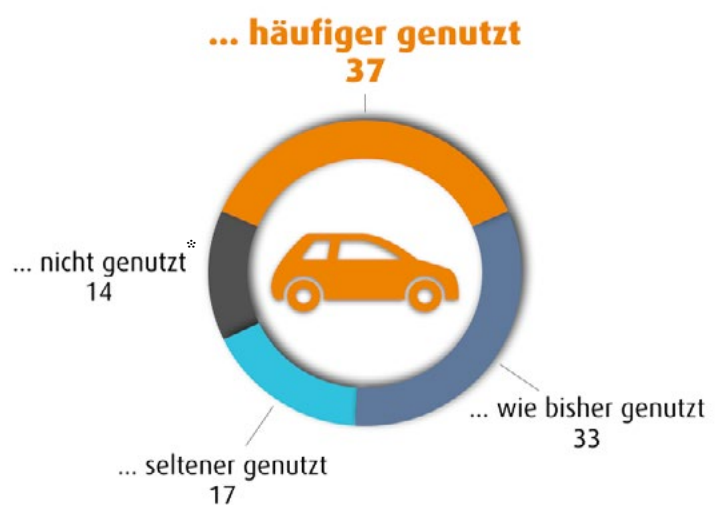
DAS EIGENE AUTO WIRD ZUNÄCHSTE EINE WICHTIGE STELLUNG BEHALTEN

Mit der Studie „Aktuelles und geplantes Mobilitätsverhalten“ untersuchte **INNOFACT** gemeinsam mit der Unternehmensberatung effisense auf repräsentativer Basis die Nachfrage der Bürger nach Mobilitätsangeboten.

Es wurde das derzeitige und künftige Nutzungsverhalten alternativer Mobilitätsangebote unterschiedlicher Zielgruppen untersucht, um bereits im Vorfeld eines geplanten Kooperationsprojektes relevante Customer Insights zu erheben.

Ein Kernergebnis ist, dass der eigene PKW in den letzten drei Jahren im Durchschnitt der Bevölkerung an Zuspruch gewonnen hat. Dass dies gemessen am geplanten persönlichen Mobilitätsverhalten auch in den kommenden drei Jahren so sein wird, mag auf den ersten Blick überraschen. Wenn man aber berücksichtigt, dass dies auch für reine Fußwege, das eigene Fahrrad und den ÖPNV gilt, so wird der starke Wettbewerb alternativer und auch multimodaler Mobilitätsangebote deutlich.

In den letzten drei Jahren habe ich mein Auto ...
(Angaben in %)



* Kein Auto vorhanden

DIE KERNAUSSAGEN AUF EINEN BLICK

1. Die Bedeutung des eigenen Autos wird in den kommenden drei Jahren weiter zunehmen!

32%

werden das eigene Auto in Zukunft häufiger als bisher benutzen

2. Reine Fußwege sind kaum zu ersetzen und werden in Zukunft eine wichtige Rolle spielen!

87%

werden genau so viel oder mehr zu Fuß erledigen

3. Öffentliche Verkehrsmittel spielen auch in Zukunft eine immer wichtigere Rolle!

89%

werden auch in Zukunft ÖPNV-Angebote nutzen

4. Das klassische Taxi verliert am meisten an Bedeutung!

32%

der Taxi-Nutzer werden das Taxi in Zukunft weniger benutzen

5. Jüngere (18-35) möchten das eigene Auto künftig häufiger nutzen!

53%

werden das eigene Auto in Zukunft häufiger als bisher benutzen

6. Ältere (51-69) nutzen das eigene Auto immer seltener!

11%

werden das eigene Auto in Zukunft seltener als bisher benutzen

WEITERE ERKENNTNISSE

1. Ein starker Wettbewerb alternativer und multimodaler Mobilitätsangebote ist in naher Zukunft zu erwarten, da sie im Wettbewerb zum eigenen Auto stehen und dieses in den kommenden drei Jahren nicht an Bedeutung verlieren wird!
2. Bei den Verbrauchern herrscht aktuell starke Unsicherheit beim Angebot alternativer Mobilitätsangebote! Das zeigt sich unter anderem daran, dass ein hoher Anteil der Befragten (ca. zwei Drittel) diese neuen Angebote noch nicht genutzt haben.
3. Neue Konzepte und neue Anbieter ergänzen zunehmend das Angebot!

Die Studie dokumentiert also ein sehr heterogenes und teilweise auch unerwartetes Mobilitätsverhalten. Bisher wird gerne und oft kolportiert, dass die Bedeutung des Autos gerade bei den jüngeren Zielgruppen abnehmen wird. Das Gegenteil ist der Fall: Die über 50-jährigen wollen zurückschrauben – allerdings auch nicht viel. Das heißt, es gibt diese scheinbar vorgezeichneten Entwicklungen in der Mobilität, wie sie immer gerne medial behandelt werden, nicht in dem Maße. Damit ergeben sich wirklich für alle Mobilitätsalternativen Chancen, um kundensegmentspezifische und attraktive Konzepte zu entwickeln. Einzig das Taxi-Gewerbe sollte sich ernsthafte Gedanken machen.

Allerdings wird es immer etwas zwischen Bus und eigenem Auto geben. Die Frage ist, ob Plattform-Konzepte wie Uber oder selbstfahrende Taxis (oder beides) das Rennen machen. Besonders spannend wird sein, wie sich ein verändertes Konsumverhalten oder neue Einkaufsoptionen wie etwa Innenstadtfilialen von Ikea auf künftige Mobilitätskonzepte auswirken werden.

Es müssen also viele Fragen geklärt werden:

- Welche Rolle spielen derzeitige Angebote im Kontext mit einem sich stark wandelnden Konsumverhalten?
- Welche Bedürfnisse, Erwartungen und Anforderungen haben unterschiedliche Zielgruppen an bestehende und neue Mobilitätskonzepte?
- Welche Chancen für profitable Geschäftsmodelle ergeben sich daraus?

Diesen Fragen wird das Team um Gudrun Kneißl von effisense und Hans-Jochen Brückner von der **INNOFACT** in einem Kooperationsprojekt mit verschiedenen Projektpartnern aus der Mobilitäts- und Energie-Branche detailliert nachgehen. In dem geplanten Kooperationsprojekt „Mobility Insights“ werden auf Basis einer integrierten und moderierten Kollaborations- und Networkingplattform vertiefende Einblicke in die Bedürfnisstrukturen relevanter Zielgruppensegmente geboten, um die Chancen verschiedener Mobilitätskonzepte zuverlässig bewerten zu können.

SOZIODEMOGRAFIE

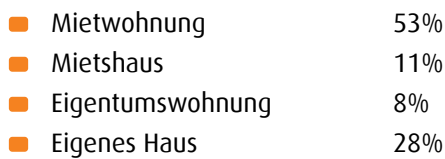
Geschlecht



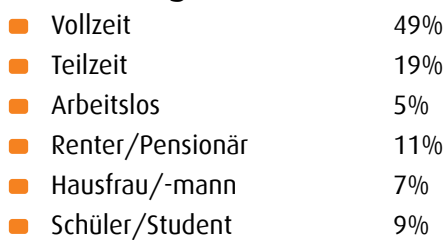
Familienstand



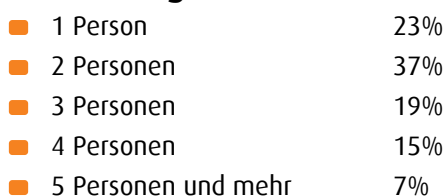
Wohnsituation



Berufstätigkeit



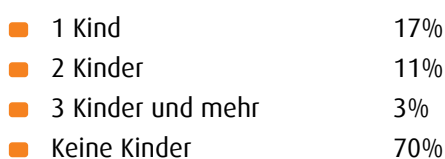
Haushaltsgröße



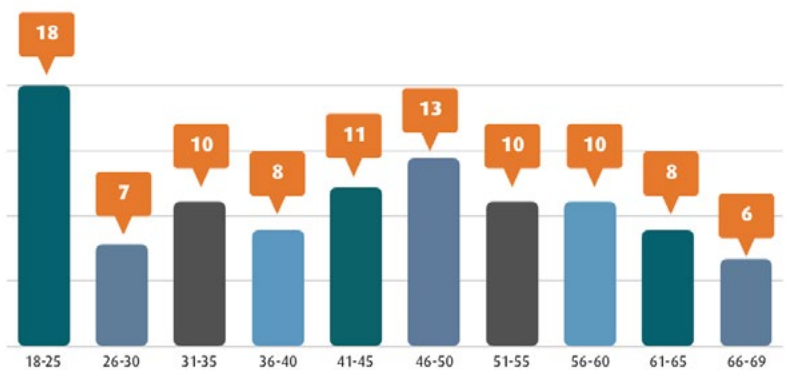
Region



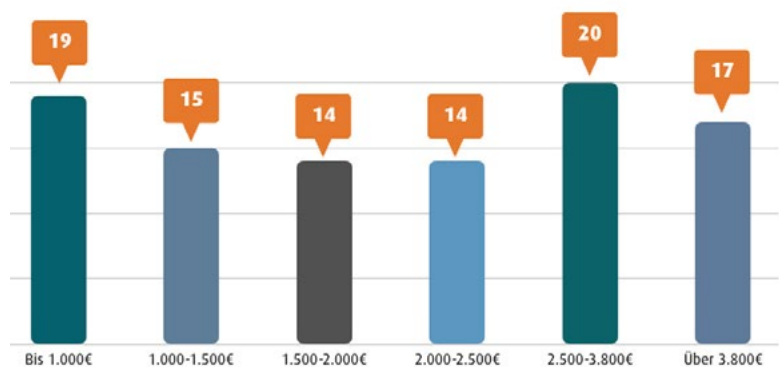
Kinder unter 18 im Haushalt



Alter



Haushaltsnettoeinkommen pro Monat



Bildungsabschluss





ÜBER DIE INNOFACT AG



Die 2001 gegründete **INNOFACT AG** ist ein Full Service-Marktforschungsinstitut und einer der Markt- und Qualitätsführer für Online-Befragungen in Deutschland.

INNOFACT hat direkten Zugriff auf über eine halbe Million Verbraucher in eigenen Panels. Das Kundenspektrum reicht von internationalen Konzernen bis zu regionalen Mittelständlern. Die Unternehmenszentrale ist im Düsseldorfer Medienhafen, Niederlassungen gibt es in Berlin, Lengerich (Rechenzentrum) und Zürich.

Tiefgehende Insights über spezielle Zielgruppen sind Bestandteil unserer maßgeschneiderten Forschungslösungen. Nutzen Sie unsere Expertise für Ihren Marktvorsprung und erfahren Sie entscheidende aktuelle Fakten über die Zukunft der Mobilität in Deutschland.

Sollten Sie an vertiefenden Informationen zum Kooperationsprojekt „Mobility Insights“ oder an den kostenfreien Ergebnissen der Vorstudie interessiert sein, melden Sie sich gern bei

Hans-Jochen Brückner
Unit Director INNOFACT

h.brueckner@innofact.com
0176-30603681

Gudrun Kneißl
Geschäftsführerin effisense

kneissl@effisense.de
0171-4081826