

EDITORIAL



Liebe Leserinnen und Leser,

Connected Cars, autonomes Fahren und intelligente Verkehrssysteme – es scheint so, als ob sich das Auto neu erfindet. Und spätestens beim Besuch der 66. Internationalen Automobil-Ausstellung wird klar, dass die digitale Transformation bereits im vollen Gange ist. Nicht umsonst standen vernetzte und selbstfahrende Fahrzeuge dort im Rampenlicht... Garantiert würde der ein oder andere Autofahrer sogar ein Auto von Google oder Apple kaufen, wenn die Risiken nicht wären. Denn was auf der einen Seite mehr Sicherheit und Komfort verspricht, birgt auf der anderen Seite die Gefahr des „gläsernen Bürgers“. Schließlich benötigen die automatisierten Fahrzeuge unzählige Echtzeitdaten, um eigenständig durch den Straßenverkehr zu manövrieren. Doch was passiert eigentlich damit und wer kann sie nutzen? Und sind die Autofahrer tatsächlich dazu bereit, diese Informationen preiszugeben, um die neuen Services zu nutzen? Diesen und weiteren Fragen sind wir in unseren aktuellen Trendstudien auf den Grund gegangen. Viel Spaß bei der Lektüre!

Herzlichst Ihr
Gerhard Fischer

THEMEN

- **Exklusive IAA-Veranstaltung: Neue Wege zum Kunden**
- **Trend-Studie 2: Autohandel bleibt zentrale Vertriebsplattform**
- **Interview mit Eduard Unzeitig, Aufsichtsratsvorsitzender der AutoBank AG**
- **Trend-Studie 1: Lesen statt Lenken**
- **Kurznachrichten aus der Automobilbranche**



Exklusive IAA-Veranstaltung: Neue Wege zum Kunden

Beim Autokauf ist der Preis Verhandlungssache: Rund 80 Prozent der Käufer schwächern, um einen günstigeren Preis zu erzielen. Dies geht aus einer gemeinsamen Studie von LeaseTrend, der AutoBank und HLA Fleet Services hervor, bei der unter anderem der Fahrzeugkauf, das Bezahlverhalten und die Entwicklung der Mobilitätskosten untersucht wurden. Die Ergebnisse präsentierte Professor Hannes Brachat, Herausgeber der Zeitschrift AUTOHAUS, am 17. September 2015 im Rahmen einer exklusiven Veranstaltung auf der 66. Internationalen Automobil-Ausstellung (IAA).

Der deutsche Automarkt hat im September 2015 erneut zugelegt: Immerhin stieg die Zahl der Neuzulassungen laut Kraftfahrt-Bundesamt im Vergleich zum

Vorjahresmonat um 4,8 Prozent auf rund 272.500 Fahrzeuge. Dabei gab der Flottenmarkt wieder mal das Tempo vor: Während die gewerblichen Zulassungen auf 69 Prozent anstiegen, war der Privatmarkt im September erneut um fünf Prozent rückläufig – dabei hängt es vor allem an den Privatkunden, den deutschen Pkw-Markt mittelfristig zu stabilisieren. Auch wenn sich die meisten Verbraucher hierzulande dank niedriger Zinsen und geringer Inflationsrate ein neues Auto leisten könnten, stellt sich die Frage, wie sie zum Kauf animiert werden können. Wird es Herstellern und Händlern gelingen, die Kunden mit den neuen IAA-Modellen vom Autokauf zu überzeugen? Oder sind sie nur noch bei hohen Rabatten zum Kauf eines Neuwagens zu bewegen? Vielleicht ist die geringe Nachfrage ja auch auf die gestie-

genen Mobilitätskosten zurückzuführen? Diese und weitere Fragen beleuchtet die bundesweite Befragung von 1.000 Privatpersonen, die im August 2015 von der puls Marktforschung durchgeführt wurde. Dabei wurden Personen, die den Kauf eines Fahrzeugs planen oder vor kurzem ein Fahrzeug gekauft haben, befragt.

Feilschen gehört zum Autokauf

Bei keinem anderen Geschäft sind die deutschen Verbraucher so zum Feilschen aufgelegt, wie beim Autokauf. Dies gilt vor allem für Männer, Neuwagenkäufer, „Besserverdiener“ und Autokäufer über 50 Jahre – immerhin versuchen acht von zehn einen günstigeren Preis zu erzielen. Während fast jeder zweite Neuwagenkäufer dabei zunächst Sparpotenziale wie Barkauf oder die Inzahlunggabe des Vorwagens abfragt, vertrauen knapp zwei Drittel der Gebrauchtwagenkäufer vor allem auf ihr Verhandlungsgeschick. Fast ein Viertel der befragten Autokäufer versucht dagegen erst gar nicht, einen Preisnachlass zu erzielen. Die Gründe dafür sind vielfältig: Während 29 Prozent der Befragten keine Kompromisse bei der Ausstattung eingehen wollen, haben 28 Prozent gar kein Verhandlungsgespräch nötig. Einem weiteren Viertel der Befragten fehlt dagegen der Mut – vor allem Frauen und „Wenigverdiener“ trauen sich oftmals nicht, im Showroom nach einer Ermäßigung oder Zusatzleistungen zu fragen.

Dabei scheinen die niedrigen Zinsen für Spareinlagen massive Auswirkungen auf die Bezahlart zu haben: Immerhin werden über 70 Prozent der Gebrauchtwagen und fast die Hälfte der Neuwagen heute über Eigenkapital finanziert. Wenn die Autokäufer kein Geld an die Seite gelegt haben, sind bei der Wahl der individuellen Darlehensart vor allem einfache und kostengünstige Angebote gefragt – fast 40 Prozent der Gebrauchtwagenkäufer forcieren in erster Linie eine simple Lösung, während 30 Prozent der Neuwagenkäufer auf beide Kriterien Wert legen.

Einmal Neuwagen, immer Neuwagen? Nicht ganz – während zwei Drittel der Autokäufer bei der zuvor gefahrenen Fahrzeugart bleiben, sind 17 Prozent der Befragten durchaus wechselbereit. Demnach zeigen sich Gebrauchtwagenfah-

rer, „Besserverdiener“ und Autokäufer über 50 Jahre besonders loyal. Wenn der Fahrzeugtyp gewechselt wird, steigen die Meisten (11 Prozent) vom Neu- auf einen Gebrauchtwagen um. Lediglich 6 Prozent wechseln vom Gebrauchtwagen zum Neuwagen, woraus sich schließen lässt, das Geld das Hauptmotiv für den Wechsel ist. Immerhin sind die Preise für Neuwagen in den vergangenen 20 Jahren um rund 60 Prozent gestiegen. Während ein gutes Fünftel der Autokäufer diese Entwicklung nicht nachvollziehen kann, ist sie für knapp die Hälfte auf die verbesserte Ausstattung und steigende Lohnkosten zurückzuführen. Obwohl neben den Herstellern auch der Staat an jedem verkauften Auto mitverdient, macht nur ein Viertel der Autokäufer die Anhebung der Mehrwertsteuer von 16 auf 19 Prozent für den Preisanstieg verantwortlich. „Vor diesem Hintergrund sind die Hersteller gefordert, ihre Preispolitik grundsätzlich zu überdenken“, sagt LeaseTrend-Vorstand Gerhard Fischer. „Denn neben dem Anschaffungspreis sind auch die laufenden Kosten kontinuierlich gestiegen – immerhin müssen Autofahrer

im Schnitt jeden Monat 236 Euro für Steuern, Versicherung, Tanken und Reparaturen berappen.“

Mobilität wird teurer

Tendenz weiter steigend – immerhin rechnen fast 90 Prozent der befragten Autokäufer damit, dass die Mobilitätskosten in Zukunft weiter steigen. Dies gilt vor allem für Gebrauchtwagenfahrer, ältere Fahrer der Generation 50+ und Autofahrer, die zwischen 2.000 und 3.000 Euro monatlich verdienen. Trotzdem hat über ein Viertel der Autokäufer bislang noch keine Alternativen parat. Wenn Maßnahmen ergriffen werden, würde ein knappes Drittel der Befragten einfach weniger Autofahren. Rund ein Viertel der Autokäufer denkt zudem über den Umstieg auf das Fahrrad und Fußmärsche, Öffentliche Verkehrsmittel oder ein kleineres Fahrzeugmodell nach. Mobilitätslösungen wie Carsharing oder Fahrgemeinschaften kommen dagegen nur für 13 Prozent der Autokäufer in Frage.



Professor Hannes Brachat, Herausgeber AUTOHAUS (l.), Matthias Rotzek, Geschäftsführer der HLA Fleet Services GmbH, Gerhard Fischer, Vorstand der LeaseTrend AG und Gerhard Dangel, Vorstand der AutoBank AG (r.), präsentierten den Händlern die Studienergebnisse.

Autohandel bleibt zentrale Vertriebsplattform



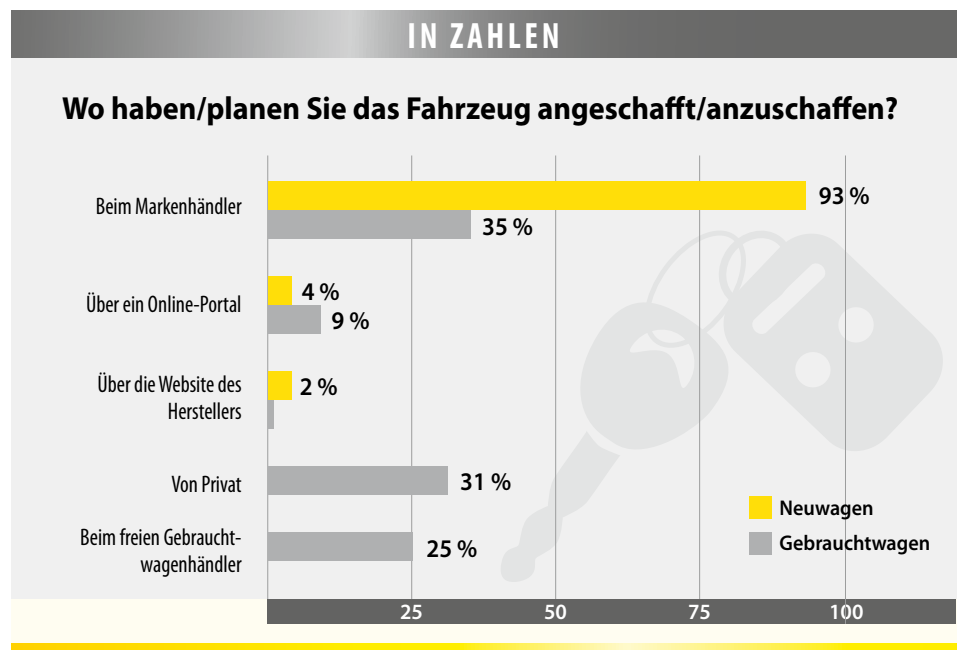
Informieren im Netz, kaufen vor Ort: Bei der Anschaffung eines neuen oder gebrauchten Fahrzeugs bevorzugt die Mehrheit der Käufer das klassische Autohaus gegenüber Online-Plattformen. Das zeigt die zweite Trendstudie 2015, bei der puls Marktforschung rund 1.000 Autokäufer zu ihrem Informations- und Kaufverhalten befragte. Demnach punkten lokale Händler insbesondere mit der Möglichkeit zur Probefahrt, ihrer Beratungsleistung und der Kaufabwicklung.

Das Internet durchdringt den Automarkt stärker denn je: So konkurrieren Hersteller und Autohäuser im Meinungsbildungsprozess der Verbraucher zunehmend mit dem Netz. Ob Testbericht, Blogbeitrag oder Forendiskussion – angesichts der Vielzahl an Kanälen war es für Autokäufer noch nie so einfach, sich im Vorfeld des Autokaufs zu informieren. Dabei hat das Internet mittlerweile den Autohändler, die Familie und Bekannte als Informationsquelle abgelöst. Knapp drei Viertel der Neuwagenkäufer und vier Fünftel der Gebrauchtwagenkäufer gehen online für ihre Recherche. Während für Neuwagenkäufer dabei die Webseiten der Hersteller wichtigster Anlaufpunkt sind, bevorzugen Gebrauchtwagenkäufer unabhängige Autobörsen und Online-Portale. Darüber hinaus stehen Suchmaschinen wie Google & Co. bei beiden Käufergruppen hoch im Kurs. Obgleich das Internet bei der Entscheidungsfindung eine zentra-

le Rolle einnimmt, schätzen die Befragten auch das Gespräch im Autohaus – immerhin suchten sie im Zuge ihres aktuellen Autokaufs durchschnittlich zwei Händler auf. „Kunden wollen ihr neues Auto mit allen Sinnen erleben“, erklärt LeaseTrend-Geschäftsführer Gerhard Fischer. „Doch das Leder riechen, den Lack fühlen und das Fahrzeug zur Probe fahren setzt immer noch den Gang zum Händler voraus.“

Neben den Informationskanälen standen bei der Befragung auch die einzelnen Aspekte über die sich die Käufer im Vorfeld des Autokaufs informieren im Fokus.

Schließlich fängt mit dem Entschluss, sich ein neues oder gebrauchtes Auto zu kaufen, die Planung erst richtig an. Dabei ist vor allem der Preis von Interesse, nach dem sich rund drei Viertel der Neuwagenkäufer erkundigen. Darüber hinaus informieren sie sich über die Ausstattungsmöglichkeiten, die laufenden Kosten und den durchschnittlichen Kraftstoffverbrauch. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den Gebrauchtwagenkäufern, von denen sich auch gut drei Viertel zunächst über den Verkaufspreis erkundigen. Noch wichtiger ist ihnen allerdings der Zustand des Fahr-



zeugs, der für die Preisverhandlungen entscheidend ist – so gaben 81 Prozent an, dass sie genauere Informationen zum Pkw einholen. Am wenigsten befassen sich die Käufer dagegen mit den Finanzierungsmöglichkeiten: Lediglich ein gutes Drittel der Neuwagenkäufer und jeder vierte Gebrauchtwagenkäufer erkundigen sich im Zuge der Informationsbeschaffung über Finanzierungsmodelle.

Händler sind unverzichtbar

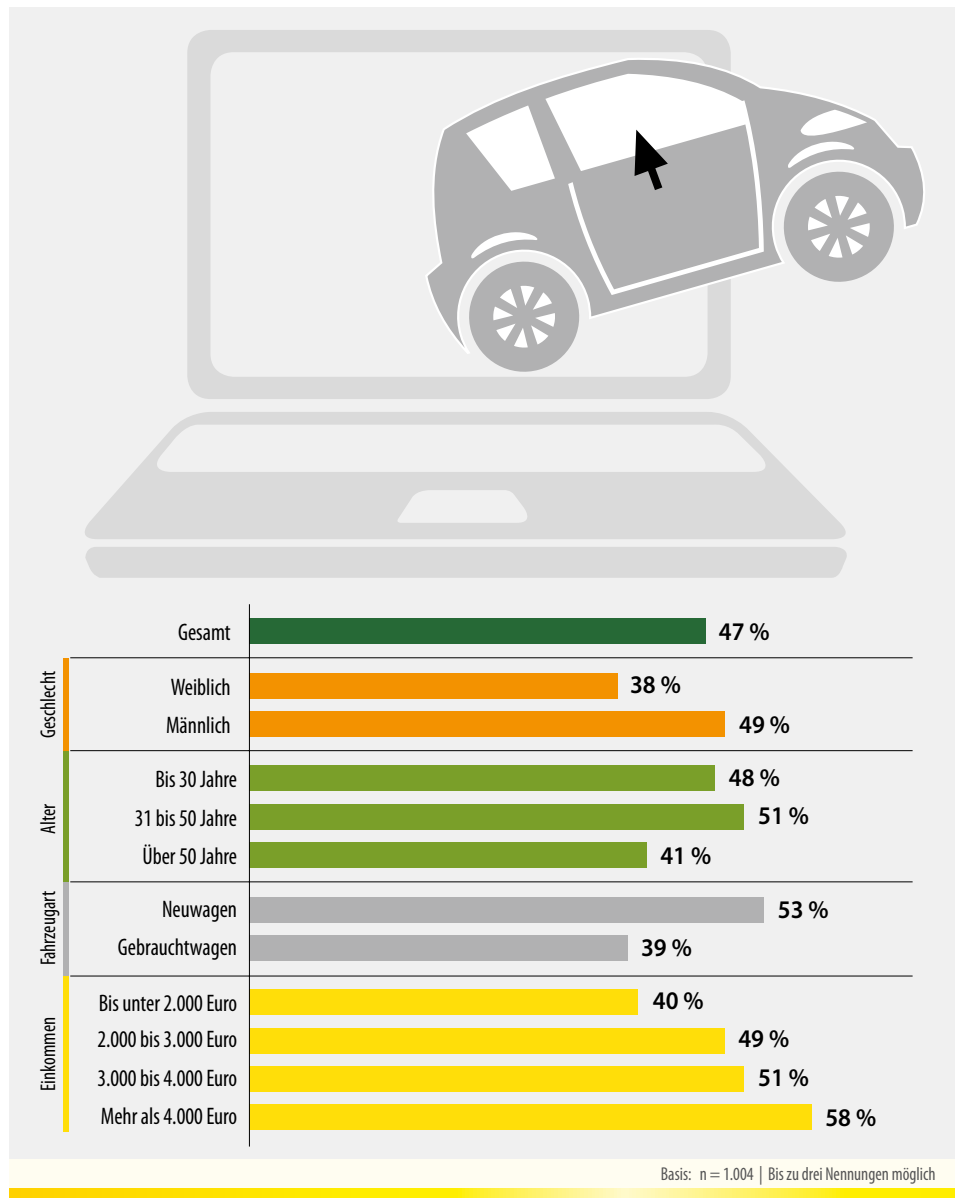
Obwohl sich bereits jeder zweite Autofahrer vorstellen kann, sein nächstes Fahrzeug online zu kaufen, erwerben bislang über 90 Prozent der Neu- und Gebrauchtwagenkäufer ihr Fahrzeug vor Ort – entweder beim Markenhändler, von Privat oder beim freien Gebrauchtwagenhändler. Lediglich sechs Prozent der Neuwagenkäufer und neun Prozent der Gebrauchtwagenkäufer setzen auf den Online-Kauf. „Gründe dafür sind die hohe Beratungsleistung der niedergelassenen Händler und die Möglichkeit zur Probefahrt – diesen Service bekommen die Fahrer beim Online-Kauf nicht geboten“, sagt Gerhard Fischer. Insbesondere die Testfahrt ist den Befragten wichtig – sie ist für fast jeden zweiten Autokäufer das wesentliche Alleinstellungsmerkmal des Händlers vor Ort. Darüber hinaus kann er bei den Befragten auch mit der persönlichen Betreuung und der bequeme Fahrzeugübergabe punkten.

Die meisten Händler bieten zudem eine sehr gute Beratungsqualität. Drei Viertel der befragten Neuwagenkäufer und fast zwei Drittel der Gebrauchtwagenkäufer sind mit dem Service zufrieden. Mit der Kaufabwicklung im Internet tun sich die Fahrer dagegen deutlich schwerer: Von 75 Online-Käufern fühlt sich nur jeder Zweite gut versorgt.

Auto per Mausclick

Trotzdem müssen die Autohändler weiter an Ihrem Service feilen, um gegenüber den Online-Kanälen nicht zurückzufallen – schließlich testet BMW derzeit in Asien bereits neue Vertriebswege wie Amazon, um seine Marktabdeckung zu erhöhen. Obwohl es derartige Angebote hierzulande noch nicht gibt, kann sich

Können Sie sich grundsätzlich vorstellen Ihren nächsten Autokauf online (inkl. Kaufvertrag) abzuschließen?



rund ein Drittel der Befragten durchaus vorstellen, das Traumauto zukünftig in den Amazon-Warenkorb zu schieben. Dies gilt immerhin für über 40 Prozent der Neuwagen- und knapp 30 Prozent der Gebrauchtwagenkäufer. Während mehr als ein Drittel der Männer den Kauf via Amazon tätigen würde, wäre nur ein gutes Viertel der befragten Frauen dazu bereit. Dabei signalisieren die Befragten unter 50 Jahre höhere Bereitschaft als die Autokäufer der Altersklasse 50+. Gleichzeitig korreliert die Bereitschaft für den Amazon-Kauf mit dem Gehalt: Nahezu jeder zweite Autokäufer mit einem monatlichen Einkommen über 4.000 Euro steht dem neuen

Verkaufskanal offen gegenüber, während es bei den Befragten, die weniger als 2.000 Euro verdienen, nur jeder Vierte ist. Auch innerhalb der premium-affinen Zielgruppe zeigen sich Unterschiede: Während 50 Prozent der BMW- und 41 Prozent der Audi-Fahrer ihr Auto im Webshop kaufen würden, geben sich die Mercedes-Fahrer hier mit 32 Prozent etwas konservativer. Da der Weg vom Online-Kauf einzelner Ersatzteile bis zum Neuwagenkauf bei Amazon & Co. kürzer als häufig angenommen ist, muss der Autohandel seine „klassischen“ Vorteile mehr ausspielen und dem Kunden all das bieten, was er im Internet nicht bekommen kann.

Innovationskraft im Umbruch

Die Ära der selbstfahrenden Autos hat bereits begonnen: Unternehmen wie Google, Audi und Toyota testen ihre autonomen Fahrzeuge bereits im Straßenverkehr. Die mit umfangreichen Sensoren, Kameras, Assistenzsystemen und Elektronik ausgestatteten Fahrzeuge sollen den Fahrer entlasten, die Sicherheit erhöhen und den Spritverbrauch senken.

Ein Interview mit **Eduard Unzeitig**

Herr Unzeitig, obwohl Fuhrparkbetreiber gerne als Vorreiter für alternative Antriebe gesehen werden, ist der Verbrennungsmotor noch lange kein Auslaufmodell. Mit welchen Maßnahmen können die alternativ angetriebenen Modelle weiter vorangebracht werden?

Eduard Unzeitig: Meiner Meinung nach wird es bei den Verkaufszahlen in den kommenden fünf Jahren keine bemerkenswerten Ausschläge geben – es sei denn, die Bundesregierung lässt sich wieder etwas einfallen. Denn bislang spielen die umweltfreundlichen Technologien auch in den Fuhrparks eine untergeordnete Rolle. Sie kommen höchstens als Pool-Fahrzeuge oder bei größeren Konzernen zum Einsatz, für die das äußere Erscheinungsbild ihrer Flotte hinsichtlich ihres Images relevant ist. Denn zum einen sind

Unternehmen Anreize für jetzige oder zukünftige Mitarbeiter setzen. Da ist es nicht sinnvoll, die Fahrzeugauswahl einzuschränken. Schließlich wird die Attraktivität ja noch gesteigert, wenn der Arbeitnehmer sein Fahrzeug selbst auswählen und konfigurieren kann.

Apple will Gerüchten zufolge in vier Jahren ein eigenes Elektroauto auf die Straße bringen. Wie schätzen Sie die Chancen für E-Mobile grundsätzlich ein?

Dass Elektroautos in Deutschland bislang nicht gut angekommen sind, verwundert mich nicht. Schließlich lösen sie weder Glückgefühle aus, noch sind für kleines Geld zu haben. E-Mobile stehen symbolisch für Vernunft und den ökologischen Fußabdruck – mit diesen Argumenten wird Porsche niemals in Verbindung gebracht. Dennoch steigen die Absatzzahlen des Sportwagenherstellers weiter, da das Thema Emotion beim Auto nach wie vor eine bedeutende Rolle spielt. Und selbst wenn ein Kunde auf der reinen Vernunftsschiene unterwegs ist, muss er für den elektrischen Antrieb einen deutlichen Aufpreis bezahlen. Wer da sofort zugreift, ist entweder überzeugt



Eduard Unzeitig ist Vorsitzender des Aufsichtsrats der AutoBank AG

oder ziemlich gut betucht. Daran wird auch Apple nicht viel ändern können, da das iCar eine ganz andere Klientel als das iPhone anspricht. Deshalb liegt es an der Bundesregierung, der E-Mobilität mit staatlichen Subventionen auf die Sprünge

zu helfen. Wie beispielsweise in Norwegen, das dank zahlreicher Vergünstigungen als Wunderland der Elektromobilität gilt. Und da die Deutschen ja bekannterweise gut über Steuern funktionieren, könnten auch hier Vorteile bei Abschreibungen oder der Ein-Prozent-Regelung einiges bewirken.

Die Digitalisierung ist mittlerweile auch in der Automobilbranche auf dem Vormarsch. Sehen Sie diese Entwicklung als Chance oder Risiko?

Ich sehe die Digitalisierung grundsätzlich eher als Chance – in allen Segmenten. Auch wenn mir das Gefahrenpotenzial, das von Hacker-Angriffen auf den Straßenverkehr ausgeht, durchaus bewusst ist. Aber da vertraue ich den Herstellern, die das Problem sicher in den Griff bekommen werden. Schließlich sind in der Vergangenheit ja bereits Online-Dienste, Bankkonten oder Heizkraftwerke ins Visier der Cyber-Kriminellen geraten, wo raffhin entsprechende Sicherheitslösungen implementiert wurden.

In diesem Kontext gehören autonome Fahrzeuge zu den größten Entwicklungstrends. Wann werden ihrer Meinung nach die ersten selbstfahrenden Autos auf deutschen Straßen unterwegs sein?

Technisch ist das sicher bald möglich, allerdings muss die Genauigkeit der Navigationssysteme weiter optimiert werden, die momentan beispielsweise bei Einfahrt in einen Tunnel ihren Dienst versagen. Allerdings stellt sich mir die Frage, warum wir immer nur die Technik thematisieren. Schließlich gibt es ja auch einige Haftungsfragen, die in diesem Zusammenhang noch geklärt werden müssen. Wer haftet beispielsweise im Falle eines Unfalls? Laut derzeitiger Gesetzgebung ist hierzulande eigentlich der Halter des Fahrzeugs zum Schadenersatz verpflichtet, womit das Risiko abgedeckt wäre. Doch so einfach lässt sich das bei autonomen Fahrzeugen nicht regeln, denn eigentlich müssten ja auch Hersteller, Werkstätten und sogar App-Stores haftbar gemacht werden. Sie sehen, hier sind noch viele Fragen offen!

Lesen statt Lenken

Jeder vierte Autofahrer in Deutschland kann sich grundsätzlich vorstellen, ein selbstfahrendes Fahrzeug zu kaufen. Vor allem junge Männer mit höherem Einkommen sind dem autonomen Fahren gegenüber besonders aufgeschlossen. Zu diesem Ergebnis kommt die erste Trendstudie 2015, bei der LeaseTrend bundesweit über 1.000 Autokäufer befragen ließ, die den Kauf eines Autos planen oder vor kurzem ein Fahrzeug gekauft haben.

Obwohl auf der 66. Internationalen Automobil-Ausstellung elektrifizierte Konzeptfahrzeuge präsentiert wurden und die Bundesregierung weiter an ihren ambitionierten Plänen bis 2020 eine Million Elektroautos auf deutsche Straßen zu bringen festhält, entwickelt sich der Absatz bislang nur schleppend. Dies ist in erster Linie auf Probleme wie die geringe Reichweite, fehlende Ladestationen und die hohen Anschaffungskosten zurückzuführen. Um die Elektromobilität in Deutschland zu fördern, wurde im Juni 2015 das Elektromobilitätsgesetz verabschiedet. Seitdem können die Halter ein spezielles Nummernschild beantragen, mit dem sie in den Genuss bestimmter Sonderrechte kommen. Doch reichen Privilegien wie kostenloses Parken oder eine freigegebene Busspur tatsächlich aus, um in Deutschland einen Run auf E-Mobile auszulösen?

Die Meinung der Autokäufer zeigt, dass es von Seiten des Staates deutlich mehr braucht: Schließlich zieht rund die Hälfte der Befragten den Kauf eines E-Mobils erst bei einem durchschnittlichen Zuschuss von 5.350 Euro in Betracht. Während Frauen eine durchschnittliche Kaufprämie in Höhe von 4.360 Euro erwarten, fangen Männer erst bei 5.630 Euro an, über die Anschaffung eines Stromers nachzudenken. Gleichzeitig steigt der Preis mit zunehmendem Alter. Während sich die Befragten bis 30 Jahre im Durchschnitt noch mit 4.750 Euro zufrieden geben, setzt die Altersklasse 31 bis 50 Jahre 5.360 Euro und die Gruppe 50+ sogar 6.060 Euro voraus. Bei 46 Prozent der Studienteilnehmer können allerdings weder finanzielle Anreize noch



© Fotolia - martalred

andere Privilegien etwas bewirken: Für sie kommt ein E-Mobil grundsätzlich nicht in Frage. Vielen Verbrauchern sind die alternativ angetriebenen Fahrzeuge einfach zu teuer – immerhin gehen die befragten Autofahrer davon aus, dass sie für einen reinen Stromer im Durchschnitt 5.500 Euro mehr als für die herkömmlich angetriebene Variante berappen müssen. Während Frauen die zusätzlichen Aufwendungen auf durchschnittlich 4.300 Euro beziffern, rechnen Männer mit Mehrkosten in Höhe von 5.900 Euro. Die Gruppe 50+ setzt dabei noch höher an – sie geht davon aus, dass ein Elektrofahrzeug durchschnittlich 6.790 Euro teurer ist als das herkömmlich betriebene Pendant.

Jeder Vierte würde Google fahren

Über E-Mobile hinaus sind wir derzeit Zeugen eines weiteren Technologie-sprungs. Was gestern noch nach Science-Fiction klang, wird in absehbarer Zeit zur Realität: Autonome Fahrzeuge gehören zu den größten Entwicklungstrends, die den Automobilmarkt in den kommenden Jahren stark beeinflussen werden. Unternehmen wie Google, Audi und Toyota testen zurzeit ihre selbstfahrenden Wagen im Straßenverkehr. Die mit umfangreichen

Sensoren, Kameras, Assistenzsystemen und Elektronik ausgestatteten Fahrzeuge sollen den Fahrer entlasten, die Sicherheit erhöhen und den Spritverbrauch senken. „Über den künftigen Erfolg der autonomen Fahrzeuge entscheidet neben dem Preis vor allem die Akzeptanz“, sagt LeaseTrend-Geschäftsführer Gerhard Fischer. „Etwa die Hälfte der Autofahrer kann sich derzeit nicht vorstellen, das Lenken vollständig dem Computer zu überlassen.“

Verlust persönlicher Freiheit

Allerdings wäre jeder vierte Studienteilnehmer grundsätzlich dazu bereit. Dabei signalisiert vor allem die „neue“ Generation von Autokäufern Interesse, deren Mobilitätsverhalten sich parallel mit den neuen Informations- und Kommunikationstechnologien entwickelt hat. So ziehen insbesondere junge Männer mit höherem Einkommen den Kauf eines Google-Autos oder iCars von Apple in Betracht: Ein Großteil der potenziellen Kunden ist demnach männlich (26 Prozent), zwischen 31 und 50 Jahren alt (29 Prozent) und verdient im Monat zwischen 3.000 und 4.000 Euro (34 Prozent). Frauen und ältere Personen vertrauen dagegen lieber auf ihre eigenen Fahrkünste: Lediglich 16 Pro-

zent der über 50-Jährigen und 17 Prozent der Frauen können sich vorstellen, sich in Zukunft vom Google-Chauffeur um den Block kutschieren zu lassen. Denn trotz ihrer Vorteile wird die Technologie noch von vielen Autofahrern kritisch gesehen. Immerhin befürchtet mehr als die Hälfte der Autokäufer, dass die Freude am Fahren dabei auf der Strecke bleibt. 42 Prozent der Befragten haben zudem Bedenken, in ihrer persönlichen Freiheit beschnitten zu werden. Sicherheitsbedenken gibt es dagegen weniger: Lediglich ein knappes Drittel sieht in Roboterautos eine Gefährdung für Fahrer, Passagiere oder den Straßenverkehr.

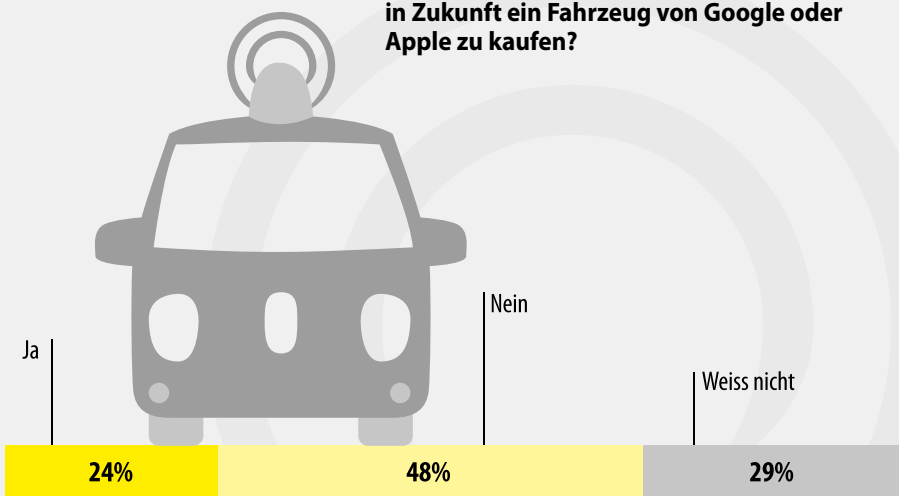
Datensammlung wird kritisch gesehen

Um in Zukunft eigenständig und sicher durch den Straßenverkehr zu navigieren,

benötigen automatisierte Autos unzählige Echtzeitdaten, zu denen auch die Daten anderer Fahrzeuge gehören können. Entsprechend trifft die Vernetzung auch nicht bei allen Autokäufern auf vorbehaltlose Zustimmung. Jedenfalls möchte mehr als die Hälfte der Befragten den Automobilherstellern keine persönlichen Daten preisgeben, während ein Viertel von ihnen keine Probleme mit der rollenden Datensammlung hat. Unbesorgt sind vor allem diejenigen, die sich den Kauf eines Google-Autos oder iCars vorstellen können: Fast 60 Prozent von ihnen würden auch den Zugang zu persönlichen Daten erlauben. Dabei sollten sie jedoch nicht außer Acht lassen, dass mit der Konnektivität auch die Einfallstore für Hacker geöffnet werden, weshalb dem Datenschutz eine besondere Rolle zukommt.

IN ZAHLEN

Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, in Zukunft ein Fahrzeug von Google oder Apple zu kaufen?



IMPRESSUM

Herausgeber: LeaseTrend AG
Verantwortlich für den Inhalt:
Gerhard Fischer, LeaseTrend AG,
Keltenring 15,
82041 Oberhaching/München

Realisierung:
AD HOC PR GmbH, Gütersloh
Redaktion: Nicole Heymann (Lt.),
Tobias Thiele, Peter Westphal
Grafik-Design: Lars Haberl

KURZ UND BÜNDIG

Vorzüge für E-Mobile

Um den Verkauf von E-Mobilen hierzulande anzukurbeln, führt die Bundesregierung jetzt ein eigenes Kennzeichen für die Fahrzeuge ein. Wer im Nummernschild ein großes E am Ende trägt, kann in Zukunft dank des in Kraft getretenen Elektromobilitätsgesetzes bestimmte Privilegien nutzen. Dazu gehört beispielsweise kostenloses Parken in den Innenstädten oder die Nutzung der Busspur – vorausgesetzt, dass die jeweilige Kommune die Voraussetzungen dafür schafft. Darüber hinaus soll die Akzeptanz der Stromer durch ihre Befreiung von der Kfz-Steuer und ein flächendeckendes Netz von Schnellladesäulen an Autobahnraststätten erhöht werden.

Niedriges Gehalt, kleiner Dienstwagen

Laut dem aktuellen Firmenwagenmonitor des Vergütungsportals „Gehalt.de“ hängt die Größe des Firmenwagens von der Branche des Arbeitnehmers ab. Demnach fahren Banker mit einem durchschnittlichen Bruttolistenpreis von 46.000 Euro die teuersten Firmenautos, gefolgt von Beschäftigten aus der Computerbranche und der Automobilindustrie. Dabei schneiden Frauen schlechter als ihre männlichen Kollegen ab: Auf Führungsebene bekommen fast doppelt so viele Männer einen Dienstwagen gestellt, die rund 9.000 Euro teurer sind als die der weiblichen Führungskräfte.

Erhebliche Mängel bei Pkw

Nach Angaben der Prüfgesellschaft GTÜ sind im ersten Halbjahr 2015 rund 40 Prozent der Fahrzeuge mit sicherheitsrelevanten Mängeln zur Hauptuntersuchung gefahren. Bei fast jedem vierten Auto wegen die Mängel sogar so schwer, dass keine Prüfplakette erteilt wurde. Dies ist laut Prüfororganisation auf vernachlässigte Wartung und das steigende Pkw-Alter zurückzuführen, das sich durchschnittlich auf neun Jahre beläuft – Tendenz steigend.