



Continental-Mobilitätsstudie 2011

Klaus Sommer
Hannover, 15.12.2011

Inhalte der Studie

Bedeutung der Elektromobilität in der zukünftigen Alltagsmobilität

Urbanisierung

- ▶ Was sind die Herausforderungen in der Alltagsmobilität für internationale Metropolen?
- ▶ Welche Vorstellungen haben die Planer von einer nachhaltigen Mobilität?
- ▶ Welche Rahmenbedingungen sind erforderlich, um E-Mobilität zu fördern?

Nutzungsmuster

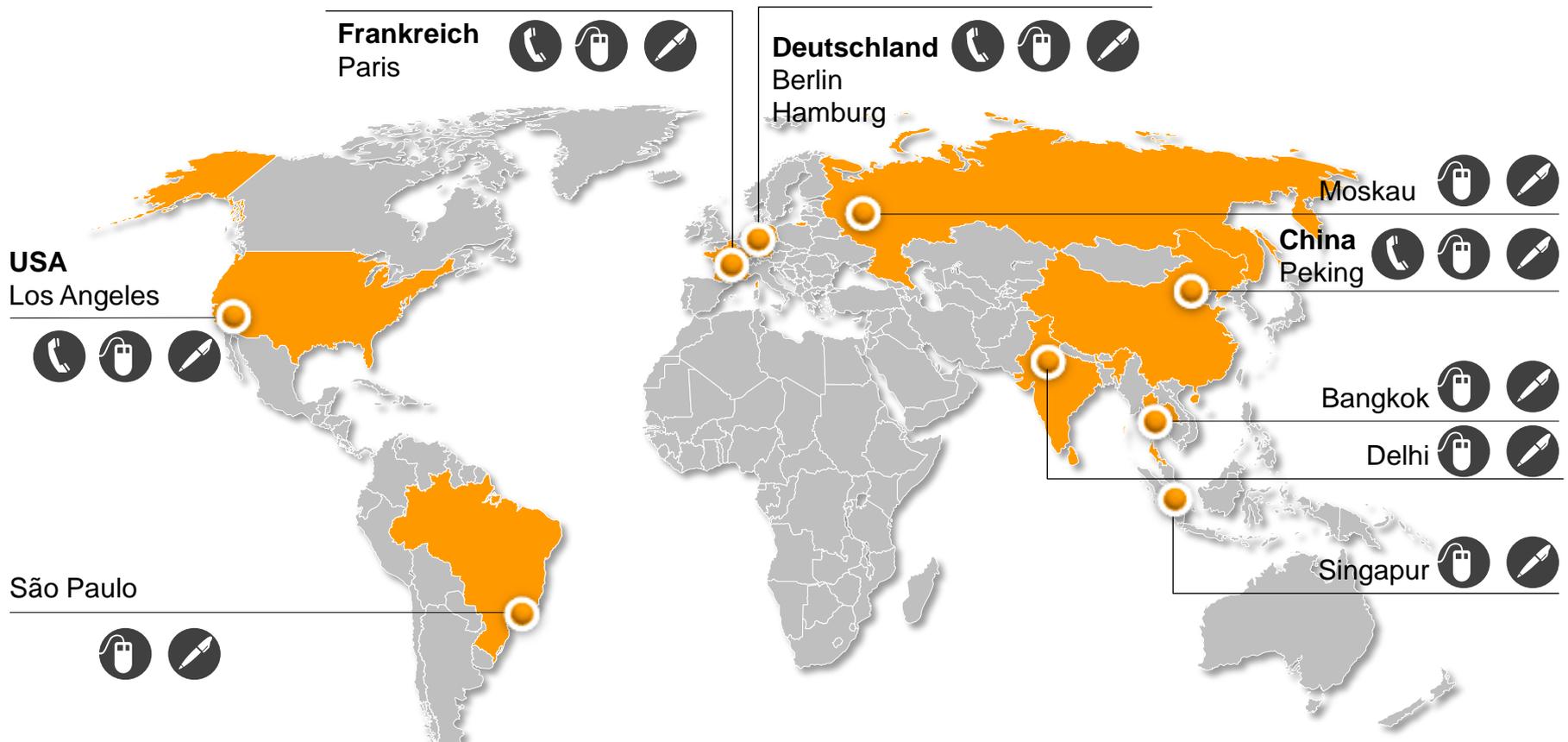
- ▶ Wie sieht die aktuelle Nutzung des Autos aus?
- ▶ Welche Unterschiede gibt es zwischen einzelnen Ländern und Regionen?
- ▶ Was sind die Anforderungen an neue Antriebsformen?

Kundenerwartungen

- ▶ Wer erwartet was von (seinem) Auto?
- ▶ Wie unterscheiden sich die Erwartungen zwischen einzelnen Zielgruppen und wie reagieren die Hersteller?
- ▶ Wie verändert sich Mobilität und welche neuen Geschäftsmodelle entstehen?

Continental-Mobilitätsstudie 2011

Regionale Erfassung – 4 Länder und 10 Metropolen



- telefonische Interviews mit Auto-Nutzern (1.000 pro Land)
- Online-Interviews mit jungen Erwachsenen (500 pro Stadt)
- Experten-Interviews

Continental-Mobilitätsstudie 2011

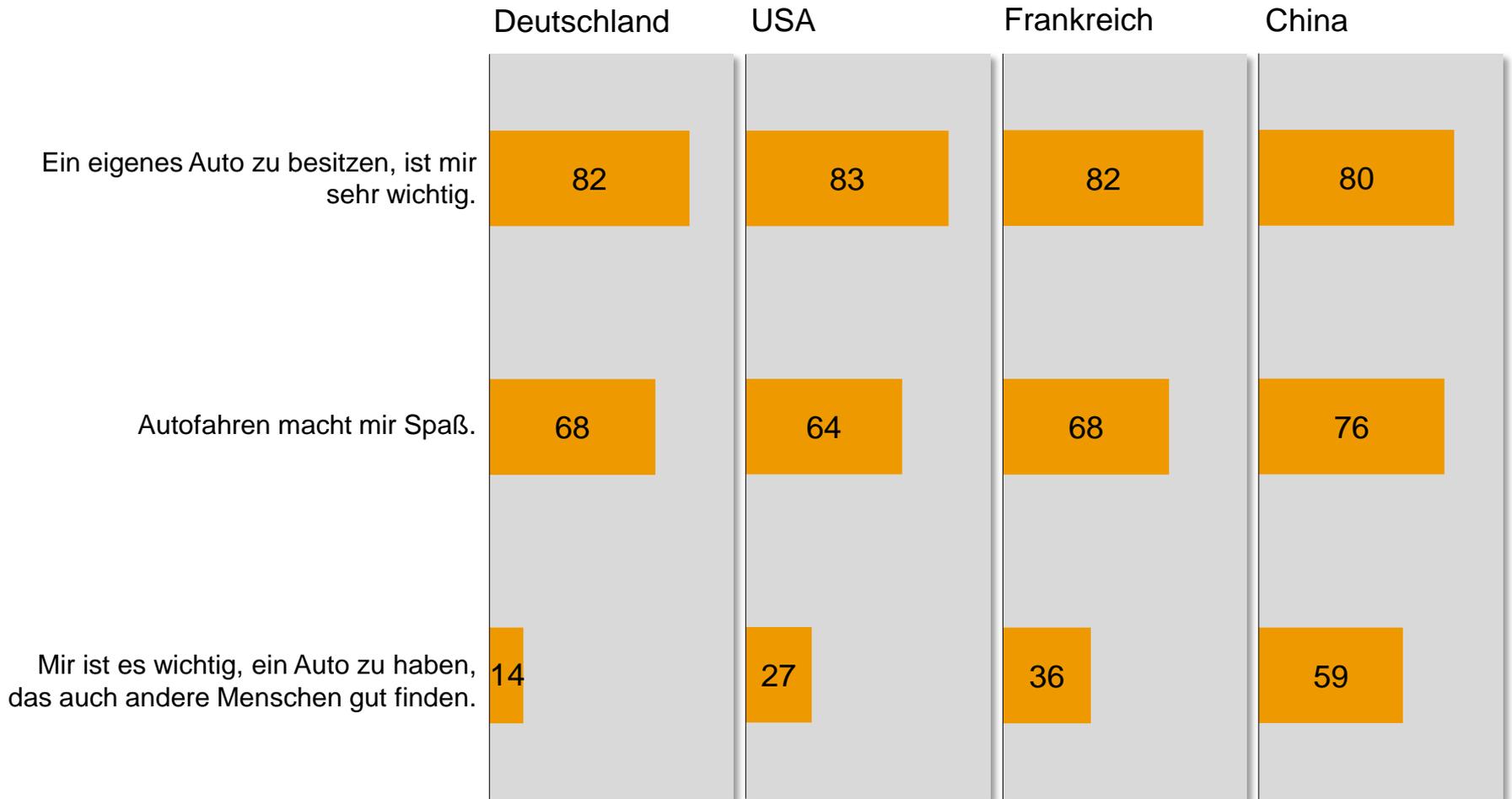
Themenschwerpunkte der Studie

1. Grundstimmung
2. Pkw-Nutzungsmuster
3. Bekanntheit und Wissensstand
4. Erwartung und Kaufbereitschaft
5. Käuferpotenziale im Vergleich
6. Blick in die Zukunft
7. Zusammenfassung und Ausblick



Einstellung zum Autofahren im Ländervergleich

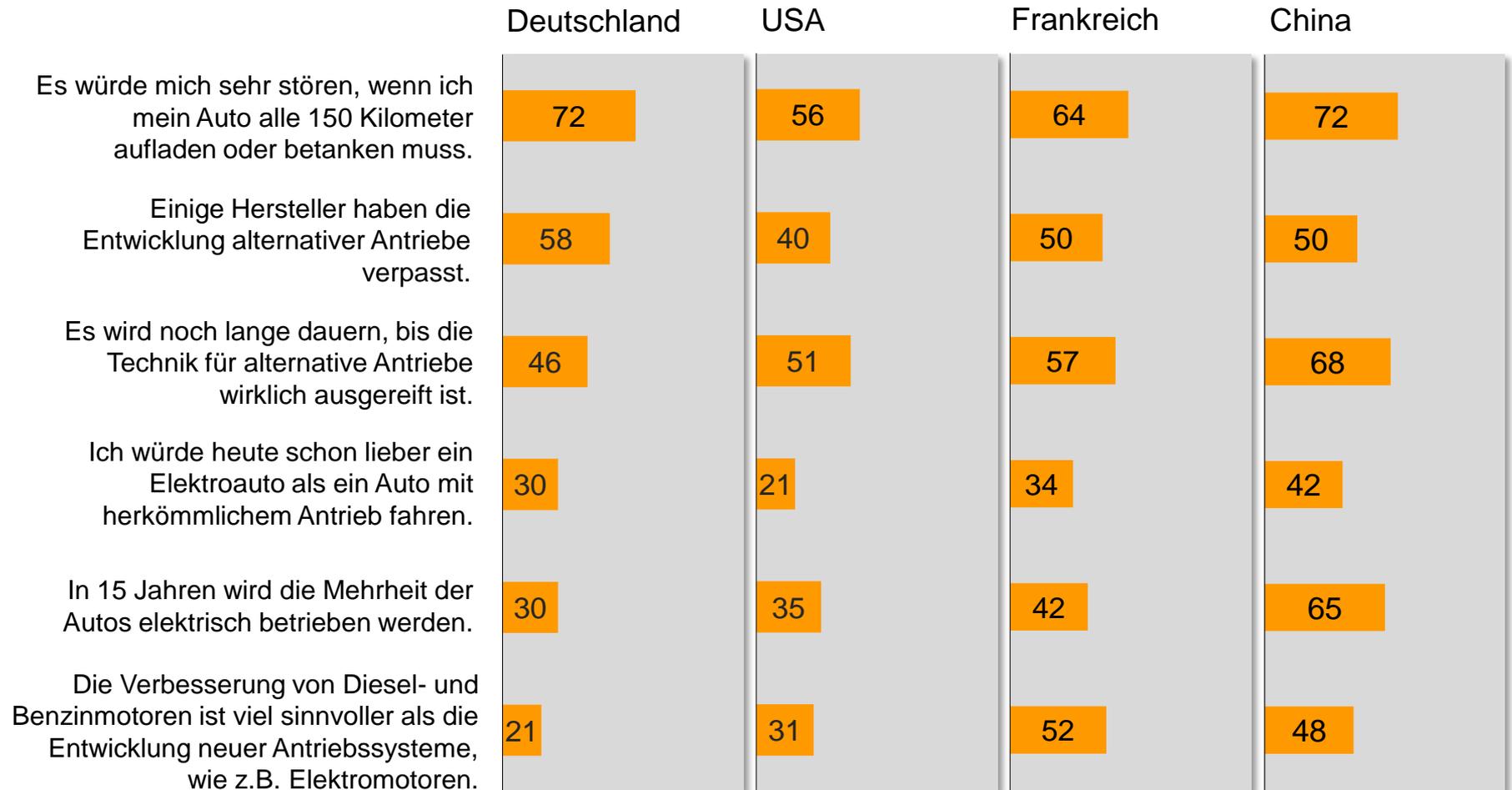
Unterschiede beim Status des Autos, sonst sehr ähnliche Muster



📞 Hauptnutzer eines Autos | Top-Boxen; Angaben in Prozent

Einschätzung der Bedeutung alternativer Antriebe

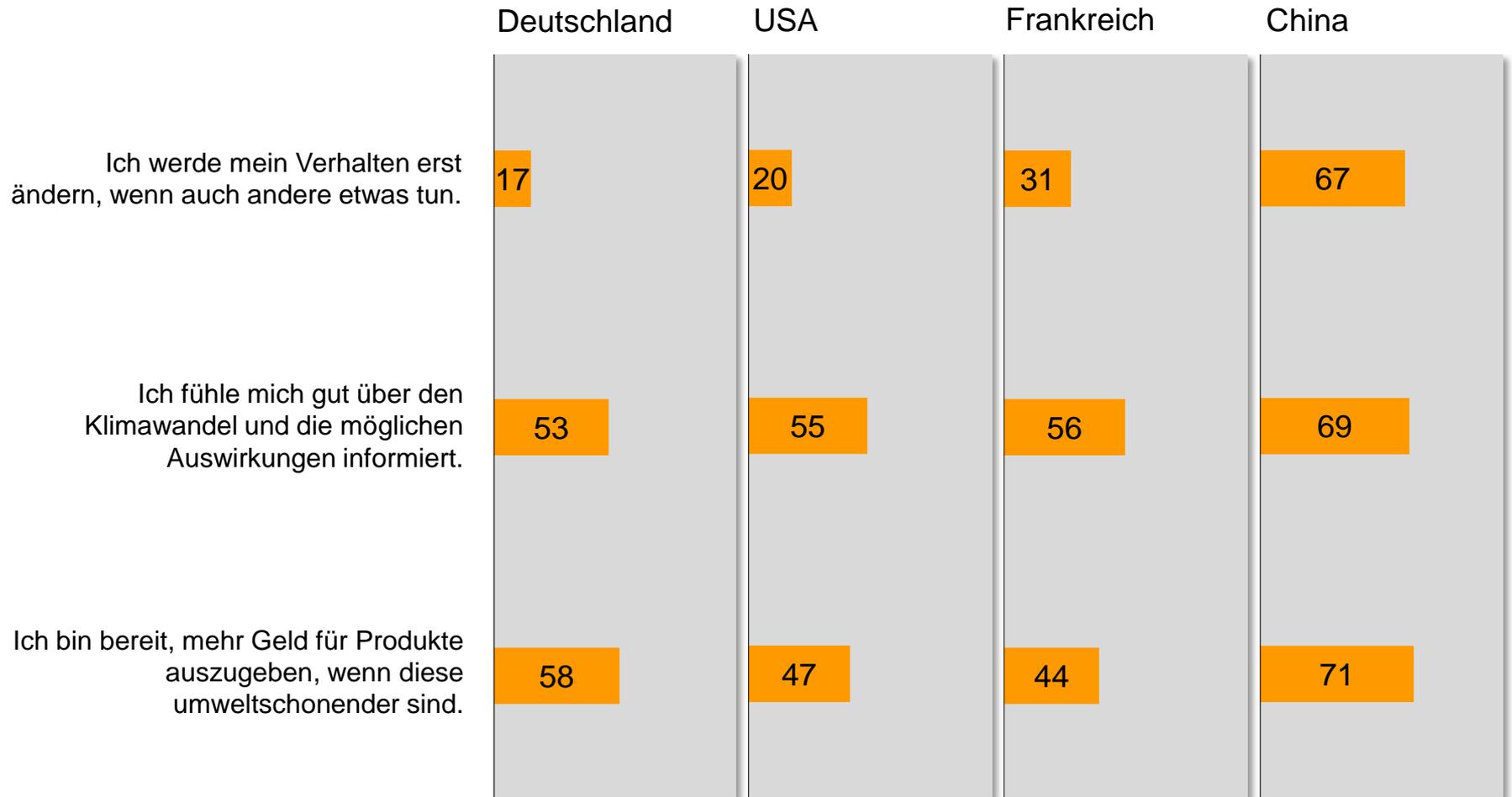
Reichweite für die Mehrheit wichtig, Kunden weiter als Hersteller?



 Hauptnutzer eines Autos | nur Befragte, die einen Hybrid- oder Elektroantrieb kennen | Top-Boxen; Angaben in Prozent

Bereitschaft, zum Umweltschutz beizutragen

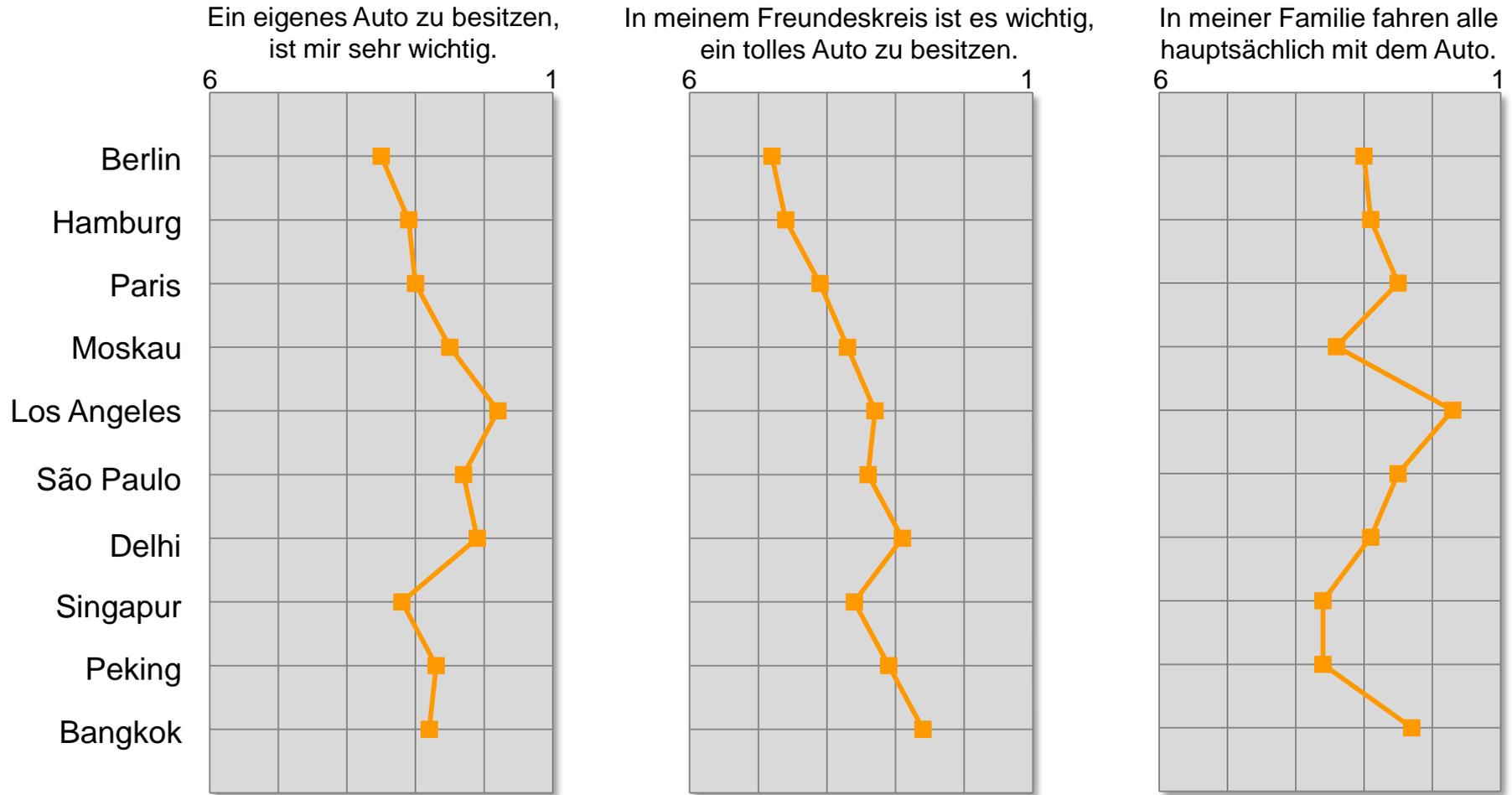
Mehrheit fühlt sich über Klimawandel informiert



 Hauptnutzer eines Autos | Top-Boxen; Angaben in Prozent

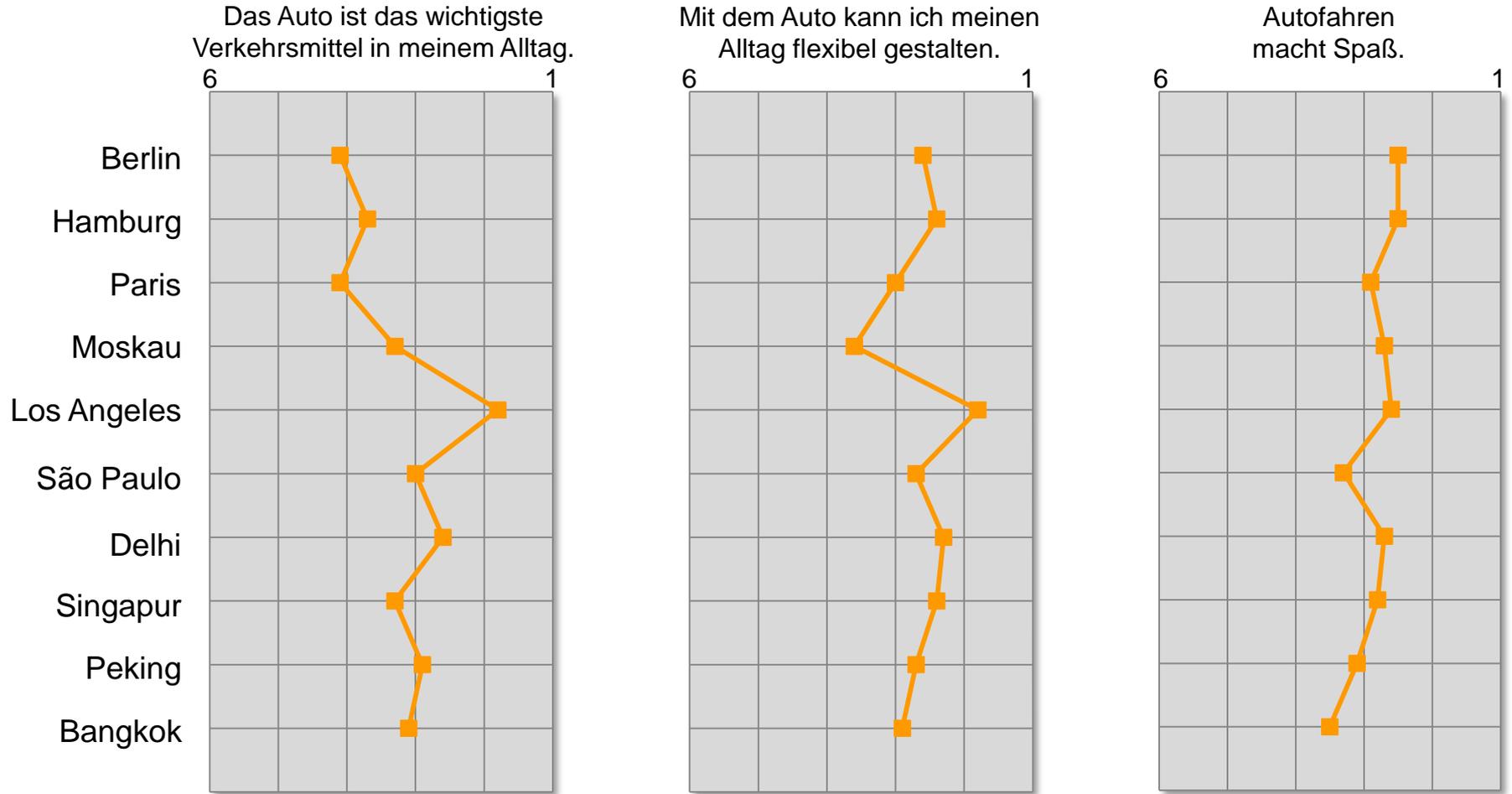
Stellenwert des Autobesitzes in den Metropolen

in asiatischen und amerikanischen Metropolen höher!



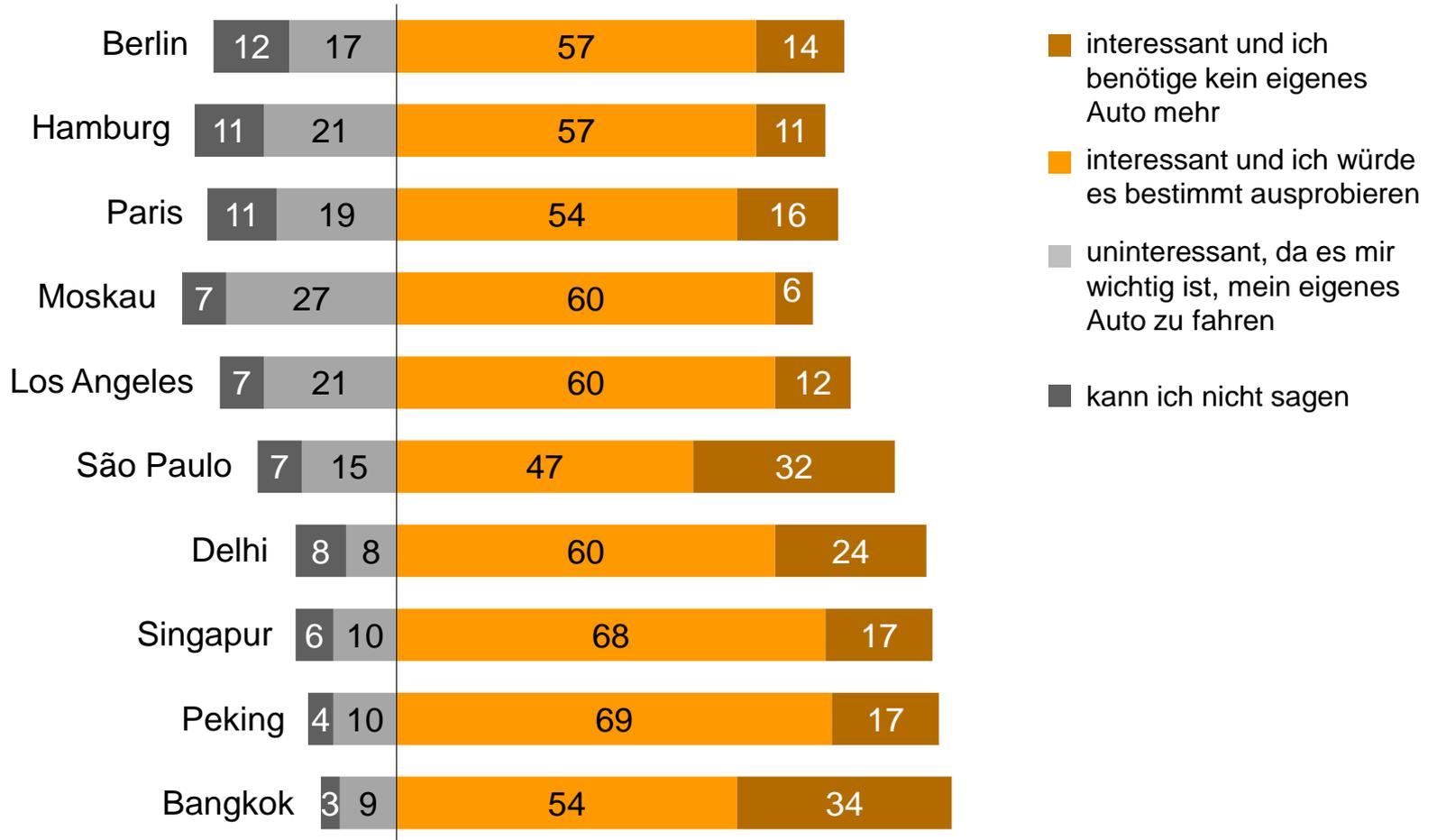
junge Erwachsene (18 bis 35 J.) | Mittelwerte auf einer Skala von 1="trifft voll und ganz zu" bis 6="trifft ganz und gar nicht zu"

Stellenwert des Autos im Alltag nicht in allen Metropolen wichtig!



junge Erwachsene (18 bis 35 J.) | Mittelwerte auf einer Skala von 1="trifft voll und ganz zu" bis 6="trifft ganz und gar nicht zu"

Interesse an flexibel mietbaren Autos innerhalb Stadtflotte für viele attraktiv



 junge Erwachsene (18 bis 35 J.) | Angaben in Prozent

Continental-Mobilitätsstudie 2011

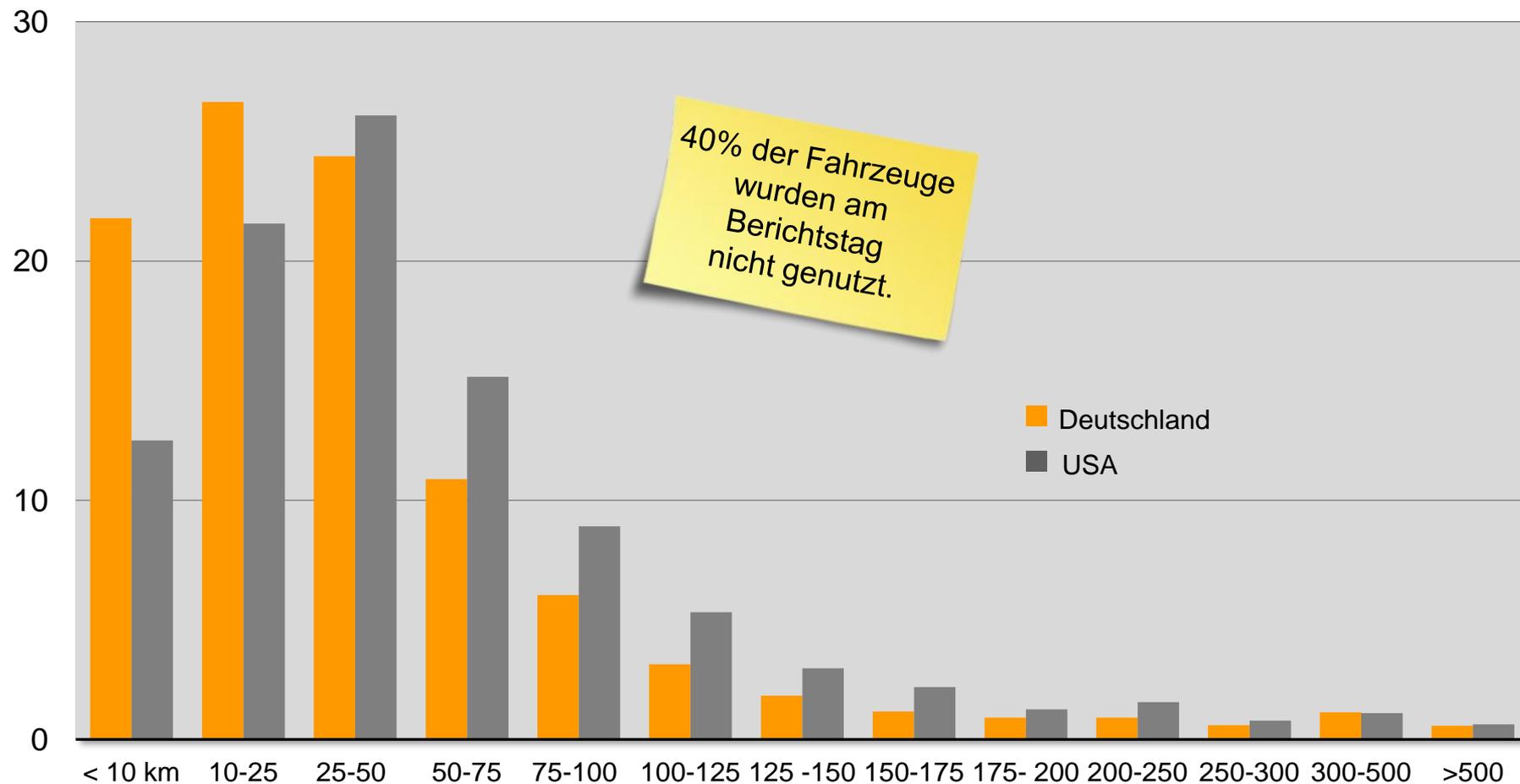
Themenschwerpunkte der Studie

1. Grundstimmung
- 2. Pkw-Nutzungsmuster**
3. Bekanntheit und Wissensstand
4. Erwartung und Kaufbereitschaft
5. Käuferpotenziale im Vergleich
6. Blick in die Zukunft
7. Zusammenfassung und Ausblick



Verteilung der Auto-Tagesstrecken – USA und Deutschland

Neun von zehn Fahrzeugen mit weniger als 100 km täglich



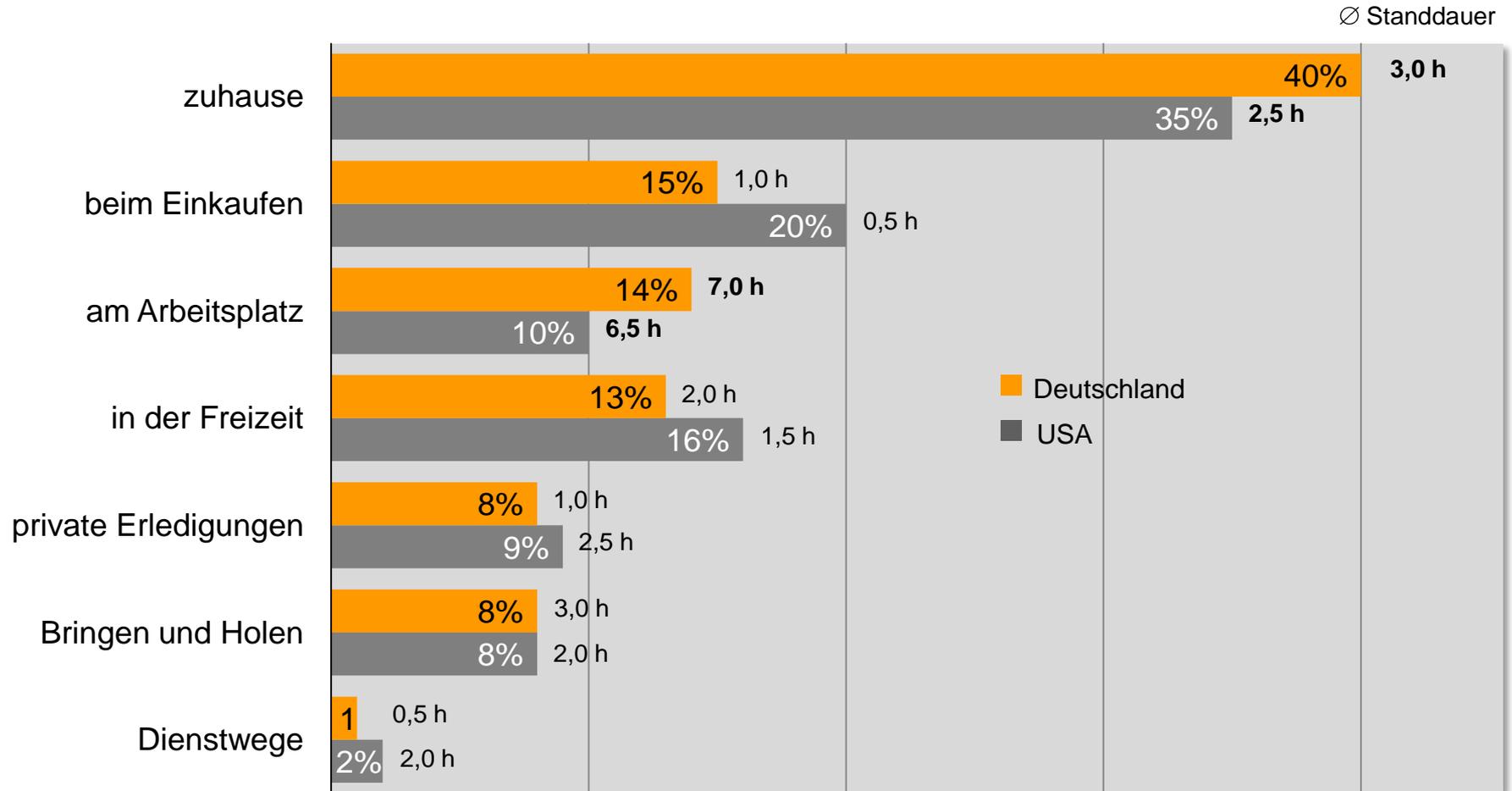
Sekundäranalyse | Pkw in privaten Haushalten | Angaben in Prozent

Continental-Mobilitätsstudie 2011

Klaus Sommer (Marktforschung Automotive, Continental)



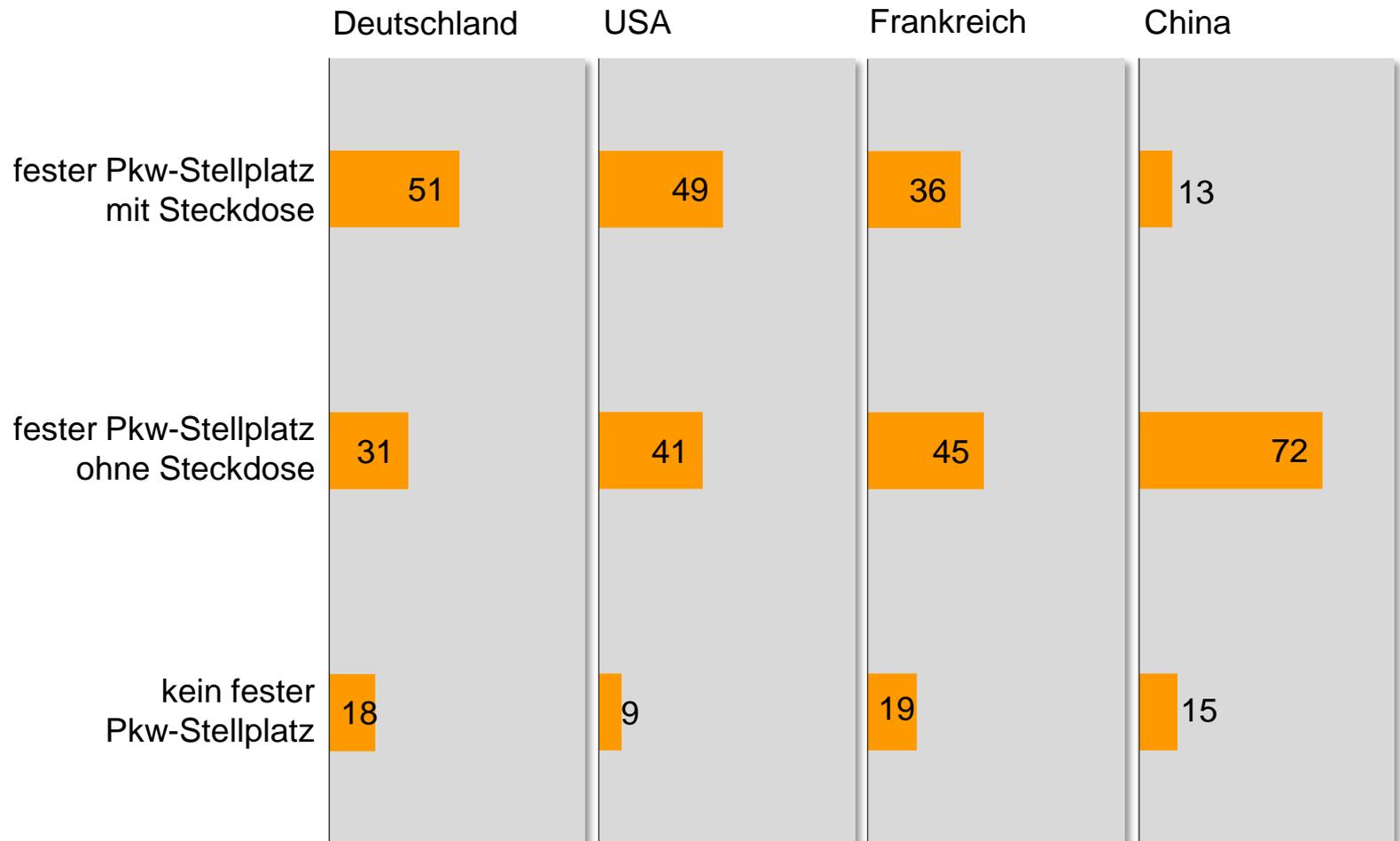
Wo und wie lange stehen Autos zwischen zwei Wegen? häufig zuhause und länger am Arbeitsplatz



Sekundäranalyse | Autowege am Stichtag in Prozent (ohne Standort/Standzeit über Nacht) | durchschnittliche Standdauer des Autos in Stunden

Potenzial Ladestationen

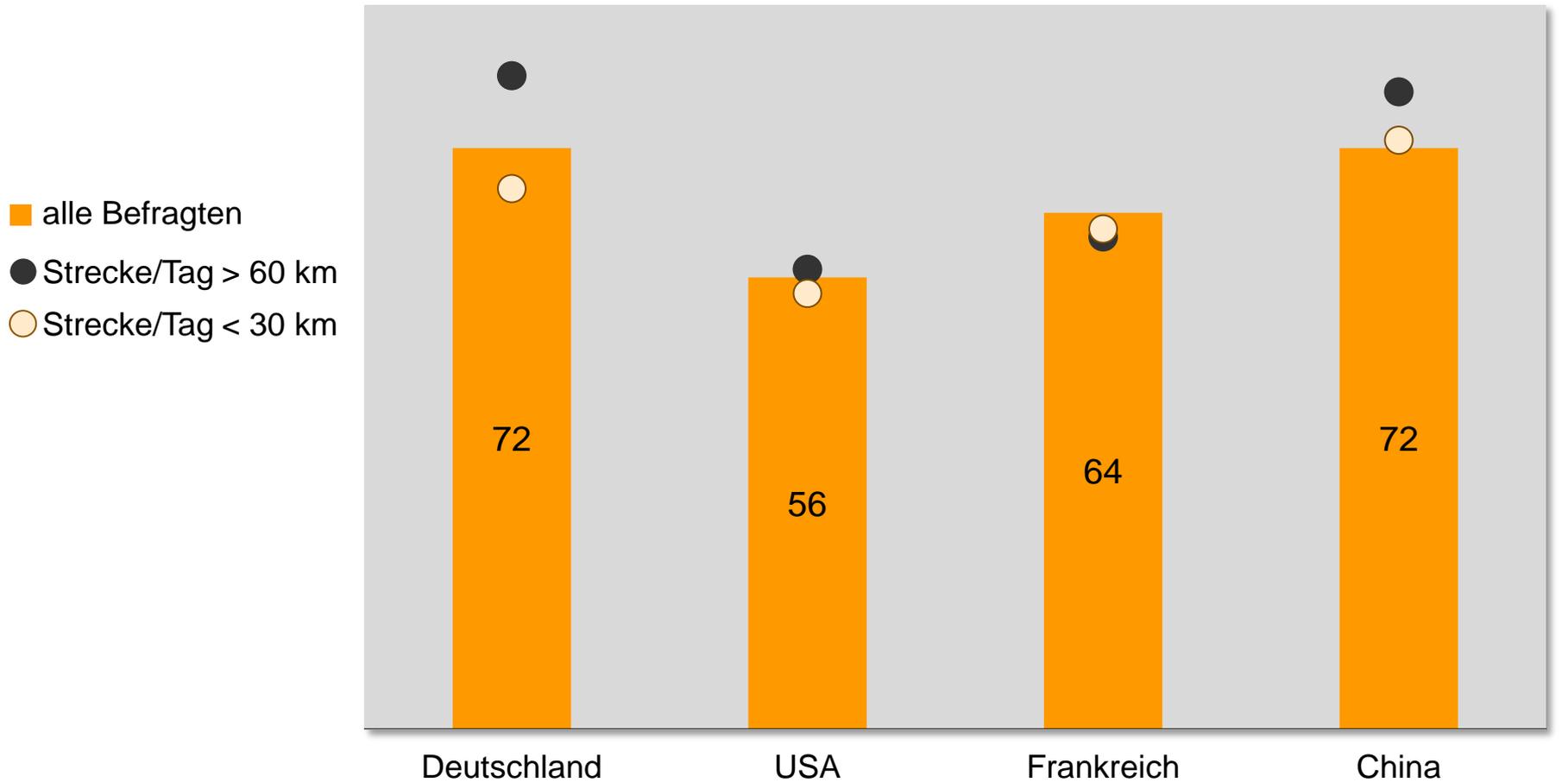
Mehrheit der Autos steht zu Hause auf festem Stellplatz



 Hauptnutzer eines Autos | Top-Boxen; Angaben in Prozent

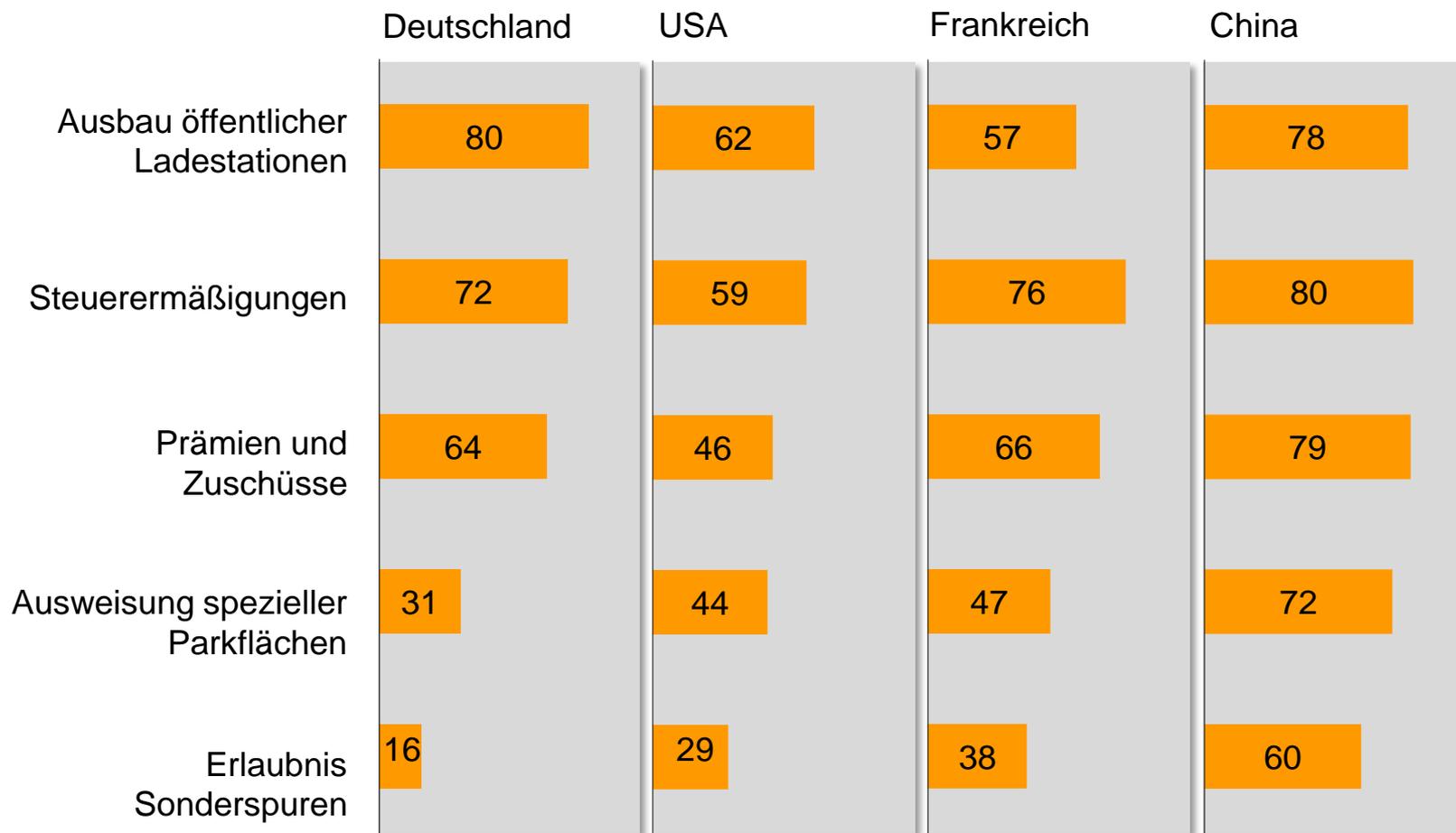
Zusammenhang zwischen Tagesstrecke und Reichweitenangst schon Kurzstreckenfahrer mit Bedenken

„Es würde mich sehr stören, wenn ich mein Auto alle 150 Kilometer aufladen oder betanken muss.“



☎ Hauptnutzer eines Autos | Top-Boxen | Angaben in Prozent

Bedeutung staatlicher Fördermöglichkeiten: Ausbau der Infrastruktur und finanzielle Anreize am wichtigsten



 Hauptnutzer eines Autos; nur Befragte, die einen Hybrid- oder Elektroantrieb kennen | Top-Boxen | Angaben in Prozent

Continental-Mobilitätsstudie 2011

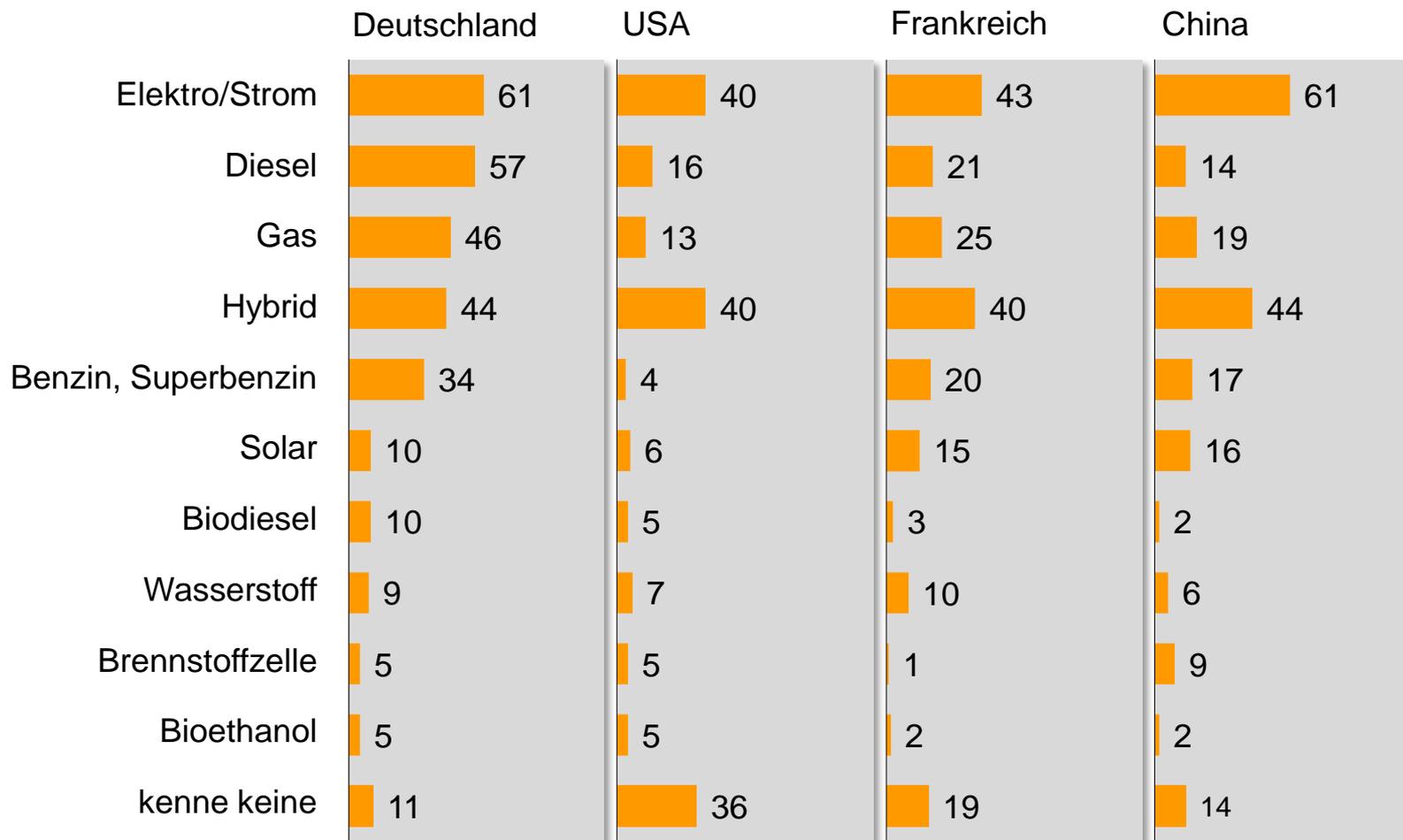
Themenschwerpunkte der Studie

1. Grundstimmung
2. Pkw-Nutzungsmuster
3. Bekanntheit und Wissensstand
4. Erwartung und Kaufbereitschaft
5. Käuferpotenziale im Vergleich
6. Blick in die Zukunft
7. Zusammenfassung und Ausblick



Spontane Bekanntheit kraftstoffsparender Antriebsarten

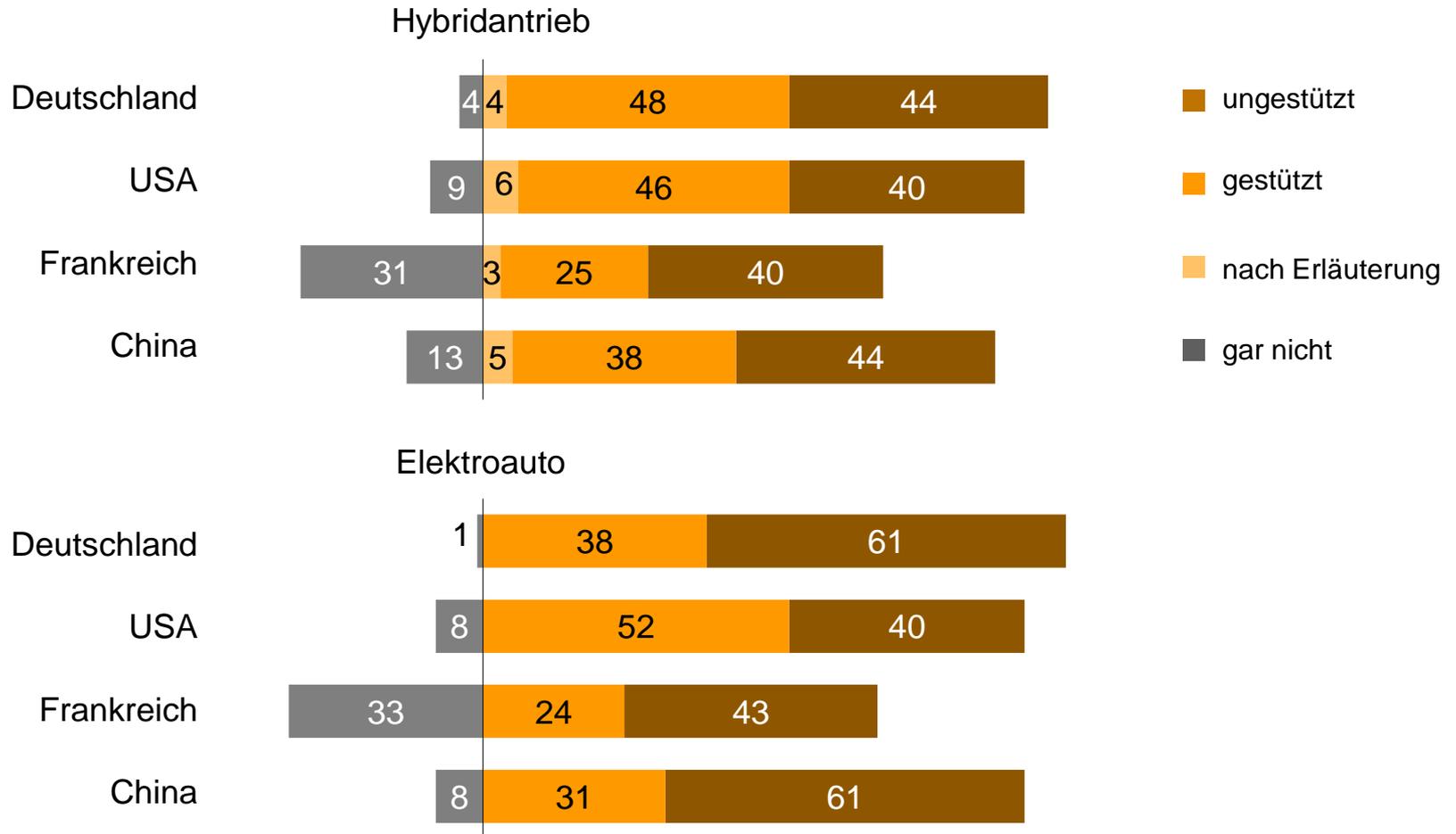
Chinesen und Deutsche nennen Elektro und Hybrid häufiger



 Hauptnutzer eines Autos | Angaben in Prozent | Mehrfachnennung möglich

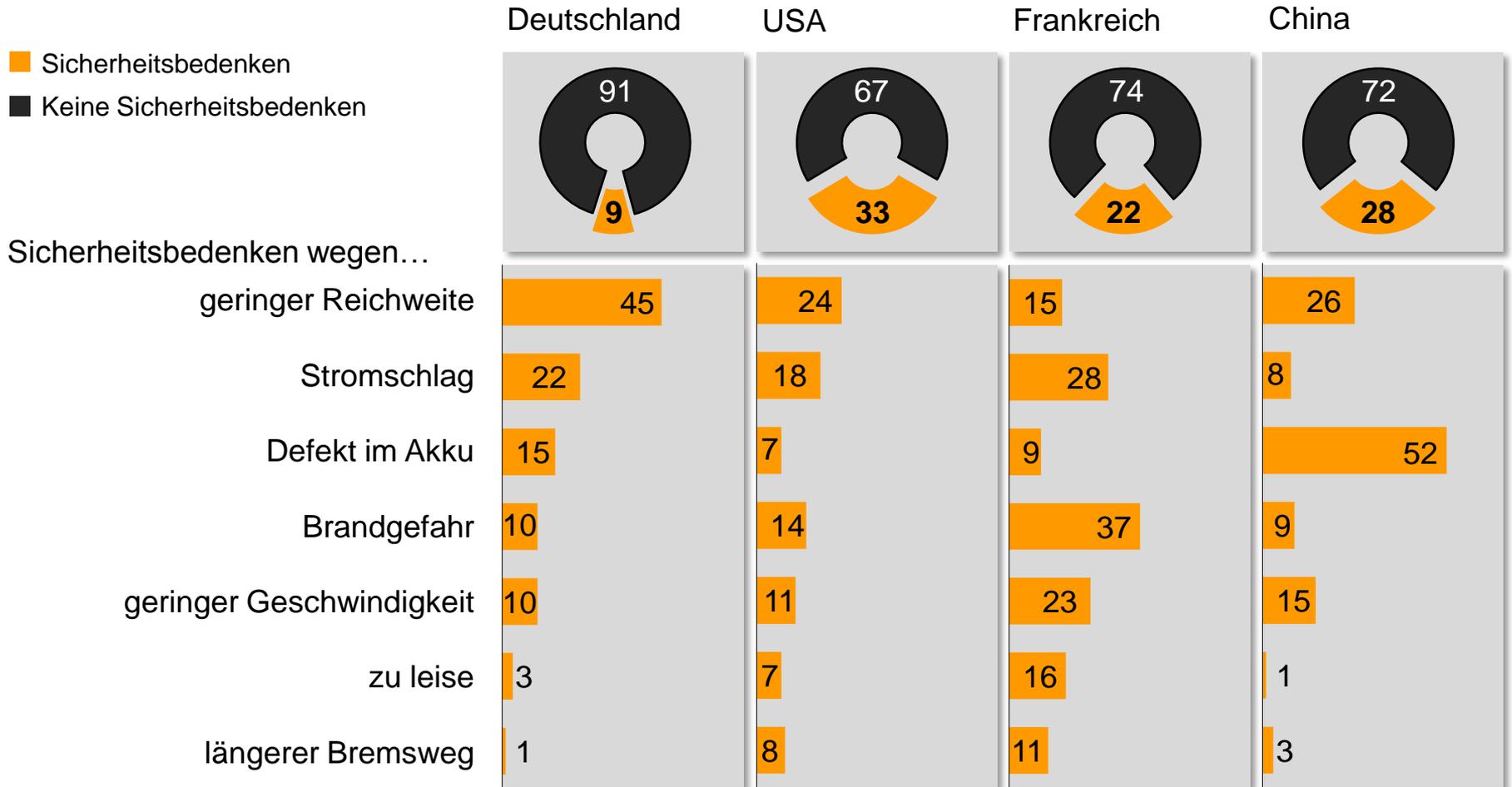
Bekanntheit Hybrid- und Elektroauto - Ländervergleich

französische Autofahrer schlechter informiert?



Hauptnutzer eines Autos | Angaben in Prozent | Mehrfachnennung möglich

Sicherheitsbedenken gegenüber Elektroautos vor allem in Deutschland hohes Zutrauen

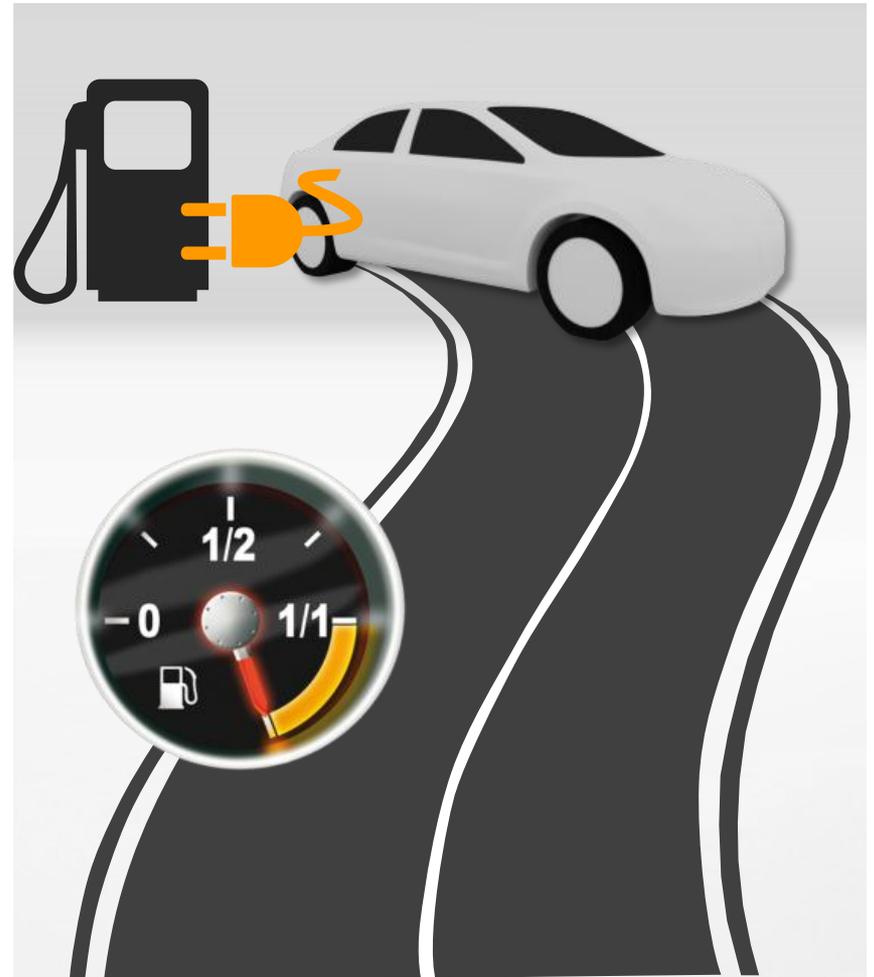


Hauptnutzer eines Autos; nur Befragte, die den Elektroantrieb kennen | Angaben in Prozent | Mehrfachnennung möglich

Continental-Mobilitätsstudie 2011

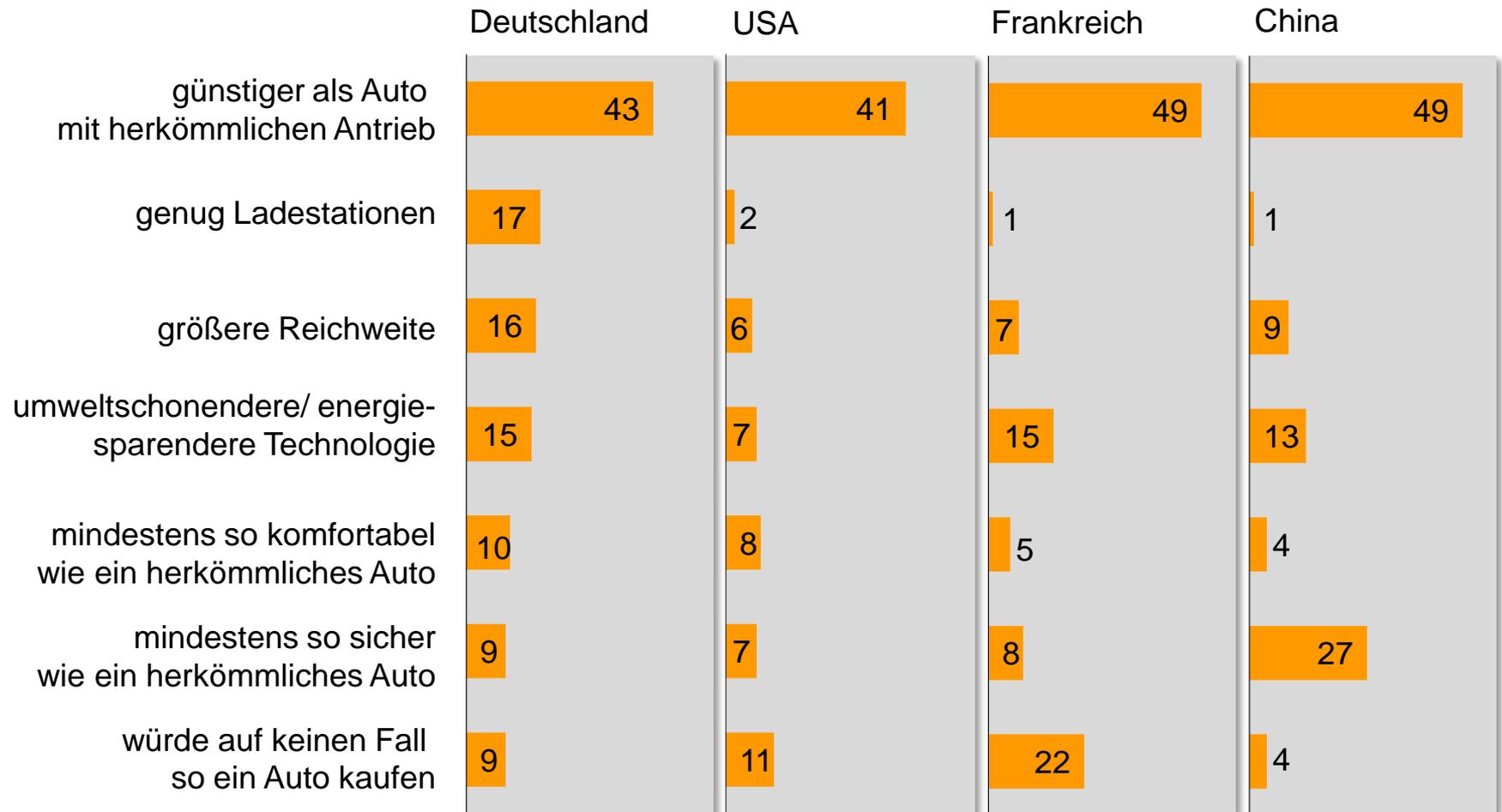
Themenschwerpunkte der Studie

1. Grundstimmung
2. Pkw-Nutzungsmuster
3. Bekanntheit und Wissensstand
- 4. Erwartung und Kaufbereitschaft**
5. Käuferpotenziale im Vergleich
6. Blick in die Zukunft
7. Zusammenfassung und Ausblick



Voraussetzung zum Kauf eines Hybrid- oder Elektroautos

Vor allem Preisaspekte wichtig

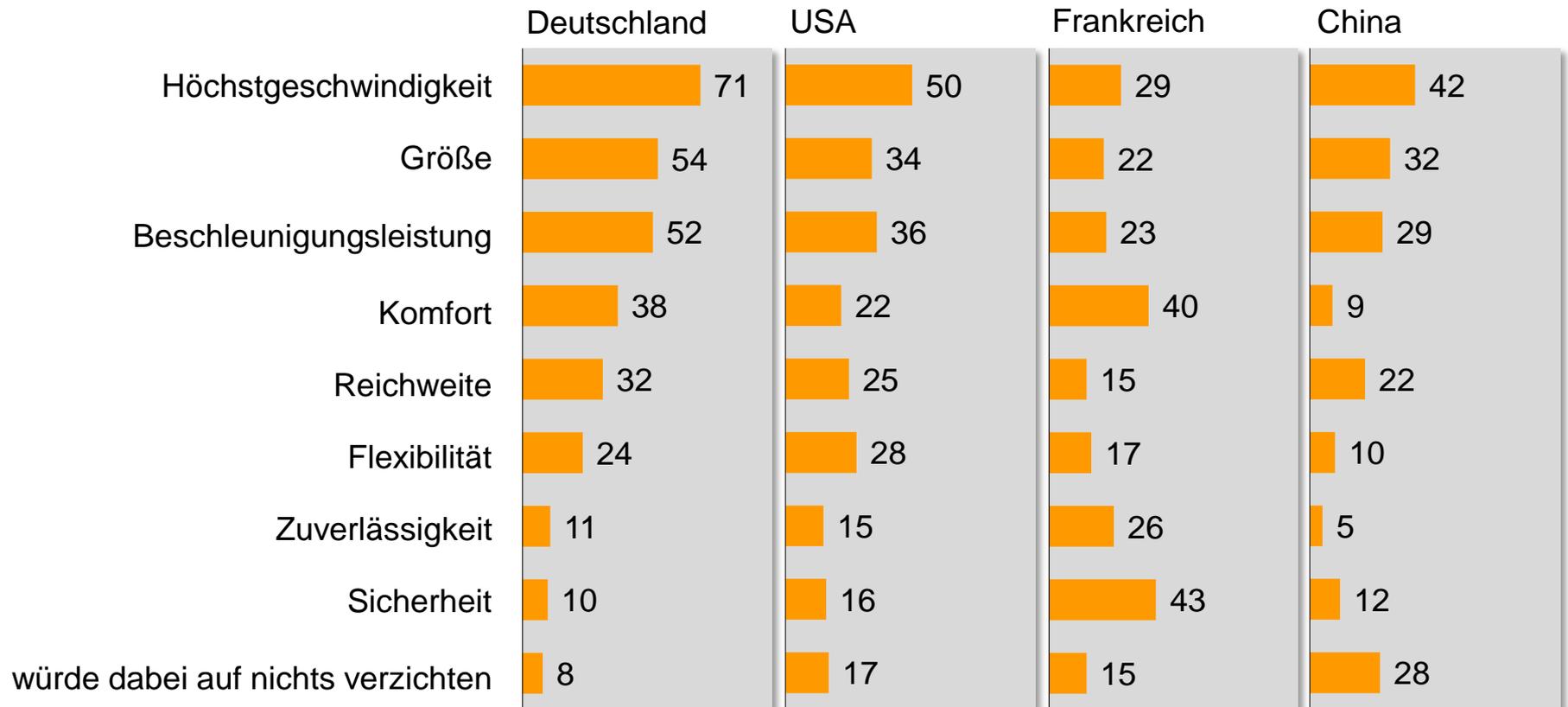


 Hauptnutzer eines Autos; nur Befragte, die einen Hybrid- oder Elektroantrieb kennen | Angaben in Prozent | Mehrfachnennung möglich

Verzicht zugunsten eines alternativen Antriebs

Kein Geschwindigkeitsrausch in Deutschland...

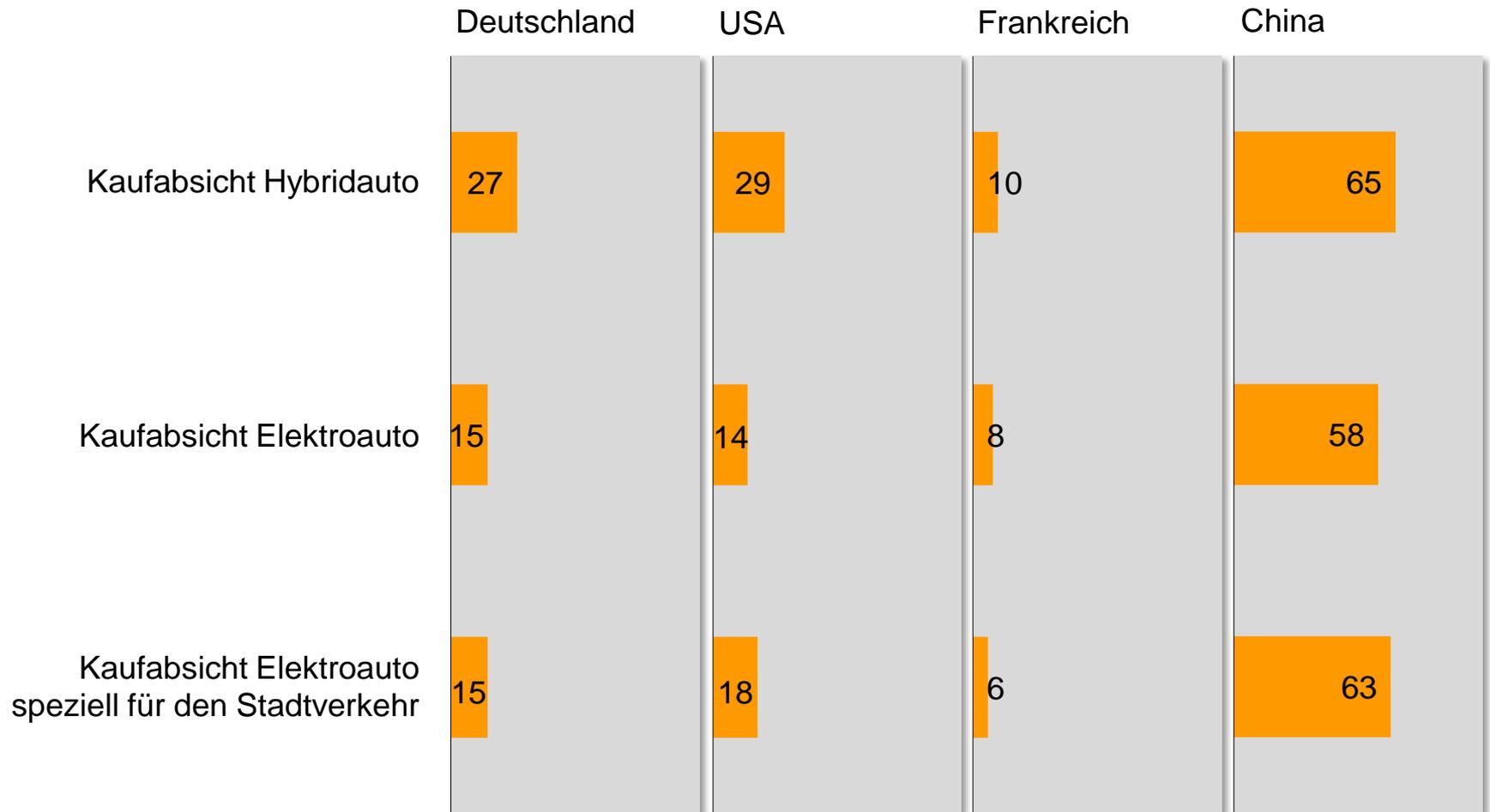
Sind Sie bei der Entscheidung für ein Auto mit alternativem Antrieb grundsätzlich bereit, auf folgende Faktoren zu verzichten?



Hauptnutzer eines Autos; nur Befragte, die einen Hybrid- oder Elektroantrieb kennen | Angaben in Prozent | Mehrfachnennung möglich

Kaufbereitschaft Auto mit alternativem Antrieb

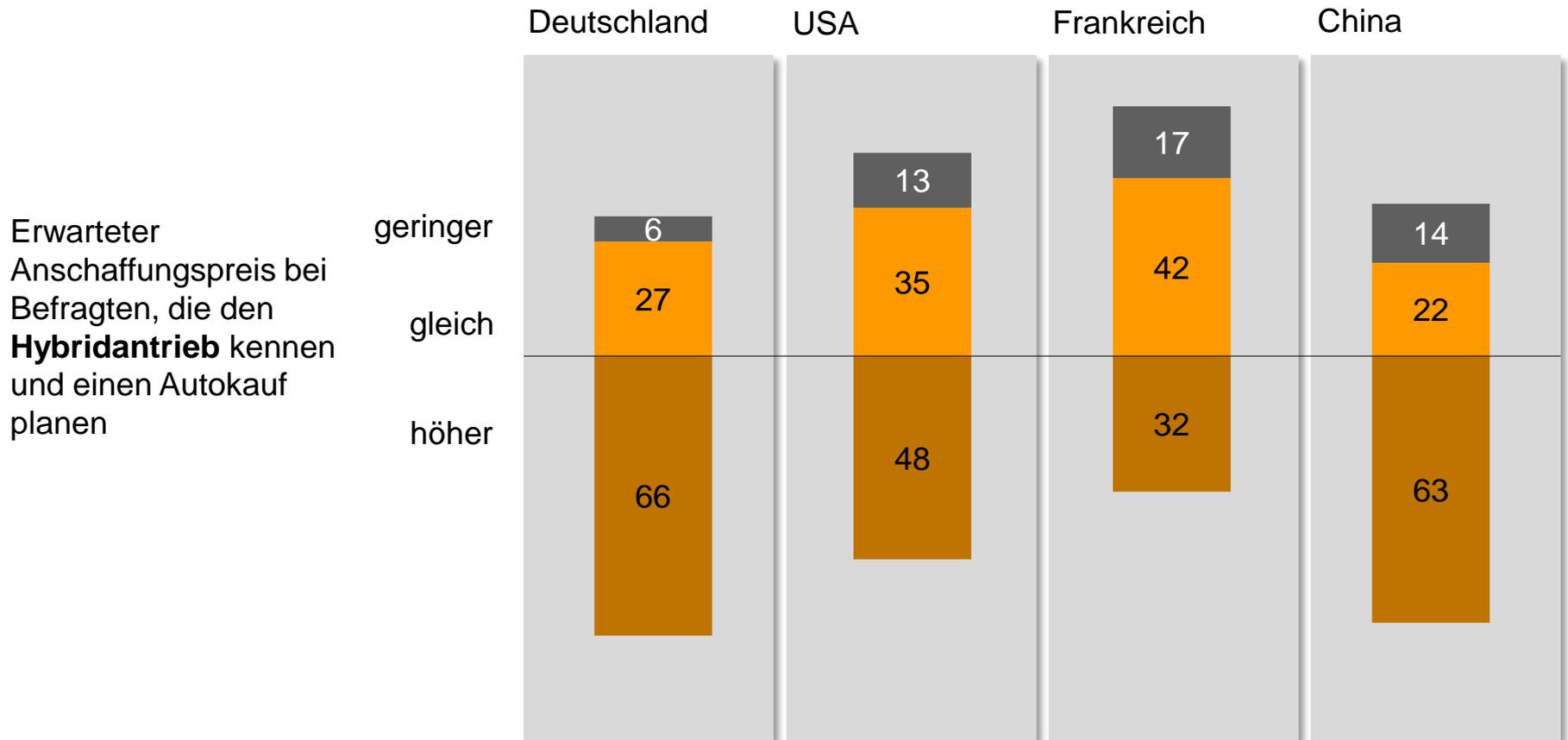
Mehrheit der chinesischen Autofahrer ist aufgeschlossen



☎ Hauptnutzer eines Autos | Angaben in Prozent | nur Anteile „wahrscheinlich“ und „ganz bestimmt“

Erwartung an den Anschaffungspreis eines Hybridautos

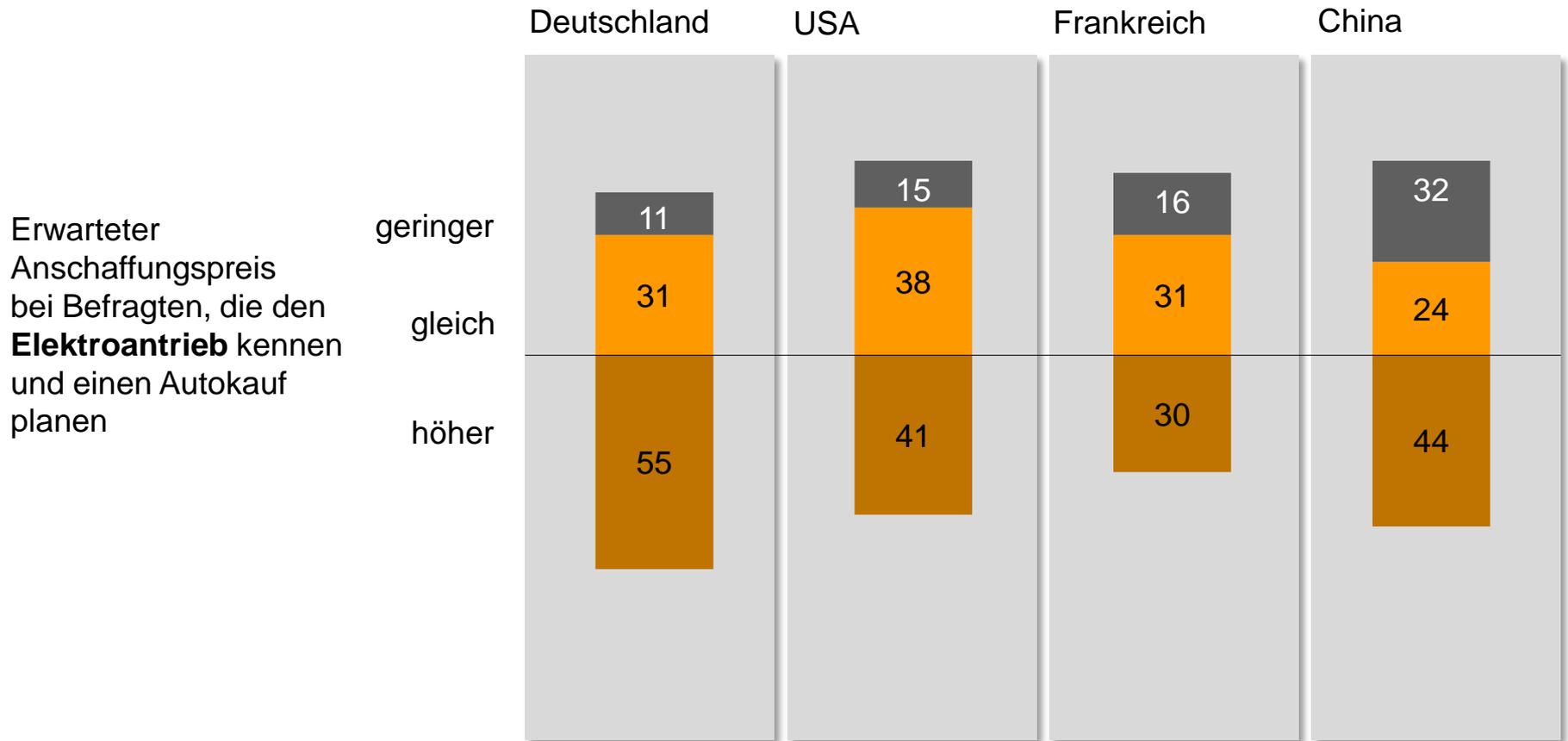
Mehrheit der Deutschen und Chinesen erwartet höhere Kosten



🗣️ Hauptnutzer eines Autos; nur Befragte, die den Hybridantrieb kennen und einen Autokauf planen | Angaben in Prozent bzw. €

Erwarteter Anschaffungspreis für Elektroauto

Eher höhere Kosten erwartet



☎ Hauptnutzer eines Autos; nur Befragte, die geringere Kosten beim Kauf eines Hybridautos erwarten | Angaben in Prozent

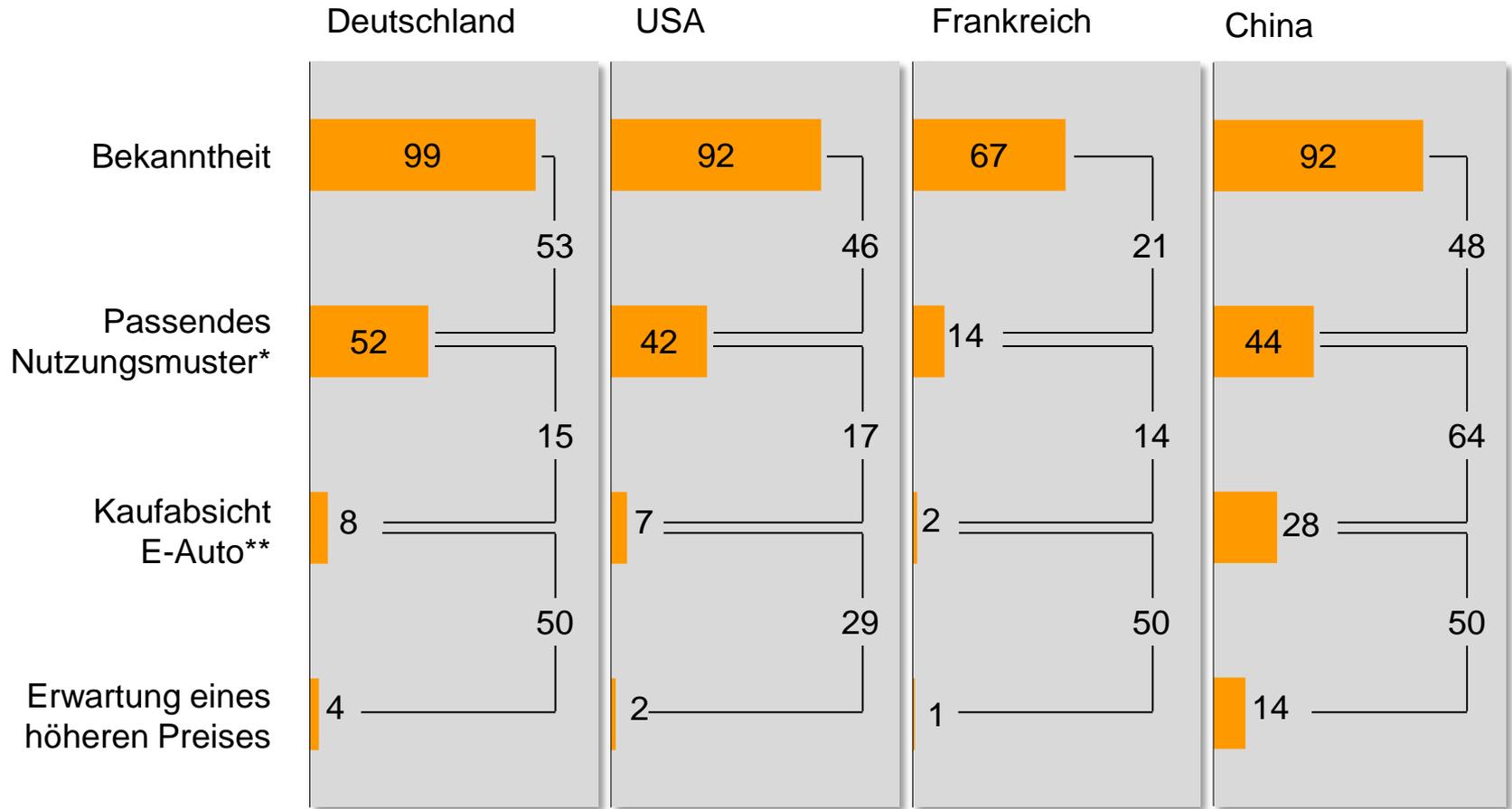
Continental-Mobilitätsstudie 2011

Themenschwerpunkte der Studie

1. Grundstimmung
2. Pkw-Nutzungsmuster
3. Bekanntheit und Wissensstand
4. Erwartung und Kaufbereitschaft
5. Käuferpotenziale im Vergleich
6. Blick in die Zukunft
7. Zusammenfassung und Ausblick



Bekanntheit und Bereitschaft zum Kauf eines Elektroautos bei einer 150-Kilometer-Reichweite



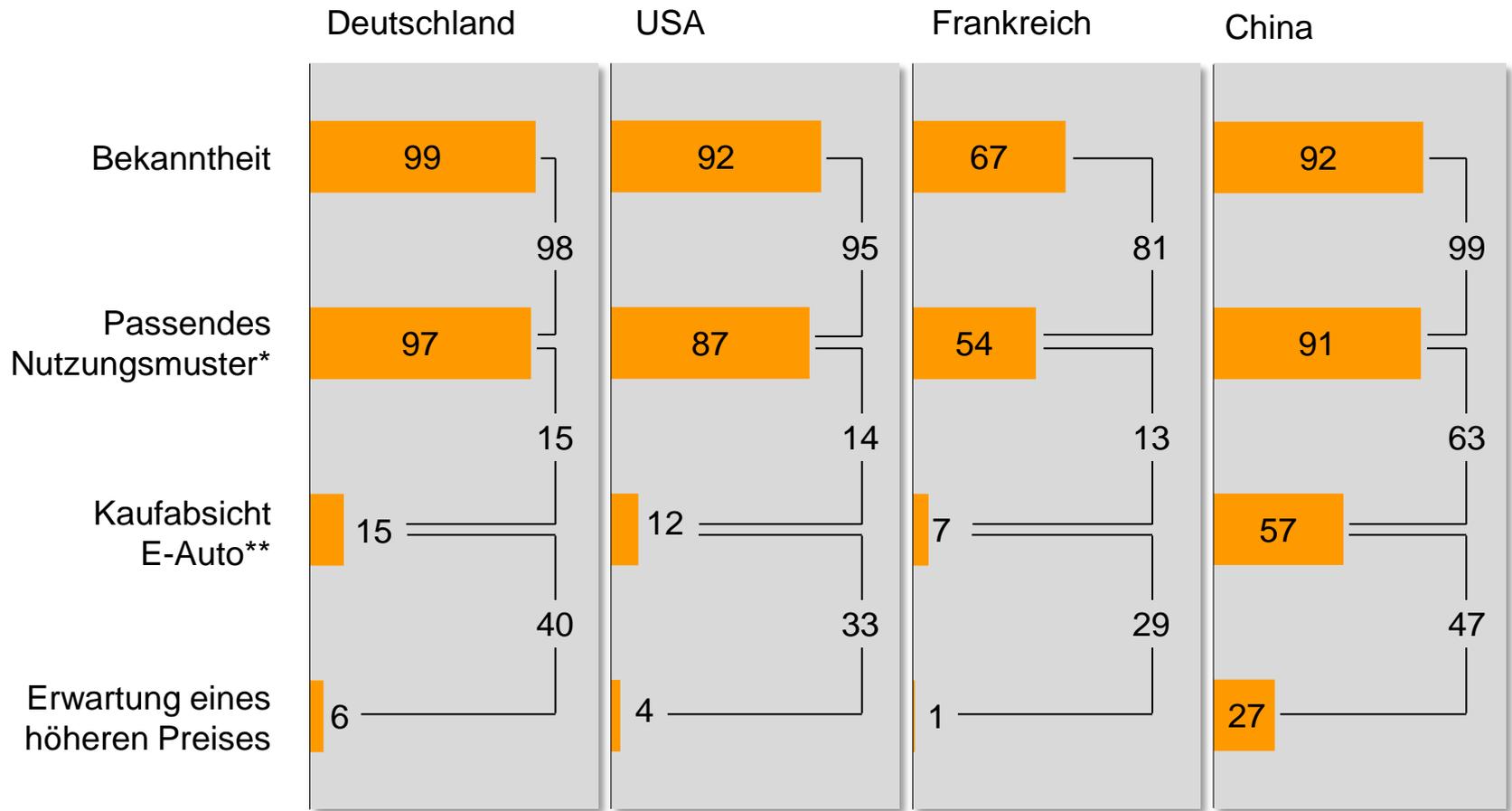
* mindestens 70 % Kurzstrecke; max. 150 km pro Tag; max. vier Strecken über 100 km pro Monat

** Summe „wahrscheinlich“ und „sicher“



Hauptnutzer eines Autos | nur Befragte, die den Elektroantrieb kennen | Angaben in Prozent

Bekanntheit und Bereitschaft zum Kauf eines Elektroautos bei einer 300-Kilometer-Reichweite



*max. 300 km pro Tag;

** Summe „wahrscheinlich“ und „sicher“

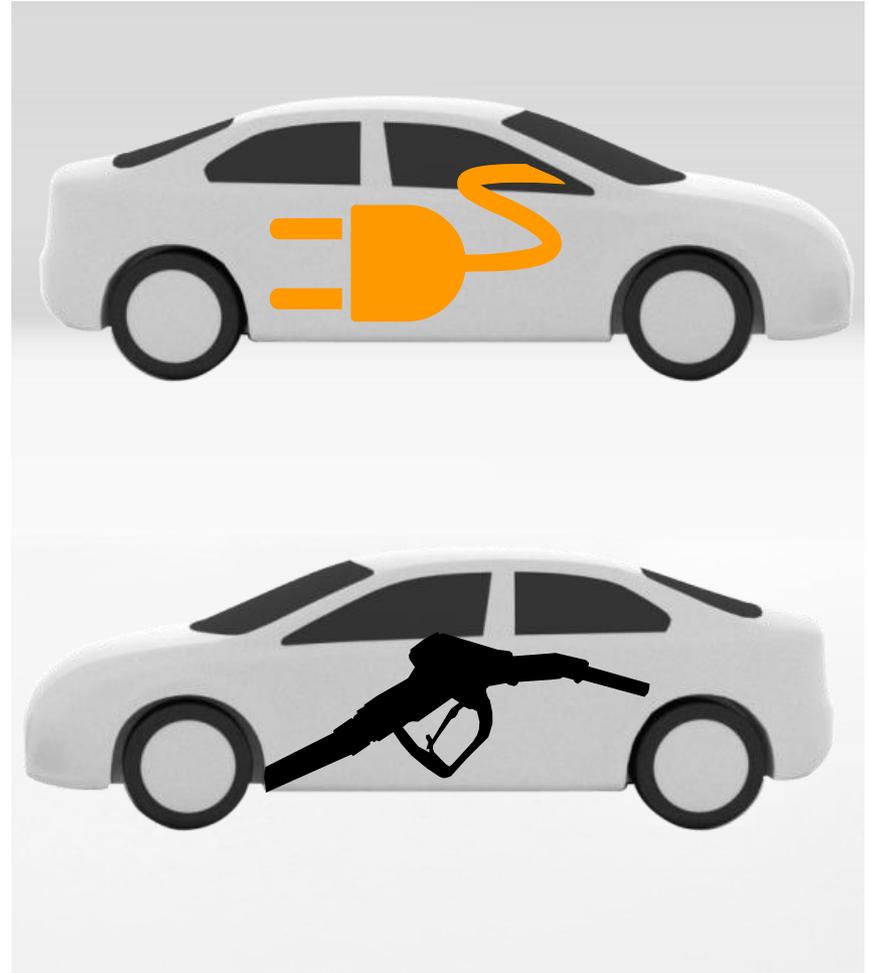


Hauptnutzer eines Autos | nur Befragte, die den Elektroantrieb kennen | Angaben in Prozent

Continental-Mobilitätsstudie 2011

Themenschwerpunkte der Studie

1. Grundstimmung
2. Pkw-Nutzungsmuster
3. Bekanntheit und Wissensstand
4. Erwartung und Kaufbereitschaft
5. Käuferpotenziale im Vergleich
6. Blick in die Zukunft
7. Zusammenfassung und Ausblick



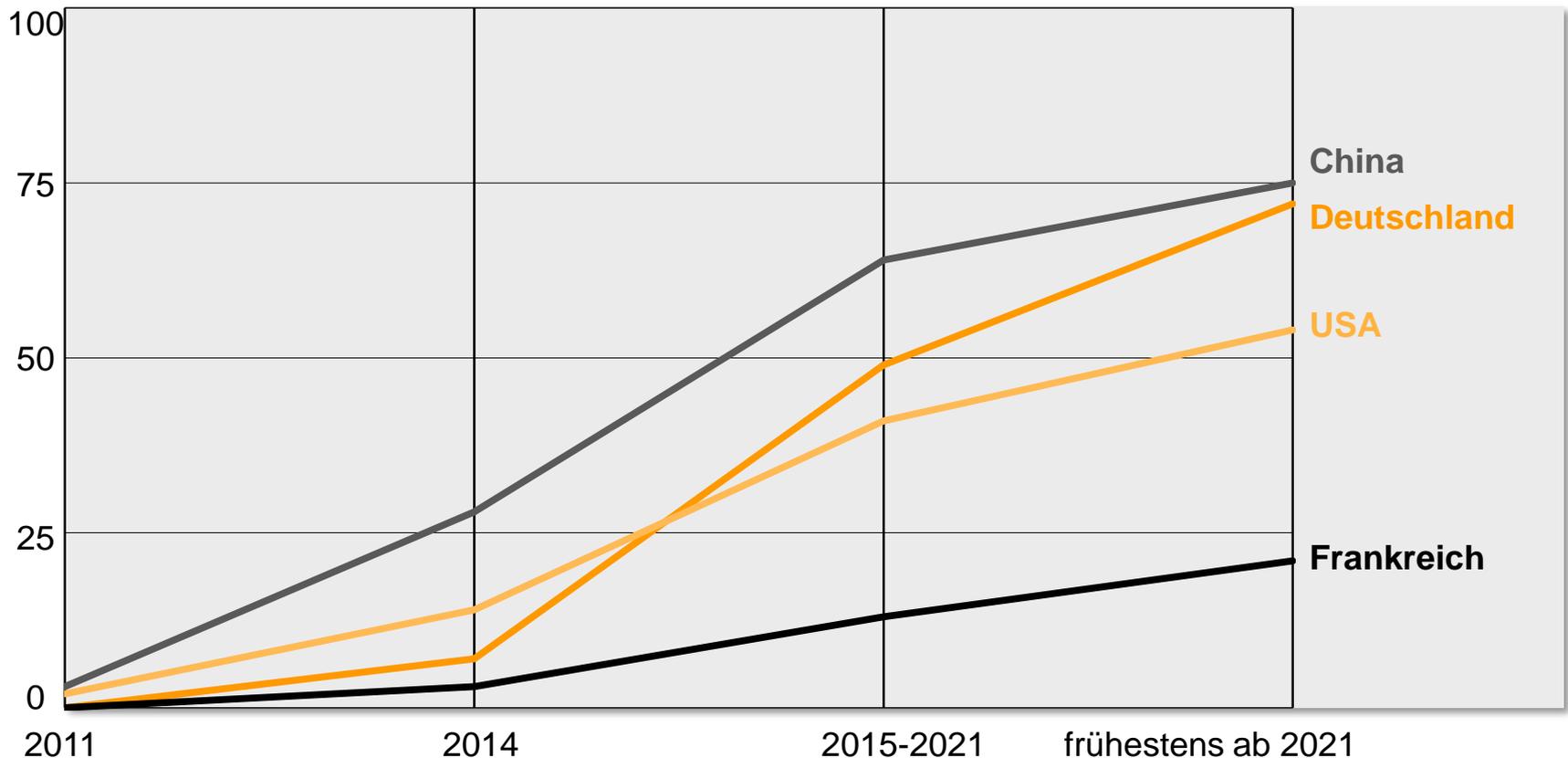
Was sagen die Stadtplaner und Verkehrsanbieter? Stellenwert des (Elektro-) Autos



🗨️ Experteninterviews | Berlin, Hamburg, Paris, Moskau, Los Angeles, Sao Paulo, Delhi, Peking, Bangkok

Erwartung bezüglich der Alltagstauglichkeit von Elektroautos: Chinesen am optimistischsten

„Was glauben Sie: Wann werden Sie in Ihrem Alltag ein Auto mit Elektroantrieb fahren?“

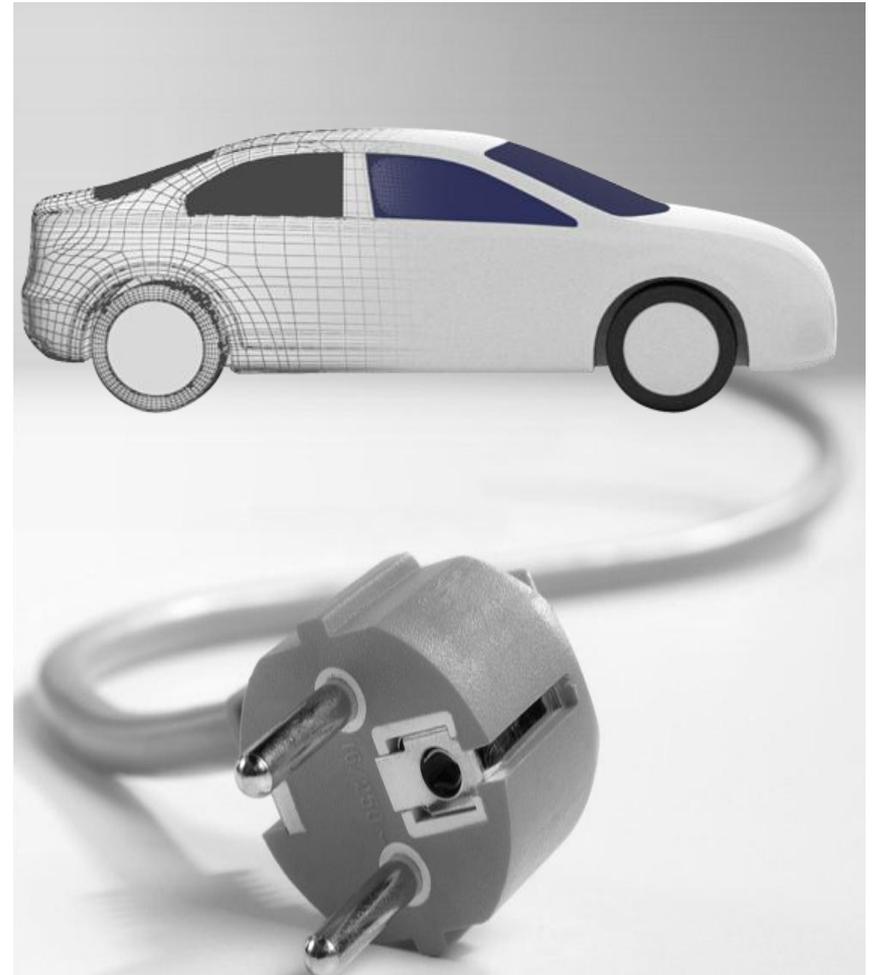


☎ Angaben in Prozent, kumuliert; an 100%-Fehlende: Anteil Personen, denen Elektroantriebe unbekannt sind bzw. angeben, dass sie kein Elektroauto fahren werden

Continental-Mobilitätsstudie 2011

Themenschwerpunkte der Studie

1. Grundstimmung
2. Pkw-Nutzungsmuster
3. Bekanntheit und Wissensstand
4. Erwartung und Kaufbereitschaft
5. Käuferpotenziale im Vergleich
6. Blick in die Zukunft
7. Zusammenfassung und Ausblick



Ergebnistelegamm

Elektromobilität als Chance – Innovation vorausgesetzt

Kunden im Wartestand statt Early Adaptor-Situation

- ▶ Die **Aufgeschlossenheit** gegenüber Elektrofahrzeugen überwiegt die Skepsis.
- ▶ Auch die Zweifel werden mit der technischen Weiterentwicklung verschwinden.
- ▶ Die Endkunden erwarten **alltagstaugliche Mittelklassekonzepte**.
- ▶ Bereits heute bestehen größere **Marktpotenziale**.

Neue Mobilitätskonzepte

- ▶ **Neben den Kosten** ist auch das Bewusstsein vieler Verbraucher ausschlaggebend, dass Mobilität Ressourcen besser nutzen muss – dies gilt in unterschiedlichem Ausmaß weltweit.
- ▶ Auch Verantwortliche im Verkehrsbereich sehen dies so und erwarten **innovative Lösungen für sich zuspitzende Probleme**. Dies gilt nicht nur für das Auto, sondern auch für den öffentlichen Verkehr und das Fahrrad. **Eine größere Vernetzung der unterschiedlichen Mobilitätsarten wird als notwendig angesehen**.



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Klaus Sommer
Hannover, 15.12.2011