

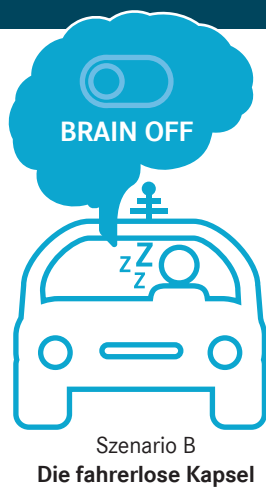
Studie zum autonomen Fahren: Was Autofahrern Zeit und Komfort wert sind

Mehrwertdienste beim autonomen Fahren entwickeln sich zu einem Milliardenmarkt, der Automobilkonzernen und Zulieferern Umsätze verspricht, die Einbußen durch sinkende Absatzzahlen herkömmlicher Kfz abmildern bis auffangen. Die Automobilbranche muss sich das Marktpotenzial allerdings mit Technologieunternehmen (Endgeräte, Onlineservices) teilen.

Die Studie von Horváth & Partners in Kooperation mit dem Fraunhofer IAO zeigt, mit welcher Zahlungsbereitschaft für Mehrwertdienste während des autonomen Fahrens die Anbieter rechnen können und welche Aspekte den Autofahrern besonders wichtig sind.

Studieninformation

Befragt wurden 1.500 Autofahrer in Deutschland, den USA (Kalifornien) und Japan zu möglichen Aktivitäten während des autonomen Fahrens und der damit verbundenen Zahlungsbereitschaft



Durchschnittliche monatliche Zahlungsbereitschaft deutscher Autofahrer für mehr Zeit und Komfort beim autonomen Fahren:

Drei Viertel der befragten Autofahrer (über alle drei Länder hinweg) sind bereit für Mehrwertdienste zu zahlen



Am meisten wert sind den Autofahrern Mehrwertdienste für Kommunikation und Produktivität sowie zur Erfüllung von Grundbedürfnissen

Automatisiertes Auto (Szenario A)



Durchschnittliche Zahlungsbereitschaft pro Bedürfnis



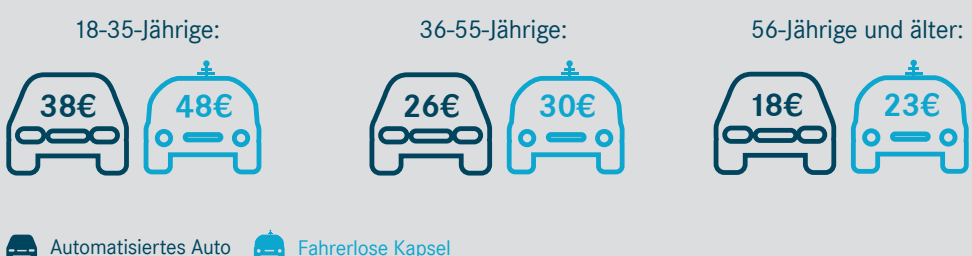
Fahrerlose Kapsel (Szenario B)



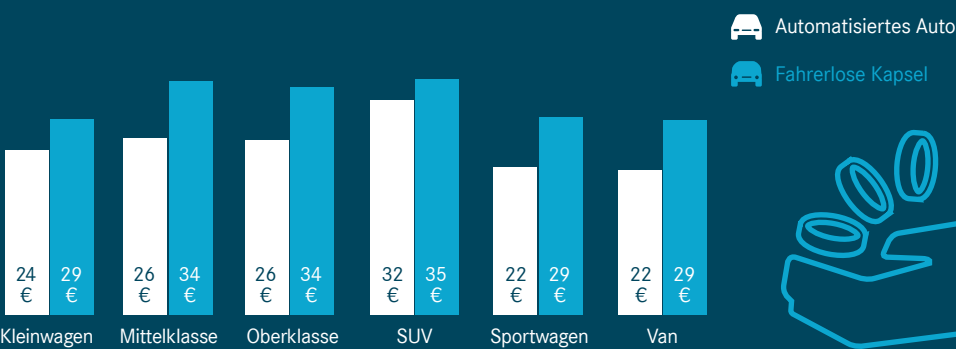
Durchschnittliche Zahlungsbereitschaft pro Bedürfnis



Am höchsten ist die monatliche Zahlungsbereitschaft bei jungen Autofahrern zwischen 18 und 35 Jahren



Die durchschnittliche monatliche Zahlungsbereitschaft pro Bedürfnis ist bei Kleinwagenfahrern genauso hoch wie bei Fahrern höherer Fahrzeugklassen



Quelle: Horváth & Partners, Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO), Studie „The Value of Time, Nutzerbezogene Servicepotenziale durch autonomes Fahren“ (2016)