

Automotive

Zeitgeist

Studie 3.0

powered by



We-Mobility – Die Mobilität
der Millennials



Eine Idee weiter

We-Mobility – Eine Trendstudie über Millennials

und die Bedeutung der Mobilität für die Gemeinschaft



Eine Idee weiter

Millennials und Mobilität

Future Mobility

Millennials wünschen sich ...



Systeme, die bei Fahrten gesammelte Daten nutzen, um potenzielle Staus zu reduzieren und den Verkehrsfluss zu verbessern

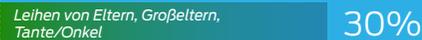


Autobesitz

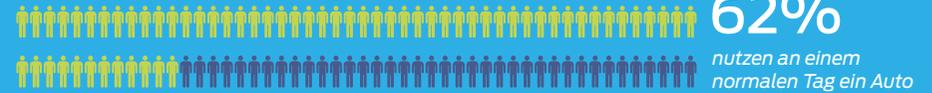


We-Mobility als generationenübergreifendes Netzwerk

Woher man ein Auto bekommt, wenn man eines braucht, aber selbst kein eigenes besitzt

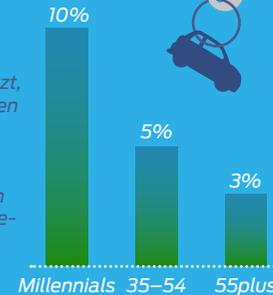


Autonutzung



Sharing is caring

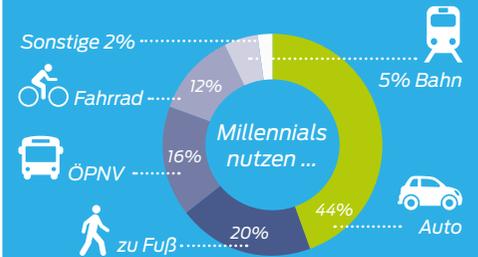
Jeder 10. Millennial, der kein Auto besitzt, nutzt inzwischen Carsharing – deutlich mehr als bei den 35-54-Jährigen und in der Generation 55plus



1,7 Millionen

Hochgerechnet auf die 18- bis 34-Jährigen in Deutschland entspricht das heute schon knapp 1,7 Mio. Millennials

Hauptverkehrsmittel an einem normalen Tag



Autos als soziale Vernetzer

77%
brauchen das Auto für Unternehmungen mit Freunden/der Familie

79%
der Millennials nutzen das Auto für Fahrten zur Familie, zu Freunden/Bekannten

46%
finden, Autofahrten machen zusammen mit Freunden am meisten Spaß



Eine Idee weiter

Management Summary

DIE SICHT DER MILLENNIALS

Die Bedeutung der Mobilität und der Stellenwert des Autos

Mobil zu sein, ist für viele Millennials ein soziales Grundbedürfnis und nicht zuletzt die Basis beruflichen Erfolgs. Das Auto ist dabei das wichtigste Verkehrsmittel im Mobilitätsmix der Millennials. An einem normalen Tag nutzen es 62% von ihnen. Gut die Hälfte braucht es an mindestens 5 Tagen pro Woche. Das verdeutlicht den nach wie vor hohen Stellenwert des Autos im Mobilitätsverhalten der Millennials.

SHARING IS CARING

Geteilte Mobilität als Fortbewegungsprinzip

Der Sharing-Gedanke prägt vielfach das Mobilitätsverständnis der Millennials. »Teilen statt Besitzen« lautet für sie die Devise – insbesondere bei Mobilitätsangeboten. Jeder 10. Millennial nutzt bereits Carsharing – Tendenz steigend. Knapp die Hälfte der Generation sieht darin einen Ausweg aus den Verkehrsproblemen in Städten, und ein Großteil wäre bereit, sein Auto mit anderen zu teilen. Bei der Suche nach neuen Lösungen für eine vernetzte, intelligente Art der Fortbewegung sind vor allem Mitfahrgelegenheiten gefragt.

MOBILITÄT VERBINDET GENERATIONEN

Der Wunsch der Millennials nach Gemeinschaft zeigt sich auch in Mobilitätsfragen

Autos sind längst Teil eines generationenübergreifenden und innerfamiliären privaten Carsharings: Wer kein Auto besitzt, leiht es sich vielfach von seinen Eltern, Großeltern, von Onkel oder Tante. Bei Tätigkeiten, die Millennials auch gern mit Leuten anderer Generationen machen, stehen mobilitätsbezogene Aktivitäten ganz oben. Bei der Frage nach einem Mehrgenerationen-Auto zählt für Millennials ebenso wie für Ältere vor allem möglichst einfache, intuitive Bedienung, Navigation basierend auf Echtzeit-Verkehrsinfos und hohe Flexibilität im Innenraum.

CONNECTED CARS

Technikinnovationen im Auto und autonomes Fahren

In puncto digital vernetzter Mobilität setzen Millennials vor allem auf mehr Sicherheit und intelligente Steuerung des Verkehrs – und damit ebenso auf gesamtgesellschaftliche Mehrwerte wie auf individuelle Vorteile. Während bislang noch 53% autonomes Fahren für zu riskant halten, fände immerhin jeder 3. Millennial Autos ideal, die kurze, wiederkehrende Strecken selbstständig bewältigen. Zwei Drittel legen bei internetfähigen Systemen im Auto hohen Wert auf den Schutz ihrer Daten und ihrer Privatsphäre.

ENTSPANNT DURCH DIE STADT

Szenarien für die Zukunft der Mobilität

Immerhin 3 von 10 Millennials sind der Überzeugung, autonom fahrende Fahrzeuge würden den Straßenverkehr stressfreier und sicherer machen. Die wichtigsten Kriterien sind jedoch eine Klimaanlage, die Verkehrssteuerung in Echtzeit sowie die Navigation zu freien Parkplätzen, wenn es um Autos geht, die den Stadtverkehr weniger stressig gestalten. Ebenfalls weit oben auf der Wunschliste der Millennials für die Mobilität von morgen: kostenlose Ladestationen für E-Autos und Systeme, die für eine schnellere, reibungslose Fortbewegung mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln sorgen.



Eine Idee weiter

DIE SICHT DER MILLENNIALS

Die Bedeutung der Mobilität

und der Stellenwert des Autos



Eine Idee weiter

Mobilitätsmix der Millennials

Das Auto als wichtigstes Verkehrsmittel

Die 5 häufigsten Verkehrsmittel, die Millennials an einem normalen Tag nutzen

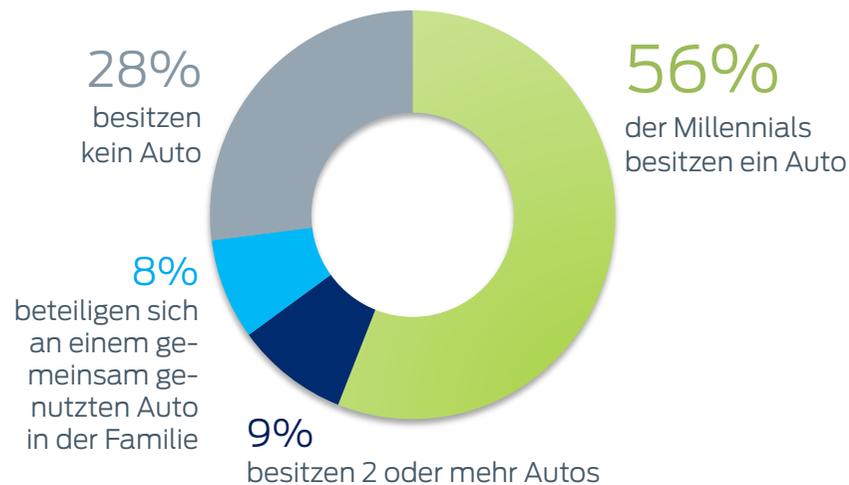


Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren

Der Stellenwert des Autos für Millennials

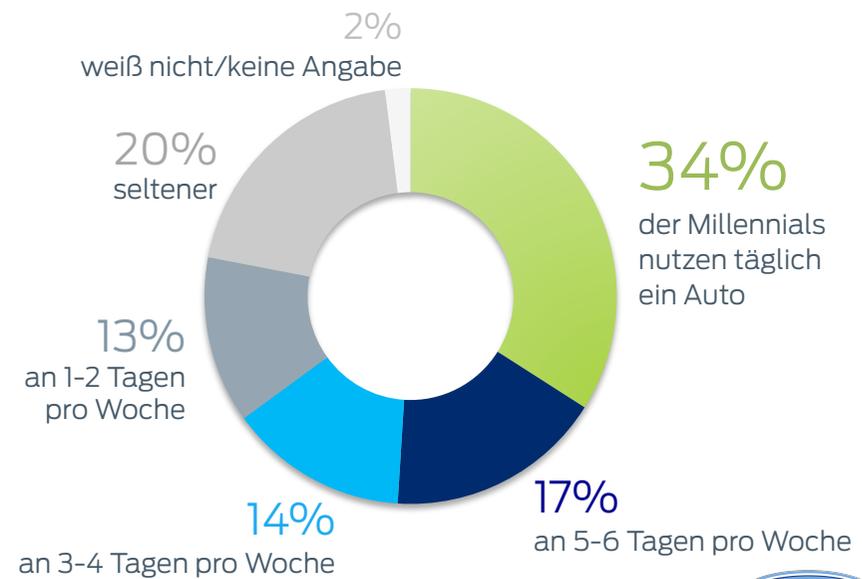
Die Mehrheit besitzt ein eigenes Auto und nutzt es fast täglich

Autobesitz



Nutzungshäufigkeit

(unabhängig vom Besitz, auch als Mitfahrer)



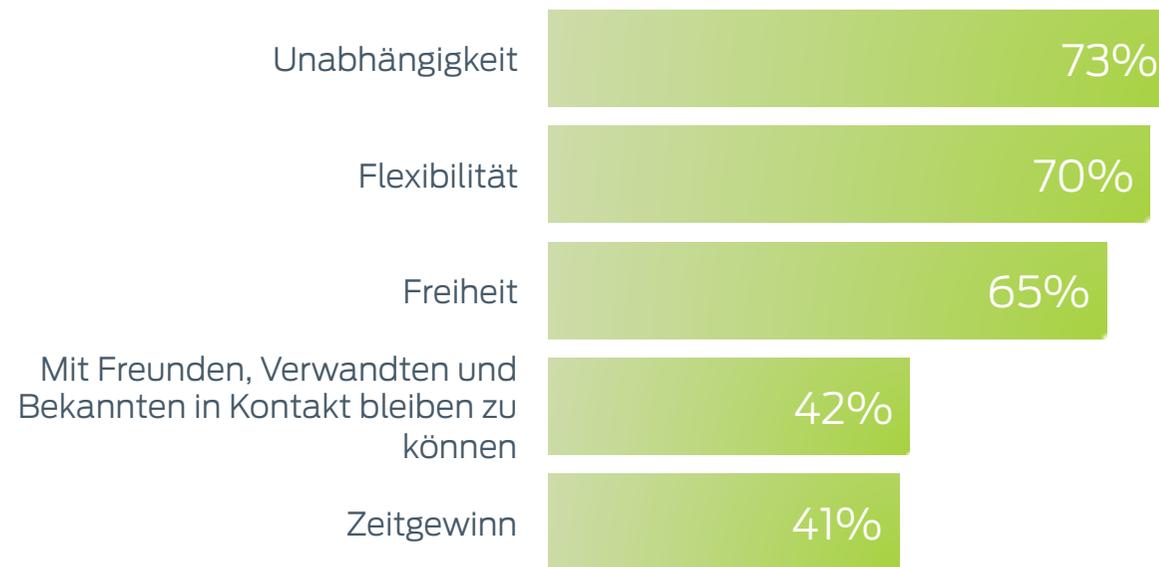
Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren



Mobilität schafft Freiheit und Vernetzung

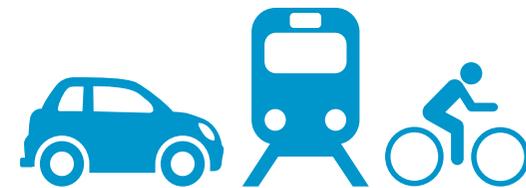
Unabhängigkeit – Flexibilität – Gemeinschaft

Was Mobilität für Millennials bedeutet
(Top-5-Antworten)



Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren

3/10



28% der Millennials sagen:
»Mobilität ist ein **soziales Grundbedürfnis**«

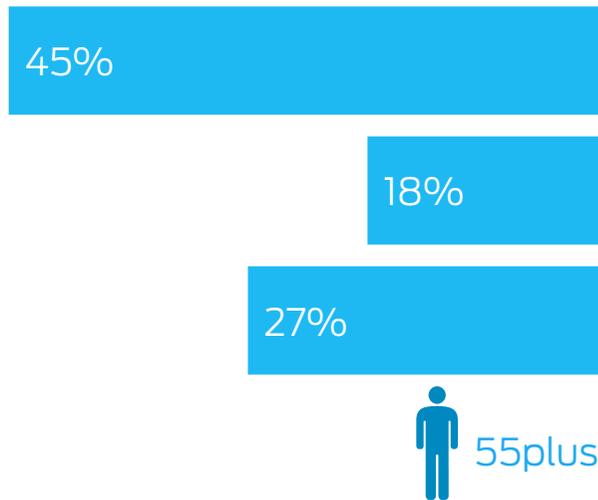


Eine Idee weiter

Die Welt entdecken und beruflich weiterkommen

Mobilität als Basis

Was Mobilität bedeutet



Neues entdecken können

Voraussetzung für beruflichen Erfolg

Entspannung

Für 4 von 10 Millennials ist Mobilität die Voraussetzung, **Neues zu entdecken**



27%

22%

Mobil zu sein, ist für Millennials mehr als für Ältere die **Basis für beruflichen Erfolg**

Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren und Befragte ab 55 Jahren

Das Auto als ein wichtiger »Mobilitätsbaustein« ist Mittel zum Zweck

Pragmatische Sicht bestimmt die Einstellungen

58%

Nice to have: »Ein Auto zu besitzen ist gut, aber nicht notwendig«



63%

»Ein Auto muss für mich in erster Linie praktisch und zweckmäßig sein«

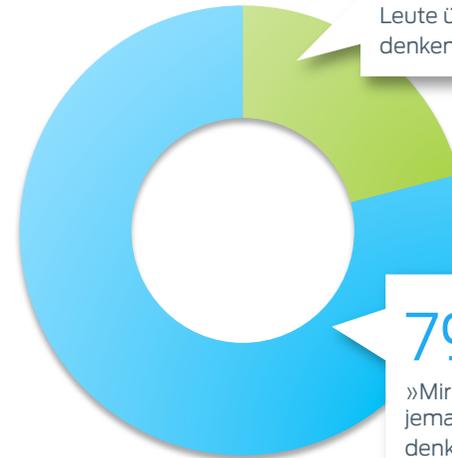


42%

der Millennials sagen:
»Ein Auto ist etwas,
was man haben muss«

21%

»Mir ist wichtig, was die Leute über das Auto denken, das ich fahre«



79%

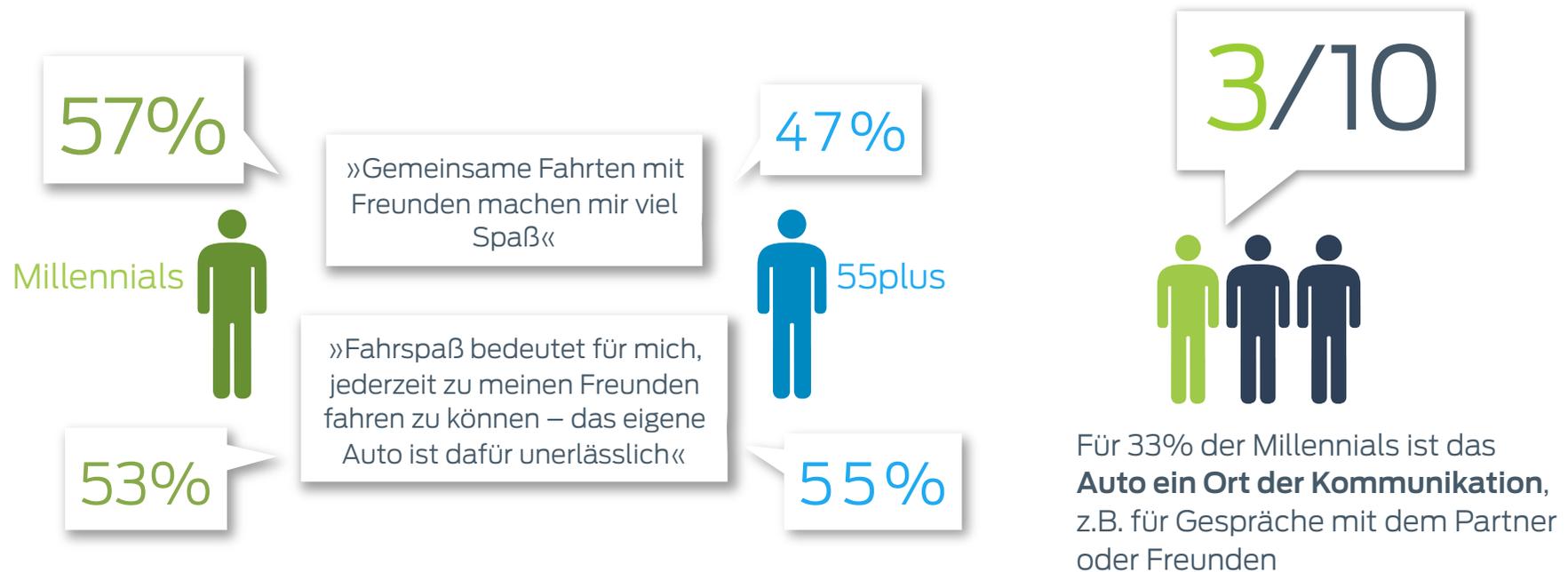
»Mir ist egal, was jemand über das Auto denkt, das ich fahre«

In der pragmatischen Sicht der Millennials übernimmt das Auto als Fortbewegungsmittel eine **wichtige Rolle im Mobilitätsmix**. Trotz aller praktischen Vorteile sind jedoch inzwischen **6 von 10 Millennials** der Meinung, dass man es dafür nicht unbedingt besitzen muss.

Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren

Mobile Life Is Social Life

Das Auto als Basis gemeinsamer Erlebnisse



Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren und Befragte ab 55 Jahren



Die Rolle des Autos: mehr als nur Fortbewegung

Wichtige Funktion für gesellschaftliche Teilhabe und soziale Vernetzung

79%

der Millennials nutzen das Auto für Fahrten zur Familie, zu Freunden und Bekannten

45%

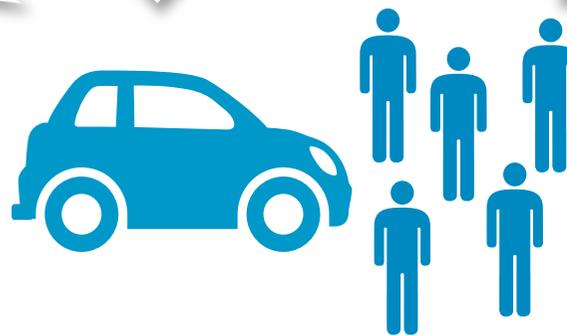
glauben, dass ihr Sozialleben ohne Auto leiden würde

46%

finden, Autofahrten machen am meisten Spaß, wenn man sie zusammen mit Freunden macht

77%

brauchen das Auto für Unternehmungen mit Freunden oder der Familie (Fahrten zum Kino, Konzert, Ausflüge, Urlaub etc.)



80%

der Millennials sagen: »Mein Handy hilft mir dabei, mit Freunden in Kontakt zu bleiben, aber ich muss auch reisen, um sie zu treffen«

Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren

SHARING IS CARING

*Geteilte Mobilität: Sharing als Funktions-
prinzip in der Fortbewegung*



Eine Idee weiter

Sharing als Konsumprinzip

Kaum etwas eignet sich besser zum Teilen als Mobilitätsservices

»Teilen statt Besitzen«: In welchen Bereichen des Lebens das aus Sicht der Millennials funktionieren kann

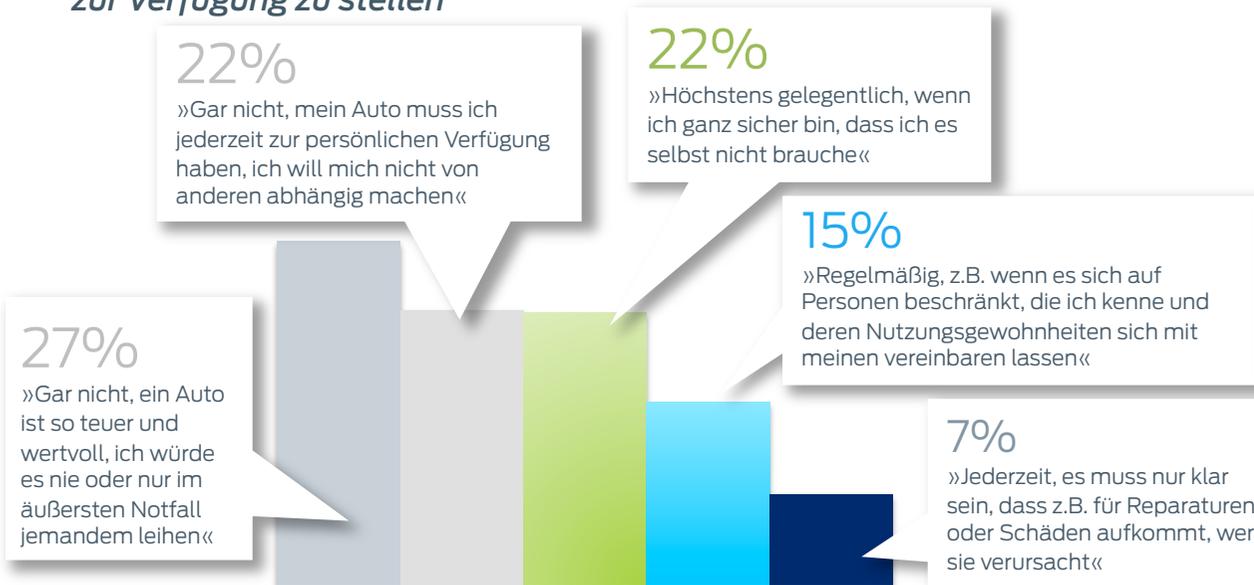


Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren

Hohe Bereitschaft zum Carsharing

Vier von zehn Millennials sind bereit, ihr Auto zu teilen

Bereitschaft, sein Auto anderen zur gemeinsamen Nutzung zur Verfügung zu stellen



Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren



Knapp 44% der Millennials sind zumindest gelegentlich bereit, ihr Auto mit anderen zu teilen – unter bestimmten Voraussetzungen würden 22% dies sogar regelmäßig oder jederzeit tun

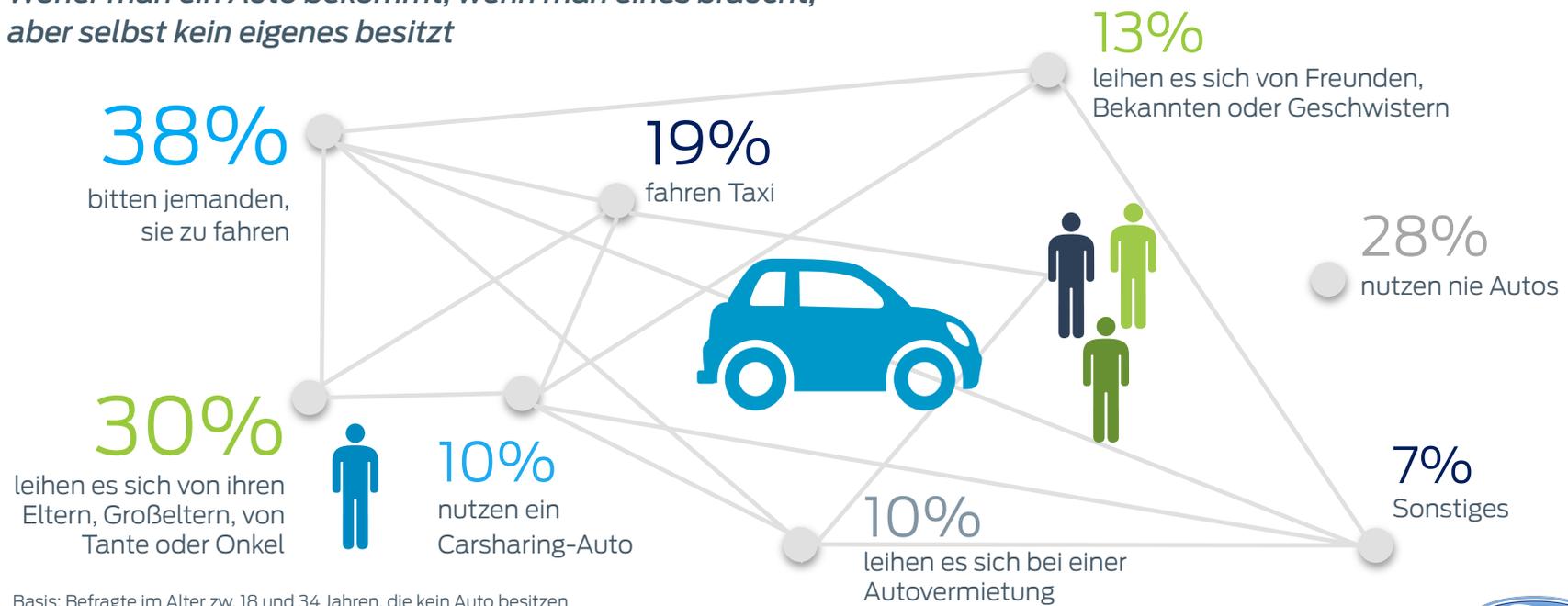


Eine Idee weiter

Mobilität als generationenübergreifendes Netzwerk

Aus deins und meins wird unser

Woher man ein Auto bekommt, wenn man eines braucht, aber selbst kein eigenes besitzt



Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren, die kein Auto besitzen

Alternativen zum Besitz

Sharing als Mobilitätsprinzip



37%

der Millennials sagen:
»Für mich ist entscheidend,
dass ich bei Bedarf jederzeit
ein Auto nutzen kann, besitzen
muss ich es dafür aber nicht«

1,7 Mio.



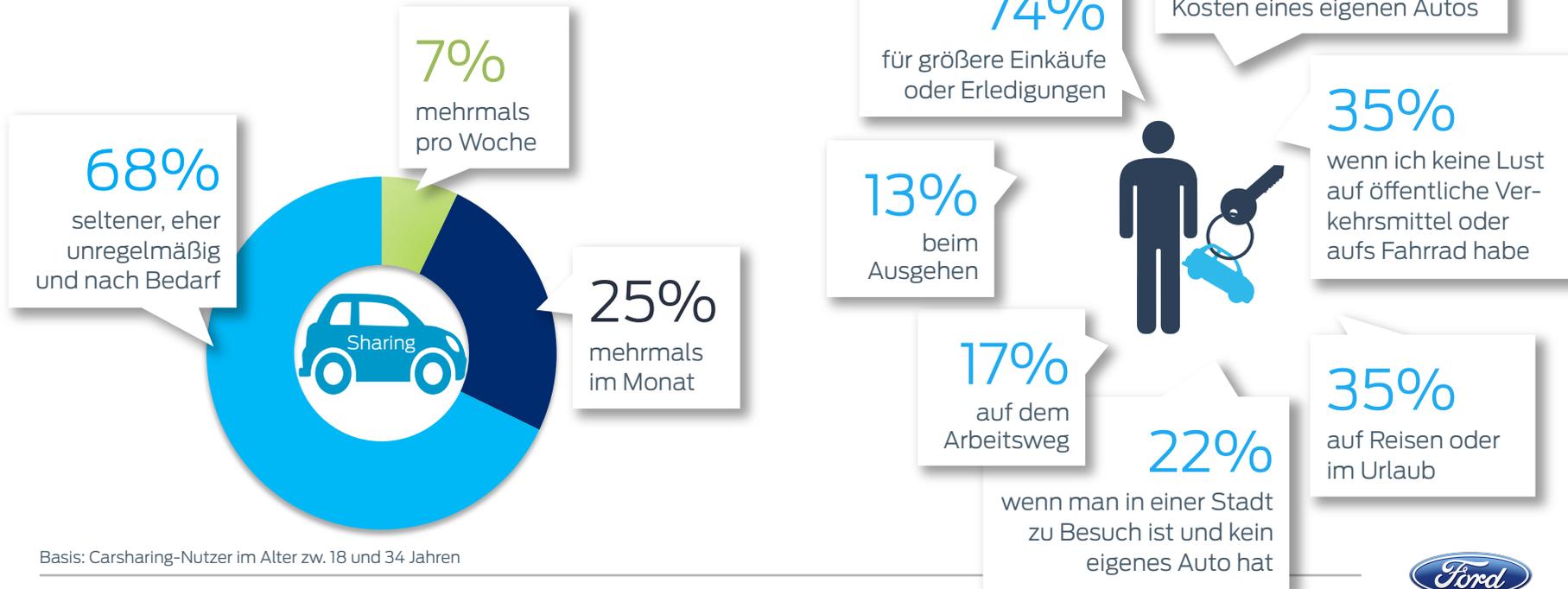
Jeder 10. Millennial, der kein eigenes Auto besitzt, **nutzt bereits Carsharing-Angebote** (2015: 10%, 2014: 9%).
Hochgerechnet entspricht das **rund 1,7 Mio. Menschen** zwischen 18 und 34 Jahren in Deutschland (2014: 1,5 Mio.)

Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren

Millennials und Carsharing

Bedarfsabhängige, flexible Nutzung im Alltag

Nutzungshäufigkeit und Nutzungszwecke von Carsharing

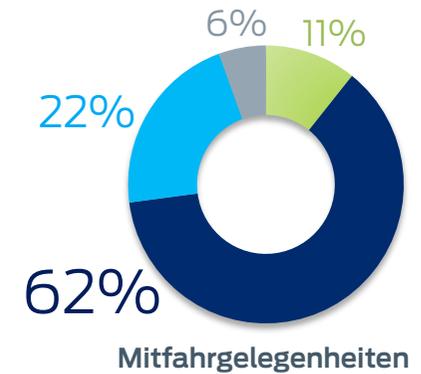
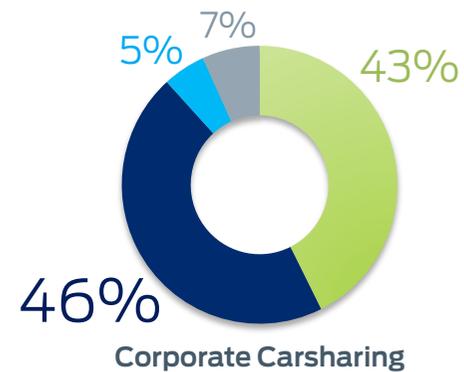
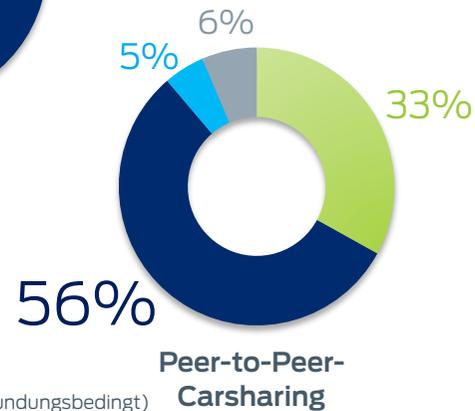
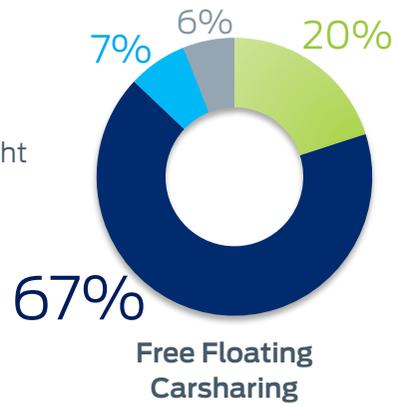
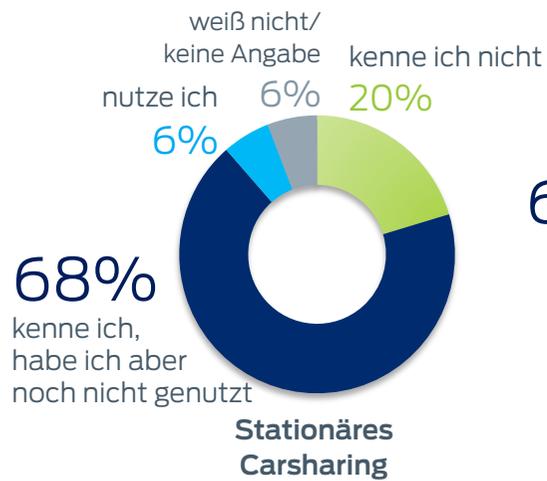


Basis: Carsharing-Nutzer im Alter zw. 18 und 34 Jahren

»Teilen statt Besitzen« als Mobilitätsprinzip

Noch viel Potenzial bei den Millennials

Carsharing-Modelle, die Millennials kennen und/oder nutzen



Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren (zu 100 Prozent abweichende Werte sind rundungsbedingt)

Die Idee des privaten Gemeinschaftsautos

Gute Gründe – rationale Motive

Vorteile, wenn man in der Familie oder unter Freunden und Bekannten – zumindest zeitweise oder hin und wieder – ein Auto teilt



Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren

Alternative Mobilitätslösungen

Wunsch nach neuen, unkomplizierten und flexiblen Angeboten

46%

der Millennials sind überzeugt, dass Carsharing ein wichtiger Schritt zur **Lösung von Verkehrsproblemen** in Städten sein kann



47%

wünschen sich eine **Smartphone-App**, mit der man schnell und zuverlässig kostengünstige, umweltfreundliche **Mitfahrgelegenheiten** organisieren kann



42%

finden, es sollte mehr **Carsharing-Angebote** für Berufspendler geben



44%

würden ihren **privaten Park-/Stellplatz** anderen Leuten gegen Gebühr zur Verfügung stellen



Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren



»Wäre super, wenn es für Mitarbeiter unserer Firma flexible und einfach zu organisierende Mitfahrgelegenheiten geben würde.«

Patrick und Lena, beide 31 Jahre



Eine Idee weiter

MOBILITÄT VERBINDET GENERATIONEN

Automobilität in der

Generationenperspektive

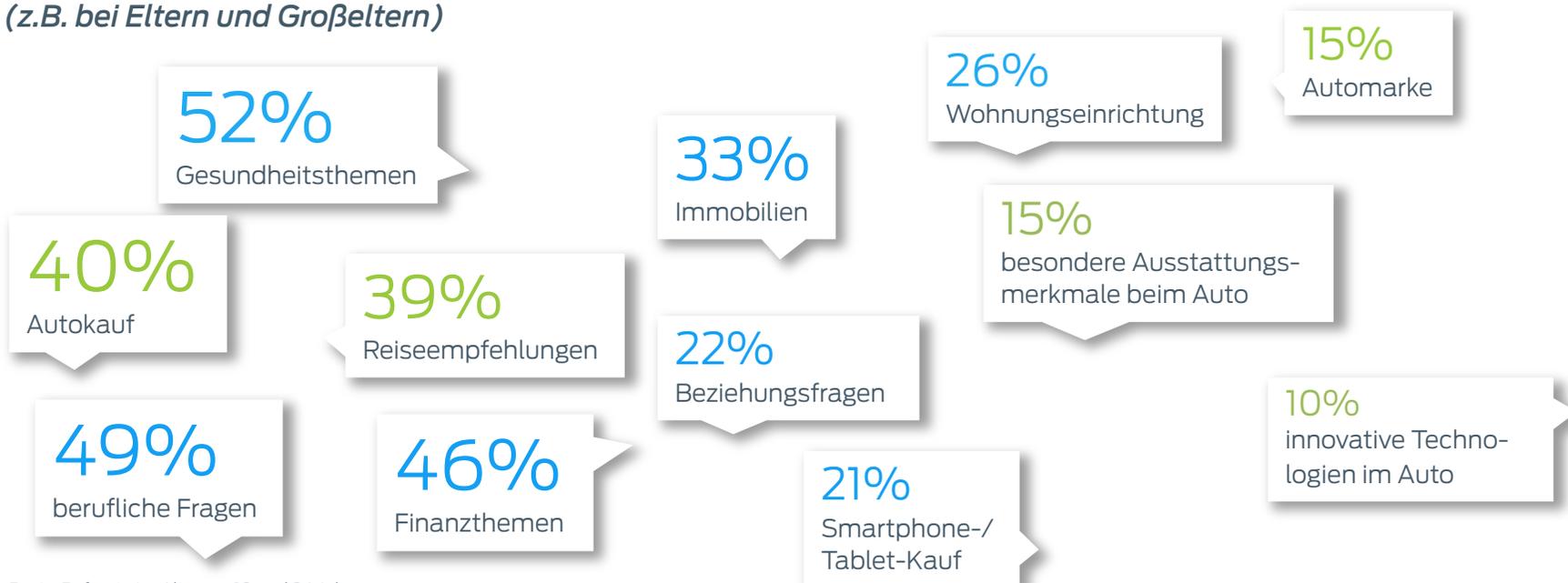


Eine Idee weiter

Erfahrungswissen Älterer

Entscheidungshilfe gerade auch in Fragen rund um (Auto-)Mobilität

Themen, zu denen sich Millennials bei Älteren Rat holen
(z.B. bei Eltern und Großeltern)



Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren



Generationenübergreifende Erlebnisse

Mobilitätsbezogene Aktivitäten stehen ganz oben auf der Liste

Tätigkeiten, die Millennials gern mit Leuten anderer Generationen machen, z.B. mit ihren Eltern oder Großeltern

71% 
gut Essen gehen

50% 
Ausflüge mit dem
Auto machen

45% 
Urlaubsreisen

52% 
sich mit Freunden oder
Bekannten treffen

55% 
Ausflüge z.B. am Wochenende

62% 
zu Hause gemütlich
entspannen

40% 
Gespräche über den Job

40% 
Rock-, Pop-, Schlager-
Konzerte besuchen

36% 
Städtetrips

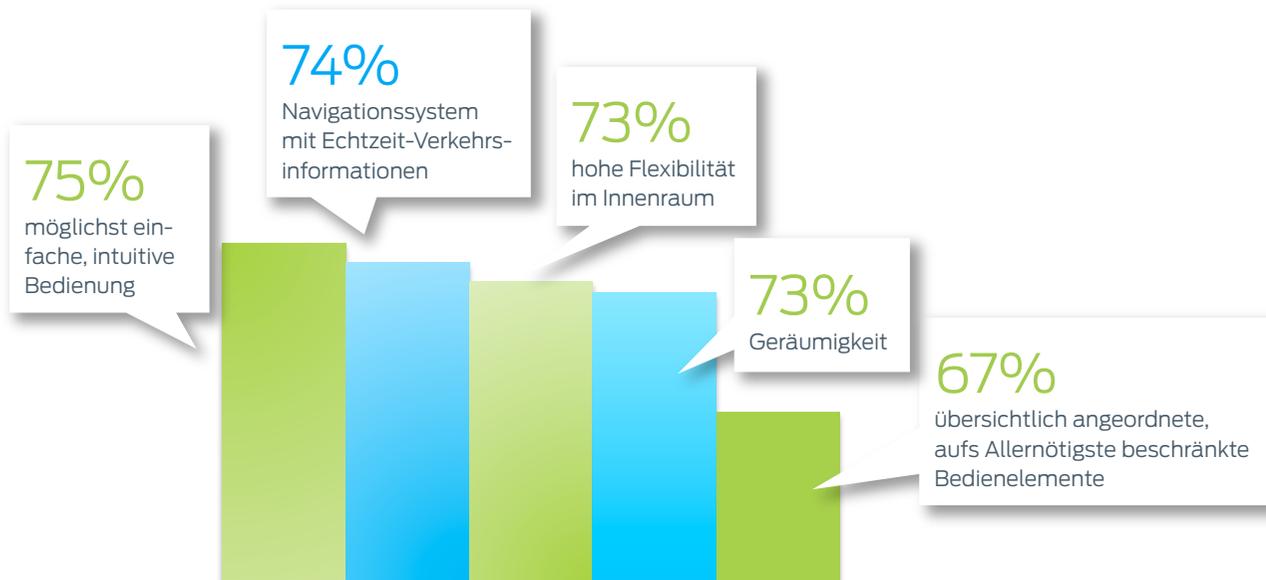
22% 
Sportaktivitäten

Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren

Simplexity – Merkmale des Mehrgenerationen-Autos

Gefragt ist vor allem einfache, intuitive Bedienung

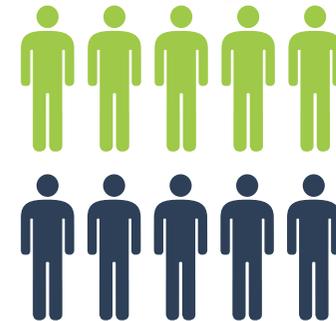
Top 5: Was ein Auto bieten muss, damit es den Ansprüchen unterschiedlicher Generationen gerecht wird



Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren

26

5/10



46% der Millennials finden, Autos sollten den Bedürfnissen unterschiedlicher Benutzer und Ansprüchen aller Generationen besser gerecht werden



Eine Idee weiter



»Die Meinung meiner Eltern ist mir schon wichtig. Klar würde ich sie fragen, wenn ich mir ein Auto kaufen will.«

Joachim, 25 Jahre



Eine Idee weiter

CONNECTED CARS

*Technikinnovationen im Auto
und autonomes Fahren*

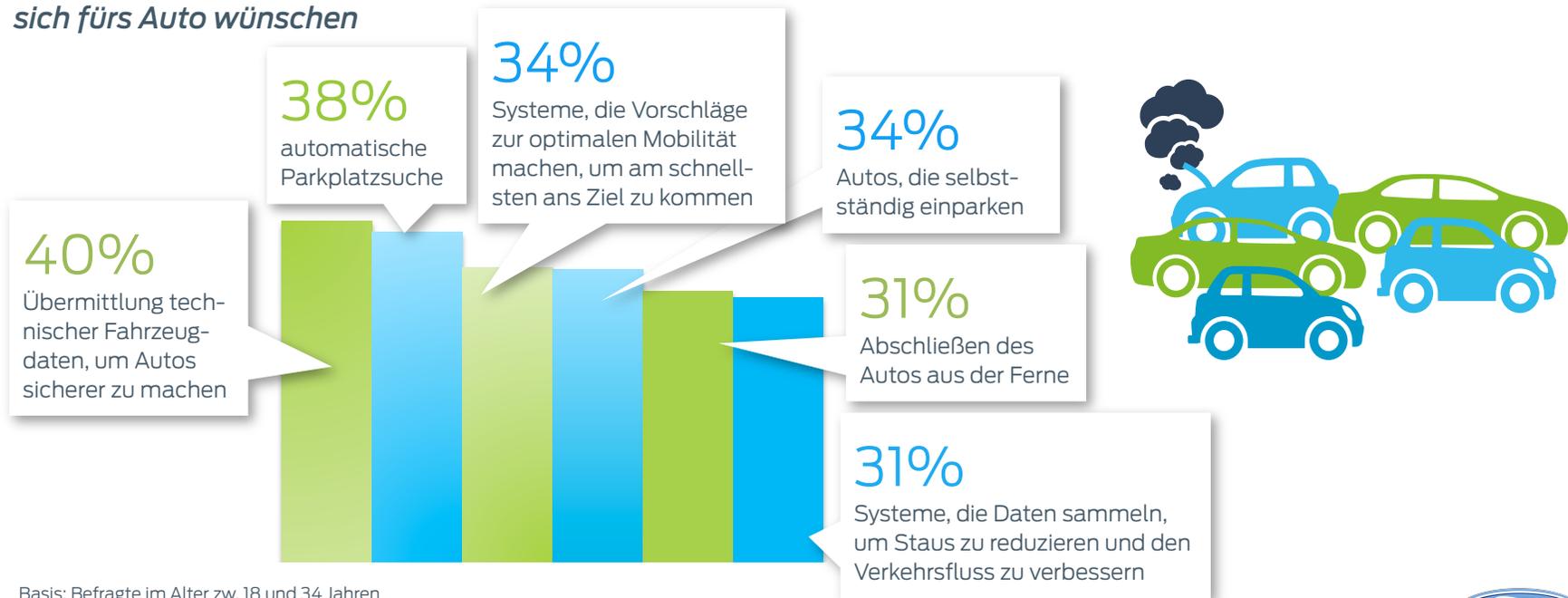


Eine Idee weiter

Connected Cars: digital vernetzte Autos

Innovationen für mehr Sicherheit und intelligenten Verkehr

Welche innovativen technischen Anwendungen Millennials sich fürs Auto wünschen



Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren

Was Autos für Millennials in Zukunft attraktiv macht

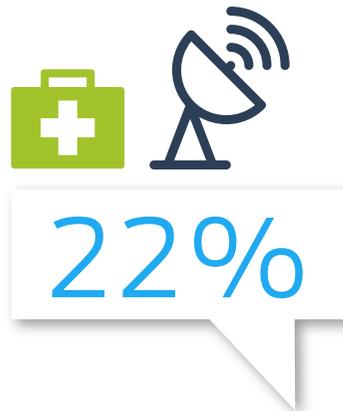
Funktionaler Servicemehrwert gewinnt an Bedeutung

Welche innovativen technischen Anwendungen und Ausstattungsmerkmale Millennials sich fürs Auto wünschen



30% der Millennials wünschen sich technische Anwendungen zur Hilfe beim **Auffinden des Fahrzeugs**

Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren



Mehr als jeder 5. Millennial wünscht sich Autos, die die Aufmerksamkeit oder den **Gesundheitszustand des Fahrers** kontrollieren



2 von 10 Millennials wünschen sich im Auto einen integrierten Service, der anfallende **Parkgebühren automatisch bezahlt**



»Ich möchte ein Auto, das sich problemlos mit allen meinen digitalen Tools und Geräten synchronisiert – aber natürlich sind mir die Sicherheit meiner Daten und meine Privatsphäre extrem wichtig.«

Tom, 31 Jahre



Eine Idee weiter

Innovative Autos, vernetzte Mobilität

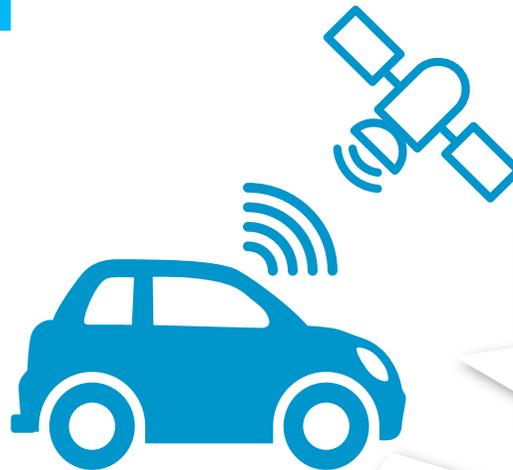
Worauf es Millennials ankommt

66%

der Millennials sagen, dass ihnen bei technischen Systemen im Auto, die mit dem Internet verbunden sind, der **Schutz ihrer Daten und ihrer Privatsphäre** sehr wichtig ist

41%

finden, dass **ein kleines, innovatives Auto die intelligentere Alternative** zu den großen ist



36%

wollen ein **technologisch zukunftsweisendes Auto**

24%

wünschen sich Navigationssysteme, die abhängig von persönlichen Vorlieben Vorschläge **für interessante Orte oder Veranstaltungen** in der Nähe machen

Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren

Autonomes Fahren: von Skepsis bis Offenheit

Erst allmähliche Akzeptanz bei den Millennials



Bislang noch hält rund **die Hälfte der Millennials autonom fahrende Autos für zu riskant** und möchte lieber die Kontrolle selbst behalten – damit sind die Bedenken bei ihnen weniger verbreitet als bei der Generation 55plus.

Immerhin **34% fänden jedoch Autos ideal**, die für kurze, konstante, sich wiederholende Strecken **lernfähig sind und diese auf Wunsch selbstständig bewältigen** und jeder Fünfte vertraut autonomer, selbstregulierender Technik im Fahrzeug.

Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren und Befragte ab 55 Jahren

ENTSPANNT DURCH DIE STADT

Worauf es Millennials ankommt,

wenn es um die Zukunft der Mobilität geht



Eine Idee weiter

Mobilität von morgen

Smart vernetzt und ökologisch nachhaltig

Was Millennials für die Zukunft der Mobilität für wünschens- und erstrebenswert halten

67%

Ampelschaltungen, die individuelle Grünphasen ermöglichen, wenn die Straße/Kreuzung frei ist

51%

automatische Parkplatzsuche

55%

kostenlose Ladestationen für E-Autos



38%

Flächendeckende Bereitstellung von Carsharing-Fahrzeugen

43%

Systeme, für eine schnellere, reibungslose Mobilität mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln

47%

automatische Verkehrssteuerung in Echtzeit



Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren

Klima, Navi, Stauumfahrung

Entspannt durch die Stadt mit dem Auto

Was Autos in den Augen von Millennials bieten müssen, um den Stadtverkehr weniger stressig zu gestalten

4/10



40% der Millennials wünschen sich eine **automatische Navigation** zu freien Parkplätzen (2014: 39%)

73% 2014: 62%
Klimaanlage



62% 2014: 54%
Navigationssystem

33% 2014: 22%
automatischer Stop-and-Go-Assistent

49% 2014: 41%
Echtzeit-Empfehlungen zur Umfahrung von Baustellen/Staus

22% 2014: 18%
Möglichkeit, Parkplätze am Zielort vorab zu reservieren

Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren

Die Zukunft der Mobilität aus Sicht der Millennials

Nachhaltig, innovativ und intelligent

46% 2014:
45%

würden »gern häufiger umweltfreundliche Autos nutzen, die kein schlechtes Gewissen machen«

49% 2014:
46%

sind stolz, wenn sie ein umweltfreundliches Auto fahren

39% 2014:
41%

finden, »Elektroautos sind cool und die Zukunft«

36% 2014:
42%

sind überzeugt, dass die Technologie in Fahrzeugen das Potenzial hat, unser Leben zu verändern

32% 2014:
26%

sind der Meinung, »in der Stadt brauche ich kein eigenes Auto, bei Bedarf nutze ich einen Mietwagen oder ein Carsharing-Auto«



Basis: Befragte im Alter zw. 18 und 34 Jahren

»Super wären schlaue Autos, die sich kurze Strecken, die man immer wieder fährt, merken und dann selbstständig zurücklegen, wenn man das möchte.«

Nick und Christina, beide 32 Jahre



Eine Idee weiter

Untersuchungsmethode

Das Zukunftsinstitut wurde von der Ford-Werke GmbH beauftragt, herauszufinden, wie Millennials heutzutage mit dem Thema Mobilität umgehen und mit welchen Bedürfnissen und Wünschen, aber auch Ansprüchen, Erwartungen und Anforderungen sie auf die Zukunft der Mobilität und des Autos blicken.

Zwischen dem 21. und 31. August 2015 wurden durch das Marktforschungsinstitut YouGov dazu in Deutschland 2.000 Personen in einer repräsentativen Online-Erhebung befragt. Die Stichprobe setzt sich folgendermaßen zusammen: 978 Millennials im Alter von 18 bis 34 Jahren, 509 Befragte im Alter von 35 bis 54 Jahren und 513 Befragte im Alter ab 55 Jahren. Die Stichprobe wurde zusätzlich zur Quotierung gewichtet, um eine bevölkerungsrepräsentative Zielverteilung hinsichtlich der Merkmale Alter, Geschlecht und Region gewährleisten zu können. Alle Ergebnisse basieren auf einer Zufallsstichprobe und erfüllen damit die Voraussetzungen für die Berechnung statistischer Kenngrößen und Tests.



We-Mobility – Eine Trendstudie über Millennials

und die Bedeutung der Mobilität für die Gemeinschaft

Ansprechpartner:

Ute Mundolf
Ford-Werke GmbH

Telefon: 0221/90-17504
umundolf@ford.com

Christian Rauch
Zukunftsinstitut GmbH

Telefon: 069/2648489-12
c.rauch@zukunftsinstitut.de



Eine Idee weiter