

PRESSEINFORMATION

Einmal Autofahrer, immer Autofahrer? Aktuelle Studie zeigt dringenden Bedarf an Mobilitätskonzepten für die Zukunft

Wien, im Jänner 2010 – **Im Jahr 2009 wurden in Österreich 319.403 PKW zugelassen, ein Plus von 8,8 % gegenüber 2008¹. Den ungebrochenen Trend zum eigenen Auto bestätigt auch eine Studie von comrecon°: Das Auto ist immens beliebt, da flexibel, komfortabel und mit emotionalem Mehrwert ausgestattet, während öffentliche Verkehrsmittel oft nur dann genutzt werden, wenn es keine Alternative gibt. Dennoch ist die Automotive-Industrie gefordert an Zukunftskonzepten zu arbeiten, in Amerika und Deutschland lässt etwa der Andrang auf Autos bei den Jungen deutlich nach². Auch bei innerstädtischen Fahrten sowie in punkto Umweltschutz liegen die Öffis trotz allem klar voran. Fazit daher: Der Verkehr der Zukunft kann nur durch einen effektiven Mobilitätsmix aus Auto und Öffentlichen sichergestellt werden – an Konzepten dafür mangelt es aber noch.**

„Mobilität sieht heute ganz anders aus als noch vor zehn Jahren, denn heutzutage ist man nicht ‚nur‘ unterwegs“ stellt Mag. Charlotte Hager, Marktforschungsexpertin und Geschäftsführerin von comrecon° Markt diagnostik (www.comrecon.com) fest. „Vielmehr herrscht eine ‚multidimensionale Mobilitätsdynamik‘ vor: Wir können uns in kurzer Zeit um die ganze Welt bewegen und dank moderner Kommunikationstechnologien dabei mehrere Dinge gleichzeitig machen: während der Autofahrt telefonieren, in den öffentlichen Verkehrsmitteln lesen, Radio hören, mit Freunden chatten oder in der Bahn am Laptop arbeiten oder im Internet surfen“, so Hager.

Den aktuellen Leitmotiven bei der Mobilitätswahl ging comrecon° im Oktober und November 2009 mit einer qualitativen Studie auf den Grund. Mittels eines Methoden-Mix aus Focus Group und ausführlichem Online-Tagebuch (Umsetzung mit Kooperationspartner Kernwert, www.kernwert.de) lieferten die Teilnehmer – ab 18 Jahren & Nutzer unterschiedlicher Mobilitätsformen – tiefgehende Einblicke in Emotionen und Motive ihrer Mobilität.

Mobilität anno 2010: Hauptsache schnell, Umwelt nur Randthema

Die zunehmende Dynamik in der Mobilität zeigt sich auch in den Motiven für die Wahl des Verkehrsmittels: Hier lautet das oberste Prinzip „Schnelligkeit“. Der Umweltgedanke ist eher ein Randphänomen denn ein Leitmotiv. Bei den vielfältigen Mobilitätsangeboten passen sich die Menschen den Gegebenheiten an und greifen entweder auf die Öffentlichen zurück oder auf das Auto – je nach Entfernungen und Zeitbudget. Was schneller und verfügbar ist, wird gewählt.

Das Auto als erste Wahl, Öffis nur aus Anpassung

Dass das Auto in der Beliebtheitsskala der Verkehrsmittel weit oben rangiert, verwundert nicht. Denn der eigene fahrbare Untersatz bietet zahlreiche Vorzüge wie Bequemlichkeit, Spaß, Spontaneität, Individualismus und vermittelt vor allem das Gefühl der Freiheit. Man fühlt sich gut nach dem Motto „My car is my home“ und nimmt daher auch Staus, lästige Parkplatzsuche und teure Spritpreise in Kauf. Bei den Öffis hingegen fällt die emotionale Bilanz in vielerlei Hinsicht negativ aus: Lange Intervalle, Verspätungen, Gedränge, fehlende Sauberkeit, laute Geräusche, unangenehme Gerüche und vor allem kein bisschen Status für die Reisenden. Denn, wer öffentlich unterwegs ist, ist wie jeder andere auch. Wer Auto fährt, hebt sich ab. So wurde im Verlauf der Studie – vor allem durch das Online-Tagebuch – selbst eingefleischten Öffi-Fans bewusst, dass sie diese Mobilitätswahl aus reiner Anpassung und Mangel an Alternativen gewählt haben, nicht jedoch aus wirklicher Überzeugung oder Spaß an der Sache.

¹ Quelle: http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?AngID=1&StID=527744&DstID=0&titel=Zahl,der,Kfz-Zulassungen,in,Österreich,steigt,2009,um,8,8

² Quelle: <http://www.welt.de/motor/article5027311/Die-Generation-Y-hat-keinen-Bock-mehr-auf-Autos.html>

Auto nicht uneingeschränkt auf dem Siegeszug

Trotz der Beliebtheit des Autos, auf das die Österreicher trotz Krisenzeiten nicht verzichten, ist die Automotive-Branche zunehmend unter Zugzwang: Zum einen ist das Auto gerade innerhalb der Stadt eine nur bedingt geeignete Mobilitätsform und verliert gegenüber den Öffentlichen an Boden. Die Studienteilnehmer votierten in der Stadt eindeutig für U-Bahn, Bus oder Straßenbahn, da diese insgesamt flexibler und schneller sind als eine Autofahrt mit Zeitverlust durch Stau und Parkplatzsuche. Darüber hinaus bilanziert das Auto in punkto Umwelt- und Klimaschutz negativ – umweltfreundlichere, sparsamere und flexiblere Modelle würden den Spaß am Fahren zusätzlich erhöhen.

Konzepte für den Verkehr der Zukunft?

Zusätzlich zum ständig steigenden Verkehrsaufkommen vor allem im Raum Wien nimmt auch der Pendlerverkehr zu: Immer mehr Menschen entscheiden sich zugunsten ihrer Lebensqualität für das Wohnen am Stadtrand oder außerhalb – arbeiten jedoch in der Stadt und pendeln daher täglich. „Weder das Auto, noch die Öffentlichen sind hier in jeder Situation die perfekte Mobilitätsform – erst ein Mix aus beiden kann trotz Verkehrszunahme für flüssige und umweltschonende Mobilität in und um die Stadt sorgen“, ist Hager überzeugt. „Hier sind Automobilhersteller, Autoverleihfirmen, öffentliche Verkehrsmittel sowie auch die Bahn gleichsam gefragt, denn es muss ‚cool‘ werden, umweltfreundlich unterwegs zu sein, es müssen mehr Angebote für einen sinnvollen Mobilitätsmix geschaffen werden á la ‚Park & Ride‘ und auch die Öffis sowie die Bahn müssen weiter an ihrer Attraktivierung arbeiten“.

Mehr Informationen zur Mobilitätsstudie von comrecon° auf Anfrage bei k.laengle@matchpr.at oder im Studienbereich von comrecon°: <http://bit.ly/cStudien>.

Über comrecon°

comrecon° - www.comrecon.com - ist das erste Institut für Marktanalysen. Der Ansatz unterscheidet sich darin, dass neben bewährten Verfahren der klassischen Marktforschung semiotische und neuropsychologische Erkenntnisse mit einfließen. Diese interdisziplinäre und systemische Sichtweise führt zum Kern von Bedürfnissen und Wünschen der Menschen sowie zu den entscheidenden Einflussfaktoren des Marktes. comrecon° begleitet seine Kunden während und nach der Untersuchung und unterstützt sie bei der Umsetzung der Analyseergebnisse. Mit der Marktanalyse halten Kunden konkrete und praxisnahe Handlungsempfehlungen in der Hand.

Bildmaterial

© comrecon° KG; Abdruck honorarfrei

Pressekontakt:

Mag. Kristin Längle, MAS
match pr GmbH
A-1050 Wien, Arbeitergasse 1-7
k.laengle@matchpr.at
www.matchpr.at
Tel.: +43.1.489.44.77 dw 63
Fax: +43.1.489.44.77 dw 65
Mobil: +43.699.11.65.66.62

Kontakt:

Mag. Charlotte Hager
comrecon° KG
A-2380 Perchtoldsdorf, Balthasar-Krauß-Gasse 6
office@comrecon.com
www.comrecon.com
Tel.: +43.1.293.47.25
Mobil: +43.664.39.45.473