



Die Zukunft des Automobils

Die [IAA 2009](#) zeigt (neue) Trends: **schneller, größer, kräftiger** und noch mehr **Design**. Am Rande werden auch einige **Alternativantriebe** präsentiert - aber eher wie es scheint, weil man muss. Die **Faszination** des **Automobils** hängt vielmehr an genannten alten Werten. Das Problem der Autoindustrie ist, dass sie "nicht weiß, was der Konsument in 5 Jahren wünscht", so Dr. Heise von VW Wolfsburg im Juni 2009 am Marktforscher-Kongress. Weiters stellte er fest, dass wir nicht wissen, wie das **Konsumverhalten** nach der Krise sein wird. Die Aufgabe der Marktforschung sieht er darin, **Szenarien** und **Modelle** zu entwerfen. Die Lage der Autobranche ist katastrophal. Mittels Preisschlächten - auch Abwrackprämie - wird der **Markt** stetig **ruiniert**.



In Deutschland geht die Zahl der **Führerscheinneulinge** zurück. Die "Jungen" haben **Angst** vor der **Verantwortung Auto!** Ist die junge Generation noch der Autokäufer von Morgen? Was sind die Alternativen? Elektro-Autos, Fahrrad, Bahnfahrt, Online-Meetings, Fahrgemeinschaften? Wird der **Autoverleih** einen Boom erleben? Werden in Zukunft weniger Design und Funktionen entscheiden, sondern vielmehr

Alltagstauglichkeit und

Umweltverträglichkeit? Stehen sich **Preis** und **Sicherheit** im Weg (Bsp. [Dacia](#): "Das Fluchtauto aus der Finanzkrise")? Automobile werden immer autonomer. Immer mehr Sicherheit ist gefordert (Volvos bremsen neuerdings von selbst: "[City Safety](#)"). Das **Automobil** verkörpert immer noch den Schritt ins **Erwachsen-** und **Autonom-Sein**. Das "Erwachsenensein" hat sich im Lauf der Zeit jedoch verändert. Die Frage ist, welche Motive und Bedürfnisse heute dahinter stecken. **Wofür steht das Auto?**

In einer aktuellen **Marktdiagnose** zum **Thema Mobilität** nimmt sich comrecon^o gemeinsam mit dem Partner Telemark Marketing der Frage nach dem Status quo und den zukünftigen Ausblicken an. Wir klären die Fragen: Was bedeutet Mobilität? Wofür steht sie? Worauf kann man nicht verzichten? Welche Bedürfnisse befriedigen die Mobilitätsformen? Wo ist Veränderungsbedarf und was muss zukünftig geändert werden? Was erwartet sich die Gesellschaft in punkto Sicherheit (City Safety etc.) und welchen Preis ist man bereit dafür zu bezahlen?

Wollen Sie mehr zur Studie **Mobilität erfahren** oder **Fragestellungen dazu beantwortet** haben? Dann treten Sie mit uns in [Kontakt](#).

Termine

Der Markt der Mafo

Der VMÖ nimmt sich am 24.9. der aktuellen Situation der österr. Marktforschung an. Auch Software-Trends werden beleuchtet.

[>> VMÖ](#)

Wir sind Internet

Internet Summit Austria am 29.9. in Wien. Unter anderem Peter Gloor zu Schwarmkreativität und Coolhunting.

[>> Termine](#)

Aktuelles

Bedeutung der Zeichen

comrecon^o analysiert Werbepbotschaften und Kommunikation auf ihre Bedeutungen.

[>> Zeichen der Zeit](#)

Mercedes für alle

Der bankrotte Matthias Reim fährt Mercedes - ein Leihauto von Sixt. Großartiger Spot.

[>> Reim für Sixt](#)

Projekte

Marktdiagnose Safety

comrecon^o führt für die FH Campus Wien (Safety Competence Center Vienna) eine Marktstudie zum Thema System Safety durch. Die Ergebnisse werden am 26.11. bei der Eröffnung des neuen Campus-Gebäudes präsentiert.

Marktdiagnose Mobilität

comrecon^o und Telemark Marketing beleuchten Status quo und Entwicklung der Mobilität. Fragen werden gerne aufgenommen.

[>> Ihr Beitrag zur Mobilitäts-Studie](#)


