Bitkom e.V. |

Autokauf: Smartphone-Kompatibilität wichtiger als die Marke

- **Digitale Features und Dienste spielen bei der Kaufentscheidung eine wichtige Rolle**
- **Größte Bedeutung haben Sicherheit, Komfort und Anschaffungspreis**

Berlin, 30. März 2021 - In der Corona-Pandemie hat für viele Menschen das eigene Auto an Bedeutung gewonnen, 31 Prozent derjenigen, die mit dem Pkw fahren, nutzen es sogar häufiger als vor einem Jahr. Bei der Kaufentscheidung für ein Auto spielen einige digitale Features und Dienste inzwischen eine größere Rolle als etwa die Marke. Deutlich wichtiger als in der Vergangenheit ist die Kompatibilität der Benutzeroberfläche im Fahrzeugcockpit mit dem eigenen Smartphone. Dies halten mehr als zwei Drittel (69 Prozent) für sehr wichtig oder eher wichtig beim Autokauf. Vor drei Jahren lag der Anteil bei gerade einmal 55 Prozent, 2019 bei 62 Prozent. Die Jüngeren bis 29 Jahre (80 Prozent) und die 30- bis 49-Jährigen (78 Prozent) legen dabei besonderen Wert auf die Smartphone-Kompatibilität ihres Wagens. Dagegen ist die Marke nur für 65 Prozent aller Befragten ein wichtiges Kaufkriterium (2018: 66 Prozent, 2019: 62 Prozent). Vor allem die Jüngeren bis 29 Jahre legen darauf weniger Wert (60 Prozent). Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Befragung unter 1.003 Personen in Deutschland ab 16 Jahren im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. „Das Smartphone ist für viele Menschen zentral für die Organisation ihres Alltags. Wer darauf zum Beispiel seine Kontakte gespeichert hat, möchte diese auch unkompliziert im Auto nutzen und wer zu Hause die Route geplant hat, möchte die Navigation sofort im Fahrzeug auf dem Bildschirm haben“, sagt Dr. Christopher Meinecke, Leiter Digitale Transformation beim Bitkom. „Für alle Fahrzeughersteller gilt: Der Software kommt eine immer größere Bedeutung zu. Nicht nur bei der Steuerung des Fahrzeugs, sondern auch bei der Interaktion mit den Mitfahrenden.“

Wichtigstes Kriterium beim Autokauf ist mit 98 Prozent die Sicherheit, gefolgt von Komfort (92 Prozent) sowie Anschaffungspreis (90 Prozent) und Umwelteigenschaften wie Verbrauch (89 Prozent). Direkt dahinter liegen bereits ins Fahrzeug integrierte Navigationsdienste (87 Prozent) und neue Fahrassistenzsysteme wie zum Beispiel Einparkhilfe oder Stauassistent (84 Prozent). Für 8 von 10 (79 Prozent) ist die Art des Antriebs ein wichtiges Kriterium, also ob das Fahrzeug einen Verbrennungs- oder Elektromotor hat. Drei Viertel (76 Prozent) halten es für wichtig, dass besondere Dienste auf Grundlage von Fahrzeugdaten angeboten werden, etwa Reparaturhinweise bei Verschleiß. Mit 75 Prozent liegt das Design noch vor der Motorleistung (71 Prozent). Rund zwei Drittel (64 Prozent) machen ihre Entscheidung auch von staatlicher Förderung abhängig. Ähnlich wichtig sind Online-Updates für die Fahrzeugsoftware ohne Werkstattbesuch und neue Dienste wie Verkehrshinweise, die auf Car-to-Car-Kommunikation basieren (je 63 Prozent). Eine knappe Mehrheit hält zudem einen Internetzugang für das Entertainmentsystem (58 Prozent) für wichtig. Bereits mehr als jeder Dritte (37 Prozent) achtet darüber hinaus auf die Verfügbarkeit von Technologien für das automatisierte Fahren.

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine repräsentative Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Im Januar 2021 wurden dabei 1.003 Personen ab 16 Jahren telefonisch befragt.

Kontakt

Merle Wiez
Pressereferentin
Telefon: +49 30 27576-274
E-Mail: m.wiez@bitkom.org
Download Pressefoto

Paul Hannappel
Bereichsleiter Automotive & Logistics
Download Pressefoto
Nachricht senden

Felix Lennart Hake
Bereichsleiter Mobility & Aviation
Download Pressefoto
Nachricht senden

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Autokauf***