Bitkom e.V. | Presseinformation

Autokauf: Digitale Technologien schlagen Marke und Design

- **Nur der Hälfte ist der Hersteller wichtig, aber drei Viertel achten auf die Kompatibilität des Autos mit dem Smartphone**
- **Große Mehrheit wünscht sich digitale Angebote wie Navigationsdienste und Online-Updates**
- **Ganz oben rangieren Sicherheit, Komfort, Preis und Umweltfreundlichkeit**

Berlin, 20. März 2024 - Klassische Kriterien beim Autokauf wie Marke oder Design sind vielen Deutschen inzwischen deutlich weniger wichtig als digitale Angebote und Services im Fahrzeug. So sagen nur noch 64 Prozent, dass ihnen das Design des Fahrzeugs wichtig ist, 2022 waren es 68 Prozent. Und die Marke ist sogar nur noch für 53 Prozent wichtig (2022: 59 Prozent). Zugleich achten 86 Prozent auf ins Fahrzeug integrierte Navigationsdienste, 83 Prozent auf neue Fahrerassistenzsysteme wie Einparkhilfe oder Stauassistent, 76 Prozent möchten Dienste auf Grundlage von Fahrzeugdaten wie Reparaturhinweise bei Verschleiß und ebenso viele treffen ihre Kaufentscheidung aufgrund der Kompatibilität der Benutzeroberfläche im Cockpit mit ihrem Smartphone-Betriebssystem. Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Befragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter 1.003 Personen in Deutschland ab 16 Jahren. „Die Menschen erwarten, dass ein Auto smart ist und digitale Technologien in das Fahrzeug integriert sind“, sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder. „Die Automobilhersteller haben auf diese Entwicklung reagiert. Künftig muss es darum gehen, Autos von Beginn an als digitale Devices zu konzipieren, digital by default.“



Auch andere digitale Angebote rangieren auf dem Wunschzettel der Deutschen beim Autokauf noch vor Marke und Design. So halten 70 Prozent Online-Updates ohne Werkstattbesuch für wichtig, 66 Prozent wünschen sich neue Dienste wie etwa Verkehrshinweise auf Grundlage von Car-to-Car-Kommunikation und ebenfalls 66 Prozent achten auf einen Internetzugang für Entertainment und Kommunikation im Fahrzeug. Künftig dürfte die Bedeutung digitaler Technologien im Fahrzeug weiter zunehmen. So sagen zum Beispiel heute 87 Prozent der 16- bis 29-Jährigen, dass ihnen die Fahrzeug-Kompatibilität mit ihrem Smartphone wichtig ist, aber für gerade einmal 39 Prozent dieser Altersgruppe ist die Marke relevant.

Jedoch: Die wichtigsten Kriterien beim Autokauf sind Klassiker: Sicherheit (100 Prozent), allgemeiner Komfort (96 Prozent), Anschaffungspreis (94 Prozent), Verbrauch und Umwelteigenschaften (93

Prozent). Auch die Art des Antriebs (89 Prozent) sowie eine staatliche Förderung (87 Prozent) sind den Menschen wichtig. Die Motorleistung spielt nur für 72 Prozent eine bedeutende Rolle.

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

Hinweis zur Methodik

Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1.003 Personen in Deutschland ab 16 Jahren telefonisch befragt. Die Befragung fand im Zeitraum von KW 25 bis KW 29 2023 statt. Die Umfrage ist repräsentativ. Die Fragestellung lautete: „Wie wichtig sind bzw. wären Ihnen die folgenden Kriterien beim Autokauf?“

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Autokauf-Digitale-Technologien-schlagen-Marke-und-Design***