Bitkom e.V. | Presseinformation zur Pressekonferenz

Deutsche trauen Autoindustrie eine Rückkehr zu alter Stärke zu – mit digitalen Innovationen

- **69 Prozent erwarten autonomes Fahren als künftigen Standard**
- **Internetzugang ist beim Autokauf wichtiger als Design oder Marke**
- **Knappe Mehrheit wünscht sich, dass KI bei überhöhter Geschwindigkeit eingreift und abbremst**

Berlin, 22. Oktober 2026 – Rückläufige Nachfrage, harter internationaler Wettbewerb und Stellenabbau – die deutsche Automobilindustrie steht unter Druck. Nur mit digitalen Innovationen wird es aus Sicht der Deutschen einen Weg aus der Krise geben: 79 Prozent sind überzeugt, dass die Branche ohne digitale Innovation im Wettbewerb nicht bestehen kann. 70 Prozent halten Kooperationen mit Tech-Unternehmen für notwendig, um international mithalten zu können. Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Befragung unter 1.003 Personen ab 16 Jahren in Deutschland im Auftrag des Digitalverbands Bitkom.

Zugleich wird der deutschen Automobilindustrie das Comeback zugetraut: 71 Prozent vertrauen darauf, dass sie wieder zu alter Stärke zurückfindet. Rund die Hälfte (49 Prozent) meint, die deutsche Automobilbranche sollte sich wieder stärker auf ihre klassischen Werte besinnen. „Die deutsche Automobilindustrie steht unter wirtschaftlichem, geopolitischem und technologischem Druck“, so **Bitkom-Vizepräsidentin Dr. Tanja Rückert**. „Digitale Innovationen sind ein wesentlicher Schlüssel, um im Wettbewerb zu bestehen. Ingenieurskunst und Qualität bleiben wichtige Stärken – sie müssen aber konsequent mit hochmoderner Software, KI und autonomen Technologien verbunden werden.“

Die Deutschen sehen eine ganze Reihe von Faktoren, die es der Branche derzeit schwermachen: 7 von 10 (69 Prozent) sehen steigende Benzin- und Energiepreise als eine der aktuell größten Herausforderungen, dicht gefolgt von Handelskriegen mit 67 Prozent. Einschränkungen von Verbrennungsmotoren sehen knapp über die Hälfte (56 Prozent) als Herausforderung, die Marktdurchdringung von Elektroautos 50 Prozent. Die Abhängigkeit von Batterielieferanten ist für 48 Prozent eine Herausforderung, die Diskussion um autofreie Innenstädte für 30 Prozent.

Neue Wettbewerber sehen 53 Prozent als Herausforderung für die Position der deutschen Automobilindustrie. Einen Mangel an Ingenieurinnen und Ingenieuren mit IT-Fachwissen nennen 38 Prozent. Den Trend zu vernetzten und autonomen Fahrzeugen sieht lediglich ein Viertel (25 Prozent) als Herausforderung, digitale Verkehrsangebote wie Carsharing, Mitfahrdienste oder Fahrtenvermittler sogar nur 17 Prozent.

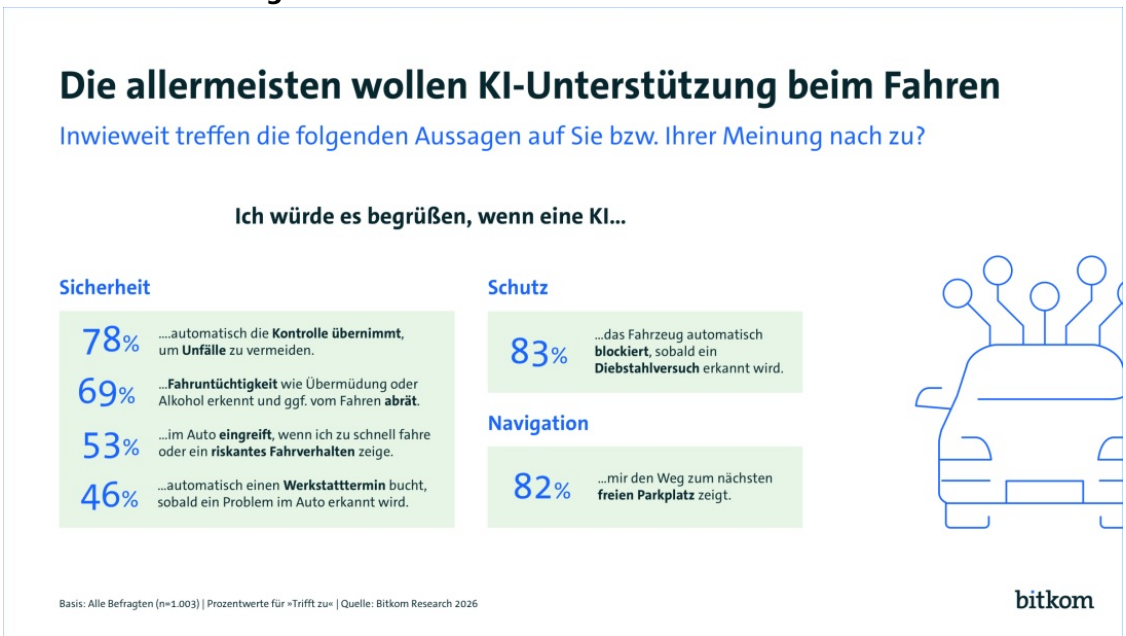
Autokauf: Internetzugang schlägt Design und Marke



Wie wichtig digitale Innovationen inzwischen sind, zeigt auch der Blick auf die Kaufkriterien: Für 80 Prozent der Deutschen ist ein Internetzugang, etwa für Entertainment oder Kommunikation, beim Autokauf wichtig – 2023 waren es erst 66 Prozent. Damit liegt die Konnektivität beim Autokauf inzwischen deutlich vor klassischen Kriterien wie Design und Marke mit jeweils 56 Prozent. 77 Prozent legen Wert auf neue Fahrassistenzsysteme, 74 Prozent auf die Kompatibilität des Cockpits mit dem eigenen Smartphone, 71 Prozent auf Dienste auf Basis von Fahrzeugdaten und 66 Prozent auf Online-Updates der Fahrzeugsoftware. Rund der Hälfte (53 Prozent) sind Technologien für das automatisierte Fahren wichtig.

Weiterhin ganz oben stehen aber klassische Kriterien: Sicherheit liegt mit 98 Prozent an der Spitze, dicht gefolgt von Umwelteigenschaften wie dem Verbrauch (94 Prozent), Komfort beziehungsweise Bequemlichkeit (93 Prozent) sowie dem Anschaffungspreis (92 Prozent). Die Art des Antriebs ist 83 Prozent wichtig, die Motorleistung 70 Prozent. „Sicherheit, Komfort und Qualität bleiben die Basis, aber ein Auto muss heute auch digital überzeugen. Software und digitale Dienste werden zur Voraussetzung dafür, diese klassischen Stärken auszubauen und zugleich das Fahrerlebnis immer stärker zu personalisieren“, so Rückert.

KI im Auto überzeugt vor allem bei Sicherheit und Schutz



Auch beim Einsatz Künstlicher Intelligenz zeigt sich, was die Menschen von einem modernen Auto erwarten: Besonders groß ist das Interesse an Anwendungen, die Sicherheit und Schutz erhöhen. 83 Prozent würden es begrüßen, wenn eine KI das Fahrzeug bei einem erkannten Diebstahlversuch automatisch blockiert. 78 Prozent fänden gut, würde eine KI das Fahrzeug automatisch übernehmen,

um Unfälle zu vermeiden. 69 Prozent befürworten eine KI, die Fahruntüchtigkeit etwa durch Übermüdung oder Alkohol erkennt und vom Fahren abrät. Und mehr als die Hälfte (53 Prozent) will sogar eine KI, die bei überhöhter Geschwindigkeit oder riskantem Fahrverhalten aktiv ins Auto eingreift.

Bald Standard statt nur Hype – dem autonomen Fahren gehört die Zukunft

Noch einen Schritt weiter geht das autonome Fahren – und auch hier verändert sich die Haltung der Deutschen deutlich: 69 Prozent der Deutschen gehen inzwischen davon aus, dass autonomes Fahren in Zukunft Standard sein wird. Im vergangenen Jahr waren es erst 53 Prozent. Gleichzeitig hat sich der Anteil derjenigen, die autonomes Fahren für einen Hype halten, der sich nicht durchsetzen wird, innerhalb eines Jahres von 43 auf 24 Prozent fast halbiert.



Die Nutzungsbereitschaft ist schon jetzt hoch: Nahezu alle Deutschen (100 Prozent) können sich vorstellen, ein autonomes Verkehrsmittel zu nutzen. Besonders hoch ist die Bereitschaft bei autonomen Bussen (71 Prozent) und U- oder S-Bahnen (69 Prozent). Aber auch einen autonomen Privat-Pkw würden 62 Prozent nutzen, ein autonomes Taxi 60 Prozent und einen Shuttle- oder Mini-Bus 59 Prozent. Bei Schiffen (32 Prozent) und Flugzeugen (30 Prozent) ist die Offenheit deutlich geringer.

Eigene Erfahrungen mit automatisiertem Fahren bei Autos gibt es bereits, bislang jedoch vor allem auf den unteren Stufen. 47 Prozent haben bereits Systeme auf Level 1 genutzt, 34 Prozent teilautomatisiertes Fahren auf Level 2. Deutlich seltener sind Erfahrungen mit höheren Automatisierungsstufen: Level 3 haben bislang 5 Prozent, Level 4 lediglich 2 Prozent als Fahrer oder Beifahrer erlebt. Rückert: „Beim automatisierten und autonomen Fahren findet gerade ein deutlicher Stimmungswechsel statt. Mit ersten praktischen Erfahrungen wächst das Interesse und wird Interesse zu Begeisterung. Für immer mehr Menschen ist das autonome Fahren keine ferne Zukunftsvision mehr, sondern eine Technologie, die künftig ganz selbstverständlich zum Mobilitätsalltag gehört.“

Rechtliche Unsicherheiten und Angst vor der Technik bleiben Hürden

Noch stehen dem autonomen Fahren aus Sicht vieler Menschen aber Hürden entgegen. Die Vorbehalte richten sich dabei nicht gegen die Idee des autonomen Fahrens an sich. Vielmehr sehen 63 Prozent unsichere rechtliche Rahmenbedingungen als Hürde, 59 Prozent sorgen sich vor technischen Problemen und 47 Prozent vor Hackerangriffen. Gleichzeitig werden Vorteile gesehen: 44 Prozent erwarten einen besseren Verkehrsfluss, 41 Prozent eine geringere Lärmbelastung und jeweils rund vier von zehn mehr Sicherheit für Insassen (41 Prozent) beziehungsweise andere Verkehrsteilnehmer (39 Prozent).

Auch beim politischen und gesellschaftlichen Umgang mit autonomem Fahren zeigt sich ein positives Bild: 54 Prozent finden, Deutschland sollte beim autonomen Fahren eine Vorreiterrolle einnehmen,

50 Prozent sprechen sich für eine aktive staatliche Förderung aus und Tests auf öffentlichen Straßen am eigenen Wohnort würden immerhin 45 Prozent begrüßen. Rückert: „Es braucht einheitliche Regeln, verlässliche Rahmenbedingungen und Möglichkeiten, autonome Fahrzeuge im realen Verkehr zu erproben. Modellregionen können dazu beitragen, autonome Mobilität in den Alltagsverkehr zu integrieren und dann in die Fläche zu bringen."

Mobilität im Wandel: Ein Fünftel fährt seltener Auto – auch aufgrund steigender Preise

Der Wandel der Mobilität zeigt sich nicht nur am Interesse an neuen Technologien, sondern auch an einem heute bereits veränderten Mobilitätsverhalten. Im Vergleich zu 2024 hat dabei vor allem das Flugzeug eingebüßt: 36 Prozent der Deutschen fliegen nach eigenen Angaben heute seltener, nur 1 Prozent häufiger. Taxis nutzen 29 Prozent seltener, nur 4 Prozent häufiger. Fahrtenvermittler wie Uber oder Bolt entwickeln sich hingegen stabil.

Den eigenen Pkw nutzen 21 Prozent seltener, aber auch 16 Prozent häufiger. Verloren haben auch Bus und Bahn. Im Fernverkehr werden sie von 21 Prozent seltener und 6 Prozent häufiger genutzt, im Nahverkehr stehen 15 Prozent mit seltenerer und 13 Prozent mit häufigerer Nutzung gegenüber. Umgekehrt wird stärker auf Carsharing zurückgegriffen: 11 Prozent nutzen es heute öfter und nur 3 Prozent seltener. Den größten Zuwachs verzeichnet das eigene Fahrrad: 43 Prozent nutzen es im Vergleich zu 2024 häufiger, nur 8 Prozent seltener. Bike-, Scooter- oder Moped-Sharing nutzen 14 Prozent häufiger und 10 Prozent seltener. Zu Fuß gehen 26 Prozent häufiger und 5 Prozent seltener.

Als Gründe für Veränderungen des eigenen Mobilitätsverhaltens werden vor allem äußere Faktoren genannt: 61 Prozent der Menschen, die ihr Mobilitätsverhalten geändert haben, wollen das Klima schonen. Gestiegene Energie- und Benzinpreise nennt rund die Hälfte (51 Prozent). Unter Menschen mit rückläufiger Pkw-Nutzung nennen sogar 78 Prozent gestiegene Benzin- und Energiepreise als Grund für ihr verändertes Mobilitätsverhalten. Weitere äußere Faktoren sind die Sorge vor Infektionskrankheiten (21 Prozent), der Wegfall von Dienstreisen (18 Prozent) sowie Unzuverlässigkeit im Bahnverkehr (25 Prozent) und gestiegene Preise im ÖPNV (14 Prozent).

Neue Mobilitätsangebote führen hingegen sehr viel seltener zu einem veränderten Mobilitätsverhalten – nur 16 Prozent nennen dies als Grund. Die Einführung des Deutschlandtickets war für 15 Prozent ursächlich, ebenso die Nutzung eines Mobilitätsbudgets (15 Prozent). Häufigeres Homeoffice führte bei 6 Prozent zu einer Veränderung der Mobilität.

Trotz aller offenen Fragen und Herausforderungen überwiegt beim Blick in die Zukunft der Mobilität der Optimismus: 85 Prozent sehen die Digitalisierung als Chance für die Mobilität. Nur 12 Prozent bewerten sie als Risiko. „Die Menschen sehen in der Digitalisierung vor allem die Chance, Mobilität besser zu machen – sicherer, komfortabler, effizienter und klimaschonender. Zugleich trauen sie der deutschen Autoindustrie zu, den Wandel nicht nur zu bewältigen, sondern positiv für sich zu nutzen. Jetzt kommt es darauf an, Innovationen schneller in die breite Anwendung zu bringen und daraus eine neue Stärke für den Mobilitätsstandort Deutschland zu entwickeln", so Rückert.

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 30 bis KW 35 2026 statt. Die Umfrage ist repräsentativ.

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Deutsche-trauen-Autoindustrie-eine-Rueckkehr-zu-alter-Staerke-zu-mit-digitalen-Innovationen***