

**Pressemitteilung
Automobilbarometer 2016 - International**

12. Juli 2016

Rush Hour war gestern: Der etwas andere Weg zur Arbeit

- **Zwei von drei Verbrauchern würden sich gerne von intelligenten Autos bei der Parkplatz- und Tankstellensuche helfen lassen**
- **Autofahrer wünschen sich Funktionen, um den täglichen Arbeitsweg zu verkürzen**
- **Im autonomen Auto der Zukunft beginnen die Deutschen ihren Feierabend auf der Heimfahrt**

Für 72 Prozent der Deutschen steht das vernetzte Auto vor allem für Zeitersparnis. Besonders in den verstopften Straßen der Großstädte und Ballungsräume verkürzen die Vernetzungstechnologien die Fahrdauer. Mit dem Automobilbarometer 2016 – International beleuchtet die Commerz Finanz GmbH diesen Sachverhalt genauer. So sagen 67 Prozent der deutschen Verbraucher, dass sie ihre Fahrzeit mit Hilfe von interaktiven Anwendungen verkürzen konnten. „Navigationshilfen machen das Fahren bereits jetzt komfortabler. Das intelligente Auto steht dem Verbraucher künftig wie ein Concierge-Dienst zur Seite“, sagt Gerd Hornbergs, Geschäftsführer der Commerz Finanz GmbH. „Die Vernetzung verknüpft beispielsweise das Auto mit dem Terminkalender und ruft auch passend Informationen ab. Nebenbei kommuniziert es mit seiner Umgebung und findet so den aktuell schnellsten Weg von der Wohnung ins Büro.“

Zeitfresser Pendeln

Die Autofahrer möchten vor allem ihren täglichen Arbeitsweg verkürzen und damit weniger Zeit hinter dem Steuer verbringen. So haben 65 Prozent der deutschen Verbraucher Interesse an einer Funktion im Auto, die ihnen einen freien Parkplatz aussucht und direkt reserviert. 30 Prozent würden dafür sogar einen höheren Autopreis in Kauf nehmen. Zudem berechnen Vernetzungsangebote die aktuell beste Route und berücksichtigen dabei eine Vielzahl von Verkehrsmitteln. Daran interessiert sind 45 Prozent der Deutschen. In

Millionenstädten wie Istanbul oder Mexiko-Stadt ist die Verkehrsbelastung noch deutlich höher als in Europa. Dort haben sogar 83 Prozent (Türkei), beziehungsweise 79 Prozent (Mexiko) Interesse an der multimodalen Fortbewegung. „Dem vernetzten Fahren kommt eine zentrale Rolle für die Bewältigung des kollabierenden Stadtverkehrs zu“, betont Dr. Volker Lüdemann, Professor für Wirtschafts- und Wettbewerbsrecht an der Hochschule Osnabrück. „Dies gilt nicht nur aus Sicht der Stadtplaner, sondern auch aus Sicht des einzelnen Fahrers, der hierdurch Zeit spart und Komfortgewinne realisieren kann.“

Autos, die sich bezahlt machen

Bei allen Wünschen zur effizienten Fortbewegung behalten die Autofahrer ihren Geldbeutel im Blick. Sparfüchse schauen vor allem auf die stetig schwankenden Benzinpreise. 80 Prozent der Deutschen haben Interesse an einem Auto, das eigenständig die günstigste Tankstelle in der Nähe findet. Denn diese Funktion rechnet sich auf lange Sicht. Zudem holt die Geolokalisierung auf Wunsch die Geschäfte der Umgebung direkt ins Auto. Jeder dritte Deutsche (36 %) würde sich personalisierte Angebote in Echtzeit anzeigen lassen und so beispielsweise den lang ersehnten Flatscreen besonders günstig finden. Die Vorteile persönlicher Konsumangebote per Geolokalisierung sind scheinbar noch nicht vollständig im Bewusstsein der Verbraucher angekommen. Über die Hälfte der deutschen Verbraucher (53 %) findet diese Option unnötig. Damit liegt Deutschland weit über dem internationalen Durchschnitt (32 %).

Smartphone auf vier Rädern

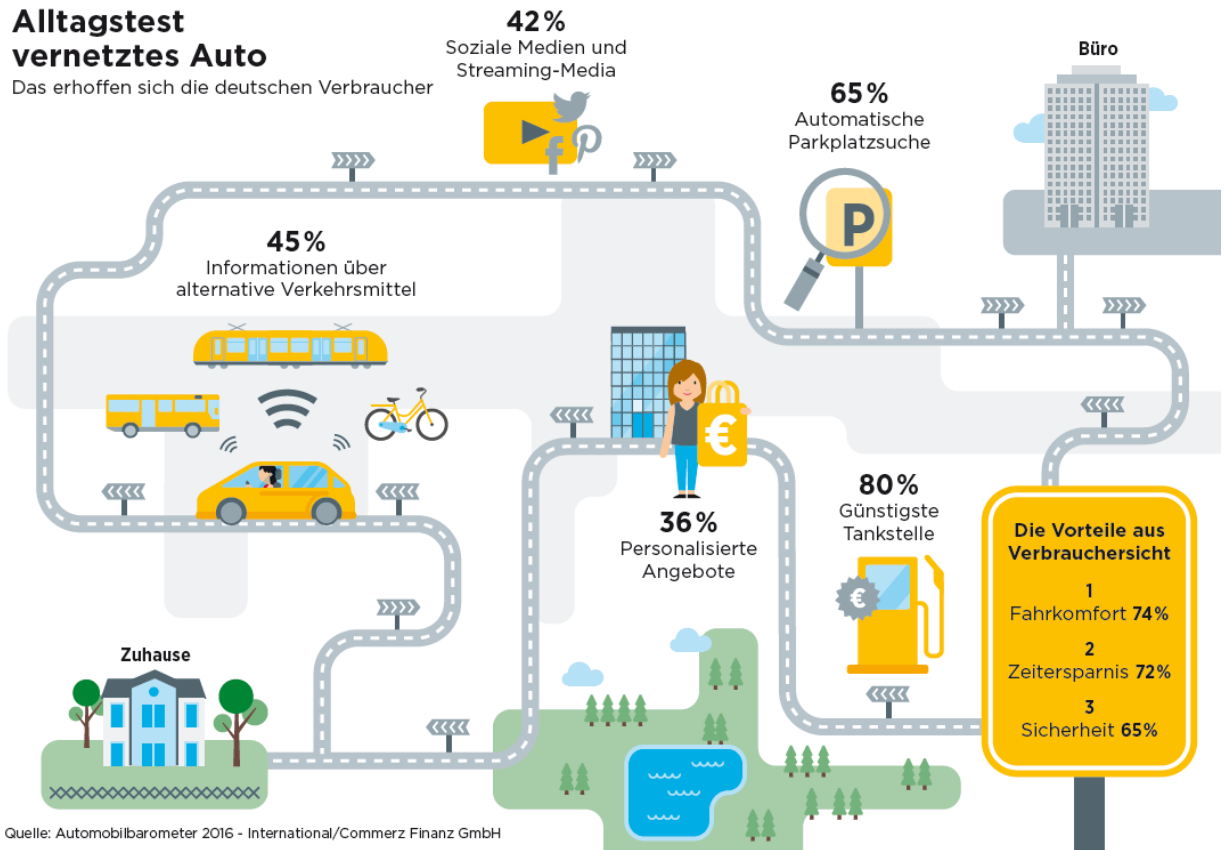
Im digitalen Zeitalter wollen viele Verbraucher auch während der Autofahrt mit ihrer Umgebung in Kontakt bleiben. Besonders beliebt sind Funktionen, mit denen die Autofahrer per SMS, E-Mail oder Facebook kommunizieren können, ohne die Hände vom Steuer zu nehmen. 49 Prozent der Deutschen möchten gerne während der Fahrt chatten und 42 Prozent würden Soziale Medien und Streaming-Angebote nutzen. Im internationalen Vergleich sind die Türken am stärksten an den multimedialen Angeboten im Auto interessiert (jeweils 84 %).

Im vollautonomen Auto der Zukunft kann die Heimfahrt noch freier gestaltet werden. Während 24 Prozent der deutschen Verbraucher im Auto arbeiten würden, wollen 44 Prozent lieber mit einem Film den Feierabend einläuten.

Zeichen: 3.997

Alltagstest vernetztes Auto

Das erhoffen sich die deutschen Verbraucher



Bildunterschrift:

Besonders auf dem alltäglichen Arbeitsweg spart das vernetzte Auto Zeit und erhöht den Fahrkomfort.

Über die Studie:

Das Automobilbarometer 2016 – International untersucht die Perspektive der Verbraucher auf das vernetzte und autonome Auto. Neben den Erwartungen und Wünschen werden auch die mit dem intelligenten Fahrzeug verbundenen Bedenken genauer beleuchtet. Die Studie wird von der Commerz Finanz GmbH herausgegeben und wurde in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungs- und Beratungsunternehmen BIPE realisiert. Sie basiert auf einer repräsentativen Online-Befragung, die TNS-Sofres im Juli 2015 durchgeführt hat. Zu Wort kamen dabei mehr als 8.500 Verbraucher aus Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Polen, Portugal, Spanien, der Türkei sowie Japan, den USA, Brasilien, China und Südafrika.

Über die Commerz Finanz GmbH:

Die Commerz Finanz GmbH ist ein Gemeinschaftsunternehmen der BNP Paribas Personal Finance S.A. und der Commerzbank AG. Im Unternehmensfokus steht die Vergabe von Konsumentenkrediten, insbesondere die Absatzfinanzierung im stationären Handel sowie im E-Commerce. Das Produktportfolio umfasst Ratenkredite, Kartenprodukte mit Verfügungsrahmen und endfällige Kredite. Vertriebspartner sind Handelsunternehmen jeder Größe, Banken und Versicherungen. Die Commerz Finanz GmbH vereint die langjährige Erfahrung und Tradition ihrer Anteilseigner mit Innovationskraft und Flexibilität.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

Commerz Finanz GmbH

Schwanthalerstraße 31
80336 München
Corinna Kranke: presse@commerzfinanz.com

oder

Vitamin B – PR im Dialog®

Hospitalstraße 7
69115 Heidelberg
Verena Glaese: +49 (0) 177 7 89 98 76
v.glaese@vitaminb-dialog.de