

Durch autonomes Fahren entsteht ein Milliardenmarkt für Mehrwertdienste / Studie von Horváth & Partners und Fraunhofer IAO

Wie viel ist ein Autofahrer bereit, für den Konsum von Mehrwertdiensten in einem autonomen Fahrzeug zu zahlen? Dieser Frage haben sich die Managementberatung Horváth & Partners und das Fraunhofer IAO in der gemeinsamen Studie „The Value of Time - Nutzerbezogene Service-Potenziale durch autonomes Fahren“ angenommen.

Das Ergebnis lässt aufhorchen. Für die sechs definierten Bedürfniskategorien Kommunikation, Produktivität, Grundbedürfnisse, Wohlfühlen, Information und Unterhaltung wurden durchschnittliche Zahlungsbereitschaften von jeweils zwischen 20 und 40 Euro pro Monat ermittelt. Daraus wird schon in wenigen Jahren ein bedeutsamer Markt entstehen: Allein für Deutschland prognostizieren die Studienautoren im nächsten Jahrzehnt ein jährliches Umsatzvolumen von mehreren Milliarden Euro für Mehrwertdienste während der Fahrt. In Japan und den USA ist die Zahlungsbereitschaft noch größer. Auch mit welchen Services und Produkten die Umsätze erzielt werden, unterscheidet sich zwischen den Ländern.

„Drei Viertel der befragten 1.500 Autofahrer würden für Mehrwertdienste in einem autonomen Fahrzeug zahlen“, fasst Ralf Gaydoul, Partner und Leiter des Automotive Centers bei Horváth & Partners, zusammen. „Wir gehen davon aus, dass autonome Fahrzeuge sich in den nächsten zehn Jahren etablieren werden. Je mehr sich das autonome Fahren durchsetzt, desto größer wird die Nachfrage der Nutzer nach Services sein, um die frei werdende Zeit im Auto sinnvoll zu nutzen. Summiert man die Werte über alle Bedürfniskategorien hinweg auf, so kommt man auf einen monatlichen Betrag von weit über 100 Euro pro Fahrer.“

Am größten ist die Bereitschaft, Geld für Angebote rund um Kommunikation und Produktivität zu investieren. „Diese Services werden in allen drei untersuchten Ländern am stärksten nachgefragt, jedoch mit unterschiedlicher Ausprägung“, so Dr. Jennifer Dungs, Leiterin des Geschäftsfelds Mobilitäts- und Stadtsystem-Gestaltung am Fraunhofer IAO. „In Japan ist beispielsweise das Interesse an Social-Media-Diensten während der Fahrt deutlich höher als hierzulande (64 Prozent gegenüber 23 Prozent).“ Dementsprechend können Anbieter aus verschiedenen Bereichen signifikante Umsatzanteile gewinnen. Neben Automobilherstellern und Zulieferern gehören Hersteller technischer Endgeräte und digitale Serviceanbieter dazu. Für die Automobilbranche zeichnet sich dadurch eine zunehmende Konkurrenz durch branchenfremde Unternehmen ab.

Ob ein Autofahrer bereit ist, für Mehrwertdienste zu zahlen, hängt auch von seiner Generationszugehörigkeit ab. Ab dem Alter von 35 Jahren nimmt die Zahlungsbereitschaft deutlich ab. Die tägliche Fahrtzeit spielt ebenfalls eine Rolle. Je mehr Zeit eine Person im Auto verbringt, desto eher ist sie bereit, Mehrwertdienste kostenpflichtig zu nutzen. Die Differenz ist jedoch gering. Vom Fahrzeugsegment ist die Zahlungsbereitschaft dagegen weitestgehend unabhängig – Kleinwagenfahrer sind ebenso interessiert wie Fahrer von Mittel- oder Oberklassewagen.

Auf der Hannover Messe, die noch bis 29. April 2016 dauert, stellen die Autoren die Studienergebnisse im Detail vor.

Über das Fraunhofer IAO

Wie arbeiten und leben Menschen in Zukunft? Zu dieser und ähnlichen Fragen forschen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler am Fraunhofer IAO und bringen ihre Erkenntnisse ergebnisorientiert in die Anwendung. Expertinnen und Experten gestalten das Zusammenspiel von Mensch, Technik und Organisation ganzheitlich und kundenindividuell. Das Institut unterstützt Unternehmen und Institutionen, Potenziale neuer Technologien zu erkennen, diese gewinnbringend einzusetzen und attraktive Zukunftsmärkte zu erschließen.

Im Geschäftsfeld Mobilitäts- und Stadtssystem-Gestaltung arbeitet ein Team von rund 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus Ingenieuren, Stadtplanern, Informatikern, Wirtschaftswissenschaftlern und Soziologen interdisziplinär an inspirierenden Systemlösungen für Mobilität und Städte der Zukunft. Die thematischen Schwerpunkte liegen in der Entwicklung, Einführung und Industrialisierung von nachhaltigen Mobilitätskonzepten in den regionalen und internationalen Markt insbesondere vor dem Hintergrund der zunehmenden Elektrifizierung, Automatisierung und Vernetzung der Transportmittel.

Pressekontakt:

Oliver Weber

Telefon: 0711 / 66919 - 3301

E-Mail: oweber@horvath-partners.com

Unternehmen

Horváth & Partner GmbH

Königstraße 5

70173 Stuttgart

Internet: www.horvath-partners.com

Über Horváth & Partner GmbH

Horváth & Partners ist eine international tätige, unabhängige Managementberatung mit Sitz in Stuttgart. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 600 hochqualifizierte Mitarbeiter an Standorten in Deutschland, Österreich, Rumänien, Saudi-Arabien, der Schweiz, Ungarn und den Vereinigten Arabischen Emiraten. Die Mitgliedschaft in der internationalen Beraterallianz „Cordence Worldwide“ unterstützt die Fähigkeit, Beratungsprojekte in wichtigen Wirtschaftsregionen mit höchster fachlicher Expertise und genauer Kenntnis der lokalen Gegebenheiten durchzuführen. Die Kernkompetenzen von Horváth & Partners sind Unternehmenssteuerung und Performanceoptimierung – für das Gesamtunternehmen wie für die Geschäfts- und Funktionsbereiche Strategie, Innovation, Organisation, Vertrieb, Operations, Einkauf, Controlling, Finanzen und IT. Horváth & Partners steht für Projektergebnisse, die nachhaltigen Nutzen schaffen. Deshalb begleitet Horváth & Partners seine Kunden von der betriebswirtschaftlichen Konzeption bis zur Verankerung in Prozessen und Systemen.