

## **Generation der Digital Natives will auch im Auto nicht auf Internet, Smartphone und Apps verzichten**

Burscheid (ots) -

~

Johnson Controls befragte für Studie rund 2.800 junge Menschen in Deutschland, Großbritannien, China und den USA

~

Johnson Controls, ein weltweit führendes Unternehmen in der automobilen Innenausstattung und Elektronik, hat untersucht, welche Erwartungen die so genannten Digital Natives an das Auto der Zukunft haben. Johnson Controls hat für die Studie rund 2800 junge Menschen in Deutschland, Großbritannien, China und den USA befragt. Zentraler Wunsch: Sie wollen auch beim Fahren mit der digitalen Welt vernetzt sein.

"Diese Generation erlebt das Auto heute als einen Raum, in dem sie vom Internet und mobiler Kommunikation weitgehend abgeschnitten ist", sagt Andreas Maashoff, Director Industrial Design & Market Research. "Digital Natives sind fast immer online, erreichbar und mit Kommunikation befasst. Egal ob zu Hause, im Büro, in der Universität oder unterwegs. Sie wünschen sich, dass sie auch im Auto Anschluss an die digitale Welt haben."

Digital Natives sind nach 1980 geboren. Sie sind mit digitalen Technologien aufgewachsen und können sich ein Leben ohne Internet, Smartphone, Tablet-PCs und MP3-Player nicht vorstellen. Diese Geräte sind Ausdruck des Lebensgefühls dieser Generation. Die wichtigsten Anforderungen dieser Generation an das Auto der Zukunft lassen sich in drei Schlagworten zusammenfassen: Konnektivität, Zugang zu Informationen und Sprachsteuerung.

Die Studie von Johnson Controls hat ergeben, dass Digital Natives Smartphone und Tablet PC auch im Auto unkompliziert anschließen und nutzen wollen. Wichtig ist für sie, dass sie ihre digitalen Geräte ohne Kabel mit dem zentralen Bordcomputer des Fahrzeugs verbinden und sie gleichzeitig im Auto aufladen können.

Hohe Priorität hat für die Befragten auch der einfache Zugang zu

Informationen im Auto. Zum Beispiel wünschen sie sich so genannte Location Based Services, die Informationen von Navigation und Internet zur Umgebung, durch die sie gerade fahren, verknüpfen. Ein Beispiel hierfür ist, dass sie automatisch zu einer günstigen Tankstelle in der Umgebung geleitet werden, wenn der Kraftstoff zur Neige geht.

Zudem wollen Digital Natives ihr Fahrzeug wie ein Smartphone bedienen können und ein Echtzeit-Monitoring aller Funktionen im Auto erhalten, dass sofort auf notwendige Servicearbeiten oder Reparaturen aufmerksam macht. Dafür wünschen sie sich Touch- Displays, die sie durch das Herunterladen spezieller Apps - zum Beispiel für die Steuerung der Klimaanlage oder zum Spritsparen - auf ihre persönlichen Bedürfnisse anpassen können. Gerne würden sie wichtige Funktionen ihres Autos auch direkt über ihr Smartphone steuern.

Wichtig ist den Digital Natives zudem sicheres Fahren. Daher wünschen sie sich eine Sprachsteuerung aller Funktionen und Geräte, die sie im Auto nutzen. Viele der Befragten haben zum Beispiel Technologien vorgeschlagen, die während der Fahrt E-Mails oder Nachrichten aus sozialen Netzwerken vorlesen.

All diese Wünsche will die Generation in Kleinwagen erfüllt sehen, da junge Menschen in der Regel Klein- und Mittelklassewagen kaufen. "Um diese Zielgruppe zu erreichen, müssen Innovationen verstärkt von Anfang an auch in den unteren Fahrzeugsegmenten eingesetzt werden", sagt Andreas Maashoff und ergänzt: "Johnson Controls hat die Bedürfnisse der Digital Natives bereits frühzeitig aufgegriffen, wie beispielsweise die Mensch-Maschine-Schnittstellen in unserem Konzeptfahrzeug ie:3 zeigen".

Zu diesen Schnittstellen zählen unter anderem ein neun Zoll großes Multi-Touch-Display mit intelligenter grafischer Informationsaufbereitung und ein so genanntes Combiner Head-up Display, das wichtige Informationen auf eine Schnittstelle im Sichtfeld des Fahrers projiziert. Als konnektiver Service ist im Konzeptfahrzeug ie:3 auch eine Aufladestation in die Tunnelkonsole integriert, in der sich zwei mobile Endgeräte kabellos und sicher aufladen lassen.

Über Johnson Controls

Johnson Controls ist ein weltweit führendes Technologie- und

Industrieunternehmen mit einem breit gefächerten Produkt- und Serviceangebot und Kunden in über 150 Ländern. Mit unseren 162.000 Mitarbeitern stellen wir hochwertige Produkte her und bieten Dienstleistungen und Lösungen, mit denen wir einen wichtigen Beitrag zur Optimierung der Energie- und Gesamteffizienz von Gebäuden leisten. Bleibatterien, innovative Batterien für Hybrid- und Elektrofahrzeuge sowie Innenraumlösungen für die Automobilindustrie ergänzen unser Portfolio. Bereits 1885 begann unser Engagement für Nachhaltigkeit - mit der Erfindung des ersten elektrischen Raumthermostats. Durch unsere solide Wachstumsstrategie und den Ausbau von Marktanteilen schaffen wir Werte für unsere Anteilseigner und tragen zum Erfolg unserer bei.

#### Über Johnson Controls Automotive Experience

Johnson Controls ist weltweit führend bei Autositzen, Dachhimmelsystemen, Türverkleidungen und Instrumententafeln sowie Elektronik für den Fahrzeuginnenraum. Mit unseren Produkten, Technologien und fortschrittlichen Fertigungsmethoden unterstützen wir alle großen Automobilhersteller dabei, sich mit ihren Fahrzeugen im Markt zu differenzieren. Mit 240 Standorten weltweit sind wir dort vertreten, wo unsere Kunden uns brauchen. Vom Einzelbauteil bis hin zu kompletten Innenraumsystemen begeistern Komfort und Design unserer Produkte die Konsumenten. Dank unserer globalen Leistungsfähigkeit stellen wir rund 50 Millionen Fahrzeuge pro Jahr aus.

#### Rückfragehinweis:

Johnson Controls GmbH  
Automotive Experience  
Industriestraße 20-30  
51399 Burscheid

Oliver Herkert  
Tel.: +49 2174 65-4348  
Fax: +49 2174 65-3219  
E-Mail: [oliver.herkert@jci.com](mailto:oliver.herkert@jci.com)

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/DE19526/aom>

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.OTS.AT \*\*\*

OTS0106 2012-06-19/11:01

191101 Jun 12

Link zur Aussendung:

[http://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20120619\\_OTS0106](http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20120619_OTS0106)