

Deloitte Studie: Sicherheit als Knackpunkt bei Akzeptanz für autonom fahrende Autos

Utl.: Verunsicherung der Konsumenten steigt - einheitliche Sicherheitsstandards gefordert =

Wien (OTS) - Eine aktuelle Deloitte Studie untersucht die Akzeptanz der Konsumenten für selbstfahrende Autos. Dabei zeigen sich bei den deutschen Nachbarn sinkendes Interesse und wachsende Sicherheitsbedenken. Bei den Konsumenten in China und den USA gewinnt autonomes Fahren leicht an Popularität. Im Rahmen der Studie ortet Deloitte die Notwendigkeit für einheitliche Sicherheitsstandards bei den Herstellern und mehr Aufklärung der Kunden.

Im Rahmen der Deloitte Global Automotive Consumer Study wurden über 22.000 Konsumenten in 17 Ländern befragt. Eine Detailanalyse der Ergebnisse zum Thema Autonomes Fahren in den Kernmärkten China, Deutschland, Indien, Japan, Südkorea und den USA offenbart in der Mehrheit der Länder steigendes Misstrauen in Hinblick auf selbstfahrende Autos.

Zwtl.: Skepsis und Sicherheitsbedenken überwiegen

In China (+4,2 %) und den USA (+3 %) ist das Interesse an selbstfahrenden Autos seit 2014 zwar leicht gestiegen, in allen anderen untersuchten Märkten nimmt es allerdings ab. Bei den deutschen Befragten ist die Nachfrage im Vergleich zu 2014 um -2,8 % gesunken. Mit 72 % hat die Mehrheit der Deutschen noch Sicherheitsbedenken. Fast die Hälfte gibt aber an, sich zukünftig durch positive Erfahrungswerte und Sicherheitsnachweise überzeugen zu lassen.

Die steigende Skepsis der deutschen Verbraucher lässt Rückschlüsse auf den österreichischen Markt zu. „Die österreichischen Konsumenten agieren ähnlich wie die deutschen. Hersteller sind gefordert vermehrt Tests und Nachweise zu erbringen, die das Vertrauen in die innovative Technologie stärken. Umfassender und professioneller Datenschutz spielt dabei eine entscheidende Rolle“, betont Karin Mair, Partnerin und Clients & Industries Leader bei Deloitte Österreich.

Zwtl.: Junge Kunden sind aufgeschlossener

In allen untersuchten Ländern zeigen sich große Unterschiede zwischen den Generationen. Je jünger die Befragten, desto größer sind die Erfolgchancen für neue Mobilitätskonzepte. Unter deutschen Millennials (nach 1976 geboren) haben 32 % Interesse an selbstfahrenden Autos, in den USA sind es 57 % und in China sogar 64 %. Die reifere Kundengruppe (vor 1965 geboren) ist deutlich zurückhaltender: In diesem Segment können sich nur 20 % der Deutschen mit einem autonomen Fahrzeug anfreunden, in den USA sind es 24 %. China tanzt hier mit 57 % aus der Reihe.

Zwtl.: Prüfsiegel können Vertrauen fördern

Bei Vorliegen eines schriftlichen Sicherheitsnachweises - etwa in Form präziser Dokumentationen und Belege - würde rund die Hälfte der Deutschen die autonome Option wählen. Auch im internationalen Vergleich wären die Vertrauenswerte dann deutlich höher, allen voran in China mit 81 %.

Zwtl.: Geringe Zahlungsbereitschaft für neue Technologien

Neue Technologien bedeuten für die Hersteller auch hohe zusätzliche Kosten. Grundsätzlich wollen die Konsumenten dafür aber kaum tiefer in die Tasche greifen. So ist nur ein Viertel der Deutschen bereit, bei der Anschaffung eines selbstfahrenden Autos einen höheren Preis im Vergleich zu einem herkömmlichen PKW zu bezahlen.

Die Kunden erwarten außerdem von den Produzenten, dass entsprechende Sicherheitssysteme standardmäßig in autonom fahrende Fahrzeuge inkludiert werden. Auch hier ist die Bereitschaft dafür mehr zu bezahlen gering. So würde beispielsweise in Deutschland nur rund ein Viertel der Befragten auch höhere Kosten für solche neuen Technologien akzeptieren. In den anderen untersuchten Ländern zeigt sich ein ähnliches Bild.

„In unseren Breitengraden sind die Autofahrer eher vorsichtig und prüfen Neuerungen genau. Wie der internationale Vergleich zeigt, müssen Anbieter innovativer Technologien einige Überzeugungsarbeit leisten. Das könnte vor allem mit der Weiterentwicklung sicherheitsrelevanter Sensoren gelingen, die Objekte automatisch erkennen und so eine Kollision verhindern. Damit würde das Vertrauen der Kunden in autonom fahrende Autos gesteigert werden“, resümiert Matthias Kunsch, Senior Manager und Industry Line Leader Automotive bei Deloitte Österreich.

Zum Download:

Foto Karin Mair Credits Picco:

<http://bit.ly/2fyPYCW>

Foto Matthias Kunsch Credits Deloitte Österreich:

<http://bit.ly/2mhRn4K>

Deloitte Report "What's ahead for fully autonomous driving":

<http://bit.ly/2mWPJbV>

Deloitte Österreich ist der führende österreichische Anbieter von Professional Services. Mit 1.350 Mitarbeitern an zehn Standorten betreut Deloitte Unternehmen und Institutionen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting und Financial Advisory. Kunden profitieren von der exzellenten Betreuung durch Top-Experten vor Ort sowie tiefgehenden Branchen-Insights der Industry Lines. Deloitte versteht sich als smarterer Impulsgeber für den Wirtschaftsstandort Österreich und bündelt seine breite Expertise, um aktiv an dessen Stärkung mitzuwirken. Als Arbeitgeber entwickelt sich Deloitte permanent weiter mit dem Anspruch, "Best place to work" zu sein.

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited, eine „UK private company limited by guarantee“ und/oder ihr Netzwerk von Mitgliedsunternehmen. Jedes Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig. Nähere Informationen über die rechtliche Struktur von Deloitte Touche Tohmatsu Limited und ihrer Mitgliedsunternehmen finden Sie unter www.deloitte.com/about.

~

Rückfragehinweis:

Deloitte Österreich
Mag. Armin Nowshad
Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
+43 1 537 00 8556
arnowshad@deloitte.at
www.deloitte.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/3338/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER

INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0044 2017-03-08/09:56

080956 Mär 17

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20170308_OTS0044