



Quelle: *puls* Marktforschung GmbH

Basis: n=1.000 | Angaben in %



09.10.2014

NUR 16 PROZENT FINDEN GOOGLE-AUTO "TOLL"

Lediglich 16 Prozent der deutschen Autokäufer haben Interesse am Kauf eines selbstfahrenden Google-Autos. Das geht aus einer Studie des Nürnberger Marktforschungsunternehmens *puls* bei 1.000 Autokäufern in Deutschland hervor. Wie die Studie zeigt, bekunden insbesondere jüngere Autokäufer und solche mittleren Alters mit 18 Prozent besonderes Kaufinteresse an der „Knutschkugel“. Bereits von dem selbstfahrenden Google-Auto gehört hatten immerhin 42 Prozent der Befragten.

GOOGLE AUF DEM WEG ZUM WELT-AUTO?

„Google nutzt offensichtlich seine Digitalkompetenz clever als Rückenwind für den Eintritt in neue Betätigungsfelder wie Autos beziehungsweise Mobilität“, wollen die Marktforscher von *puls* erkannt haben. Dass es noch ein langer Weg bis zur Marktreife des Google-Autos sein könnte, räumen aber auch sie ein: „Derzeit ist allerdings noch nicht bekannt, ob und wann ein Google-Auto jemals eingeführt wird.“

AUTOHERSTELLER AUF DEM WEG ZUR DIGITALKOMPETENZ?

Bedenkenswert ist wohl aber der Appell von puls-Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner. Er fordert Automobilhersteller und Händler dazu auf, „selbst so frühzeitig wie möglich Digitalkompetenz durch zum Beispiel aktives Herausstellen von Connected Car Funktionen oder Sondermodellen aufzubauen“. Denn jeder dritte Befragte erwartet, dass Google bei seinem Auto vieles anders oder besser machen wird als herkömmliche Automobilhersteller.

Andreas Löffler