

Der AutoValue Dienst

Mobilität 2.0

Wie verändertes Mobilitätsverhalten die Automobilindustrie strategisch neu ausrichtet

1. Mobility im Umbruch

Das Mobilitätsverhalten ist im Umbruch. Das ist ein Faktum, aber wenn es ins Detail geht, wird es schon schwieriger. Junge Menschen verzichten auf den Führerschein, heißt es. Auch das stimmt nur, wenn man zwischen den unterschiedlichen Bedürfnissen der Nutzergruppen und lokalen Besonderheiten differenziert. Im ländlichen Raum wird unter Jugendlichen nichts schneller angestrebt als der Führerschein. Und junge Menschen, die – zumal im urbanen Raum – zunächst auf den Führerschein (und das Auto) verzichten, kommen spätestens mit der Familiengründung darauf zurück. Mobilität ist und bleibt ein Grundbedürfnis.

Das Auto bleibt – verändertes Mobilitätsverhalten hin oder her – ein attraktives (und weitgehend unverzichtbares) Fortbewegungsmittel, so sehr DUH und andere Initiatoren sich auch Mühe geben, dies zu ändern. 3,4 Mio. jährlicher Fahrzeugabsatz im Jahr 2018 und ein langfristiger Absatzvergleich zeigen, dass wir in Deutschland – entgegen mancher Interpretation – ein ungebrochenes Verhältnis zum Autokauf haben. Und die Länge der durchschnittlichen Staus auf den Straßen belegt auch nicht gerade, dass der ÖPNV das Auto ins Abseits bewegt hat.

745.000 Staus hat der ADAC 2018 auf deutschen Autobahnen registriert. Das sind 3% mehr als 2017 und 2.000 Staus pro Tag. Die Staulänge wuchs um 5%. Insgesamt waren das 459.000 Stunden Stillstand.

Was Autogegner nicht so gerne hören: Die Kfz-Fahrleistungen sind 2018 um 0,4% gestiegen. Und dennoch sind gerade Staus auch ein wesentlicher Grund für ein verändertes Mobilitätsverhalten, insbesondere in großen Städten. Aber eben nicht so „schwarzweiß“, wie es die Protagonisten „verkehrspsychologischer Umerziehung“ und gezielter Veränderung der „Habituation“ gerne darstellen.

Der Bestand an Pkw in Deutschland hat sich seit 1960 verzehnfacht und liegt heute bei 46,5 Mio. Pkw. Auf 1.000 Einwohner kommen 566 Pkw. Pro Person werden durchschnittlich 3,1 Wege pro Tag zurückgelegt. Die mit dem Auto zurückgelegten Wegstrecken sind gestiegen, nicht zurückgegangen. So viel zu den Fakten.

Wer aber meint, das sei in „Stein gemeißelt“, irrt. Das Thema „Nachhaltigkeit“ hat ebenso wie Themen wie Zeitoptimierung, Kostenbewusstsein, Stadt- und Verkehrsplanung, Staus, Bereitschaft zur Kombination unterschiedlicher Verkehrsträger oder zur Teilung von Verkehrsmitteln die Mobilitätsabläufe und -ursachen grundlegend verändert.

Das Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung (ILS) unterscheidet:

- Die „Pkw-Fixierten“, die im Auto auch weiterhin ein Synonym für Unabhängigkeit sehen.
- Die „ÖV-Zwangsnutzer“, die auf öffentliche Verkehrsmittel setzen und oft keinen Führerschein und kein Auto besitzen.

In dieser Ausgabe:

Mobilität 2.0 Wie verändertes Mobilitätsverhalten die Automobilindustrie strategisch neu ausrichtet	1
1. Mobility im Umbruch	1
2. Schlüsseltechnologie „autonomes Fahren“	2
3. Die neue urbane Mobilität	4
4. Mobilitätsverhalten im Wandel	5
5. Neue Geschäftsmodelle in der Entwicklung	8
a) Skalen-Effekte und Globalisierungstendenzen bei „on Demand Mobility Services“	8
b) Die Strategie der Hersteller	9
c) Die Aktivitäten der Zulieferer	10
6. Gemeinsam sind wir stark	11
7. Urbane Transportlogistik auf der „letzten Meile“	12
Die Autokonjunktur: Im Fast Track in die Krise?	13
1. Die „R-Frage“: unbeantwortet!	13
2. Widerstandsfähige deutsche Nutzfahrzeugkonjunktur	16
3. Blick zurück – Blick nach vorn	17
a) 2008-2018: Die goldene Phase des Wachstums	17
b) Technologiesprünge und Strukturumbrüche	17
c) 2019: ein Jahr der maximalen Herausforderung	18
3. Der Motor stottert	19
Neues aus der Zulieferindustrie: Fokus auf Cash und Kosten!	21
Macron's Autopolitik	24
Voll daneben: Wie Polestar die Kunden für sich gewinnen will (oder vergrault)	26
Impressum	27