



Kommunikation Trends

Maj-Britt Peters

Telefon: +49 841 89-718226

E-Mail: maj-britt.peters@audi.de

www.audi-mediacyenter.com

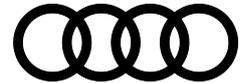
Audi veröffentlicht Nutzertypologie und emotionale Landkarte zum autonomen Fahren

- Initiative „&Audi“ befragt 21.000 Menschen auf drei Kontinenten
- Fünf Nutzertypen zeigen, wie die Einstellung zu selbstfahrenden Autos mit dem Lebensstil zusammenhängt
- Euphorie bei Chinesen, jungen Leuten und Gutverdienern, Nachholbedarf beim Wissen

Ingolstadt, 25. September 2019 – Vom misstrauischen Selbstfahrer bis zum technikaffinen Passagier: In der repräsentativen Online-Studie „The Pulse of Autonomous Driving“ hat Audi eine Nutzertypologie zum autonomen Fahren erstellt. Im Rahmen der Initiative „&Audi“ hat das Mobilitätsunternehmen gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut Ipsos 21.000 Menschen aus neun Ländern¹ auf drei Kontinenten befragt. Demnach freuen sich die jungen, gutverdienenden und gut ausgebildeten „statusorientierten Trendsetter“ und „technikaffinen Passagiere“ am Stärksten auf das autonome Fahren. Bei den tendenziell älteren „misstrauischen Selbstfahrern“ mit niedrigerem Einkommens- und Bildungsniveau dominiert die Skepsis. Der „sicherheitsorientierte Zögerer“ würde autonomes Fahren erst nutzen, wenn andere bereits Erfahrungen mit der Technologie gemacht haben. Die größte Nutzergruppe bilden die „aufgeschlossenen Co-Piloten“, die dem autonomen Fahren grundsätzlich offen gegenüberstehen, solange sie jederzeit eingreifen können.

„Die Studie ist mehr als eine willkommene Ergänzung unserer Kenntnisse über das Phänomen autonomes Fahren“, sagt Dr. Luciano Floridi, Professor für Philosophie und Informationsethik, Leiter des Labors für digitale Ethik an der Universität Oxford und Mitglied des wissenschaftlichen Netzwerks der Initiative „&Audi“: „Sie ist ein notwendiger Schritt für jegliche politische und gesetzgeberische Entscheidung und für jede Forschungs- und Entwicklungsstrategie sowie Unternehmensstrategie, die proaktiv und fundiert zur Gestaltung einer besseren Welt beitragen will.“ Audi beschäftigt sich bereits seit 2015 mit der gesellschaftlichen Akzeptanz des autonomen Fahrens. Mit der Studie untersucht die Initiative, wie rationale Argumente, Emotionen, Wertvorstellungen und Lebensstile die Einstellung zum autonomen Fahren prägen. Das Ergebnis ist ein Dreiklang aus emotionaler Landkarte, Human-Readiness-Index und Nutzertypologie.

¹ China, Deutschland, Frankreich, Italien, Japan, Spanien, Südkorea, USA und Vereinigtes Königreich



Große Neugier, aber auch Bedenken gegenüber selbstfahrenden Autos

Die **emotionale Landkarte** zum autonomen Fahren zeigt ein geteiltes Bild: Auf der einen Seite gibt es länderübergreifend großes Interesse (82 Prozent) und hohe Neugier (62 Prozent) am autonomen Fahren. Die Befragten sehen in der neuen Technologie Potenzial für Individuum und Gesellschaft – vom leichteren Zugang zu Mobilität (76 Prozent) über mehr Komfort (72 Prozent) bis hin zu mehr Sicherheit (59 Prozent). Über die Hälfte der Befragten würde autonomes Fahren gerne testen. Auf der anderen Seite stehen jedoch auch klare Bedenken, allen voran die Sorge vor dem Kontrollverlust (70 Prozent) und technisch unvermeidbaren Restrisiken (66 Prozent). 41 Prozent der Befragten stehen der Technologie misstrauisch gegenüber und etwa ein Drittel ist ängstlich (38 Prozent). Die größte Bereitschaft, die Kontrolle abzugeben, zeigt sich beim autonomen Parken und im Stau auf der Autobahn. Gering erscheint bei alledem das Wissen über autonomes Fahren: Nur acht Prozent geben an, das Thema erklären zu können.

Euphorie bei Chinesen, jungen Leuten und Gutverdienern

Der **Human-Readiness-Index (HRI)** gibt Aufschluss darüber, wie die Einstellung zum autonomen Fahren mit der Soziodemografie zusammenhängt. Die Ergebnisse zeigen: Je jünger die Befragten und je höher ihr Bildungsgrad und Einkommen, desto positiver die Einstellung zum autonomen Fahren. Auch zwischen den untersuchten Ländern zeigen sich Unterschiede: Chinesen (HRI +5,1) sind euphorisch und auch Südkoreaner (HRI +1,2) blicken der Technologie überdurchschnittlich positiv entgegen. In Europa sind Spanier und Italiener Vorreiter (beide HRI +0,7). Deutsche und Franzosen sind vergleichsweise zurückhaltend (beide HRI -0,7), ähnlich wie US-Amerikaner, Japaner und Briten (alle HRI -0,9). Der HRI verdichtet Wissen, Interesse, Emotionen und Nutzungsbereitschaft von selbstfahrenden Autos zu einem numerischen Indikator zwischen -10 und +10.

Einstellung zum autonomen Fahren abhängig vom Lebensstil

Größere Unterschiede zeigt die **Nutzertypologie**, indem sie die Einstellung zum autonomen Fahren im Lebenskontext der Menschen betrachtet. Aus dieser Betrachtung ergeben sich fünf Nutzertypen: Der „misstrauische Selbstfahrer“ bewahrt gerne das Bestehende und würden autonomes Fahren höchstens nutzen, wenn es vollumfänglich etabliert ist. Auch der „sicherheitsorientierte Zögerer“ steht dem autonomen Fahrer eher zurückhaltend gegenüber. Seiner Ansicht nach sollten autonom fahrende Autos vor einer Zulassung zunächst über Jahre getestet werden. Der „aufgeschlossene Co-Pilot“ sieht die Vorteile der Technologie und wünscht sich Maßnahmen von Wirtschaft, Wissenschaft und Politik, um die Autos sicher auf die Straße zu bringen. Der „statusorientierte Trendsetter“ ist auch deshalb begeistert von selbstfahrenden Autos, weil er damit seinen progressiven Lebensstil zeigen kann. Der „technikaffine Passagier“ vertraut der Technik und wünscht sich eine flächendeckende Einführung.

„Das automatisierte und autonome Fahren hat das Potenzial, unsere Mobilität substanziell zu verbessern“, sagt Thomas Müller, Leiter automatisiertes Fahren bei Audi: „Auf dem Weg dorthin ist es neben der technischen Entwicklung auch entscheidend, die Menschen mitzunehmen. Die



Studie liefert uns differenzierte Erkenntnisse dazu, wo die Menschen in Bezug auf das autonome Fahren stehen und wie wir in der Gesellschaft eine angemessene Erwartungshaltung zu der neuen Technologie etablieren können.“

Mehr Informationen zur Studie „The Pulse of Autonomous Driving“ gibt es unter www.audi.com/pulse-of-autonomous-driving.

– Ende –

Methodik: Die quantitative Onlineumfrage erfolgte zwischen Dezember 2018 und März 2019 in den Ländern China, Deutschland, Frankreich, Italien, Japan, Spanien, Südkorea, den USA und dem Vereinigten Königreich mit dem Ipsos Online Panel. 21.000 Personen wurden über eine personalisierte E-Mail zur Teilnahme an der Studie aktiviert. In den etablierten Märkten mit einer hohen Internetpenetration können die Ergebnisse als repräsentativ für die Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter (18-69 Jahre, 18-59 Jahre in Südkorea) angesehen werden. In China ist die Internetdurchdringung geringer: Die Ergebnisse sollten daher als repräsentativ für eine urbane, wohlhabende und vernetzte Bevölkerung angesehen werden. In China liegt das Höchstalter der Befragten bei 54 Jahren, und die Bildungsverteilung ist durch gut ausgebildete Befragte gekennzeichnet. Der höhere Anteil jüngerer und gut ausgebildeter Befragter hat möglicherweise Einfluss auf die Umfrageergebnisse.

Die Initiative „&Audi“ will dazu beitragen, dass neue Technologien verantwortungsvoll eingesetzt werden. Dazu bringt sie internationale Meinungsführer und Macher aus Wirtschaft, Wissenschaft und dem öffentlichen Leben zusammen. Das interdisziplinäre Netzwerk diskutiert, wie etwa Künstliche Intelligenz zum Wohle des Einzelnen und der Gesellschaft genutzt werden kann. Es schärft so das Bewusstsein, dass unsere Zukunft im Zeitalter von KI aktiv gestaltet werden kann und sollte. Themenschwerpunkte sind dabei das Vertrauen ins autonome Fahren und die Zukunft der Arbeitswelt im KI-Zeitalter.

Der Audi-Konzern mit seinen Marken Audi, Ducati und Lamborghini ist einer der erfolgreichsten Hersteller von Automobilen und Motorrädern im Premiumsegment. Er ist weltweit in mehr als 100 Märkten präsent und produziert an 18 Standorten in 13 Ländern. 100 prozentige Töchter der AUDI AG sind unter anderem die Audi Sport GmbH (Neckarsulm), die Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant’Agata Bolognese/Italien) und die Ducati Motor Holding S.p.A. (Bologna/Italien).

2018 hat der Audi-Konzern rund 1,812 Millionen Automobile der Marke Audi sowie 5.750 Sportwagen der Marke Lamborghini und 53.004 Motorräder der Marke Ducati an Kunden ausgeliefert. Im Geschäftsjahr 2018 erzielte der Premiumhersteller bei einem Umsatz von € 59,2 Mrd. ein Operatives Ergebnis vor Sondereinflüssen von € 4,7 Mrd. Zurzeit arbeiten weltweit rund 90.000 Menschen für das Unternehmen, davon mehr als 60.000 in Deutschland. Audi fokussiert auf nachhaltige Produkte und Technologien für die Zukunft der Mobilität.
