



Verbraucherumfrage 08/2017

## Autobanken und innovative Mobilitätsplattformen: Interesse und Bindungsbereitschaft

Kurzbericht

**Die Basiskennziffern**

**Autobanken und innovative Mobilitätsplattformen:  
Interesse und Bindungsbereitschaft**

**Basiswert: PKW-Nutzer**

Hochrechnungen; Bezugsgröße: Einwohner über 18 Jahre: 68,1 Millionen, Rundungsabweichungen möglich.

<b>PKW-Nutzer (privat / geschäftlich / Car-Sharing)</b>	<b>77%</b>	52,4 Mio.
<b>PKW-Nicht-Nutzer</b>	<b>23%</b>	15,7 Mio.

**Finanzierungsart**

Hochrechnungen; Bezugsgröße: PKW-Nutzer (privat / geschäftlich / Car-Sharing: 52,4 Millionen, Rundungsabweichungen möglich.

<b>PKW-Kauf: Barzahlung</b>	<b>66%</b>	34,7 Mio.
<b>PKW-Kauf: Finanzierung / Leasing</b>	<b>26%</b>	13,7 Mio.
<i>    darin: über Autobank</i>	<b>18%</b>	9,2 Mio.
<i>    darin: über Hausbank</i>	<b>9%</b>	4,5 Mio.
<b>Private Nutzung: Firmen-PKW</b>	<b>6%</b>	2,9 Mio.
<b>Nutzung von Car-Sharing</b>	<b>2%</b>	1,1 Mio.

**Interesse an innovativen Mobilitätsangeboten: „sehr interessant / interessant“**

<i>Ergänzende Carsharing- und Mobilitätsangebote, z.B. einen passenden (größeren) PKW für den Urlaub</i>	<b>28%</b>
<i>Vermittlung von Taxi oder Leihfahrrädern in Städten</i>	<b>24%</b>
<i>Zahlungsabwicklung für Bus &amp; Bahn auf Kurz- und Langstrecke</i>	<b>31%</b>
<i>Zahlungsabwicklung für das Parken</i>	<b>30%</b>
<i>Zahlungsabwicklung für das Tanken</i>	<b>33%</b>
<i>Abwicklung aller Zahlungen für Mobilität über eine Mobilitätsplattform</i>	<b>23%</b>
<i>Zahlungsabwicklung von mobilitätsfernen Aktivitäten (wie z.B. für Einkäufe im Supermarkt)</i>	<b>26%</b>

**Bereitschaft zur Bindung an eine Autobank bei passendem Angebot**

Hochrechnungen; Bezugsgröße: Einwohner über 18 Jahre: 68,1 Millionen, Rundungsabweichungen möglich.

<b>Sehr wahrscheinlich</b>	<b>8%</b>	5,6 Mio.
<b>Wahrscheinlich</b>	<b>30%</b>	20,7 Mio.
<b>Unwahrscheinlich</b>	<b>31%</b>	21,2 Mio.
<b>Sehr unwahrscheinlich</b>	<b>30%</b>	20,6 Mio.

Die Basiskennziffern

**Autobanken und innovative Mobilitätsplattformen:  
Interesse und Bindungsbereitschaft**

**Zusatzfrage: Imageschaden bei der deutschen Automobilindustrie wegen der aktuellen Vorwürfe um Kartellabsprachen / Manipulation bei Motoren von Dieselfahrzeugen?**

Hochrechnungen; Bezugsgröße: Einwohner über 18 Jahre (68,1 Millionen), Rundungsabweichungen möglich.

<b>Ja, ganz bestimmt</b>	<b>46%</b>	31,0 Mio.
<b>Ja, wahrscheinlich</b>	<b>38%</b>	26,0 Mio.
<b>Nein, eher nicht</b>	<b>14%</b>	9,5 Mio.
<b>Nein, ganz bestimmt nicht</b>	<b>2%</b>	1,6 Mio.

## Die Kernergebnisse im Überblick

- Rund 77 Prozent aller Personen über 18 Jahre in Deutschland können als Nutzer eines Personenkraftwagens (PKW-Nutzer) identifiziert werden. Dies sind nach überschlägigen Hochrechnungen rund 52,4 Millionen Personen. Sie geben an, entweder einen privaten PKW (48,4 Millionen; Anteil: 92 Prozent) oder einen Firmen-PKW (2,9 Millionen; 6 Prozent) oder ein Carsharing-System wie Flinkster, Car2go, DriveNow, Cambio Carsharing oder Stadtmobil (1,1 Millionen; 2 Prozent) zu nutzen. Zum Vergleich: Das Kraftfahrtbundesamt gibt zum 01. Januar 2016 rund 40,4 Millionen „private Halter von Personenkraftwagen“ in Deutschland an.
- Zwei von drei PKW-Nutzern (66 Prozent = 34,7 Millionen Nutzer) geben an, einen PKW privat zu nutzen und ihn bar bezahlt zu haben. Weitere 13,7 Millionen Personen (26 Prozent) geben an, den selbst genutzten PKW über eine Autobank (18 Prozent; 9,2 Millionen) oder über die Hausbank (9 Prozent; 4,5 Millionen) finanziert oder geleast zu haben. Etwa jeder zwanzigste PKW-Besitzer nutzt einen Firmen-PKW auch privat (6 Prozent; 2,9 Millionen). Zudem nutzen knapp zwei Prozent der deutschen Autofahrer (1,1 Millionen) ein Carsharing-System für ihre persönliche Mobilität.
- Verschiedene Automobilhersteller planen neben dem Verkauf und der Finanzierung von PKWs auch zusätzliche Plattformen und ergänzende Leistungen anzubieten, die über das Thema Mobilität hinausgehen. Diese Leistungsangebote sollen dazu beitragen, die individuelle Mobilität der Nutzer zu sichern und auch auszuweiten. In der aktuellen Umfrage hält mehr als jeder vierte Verbraucher (28 Prozent) derartige zusätzliche Leistungsangebote für „sehr interessant“ (10 Prozent) bzw. für „interessant“ (18 Prozent). Am interessantesten bewerten die Verbraucher die Leistungsangebote: die Zahlungsabwicklung für Tankvorgänge („höheres Interesse“: 33 Prozent), die „Zahlungsabwicklung für Bus und Bahn auf Kurz- und Langstrecke“ (31 Prozent) und für Park-Vorgänge (30 Prozent). Danach folgen die Zahlungsabwicklung von mobilitätsfernen Aktivitäten (wie z.B. Einkäufe im Supermarkt: 26 Prozent), ergänzende Carsharing- und Mobilitätsangebote, z.B. für einen passenden (größeren) PKW für den Urlaub (28 Prozent) und die Vermittlung von Taxen oder Leihfahrrädern in Städten (24 Prozent). 23 Prozent der Verbraucher halten zudem die Abwicklung aller Zahlungen für die Mobilität über eine so genannte Mobilitätsplattform (23 Prozent) für „sehr interessant“ (7 Prozent) bzw. für „interessant“ (16 Prozent). Auffällig: Bei sechs von sieben abgefragten möglichen Leistungsangeboten zeigen Frauen ein (tendenziell) höheres Interesse an diesen Angeboten als Männer. Und jüngere Personengruppen (bis 39 Jahre) zeigen durchgängig ein höheres Interesse als ältere Personen.
- Die Ergebnisse der vorliegenden Umfrage legen zudem den Schluss nahe, dass das grundsätzliche Interesse an innovativen Mobilitätsangeboten mit der Bereitschaft korreliert, sich für die Nutzung eines passenden „All-Inclusive-Mobilitäts-Pakets“ vertraglich für eine bestimmte Laufzeit an eine Autobank zu binden. So würde sich derzeit etwa jeder zwölfte Verbraucher „sehr wahrscheinlich“ an ein solches maßgeschneiderte Angebot binden (8 Prozent; 5,6 Millionen). Weitere 30 Prozent der Verbraucher würde diesem Angebot „wahrscheinlich“ (20,7 Millionen) zustimmen. Allerdings lehnt eine Mehrheit eine solche Bindung eher ab („unwahrscheinlich / sehr unwahrscheinlich“: jeweils etwa 30 Prozent; 21 Millionen).

- Da das Thema Mobilität, nicht nur in Deutschland, wegen der aktuellen Vorwürfe um Kartellabsprachen und die Manipulation bei Dieselmotoren derzeit vieldiskutiert ist, rundet eine allgemeine Einschätzungsfrage zum Image der deutschen Automobilindustrie die aktuelle Umfrage ab. Diese Vorwürfe beeinflussen, so eine Annahme, die Wahrnehmung des gesamten Themas Mobilität. Die ermittelten Werte sind jedenfalls eindeutig: Derzeit geht eine deutliche Mehrheit der Verbraucher in Deutschland davon aus, dass das Image der deutschen Automobilindustrie wegen der aktuellen Vorwürfe um Kartellabsprachen und die Manipulation bei Motoren von Dieselfahrzeugen gelitten hat. Fast 84 Prozent der Verbraucher sind dieser Meinung. Sie geben an, dass das Image der deutschen Automobilindustrie „ganz bestimmt“ (46 Prozent) bzw. „wahrscheinlich“ (38 Prozent) gelitten, d.h. sich verschlechtert, hat. 14 Prozent der Verbraucher sind der Meinung „eher nicht“ und nur 2 Prozent der Verbraucher sagen „nein, ganz bestimmt nicht“.

## Interesse an innovativen Mobilitätsangeboten bzw. Mobilitätsplattformen: Soziodemographische Kennzeichen

Verschiedene Automobilhersteller planen neben dem Verkauf und der Finanzierung von PKWs auch zusätzliche Plattformen und ergänzende Leistungen anzubieten, die über das Thema Mobilität hinausgehen. Diese Leistungsangebote sollen dazu beitragen, die individuelle Mobilität der Nutzer zu sichern und auch auszuweiten.

In der aktuellen Umfrage hält mehr als jeder vierte Verbraucher (28 Prozent) derartige zusätzliche Leistungsangebote für „sehr interessant“ (10 Prozent) bzw. für „interessant“ (18 Prozent). Am interessantesten bewerten die Verbraucher die zusätzlichen Leistungsangebote: die „Zahlungsabwicklung für Tankvorgänge“ (höheres Interesse: 33 Prozent), die „Zahlungsabwicklung für Bus und Bahn auf Kurz- und Langstrecke“ (31 Prozent) und für Park-Vorgänge (30 Prozent). Danach folgen die Zahlungsabwicklung von mobilitätsfernen Aktivitäten (wie z.B. Einkäufe im Supermarkt: 26 Prozent), ergänzende Carsharing- und Mobilitätsangebote, z.B. für einen passenden (größeren) PKW für den Urlaub (28 Prozent) und für die Vermittlung von Taxen oder Leihfahrrädern in Städten (24 Prozent). 23 Prozent der Verbraucher halten zudem die Abwicklung aller Zahlungen für die gesamte Mobilität über eine so genannte Mobilitätsplattform (23 Prozent) für „sehr interessant“ (7 Prozent) bzw. für „interessant“ (16 Prozent). Auffällig: Bei sechs von sieben abgefragten möglichen Leistungsangeboten zeigen Frauen ein (tendenziell) höheres Interesse an diesen Angeboten als Männer. Und jüngere Personengruppen (bis 39 Jahre) zeigen durchgängig ein höheres Interesse als ältere Personen.

Die Nutzung der verschiedenen Angebote weist zum Teil merkliche soziodemographische Unterschiede auf. So zeigt sich am Beispiel der „die Zahlungsabwicklung von mobilitätsfernen Aktivitäten, wie z.B. Einkäufe von Lebensmitteln im Supermarkt“ bei folgenden Personengruppen überdurchschnittliches Interesse. Hier beträgt die Abweichung zum rechnerischen Mittelwert (26 Prozent) mehr als ein Punkt:

- bei Frauen (28 Prozent),
- bei eher jüngeren Personengruppen (18 bis 39 Jahre: 36 Prozent), besonders bei den jüngeren Personen im Alter zwischen 18 bis 29 Jahren (41 Prozent) und zwischen 30 und 39 Jahren (29 Prozent),
- bei Schülern (48 Prozent), z.Zt. arbeitssuchenden Personen (40 Prozent), Studierenden (35 Prozent), Hausfrauen / -männern (32 Prozent) und bei Personen mit Teilzeitarbeitsplatz (28 Prozent),
- bei Personen mit eher gehobenem Bildungsniveau (28 Prozent),
- bei Personen, die in einem 4- und mehr-Personen-Haushalt leben (30 Prozent),
- bei Geringverdienern (31 Prozent),
- bei Personen mit Kindern im Haushalt (31 Prozent),
- bei ledigen Personen (33 Prozent) und bei Personen, die nicht verheiratet, aber in Partnerschaft lebend sind (30 Prozent),
- bei Personen, die in Ostdeutschland leben (30 Prozent) und
- bei Personen, für die eine vertragliche Bindung für eine bestimmte Laufzeit an eine Autobank (bei Gewährung eines den Vorstellungen entsprechenden „All-Inclusive-Mobilitäts-Paket“) eher „wahrscheinlich“ (28 Prozent) resp. „eher unwahrscheinlich“ (30 Prozent) ist.

Interesse an innovativen Mobilitätsangeboten	Ergänzende Carsharing- und Mobilitätsangebote	Vermittlung von Taxi / Leihfahrrädern in Städten	Zahlungsabwicklung für Bus & Bahn	Zahlungsabwicklung für Parken	Zahlungsabwicklung für Tanken	Zahlungsabwicklung der Gesamt-Mobilität	Zahlungsabwicklung von mobilitätsfernen Aktivitäten
<b>Gesamt</b>	<b>27,8%</b>	<b>23,8%</b>	<b>30,5%</b>	<b>29,9%</b>	<b>32,9%</b>	<b>22,9%</b>	<b>25,6%</b>
<b>Geschlecht</b>							
Männer	26,6%	23,1%	28,4%	26,4%	31,6%	22,9%	22,7%
Frauen	29,0%	24,6%	32,4%	33,2%	34,2%	22,8%	28,4%
<b>Altersgruppen</b>							
18-29 Jahre	45,0%	35,5%	43,2%	44,5%	51,4%	36,4%	41,4%
30-39 Jahre	30,2%	25,3%	34,6%	37,9%	36,8%	24,7%	28,6%
40-49 Jahre	26,1%	22,6%	26,1%	25,7%	25,7%	22,2%	23,0%
50-59 Jahre	23,4%	21,2%	27,5%	23,0%	30,6%	18,5%	21,6%
60-69 Jahre	11,2%	12,4%	19,4%	17,1%	17,6%	10,0%	10,6%
<b>Altersgruppen</b>							
18 - 39 Jahre	38,3%	30,8%	39,3%	41,5%	44,8%	31,1%	35,6%
40 und älter	21,1%	19,3%	24,8%	22,3%	25,2%	17,5%	19,1%
<b>Beruflicher Status</b>							
Vollzeitarbeit	29,2%	25,4%	30,4%	30,4%	34,7%	26,2%	25,8%
Teilzeitarbeit	28,3%	24,7%	32,5%	32,5%	33,1%	19,9%	28,3%
Z.Zt. arbeitssuchend	31,3%	31,3%	35,4%	31,3%	29,2%	29,2%	39,6%
Rentner-/in	14,7%	14,1%	20,7%	16,8%	20,1%	14,1%	10,3%
Hausfrau / mann	30,8%	23,1%	33,8%	35,4%	33,8%	21,5%	32,3%
Schüler/in (Vollzeit)	39,1%	34,8%	43,5%	47,8%	56,5%	34,8%	47,8%
Student/in (Vollzeit)	44,6%	29,2%	41,5%	43,1%	49,2%	23,1%	35,4%
<b>Nach Ausbildungsstatus (aggregiert)</b>							
Geringer bis mittlerer Ausbildungsstatus	23,0%	20,0%	27,4%	25,3%	26,9%	21,5%	23,4%
Gehobener bis hoher Ausbildungsstatus	32,8%	27,8%	33,6%	34,6%	39,2%	24,3%	27,8%
<b>Nach Haushaltsgröße</b>							
1-Personen-HH	21,0%	19,4%	24,6%	21,4%	24,6%	19,8%	20,6%
2-3-Personen-HH	26,3%	24,0%	30,1%	30,4%	33,9%	23,3%	26,3%
4-und-mehr-Personen-HH	41,5%	29,0%	39,4%	39,4%	40,9%	25,4%	30,1%
<b>HH-Nettoeinkommen*</b>							
Geringverdiener (< 1.500 € )	26,1%	27,6%	31,9%	27,2%	30,0%	26,1%	31,1%
Normalverdiener (1.501-2.500 € )	25,0%	21,2%	30,8%	30,8%	35,3%	21,6%	24,7%
Gutverdiener (> 2.500 € )	31,9%	25,2%	31,4%	33,3%	36,4%	25,2%	24,6%
<b>Kinder im Haushalt</b>							
Kein Kind	24,5%	21,2%	28,5%	26,5%	30,4%	20,9%	23,6%
Kind im Haushalt	36,9%	30,6%	35,8%	39,1%	39,9%	28,0%	31,0%
<b>Partnerstatus</b>							
Ledig	33,6%	30,1%	35,6%	32,9%	38,0%	29,8%	32,5%
Nicht verheiratet, aber in einer Partnerschaft	34,9%	24,9%	34,9%	35,4%	39,2%	24,3%	30,2%
Verheiratet	22,6%	20,0%	26,8%	28,3%	30,6%	19,0%	20,7%
Geschieden / Verwitwet	21,3%	20,5%	23,8%	19,7%	18,9%	17,2%	18,9%
<b>Ost-Westdeutschland</b>							
Westdeutschland (einschl. Berlin)	27,4%	24,0%	30,8%	29,2%	32,5%	22,3%	24,9%
Ostdeutschland	30,5%	22,7%	28,4%	34,0%	35,5%	26,2%	29,8%
<b>Nach Region</b>							
Nord	32,2%	26,9%	32,2%	25,1%	31,6%	26,3%	24,6%
Süd	24,3%	23,1%	31,6%	29,5%	32,3%	21,9%	23,6%
West	29,6%	23,8%	27,4%	33,2%	35,4%	21,1%	24,2%
Ost	29,6%	22,8%	30,1%	31,1%	32,5%	23,8%	32,0%
<b>„Bindungsbereitschaft an eine Autobank“</b>							
Sehr wahrscheinlich	28,0%	24,2%	30,7%	28,4%	31,8%	22,0%	22,2%
Wahrscheinlich	29,7%	25,2%	32,9%	35,3%	37,7%	24,4%	28,4%
Unwahrscheinlich	26,3%	22,6%	27,0%	27,7%	31,4%	24,8%	29,9%
Sehr unwahrscheinlich	21,7%	21,7%	21,7%	13,0%	21,7%	17,4%	26,1%

Anmerkungen: Die Einkommensgruppen nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen: Geringverdiener (< 1.500 Euro); Normalverdiener (1.501 bis 2.500 Euro); Gutverdiener (> 2.500 Euro).

## Bereitschaft zur vertraglichen Bindung an eine Autobank bei passendem „All-Inclusive-Mobilitäts-Paket“: Soziodemographische Kennzeichen

Die Ergebnisse der vorliegenden Umfrage legen zudem den Schluss nahe, dass das grundsätzliche Interesse an innovativen Mobilitätsangeboten mit der Bereitschaft korreliert, sich für die Nutzung eines passenden „All-Inclusive-Mobilitäts-Pakets“ vertraglich für eine bestimmte Laufzeit an eine Autobank zu binden. So würde sich derzeit etwa jeder zwölfte Verbraucher „sehr wahrscheinlich“ an ein solches maßgeschneiderte Angebot binden (8 Prozent; 5,6 Millionen). Weitere 30 Prozent der Verbraucher würde diesem Angebot „wahrscheinlich“ (21 Millionen) zustimmen. Allerdings lehnt eine Mehrheit eine solche Bindung eher ab („unwahrscheinlich / sehr unwahrscheinlich“: jeweils etwa 30 Prozent; 21 Millionen).

Die Bereitschaft, eine solche Bindung an eine Autobank einzugehen, ist bei folgenden Personengruppen (leicht) überdurchschnittlich. Hier beträgt die Abweichung zum rechnerischen Mittelwert (8 Prozent) mehr als ein Punkt:

- bei eher jüngeren Personengruppen (18 bis 39 Jahre: 12 Prozent), besonders aber bei der jüngsten Personengruppe im Alter von 18 bis 29 Jahre (17 Prozent),
- bei Schülern (22 Prozent), z.Zt. arbeitssuchenden Personen (19 Prozent) und bei Hausfrauen / -männern (14 Prozent),
- bei Personen, die in einem 4- und mehr-Personen-Haushalt leben (14 Prozent) und
- bei Personen mit Kindern im Haushalt (14 Prozent).

Bereitschaft zur vertraglichen Bindung an eine Autobank bei passendem „All-Inclusive-Mobilitäts-Paket“?	„Sehr wahrscheinlich“	„Wahrscheinlich“	„Unwahrscheinlich“	„Sehr unwahrscheinlich“
<b>Gesamt</b>	<b>8,2%</b>	<b>30,4%</b>	<b>31,2%</b>	<b>30,3%</b>
<i>Quantifizierung (Hochrechnung)</i>	<i>5,6 Mio.</i>	<i>20,6 Mio.</i>	<i>21,2 Mio.</i>	<i>20,6 Mio.</i>
<b>Geschlecht</b>				
Männer	8,3%	33,4%	31,8%	26,4%
Frauen	8,1%	27,4%	30,5%	34,0%
<b>Altersgruppen</b>				
18-29 Jahre	17,3%	35,9%	28,2%	18,6%
30-39 Jahre	6,6%	39,6%	29,1%	24,7%
40-49 Jahre	7,8%	31,3%	32,6%	28,3%
50-59 Jahre	5,9%	26,6%	34,2%	33,3%
60-69 Jahre	1,8%	17,1%	31,2%	50,0%
<b>Altersgruppen</b>				
18 - 39 Jahre	12,4%	37,6%	28,6%	21,4%
40 und älter	5,5%	25,7%	32,8%	36,0%
<b>Beruflicher Status</b>				
Vollzeitarbeit	8,7%	34,5%	31,9%	24,9%
Teilzeitarbeit	4,8%	30,1%	30,1%	34,9%
Z.Zt. arbeitssuchend	18,8%	25,0%	31,3%	25,0%
Rentner-/in	3,3%	21,7%	31,0%	44,0%
Hausfrau / mann	13,8%	20,0%	30,8%	35,4%
Schüler/in (Vollzeit)	21,7%	43,5%	17,4%	17,4%
Student/in (Vollzeit)	9,2%	35,4%	33,8%	21,5%
<b>Nach Ausbildungsstatus (aggregiert)</b>				
Geringer bis mittlerer Ausbildungsstatus	8,3%	27,1%	29,9%	34,7%
Gehobener bis hoher Ausbildungsstatus	8,2%	33,8%	32,4%	25,6%
<b>Nach Haushaltsgröße</b>				
1-Personen-HH	4,0%	24,6%	31,3%	40,1%
2-3-Personen-HH	8,3%	30,1%	32,3%	29,4%
4-und-mehr-Personen-HH	13,5%	38,9%	27,5%	20,2%

Bereitschaft zur vertraglichen Bindung an eine Autobank bei passendem „All-Inclusive-Mobilitäts-Paket“?	„Sehr wahrscheinlich“	„Wahrscheinlich“	„Unwahrscheinlich“	„Sehr unwahrscheinlich“
<b>Gesamt</b>	<b>8,2%</b>	<b>30,4%</b>	<b>31,2%</b>	<b>30,3%</b>
<b>HH-Nettoeinkommen*</b>				
Geringverdiener (< 1.500 € )	9,7%	24,5%	30,4%	35,4%
Normalverdiener (1.501-2.500 € )	10,3%	29,5%	28,4%	31,8%
Gutverdiener (> 2.500 € )	7,0%	36,4%	33,3%	23,2%
<b>Kinder im Haushalt</b>				
Kein Kind	6,0%	26,8%	32,8%	34,4%
Kind im Haushalt	14,0%	40,2%	26,6%	19,2%
<b>Partnerstatus</b>				
Ledig	9,9%	31,8%	30,8%	27,4%
Nicht verheiratet, aber in einer Partnerschaft	5,8%	39,7%	29,6%	24,9%
Verheiratet	9,0%	28,5%	32,3%	30,2%
Geschieden / Verwitwet	4,9%	18,9%	30,3%	45,9%
<b>Ost-Westdeutschland</b>				
Westdeutschland (einschl. Berlin)	8,0%	29,0%	32,2%	30,8%
Ostdeutschland	9,2%	39,0%	24,8%	27,0%
<b>Nach Region</b>				
Nord	7,6%	28,7%	34,5%	29,2%
Süd	9,2%	27,6%	32,8%	30,4%
West	6,7%	30,9%	27,8%	34,5%
Ost	8,3%	36,9%	28,6%	26,2%

Anmerkungen: Die Einkommensgruppen nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen: Geringverdiener (< 1.500 Euro); Normalverdiener (1.501 bis 2.500 Euro); Gutverdiener (> 2.500 Euro).

**Bewertung des aktuellen Images der deutschen Automobilindustrie:  
Soziodemographische Kennzeichen**

Das Thema Mobilität ist derzeit in Deutschland vieldiskutiert. Die bereits im Herbst 2015 laut gewordenen Vorwürfe gegen den Automobilhersteller Volkswagen, Diesel-Motoren manipuliert zu haben, um die Abgasnormen einzuhalten, wurde im Sommer 2017 auch auf andere namhafte Automobilhersteller ausgeweitet. Der Vorwurf lautet: Kartellartige Absprachen. Um das thematische Umfeld der vorliegenden Umfrage besser einordnen zu können, wurden die Befragungsteilnehmer daher um eine allgemeine Einschätzungsfrage zum Image der deutschen Automobilindustrie gebeten. Die Vorwürfe um Kartellabsprachen und die Manipulation bei Motoren von Dieselfahrzeugen beeinflusst möglicherweise, so die Annahme, die Wahrnehmung des gesamten Themenkomplexes.

Die Ergebnisse sind eindeutig: Derzeit geht eine deutliche Mehrheit der Verbraucher in Deutschland davon aus, dass das Image der deutschen Automobilindustrie wegen der aktuellen Vorwürfe um Kartellabsprachen und die Manipulation bei Motoren von Dieselfahrzeugen gelitten hat. Fast 84 Prozent der Verbraucher sind dieser Meinung. Sie geben an, dass das Image der deutschen Automobilindustrie „ganz bestimmt“ (46 Prozent) bzw. „wahrscheinlich“ (38 Prozent) gelitten hat. 14 Prozent der Verbraucher sind der Meinung „eher nicht“ und nur 2 Prozent der Verbraucher sagen „nein, ganz bestimmt nicht“.

Die Einschätzung, dass das Image der deutschen Automobilindustrie „ganz bestimmt“ gelitten hat, ist bei folgenden Personengruppen überdurchschnittlich ausgeprägt. Hier beträgt die Abweichung zum rechnerischen Mittelwert (46 Prozent) meist deutlich mehr als einen Punkt:

- bei Männern (48 Prozent),
- bei eher älteren Personengruppen (über 40 Jahre: 54 Prozent), besonders bei älteren Personen im Alter zwischen 50 und 59 Jahren (56 Prozent) und im Alter zwischen 60 und 69 Jahren (62 Prozent),
- bei Rentnern (55 Prozent) und Hausfrauen / -männern (51 Prozent),
- bei Personen mit eher gehobenem Bildungsniveau (49 Prozent),
- bei Personen, die in einem 2- bis 3-Personen-Haushalt leben (49 Prozent),
- bei Gutverdienern (52 Prozent),
- bei verheirateten (52 Prozent) und geschiedenen bzw. verwitweten Personen (51 Prozent) und
- bei Personen, für die eine vertragliche Bindung für eine bestimmte Laufzeit an eine Autobank (bei Gewährung eines den Vorstellungen entsprechenden „All-Inclusive-Mobilitäts-Paket“) eher „sehr wahrscheinlich“ (53 Prozent) resp. „sehr unwahrscheinlich“ (51 Prozent) ist.

Imageschaden bei der deutschen Automobilindustrie wegen der aktuellen Vorwürfe um Kartellabsprachen und die Manipulation bei Dieselmotoren?	„Ja, ganz bestimmt“	„Ja, wahrscheinlich“	„Nein, eher nicht“	„Nein, ganz bestimmt nicht“
<b>Gesamt</b>	<b>45,6%</b>	<b>38,2%</b>	<b>13,9%</b>	<b>2,3%</b>
<b>Geschlecht</b>				
Männer	48,0%	34,6%	14,8%	2,6%
Frauen	43,2%	41,8%	12,9%	2,0%
<b>Altersgruppen</b>				
18-29 Jahre	27,5%	48,3%	20,9%	3,3%
30-39 Jahre	40,2%	43,1%	14,4%	2,3%
40-49 Jahre	45,0%	35,9%	17,3%	1,8%
50-59 Jahre	55,5%	33,6%	10,0%	0,9%
60-69 Jahre	62,3%	29,0%	4,9%	3,7%
<b>Altersgruppen</b>				
18 - 39 Jahre	33,2%	46,0%	17,9%	2,9%
40 und älter	53,5%	33,2%	11,3%	2,0%

Imageschaden bei der deutschen Automobilindustrie wegen der aktuellen Vorwürfe um Kartellabsprachen und die Manipulation bei Dieselmotoren?	„Ja, ganz bestimmt“	„Ja, wahrscheinlich“	„Nein, eher nicht“	„Nein, ganz bestimmt nicht“
<b>Gesamt</b>	<b>45,6%</b>	<b>38,2%</b>	<b>13,9%</b>	<b>2,3%</b>
<b>Beruflicher Status</b>				
Vollzeitarbeit	45,1%	38,9%	14,3%	1,7%
Teilzeitarbeit	40,3%	44,0%	13,8%	1,9%
Z.Zt. arbeitssuchend	45,7%	28,3%	15,2%	10,9%
Rentner/-in	55,1%	31,8%	10,8%	2,3%
Hausfrau / mann	50,8%	34,9%	11,1%	3,2%
Schüler/in (Vollzeit)	33,3%	38,1%	28,6%	0,0%
Student/in (Vollzeit)	33,9%	47,5%	16,9%	1,7%
<b>Nach Ausbildungsstatus (aggregiert)</b>				
Geringer bis mittlerer Ausbildungsstatus	42,7%	40,4%	14,2%	2,6%
Gehobener bis hoher Ausbildungsstatus	48,5%	36,0%	13,5%	2,0%
<b>Nach Haushaltsgröße</b>				
I-Personen-HH	45,7%	35,4%	16,0%	2,9%
2-3-Personen-HH	49,0%	36,9%	11,7%	2,3%
4-und-mehr-Personen-HH	34,8%	45,9%	17,7%	1,7%
<b>HH-Nettoeinkommen*</b>				
Geringverdiener (< 1.500 € )	40,3%	39,5%	16,9%	3,3%
Normalverdiener (1.501-2.500 € )	42,0%	41,6%	13,9%	2,5%
Gutverdiener (> 2.500 € )	51,7%	35,1%	11,7%	1,4%
<b>Kinder im Haushalt</b>				
Kein Kind	47,6%	36,6%	12,9%	2,9%
Kind im Haushalt	39,2%	43,1%	16,9%	0,8%
<b>Partnerstatus</b>				
Ledig	37,8%	43,1%	16,3%	2,8%
Nicht verheiratet, aber in einer Partnerschaft	39,2%	39,2%	19,9%	1,7%
Verheiratet	52,3%	35,6%	9,8%	2,2%
Geschieden / Verwitwet	50,9%	33,6%	12,9%	2,6%
<b>Ost-Westdeutschland</b>				
Westdeutschland (einschl. Berlin)	45,6%	38,6%	13,5%	2,3%
Ostdeutschland	45,9%	35,3%	16,5%	2,3%
<b>Nach Region</b>				
Nord	45,3%	35,9%	17,1%	1,8%
Süd	40,9%	42,4%	14,5%	2,2%
West	50,7%	35,8%	10,7%	2,8%
Ost	50,0%	34,0%	13,4%	2,6%
<b>„Bindungsbereitschaft an eine Autobank“</b>				
Sehr wahrscheinlich	53,0%	33,7%	9,6%	3,6%
Wahrscheinlich	42,2%	43,5%	14,1%	0,3%
Unwahrscheinlich	42,3%	39,7%	16,9%	1,0%
Sehr unwahrscheinlich	50,5%	32,3%	11,7%	5,5%

Anmerkungen: Die Einkommensgruppen nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen: Geringverdiener (< 1.500 Euro); Normalverdiener (1.501 bis 2.500 Euro); Gutverdiener (> 2.500 Euro).

## Über Boniversum

Die Creditreform Boniversum GmbH (Boniversum) ist einer der größten Anbieter von Bonitätsinformationen über Privatpersonen in Deutschland. Regelmäßig veröffentlicht Boniversum in Zusammenarbeit mit renommierten Partnern und Instituten umfangreiche Studien wie den SchuldnerAtlas, um Trends frühzeitig vorherzusehen und Veränderungen im Schuldnerverhalten oder in der Kreditaffinität sicher zu prognostizieren. Boniversum wurde 1997 gegründet und ist ein Unternehmen der Creditreform Gruppe.

## Boniversum: Regelmäßige Umfragen zu aktuellen Verbraucher-Themen

Die Creditreform Boniversum GmbH (Boniversum) führt seit 2010 regelmäßig Umfragen zu aktuellen Verbraucher-Themen durch. Die Analysen basieren jeweils auf einer bundesweiten und bevölkerungsrepräsentativen Online-Umfrage von über 1.000 Verbrauchern im Alter zwischen 18 und 69 Jahren. Die aktuelle Umfrage befasst sich schwerpunktmäßig mit dem Themenfeld Autobanken und dem Verbraucherinteresse an innovativen Mobilitätsangeboten. Die Umfrage wurde Anfang August 2017 durchgeführt. 1.024 Verbraucher beteiligten sich an der Befragung.

## Impressum

### Kontakt

Creditreform Boniversum GmbH  
Hellersbergstr. 11 | D-41460 Neuss  
www.boniversum.de  
www.schuldneratlas.de  
Pressekontakt: Aleksandra Gulba | Fon +49 (0)2131 109-5103  
a.gulba@boniversum.de

### Wissenschaftliche Beratung

Dr. Rainer Bovelet, Aachen

### Erhebung

Innofact AG, Düsseldorf

### Basisdaten

Bundesweite Online-Befragung  
bevölkerungsrepräsentativ, 18 bis 69 Jahre  
Erhebungszeitraum: 08.08./10.08.2017  
Stichprobe: 1.024 Bürger

### Bildnachweis

Fotolia

### Bezugsgrößen

- Bevölkerung: 82,89 Mio. (Destatis, Hochrechnung)
- Personen über 18 Jahre: 68,05 Mio. (microm)
- Potenzielle Einkäufer über 18 Jahre: 57,03 Mio.
- PKW-Nutzer: 52,37 Mio. (hochgerechneter Basiswert) = Potenzielle Nutzer
- Orientierungswert „Private Halter von Personenkraftwagen“: 40,38 Mio. (Kraftfahrt-Bundesamt, Stand: 01.01.2016)

### Die Basisfragen

- F1. Nutzen Sie einen PKW, den Sie bar bezahlt, finanziert oder geleast haben?
- F2. Verschiedene Hersteller planen neben dem Verkauf und der Finanzierung von PKWs auch zusätzliche Plattformen und ergänzende Leistungen anzubieten, die über das Thema Mobilität hinausgehen. Ganz generell: Für wie interessant halten Sie diese ergänzenden Zusatzleistungen der Mobilitätsdienstleister für Ihre eigene künftige persönliche Mobilität?
- F4. Wären Sie bereit, sich vertraglich für eine bestimmte Laufzeit an eine Autobank zu binden, wenn diese Autobank Ihnen ein ihren Vorstellungen entsprechendes „All-Inclusive-Mobilitäts-Paket“ anbieten würde?
- F5. Glauben Sie, dass das Image der deutschen Automobilindustrie wegen der aktuellen Vorwürfe um Kartellabsprachen und die Manipulation bei Motoren von Dieselfahrzeugen gelitten hat?