

Einfluss gesellschaftlicher Trends auf die Automobilbranche

Christian Rühl

Institut für Automobil Forschung (im RIF e.V.), Joseph-von-Fraunhofer-Straße 20, 44227 Dortmund, C.Ruehl@automobil-forschung.org

Prof. Dr. Niels Biethahn

Institut für Automobil Forschung (im RIF e.V.) und Professor für Unternehmenssteuerung und Projekt Manager für das Thema Automotive Management, BITS Business and Information Technology School gGmbH, Reiterweg 26b, 58535 Iserlohn, Niels.Biethahn@bits-iserlohn.de

1	Einleitung.....	250
2	Kategorisierung gesellschaftlicher Trends mit Auswirkungen auf die Automobilbranche	251
3	Zusammenfassung der Ergebnisse und Ausblick	263
4	Literatur	264

Abstract

Die Meta-Studie „Einfluss gesellschaftlicher Trends auf die Automobilbranche“ untersucht gesellschaftliche Trends, die den PKW-Besitz international nachhaltig beeinflussen.

Durch einen späteren Berufseinstieg, eine Verschiebung der Haushaltsgröße und durch eine steigende Anzahl an Menschen die in Städten leben, sind Menschen heutzutage seltener nur auf ein Verkehrsmittel beschränkt – sie bewegen sich zunehmend multimobil. Zugleich kann die Reisezeit während der Nutzung von Verkehrsdienstleistungen durch eine bessere Internetabdeckung und einer erhöhten Verfügbarkeit mobiler Endgeräte besser genutzt werden. Die Ausgaben für private Mobilität durch Budgetumschichtungen und einen zunehmenden Pragmatismus verringern sich zudem kontinuierlich.

Dennoch, unsere Gesellschaft wird immer älter und bleibt immer häufiger bis in das hohe Alter mobil. Darüber hinaus steigt der Anteil der Mittelklasse in Entwicklungsländern rapide an und beeinflusst die Automärkte schon heute nachhaltig.

Schlussendlich ergeben sich einerseits neue Kundengruppen, andererseits neue Anforderungen an die private Mobilität. In diesen Konstellationen müssen sich OEMs zukünftig positionieren, um Kunde und Produkt auch weiterhin zusammen zu führen.

JEL Classification: E21 (Consumption; Saving; Wealth); D1 (Household Behavior and Family Economics); J11 (Demographic Trends and Forecasts)

Keywords: Automotive, Social Trends, Consumer Behavior

1 Einleitung

1.1 Herangehensweise

Das Automobil galt jahrzehntelang als das Statussymbol für Erfolg, Reichtum und Freiheit.¹ Entwickelt und gesellschaftlich integriert vor den ersten beiden Weltkriegen unterlag es in seinem Dasein den gesellschaftlichen Anforderungen von Wiederaufbau und wirtschaftlicher Wiederbelebung.² Kurzzeitig in Frage gestellt durch die Ölpreiskrisen in den achtziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts, entwickelte sich das Automobil zum robusten und primären Fortbewegungsmittel. Nachdem wegweisende Sicherheitssysteme (u.a. ESP, ABS) beständig Einzug genommen hatten, steht das Automobil nun vor gesellschaftlichen Veränderungen, die das Automobil neu in Frage stellen könnten.

Die vorliegende Meta-Studie untersucht aufgrund vorliegender Ergebnisse, welche gesellschaftlichen Konstellationen und Veränderungsprozesse auf das Automobil als privates Fortbewegungsmittel einwirken, und damit nachhaltig den PKW-Besitz international positiv als auch negativ beeinflussen. Zur Kategorisierung der Literaturrecherche wurden dazu die beiden Kapitel „*Veränderungen im Konsumverhalten*“ (siehe Kapitel 2.1) und „*Entwicklung von der Mono- zur Multi-Mobilität*“ (siehe Kapitel 2.2) gebildet, um Ergebnisse zu strukturieren

1.2 Ausgangspunkt für Veränderungen im automobilen Nutzungsverhalten

Die automobilen private Mobilität bietet dem Nutzer die Möglichkeit, sich weitgehend uneingeschränkt im Alltag, im Beruf und während der Freizeit fortzubewegen. Sie ermöglicht es dem Autofahrer, frei wählbare Strecken weitgehend unbeschränkt, zu jeden beliebigen Zeitpunkten und auf eigenem Wunsch hin zurück zu legen.

Dabei findet der Autofahrer sowohl physischen Möglichkeiten vor (Kategorie 1 - u.a. der Infrastruktur; siehe Figure 1), als auch gesetzliche Grundsätze und Restriktionen (Kategorie 2). Darüber hinaus unterliegt die individuelle Mobilität ökonomischen Gegebenheiten (Kategorie 3 - u.a. Kraftstoffpreis) und wird durch den jeweiligen Bildungshintergrund sowie durch eine eigene Wissens- und Informationsbasis selbst beeinflusst (Kategorie 4).³

Ein Wandel im Nutzungsverhalten der automobilen privaten Mobilität unterliegt immer einer Veränderung in mindestens einer der vier Kategorien (siehe auch Figure 1). Diese Veränderung(en) beeinflussen entweder die Kosten assoziiert mit der automobilen privaten Mobilität oder die Effektivität von Substituten (u.a. ÖPNV). Aufgrund der Tatsache, dass die persönliche Einschätzung der Effektivität von Substituten durch die automobilen Nutzungskosten beeinflusst wird, können Veränderungen auch auf beide einwirken.

¹ Vgl. Typologie der Wünsche (2008). Ergebnis auf die Frage „Ist für Sie das Auto ein Symbol für Freiheit und Ungebundenheit?“, 1 bis 3 (trifft überhaupt nicht zu) = 31%; 4-6 (trifft voll und ganz zu) = 69%; Anmerkung: Erhebung durch Ifak Institut, Media Markt Analysen; Umfragezeitraum: 05.03.2007-29.07.2007; 01.09.2007-27.07.2008; n = 15.262; Deutschland.

² Vgl. Grieger (2012).

³ Vgl. Gärling und Schuitema (2007), S. 140-142.



Figure 1: Übersicht zu Ursachen von Veränderungen im automobilen Nutzungsverhalten⁴

Es kann geschlussfolgert werden, dass keine Veränderung im automobilen Mobilitätsverhalten hervorgeht, wenn entweder überhaupt keine Substitute vorhanden sind oder vorhandene Substitute nicht mindestens genauso komfortabel und/oder günstig sind.

2 Kategorisierung gesellschaftlicher Trends mit Auswirkungen auf die Automobilbranche

2.1 Ursachen für Veränderungen im Konsumverhalten

2.1.1 Erweiterung der Kundenwünsche

Analysen der Entwicklungen von Konsumausgaben verdeutlichen, dass einerseits die Ausgaben für Verkehr im Vergleich zum Gesamtkonsum deutlich geringer anwachsen, dafür Ausgaben für die Freizeitgestaltung und Telekommunikation- und Unterhaltungselektronik⁵ in den letzten Jahren überdurchschnittlich zugenommen haben. Insgesamt haben sich die Konsumausgaben in Deutschland seit 2005 um 5,19 Prozentpunkte erhöht, während hingegen die Ausgaben für den Verkehr und die Nachrichtenübermittlung⁶ sich mit einem Plus von 0,78 Prozentpunkten unter diesem Niveau entwickelt haben. Überdurchschnittlich und mit einem Zuwachs von 12,60 Prozentpunkten haben sich die Ausgaben für Freizeit, Unterhaltung und Kultur entwickelt. Auch die Ausgaben für Beherbergungs- und Gasstätdienstleistungen haben sich mit einem Plus von 11,40 Prozentpunkten über dem Durchschnitt entwickelt (siehe Figure 2).

⁴ Eigene Darstellung in Anlehnung an Gärling und Schuitema (2007), S. 140-142.

⁵ In Deutschland hat seit 2005 der Kauf von Telefongeräten preisbereinigt um 273 Prozent zugenommen sowie Ausgaben für Telefondienstleistungen und Internet um 18 Prozent. Statistisches Bundesamt (2013).

⁶ Verkehr und Nachrichtenübermittlung ist durch das Statistische Bundesamt in einer Gruppe zusammengefasst.

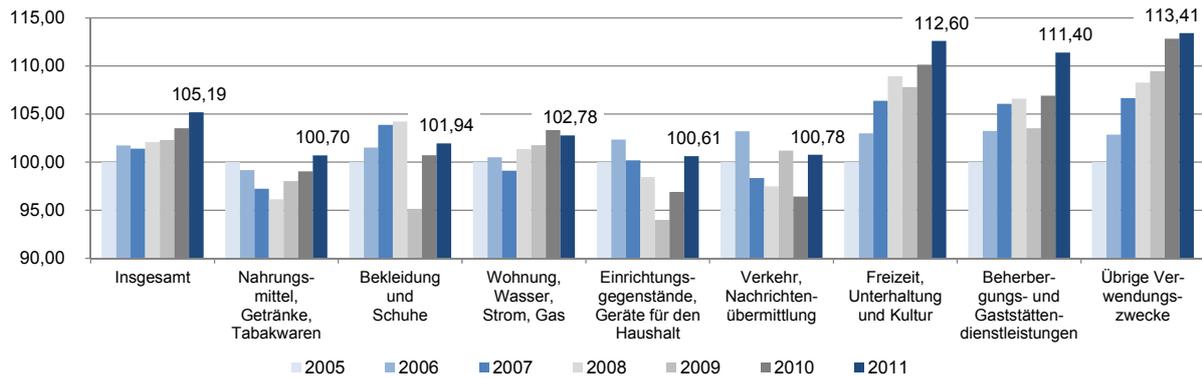


Figure 2: Entwicklung der Konsumausgaben deutscher Haushalte seit 2005 (2005 = 100)⁷

Diese Entwicklungen können daher die Folge eines Bedeutungsverlusts der privaten Mobilität sein. In mancher Hinsicht könnte das eigene Auto nicht mehr den hohen kulturellen Wert tragen und an Relevanz für den sozialen Status verlieren. Dabei wird das Auto vielmehr zum notwendigen Tool für einen reibungslosen Alltag (besonders in urbanen Regionen), so dass Verkehrsmittel bewusster und der jeweiligen Situation passend gewählt werden. Dabei erhöht sich gleichzeitig die Nutzwert-Bedeutung im Vergleich zum Besitzgefühl (oft angedeutet durch die Aussage „Nutzen statt besitzen“⁸) und die Automobilität verliert fallweise an Bedeutung.⁹ Gleichzeitig spiegeln die Entwicklungen auch wider, dass das begrenzte Budget (besonders bei jungen Menschen) auf eine größere Anzahl an Wünschen verteilt werden muss. Auch wird die persönliche Definition in mancher Hinsicht nicht weiterhin über das Statussymbol Auto generiert, sondern z.B. durch eine verstärkte Anzahl von Fernreisen.¹⁰ Diese These wird durch die Ausgabenentwicklung für Freizeit, Unterhaltung und Kultur bestätigt (siehe Figure 2).

2.1.2 Das weltweite Wachstum der Mittelklasse

Die ökonomische Historie bestätigt, dass wenn eine Volkswirtschaft anwächst (in BIP pro Einwohner), die Ausgaben für private Mobilität, explizit für die individuelle automobilen Mobilität steigen.¹¹ Eine Untersuchung basierend auf den Daten aus 122 Ländern im Zeitraum von 1970 bis 2003 belegt, dass bis zu einem Haushaltseinkommen¹² in Höhe von 6.000 US-Dollar keine signifikante Änderung des Fahrzeugbesitzes festzustellen ist. Gleichwohl steigt der Fahrzeugbesitz im Einkommenskorrridor von 6.000 US-Dollar bis 11.000 US-Dollar¹³ überdurchschnittlich nachhaltig an (siehe Figure 3).

⁷ Statistisches Bundesamt (2013), S. 11

⁸ Schönduwe et. al (2012), S. 27.

⁹ Vgl. Schönduwe et. al (2012), S. 7. *Anmerkung:* Wissenschaftlich schwer nachweisbar, doch häufig beschrieben und argumentiert.

¹⁰ Vgl. Schönduwe et. al (2012), S. 25.

¹¹ Vgl. Chamon et. al (2005).

¹² Preise aus dem Jahr 2000 in US-Dollar und nicht inflationsbereinigt.

¹³ Preise aus dem Jahr 2000 und nicht inflationsbereinigt.

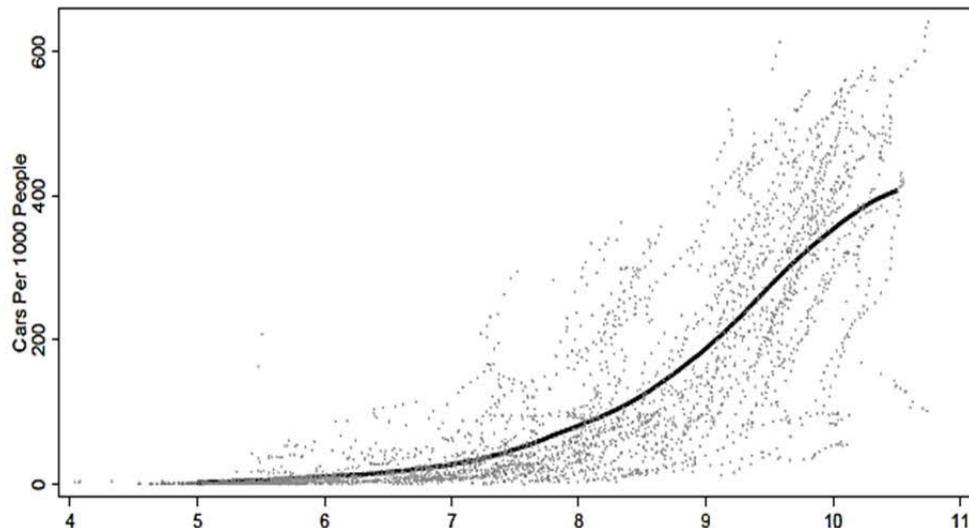


Figure 3: Volkswirtschaftliche Entwicklung des Autobesitzes (BIP pro Einwohner, Grundlage Preise von 2000, in 1.000 US-\$)¹⁴

Der Median des weltweiten Fahrzeugbesitzes lag 2012 bei 134 Fahrzeugen pro 1.000 Einwohner. In den einzelnen Märkten liegen die Werte jedoch weit auseinander. Am höchsten über dem Median ist der Fahrzeugbesitz in den USA mit 810 Fahrzeugen pro 1.000 Einwohner. Aber auch Deutschland, Großbritannien und Japan sind bei 560, 580 und respektive 614 Fahrzeugen angekommen. Unter dem weltweiten Median liegen Emerging Markets wie Brasilien mit 114 Fahrzeugen und China mit 58 Fahrzeugen pro 1.000 Einwohner.¹⁵ Besonders diese Emerging Markets, allen voran China, stützen derzeit nachhaltig das Wachstum der Automobilindustrie.¹⁶ Diese Emerging Countries verbindet, dass die Verbreitung der Mittelklasse aufgrund wirtschaftlichen Aufschwungs exakt im Wachstumskorridor liegt, der von Chamon et. al (2005) in Figure 3 beschrieben wird.

Prognosen der OECD ergeben, dass von 2009 bis 2020 die globale Mittelklasse sich um über 1,4 Milliarden Menschen erhöhen wird. Von 2020 bis 2030 wird sie sich nochmal um 1,6 Milliarden Menschen erweitern, davon sind circa 1,5 Milliarden Menschen aus dem Bereich Asia Pacific (siehe Table 1).

	2009		2020		2030	
	Millions	Share	Millions	Share	Millions	Share
North America	338	18%	333	10%	322	7%
Europe	664	36%	703	22%	680	14%
Central and South America	181	10%	251	8%	313	6%
Asia Pacific	525	28%	1740	54%	3228	66%
Sub-Saharan Africa	32	2%	57	2%	107	2%
Middle East and North Africa	105	6%	165	5%	234	5%
World	1845	100%	3249	100%	4884	100%

Table 2: Anzahl der Menschen und Anteil an der globalen Mittelklasse in verschiedenen Regionen von 2009 bis 2030 im Vergleich¹⁷

¹⁴ Chamon et. al (2005), S. 7. *Anmerkung:* Daten basierend auf 122 Ländern im Zeitraum von 1970 – 2003.

¹⁵ Vgl. Nürnberg und Wang (2012), S. 55.

¹⁶ Vgl. OICA (2012).

¹⁷ Kharas (2010), S. 28.

Im Zeitraum von 2005 bis 2015 erwartet die amerikanische Unternehmensberatung Boston Consulting Group eine Erweiterung der Mittelklasse alleine in den BRIC¹⁸-Staaten um 100 Millionen Haushalte (siehe Figure 4).

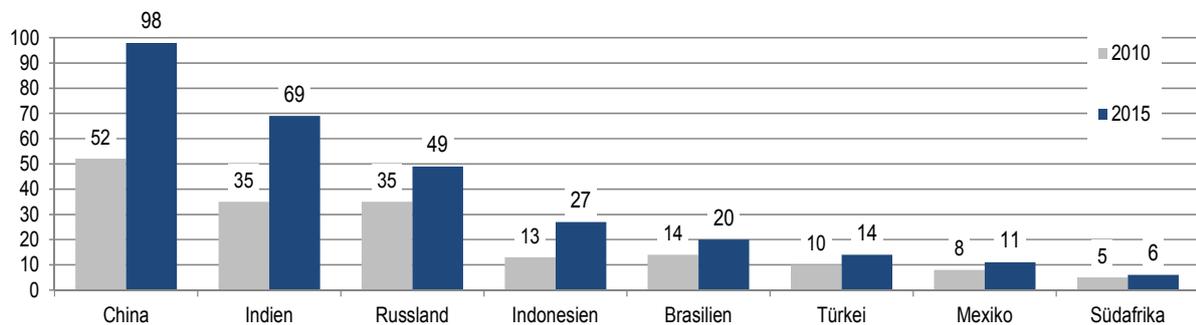


Figure 4: Entwicklung der Mittelklasse¹⁹ in Emerging Markets (in Mio. Haushalte)²⁰

Einhergehend mit der quantitativen Erweiterung der Mittelklasse wird auch die monetäre Verteilung der Ausgaben in der Mittelklasse sich verändern, so die OECD. Die Daten in Table 2 zeigen, dass bis 2030 59 Prozent aller Ausgaben von der weltweiten Mittelklasse in der Region Asia Pacific getätigt werden, wohingegen beispielsweise die Mittelklasse in Amerika im Ausgabeverhalten auf einem Niveau stagniert.

	2009		2020		2030	
	Spending in Millions of 2005 PPP Dollars		Spending in Millions of 2005 PPP Dollars		Spending in Millions of 2005 PPP Dollars	
	Share	Share	Share	Share	Share	Share
North America	5.602	26%	5.863	17%	5.837	10%
Europe	8.138	38%	10.301	29%	11.337	20%
Central and South America	1.534	7%	2.315	7%	3.117	6%
Asia Pacific	4.952	23%	14.798	42%	32.596	59%
Sub-Saharan Africa	256	1%	448	1%	827	1%
Middle East and North Africa	796	4%	1.321	4%	1.966	4%
World	21.278	100%	35.045	100%	55.680	100%

Table 2: Ausgaben der globalen Mittelklasse in verschiedenen Regionen von 2009 bis 2030 im Vergleich²¹

Dieses Wachstum könnte ermöglichen, die private Mobilität – und damit den Verkauf von Fahrzeugen – auch zukünftig kontinuierlich auszubauen. Aufgrund von der Erweiterung der Mittelklasse und der positiven Einkommensentwicklung werden 2050 weltweit circa 2,8 Milliarden Fahrzeuge zugelassen sein, davon über 70 Prozent in Emerging Markets während aktuell der Wert noch bei ungefähr 25 Prozent liegt (siehe Figure 5).

¹⁸ BRIC steht für die Länder Brasilien, Russland, Indien und China.

¹⁹ Definition der Mittelklasse (Boston Consulting Group, 2010): Haushalte mit einem jährlichen Einkommen > 10.000 US-\$ (für Indien und Indonesien > 5.000 US-\$).

²⁰ Boston Consulting Group (2010), S. 13.

²¹ Kharas (2010), S. 28.

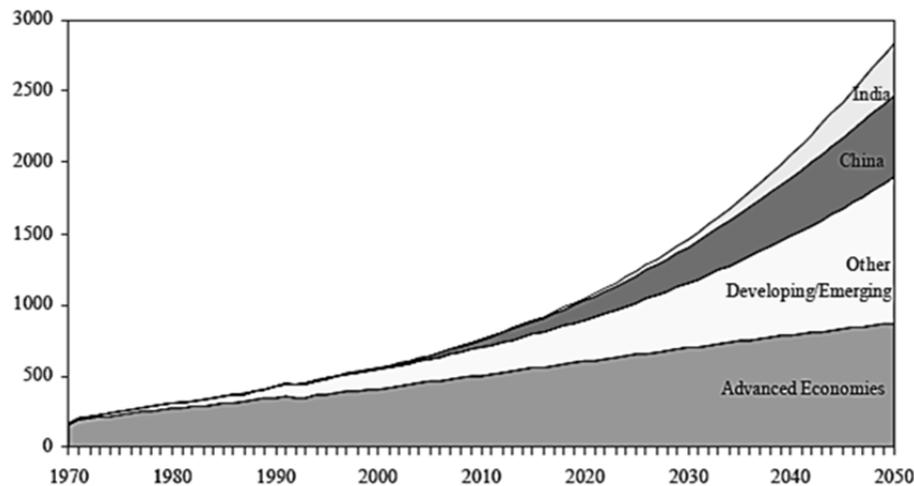


Figure 5: Entwicklung und Prognose der Automärkte weltweit (in Mio.)²²

2.1.3 Verschiebungen in der Altersstruktur

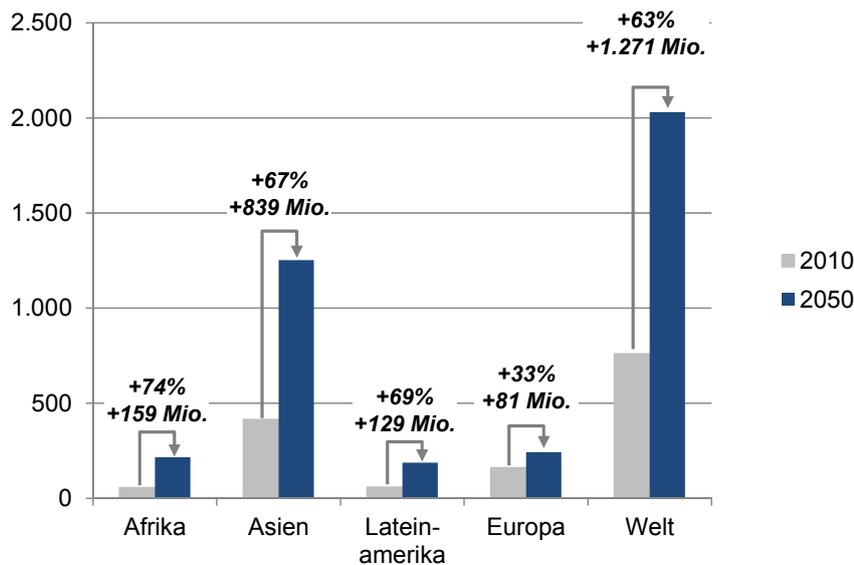
Weltweit wird mit einem überproportionalen Wachstum der älteren Bevölkerung gerechnet. Begründet wird dies mit einem internationalen Wachstum der Mittelschicht (siehe Kapitel 2.1.2) und der damit einhergehenden verbesserten Nahrungsmittel- und Gesundheitsversorgung. So hat sich die weltweite Lebenserwartung innerhalb der letzten 11 Jahre bereits verdoppelt.²³ Bis zum Jahr 2050 wird laut Prognosen die Anzahl der über 60-jährigen weltweit um 1,27 Milliarden auf über zwei Milliarden Menschen ansteigen (siehe Figure 6).²⁴ Einen maßgeblichen Einfluss hierfür hat die Entwicklung in Asien, die mit 66 Prozent zu diesem Wachstum beiträgt. Ferner stieg die *Global Decency Ratio* (diese misst die Anzahl der Menschen über 65 Jahre pro 100 Menschen im arbeitsfähigen Alter) innerhalb der letzten 60 Jahren von acht (1950) auf zwölf Personen (2010). Während der kommenden 40 Jahre wird sie sich nochmals mehr als verdoppeln und erreicht laut Unterlagen des World Economic Forums 2012 im Jahr 2050 die Zahl 25.²⁵

²² Chamon et. al (2005), S. 30.

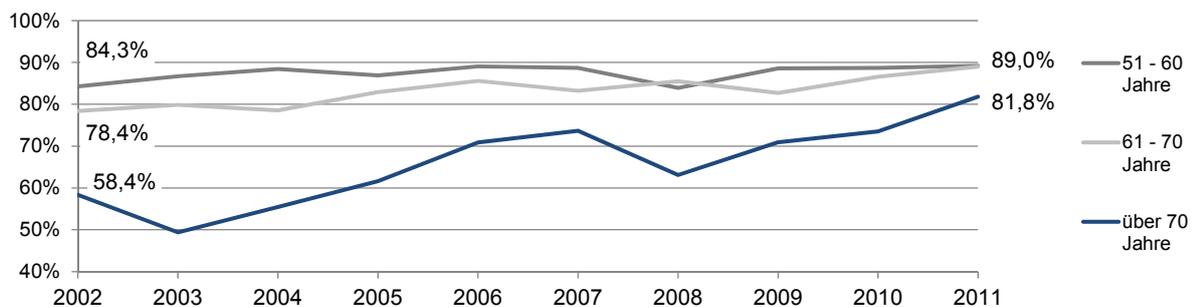
²³ Vgl. Moavenzadeh et. al (2012), S. 2

²⁴ Vgl. United Nations (2011), Table I.6.

²⁵ Vgl. Moavenzadeh et. al (2012), S. 2.

Figure 6: Entwicklung der über 60-jährigen (in Mio.)²⁶

Einhergehend mit der Erweiterung der Lebenserwartung wird vermutet, dass sich die Einstellung vieler Menschen verändert. Das Deutsche Institut für Wirtschafts-Forschung erwartet, dass Ältere durch einen aktiveren Lebensstil in Zukunft häufiger längere Wege zurücklegen werden.²⁷ Besonders die private automobilen Mobilität könnte dem Nutzer dahingehend Freiheit und Lebensqualität bieten. Diese Entwicklung belegen Datenreihen für bereits entwickelte Märkte wie Deutschland mit eingebetteten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen. Dort hat sich der Anteil derjenigen, die einen Führerschein besitzen innerhalb der letzten Jahre (von 2002 bis 2011) bei über 60-jährigen Menschen kontinuierlich vermehrt. In der Altersgruppe der 61- bis 70-jährigen hat er sich von 78,4 Prozent um über zehn Prozentpunkte vergrößert, in der der über 70-jährigen sogar um 23,4 Prozentpunkte auf 81,8 Prozent (siehe Figure 7).

Figure 7: Entwicklung des Führerscheinbesitzes (in %) von über 50-jährigen in Deutschland seit 2002²⁸

Ähnliche Veränderungen zeigt auch die Statistik der PKW-Verfügbarkeit in Deutschland. Hatten 2002 noch weniger als 50 Prozent der über 65-jährigen einen PKW zur Verfügung, lag sechs Jahre später der Wert schon bei 61,2 Prozent. Gegenläufige Entwicklungen wurden hingegen bei jüngeren Menschen untersucht (siehe Figure 8).

²⁶ Vgl. United Nations (2011), Table I.6.

²⁷ Vgl. Deutsche Institut für Wirtsch.-Forschung (2008), S. 13.

²⁸ Vgl. Deutsches Mobilitätspanel (2011), Tabellenblatt „5 Führerscheinbesitz“.

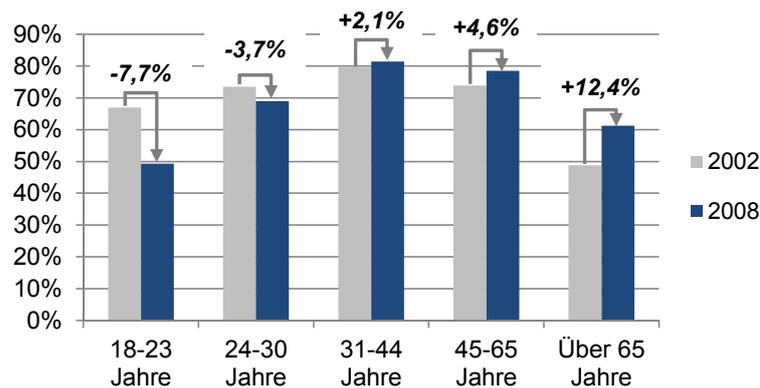


Figure 8: Entwicklung der PKW-Verfügbarkeit (in %) in verschiedenen Altersgruppen in Deutschland²⁹

Beide Entwicklungen verdeutlichen exemplarisch, dass die Erweiterung der Lebenserwartung einen positiven Einfluss auf einen aktiveren Lebensstil hat und bewirkt, dass der Endkunde private Mobilität längerfristig wahrnimmt und konsumiert.

2.2 Ursachen zur Entwicklung von der Mono- zur Multi-Mobilität

Untersuchungen über das menschliche Fortbewegungsverhalten im gewöhnlichen Alltag legen nahe, dass Menschen weltweit sich nicht rein Mono-Mobil – also auf ein Verkehrsmittel beschränkt – fortbewegen, sondern Multi-Mobil.³⁰ Die Daten in Figure 9 verdeutlichen, dass sich deutliche Unterschiede in der Häufigkeit der Benutzung von den vier Hauptfortbewegungsmitteln (Fußwege, Fahrrad, öffentlicher Verkehr und das Automobil) zeigen. Obwohl die Studien zwischen den Jahren 1994 bis 2006 entstanden sind und damit sich eine wissenschaftliche Ungenauigkeiten in der Vergleichbarkeit ergeben, zeigt sich, dass in allen untersuchten Ländern hinweg das Automobil als Hauptverkehrsmittel genutzt wird. Während allerdings in dem Flächenstaat wie den USA (Untersuchungsjahr 2001) 88 Prozent alle Wege mit dem Auto zurückgelegt wurden, waren es im Verhältnis zu einem kleinen Staat wie Lettland³¹ (Untersuchungsjahr 2003) nur 33 Prozent. In den größten EU-Staaten Deutschland, Frankreich und Großbritannien liegt dieser Wert bei 60 bis 70 Prozent.

²⁹ Schönduwe (2012), S. 21.

³⁰ Vgl. Bassett et. al (2008), S. 799.

³¹ Anmerkung: USA mit 9.826.675 km² und Lettland mit 64.589 km² Landfläche [Vgl. CIA (2013)].

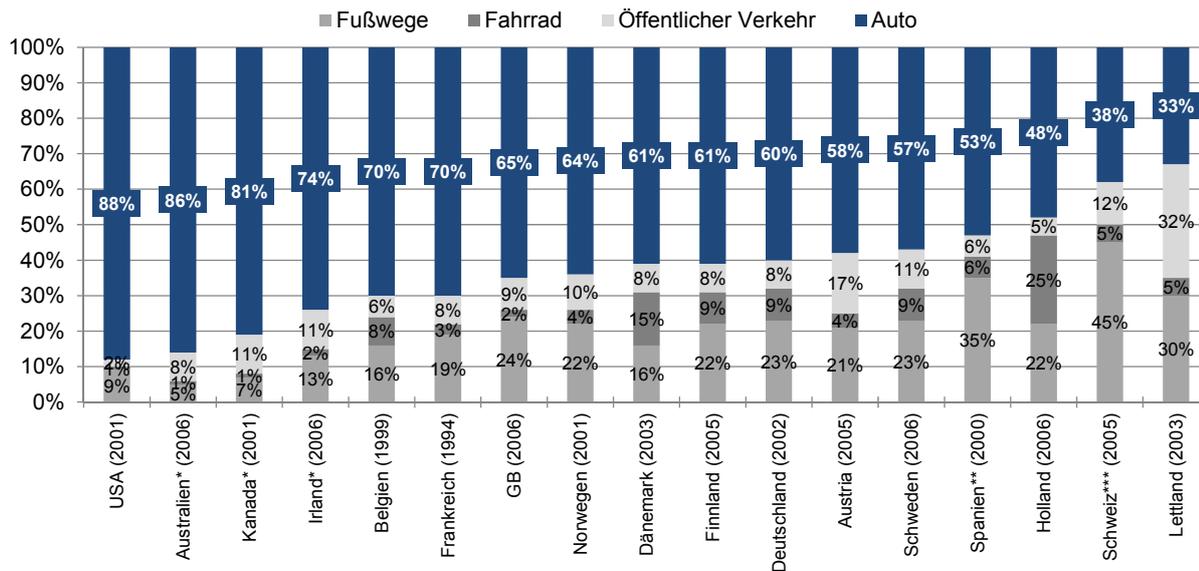


Figure 9: Multi-Mobilität weltweit³²

Zudem haben sich zwischen den Jahren 1990 bis 1999 die zurückgelegten Passagierkilometer in privaten Fahrzeugen und leichten Nutzfahrzeugen laut den Untersuchungen des International Transport Forums³³ in entwickelten Ländern wie Deutschland, Australien, Frankreich, Großbritannien und Japan erhöht. Allerdings zeigen die gleichen Untersuchungen, dass seit 1999 eine Stagnation (als erstes in Japan) und ein Rückgang der zurückgelegten Passagierkilometer festzustellen ist (siehe Figure 10).

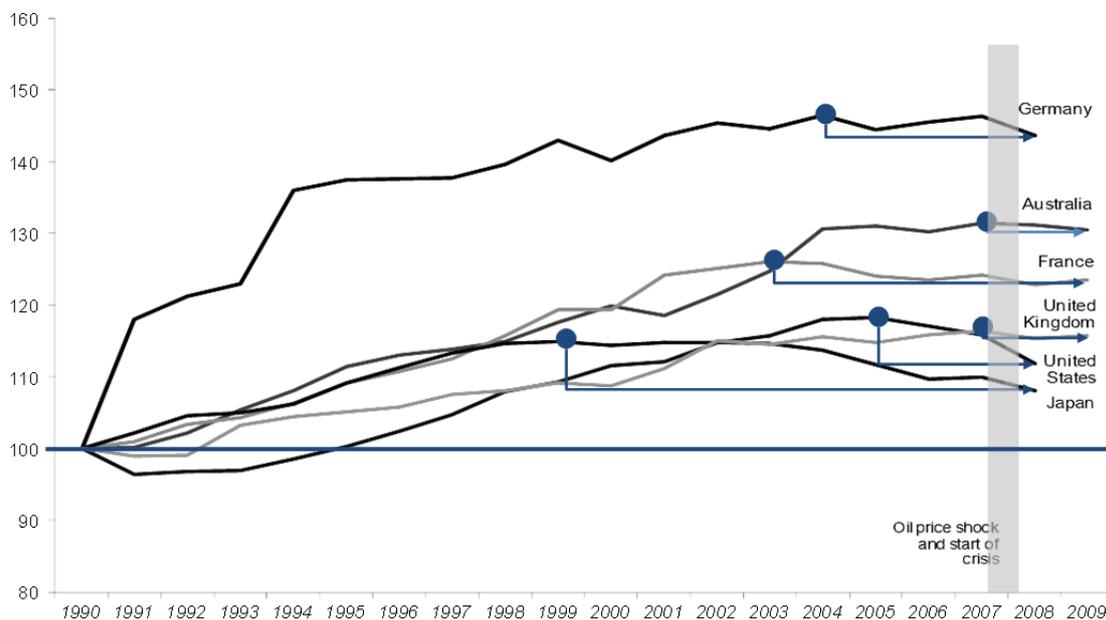


Figure 10: Entwicklung von zurückgelegten Passagierkilometer privater PKWs und leichten Nutzfahrzeugen seit 1990 (1990 = 100)³⁴

³² In Anlehnung an Bassett et. al (2008), S. 799. Anmerkung: Werte in Klammern sind die Erstellungsjahre der Studien. Überblick der Studien siehe Bassett et. al, 2008: 800-801 (Table 1). * Nur Arbeitswege; ** Fußwege und Fahrrad zusammen erfasst; *** Spezieller Fokus auf Kurzstrecken (alle Strecken >25m).

³³ Vgl. International Transport Forum (2012).

³⁴ In Anlehnung an International Transport Forum (2012).

Diese Ergebnisse wurden durch Kuhnimhof nur teilweise bestätigt³⁵. In seiner Untersuchung wurde die Nutzung des PKW und des öffentlichen Nahverkehrs in Deutschland und Großbritannien untersucht. Die Ergebnisse beider Länder im Vergleich waren gleichgerichtet, nur in ihrer Ausprägung unterschiedlich stark. Sie zeigen, dass zwischen 1997 und 2007 die tägliche PKW-Fahrleistung junger Menschen deutlich abgenommen hat, wohingegen die PKW-Fahrleistung älterer Menschen im gleichen Zeitraum zugenommen hat. Bei der Fahrleistung im öffentlichen Nahverkehr wurden über alle Altersklassen hinweg positive Entwicklungen deutlich.

Eine Studie von Oliver Wyman und der EBS Business School aus dem Jahr 2011 mit knapp 3.000 weltweit Befragten³⁶ zur Zukunft der Mobilität belegt, dass die Unterhalts- und Anschaffungskosten sowie die Geschwindigkeit anderer Verkehrsmittel die wichtigsten Gründe sind, auf ein Auto zu verzichten. Schlussendlich wird die Wahl des Transportmittels häufig durch den Weg zur Arbeitsstätte beeinflusst.³⁷

2.2.1 Verstärkte Urbanität

Untersuchungen der Vereinten Nationen von 2006 verdeutlichen einen Anstieg der globalen städtischen Bevölkerungsschicht von 2005 bis 2030 um circa 1,5 Milliarden Menschen (ein Plus von 56 Prozent). Diese Bevölkerungsbewegung ist besonders in Entwicklungsländern festzustellen (ein Plus von 73 Prozent). Mit einer Zunahme der städtischen Bevölkerung um 13 Prozent findet sich diese Entwicklung auch in bereits entwickelten Ländern wieder (siehe Figure 11).³⁸

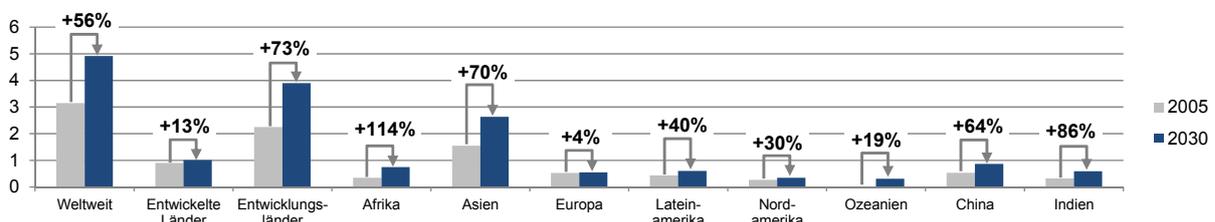


Figure 11: Entwicklung der städtischen Bevölkerung von 2005 zu 2030 (in Mrd.)³⁹

In entwickelten Ländern verdeutlichen Trends der vergangenen Jahre, dass das eigene Fahrzeug besonders in Städten und Ballungsräumen durch andere Verkehrsmittel ersetzt wird. Stadtbewohner benötigen seltener ein eigenes Fahrzeug und sind Untersuchungen zu Folge am ehesten bereit, Angewohnheiten zu verändern.⁴⁰ Besonders bei jungen Menschen unter 30 Jahren wurde festgestellt, dass sie seltener den PKW als Fortbewegungsmittel in Städten nutzen (siehe Figure 12). Seit dem Jahr 2002 hat sich die tägliche Nutzung des PKW deutlich verringert, wohingegen im ländlichen Raum die PKW-Nutzung nur leicht gesunken ist (18 bis 23-jährige) oder fallweise zunahm (24 bis 30-jährige).⁴¹ Ähnliche Entwicklungen zeigen sich

³⁵ Vgl. Kuhnimhof et. al (2011), S. 17-18.

³⁶ *Anmerkung:* Befragt wurden Menschen aus Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Shanghai und Singapur.

³⁷ Vgl. Oliver Wyman (2011).

³⁸ Vgl. United Nations (2006).

³⁹ Vgl. United Nations (2006), Table A.3.

⁴⁰ Vgl. Oliver Wyman (2011).

⁴¹ Vgl. Schönduwe (2012), S. 23.

besonders bei Frauen, die in großen Städten seltener das eigene Fahrzeug nutzen.⁴² Eine Erweiterung der städtischen Bevölkerungsschicht in entwickelten Ländern könnte damit eine nachdrückliche Veränderung im Mobilitätsverhalten bedeuten.

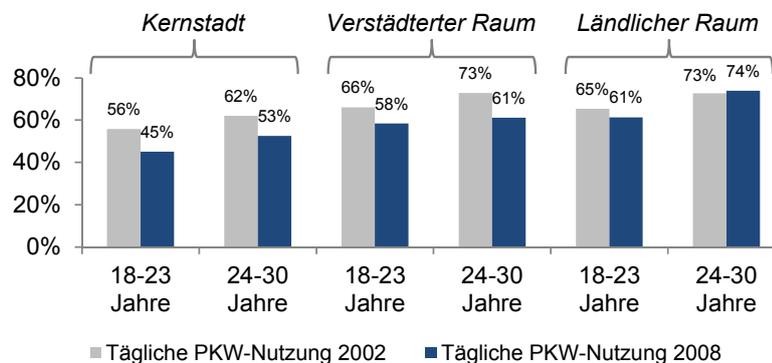


Figure 12: Nutzungshäufigkeit (in %) privater PKW in Deutschland⁴³

Für Entwicklungsländer scheinen diese Untersuchungen hingegen nicht zu gelten. Exemplarisch kann hier die Entwicklung des PKW-Besitzes in chinesischen Stadthaushalten als Grundlage gesehen werden. Dieser hat sich von 2000 bis 2011 mehr als 37-fach vergrößert, jedoch lag auch hier die Zunahme zwischen 2010 und 2011 bei geringeren 42 Prozent (siehe Figure 13). Durch die Erweiterung der Mittelklasse in Entwicklungsländern (vgl. Kapitel 2.1.2) wird wohl auch in diesen städtischen Gebieten der Fahrzeugbesitz weiterhin zunehmen.

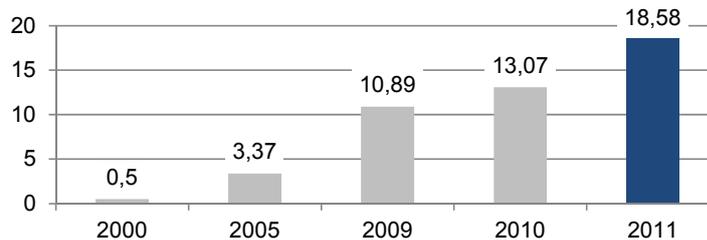


Figure 13: Entwicklung des PKW-Besitzes in chinesischen Stadthaushalten (je 100 Haushalte)⁴⁴

2.2.2 Erhöhte Nutzung der Reisezeit

In Ergänzung zu bisherigen klassischen Mobilitätsformen zeichnet sich ab, dass die tägliche Multi-Mobilität um weitere Mobilitätsformen ergänzt wird. Exemplarisch wurde in Deutschland die gesetzliche Öffnung von Fernbuslinien beschlossen und bereits durch Unternehmen wie die *Deutsche Bahn*, *FlixBus* und *DeinBus* im Angebot integriert. Ferner nehmen sowohl Mitnahmeangebote zu, als auch vielfältige Fahrradverleihmöglichkeiten (siehe *Deutsche Bahn*). Besonders nachdrücklich zeigt sich die Entwicklung der Car-Sharing-Nutzung. Waren 2012 rund 700.000 Kunden in Europa registriert, werden bis 2020 circa 20 Millionen Kunden und ein Umsatz von rund sieben Milliarden Euro erwartet.⁴⁵

⁴² Vgl. Nenseth und Hjorthol (2007).

⁴³ Schönduwe (2012), S. 23.

⁴⁴ National Bureau of Statistics of China (2012).

⁴⁵ Vgl. Handelsblatt (2013).

Gleichzeitig können diese erweiterten und integrierten Mobilitätsformen online und offen miteinander verglichen werden⁴⁶. Darüber hinaus hat sich der Buchungsprozess – Information, Buchung und Stornierung – digitalisiert und damit vereinfacht. Integriert sind zudem neue Bezahlmöglichkeiten und erweiterte Tarife.

Der Kunde kann die Reisezeit mittlerweile durch eine höhere, einfachere und bessere Internetkonnektivität besser nutzen. Auch die soziale Integration während der Reise durch die Nutzung Sozialer Medien bedeutet eine Nutzwertaufwertung für den Kunden.

Schlussendlich bedeuten vielfältigere Mobilitätsformen, eine einfachere Buchung und eine Aufwertung der Reisezeit eine effektivere Nutzung der Zeit und erleichtern den Zugang zu anderen Verkehrsmitteln. Damit werden Substitute im Vergleich zum PKW aufgewertet.

2.2.3 Späterer Berufseinstieg

Innerhalb der Jahre 1999 bis 2007 stieg die Anzahl der weltweiten jährlichen Hochschulabsolventen um 61,3 Prozent. Der Anteil des Wachstums ist sowohl in entwickelten Ländern zu sehen (ein Plus von 14 Prozent), aber auch hier besonders durch den Anstieg der Studienraten in Entwicklungsländern mit einem Plus von 47,3 Prozent (siehe Figure 14).⁴⁷

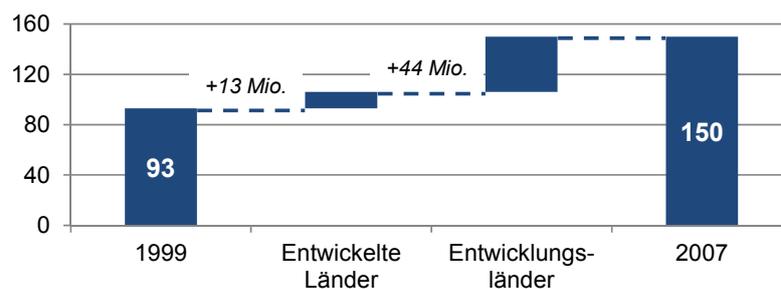


Figure 14: Entwicklung der Uniabsolventen weltweit (in Mio.)⁴⁸

Die Verlängerung der Ausbildungszeiten könnten nachhaltige Veränderungen zur Folge haben. Eine Ausbildung selbst bedeutet in der Regel für die Betroffenen eine Zeit finanzieller Unsicherheit. Besonders in deutschen Städten zeigt sich, dass Menschen unter 22 Jahren tendenziell seltener einen Führerschein besitzen (siehe Figure 15) – allerdings ohne konkreten Aufschluss darüber zu geben, ob der Führerscheinbesitz nicht mehr bedeutsam für die jungen Menschen ist oder er im finanziellen Budget nicht vorgesehen ist.

⁴⁶ Hierunter fallen Portale wie das der Deutschen Bahn (www.bahn.de) aber besonders übergreifende Verkehrsmittel Vergleiche wie www.verkehrsmittelvergleich.de.

⁴⁷ Vgl. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2012).

⁴⁸ Vgl. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2012).

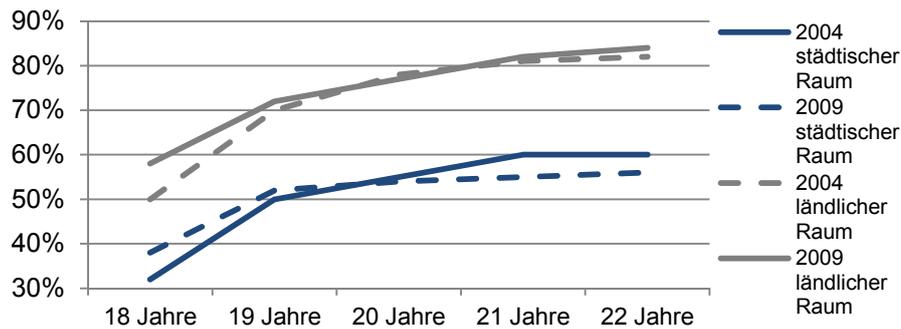


Figure 15: Führerscheinbesitz der 18-22-jährigen (in %) in Deutschland⁴⁹

Die schon zitierten Forschungsergebnisse von Kuhnimhof in den Zeitperioden von 1997 bis 1999 und 2007 bis 2009 zeigen, dass besonders junge Menschen zwischen 18 und 34 Jahren statt des eigenen Fahrzeugs (-8 Prozent) häufiger den öffentlichen Verkehr (+4 Prozent), das Fahrrad (+3 Prozent) oder den Fußweg (+1 Prozent) nutzen.⁵⁰ Auch die Untersuchung von Harms und Lanzendorf unterstützt die These, dass während der Ausbildung der PKW-Besitz und die PKW-Nutzung geringer sind. Es hat sich gezeigt, dass sobald Studenten die Universität verlassen, der PKW-Besitz um 12 Prozent sowie die PKW-Nutzung um 28 Prozent zunehmen.⁵¹ Dementsprechend verschiebt sich durch eine Ausbildung der erste Fahrzeugkauf in ein höheres Alter und in Kombination mit einer höheren Studienrate bedeutet dies einen negativen Einfluss auf den Fahrzeugmarkt.

2.3.4 Verschiebung in der Haushaltsgröße

Die Kombination aus verlängerten Ausbildungszeiten, der Erweiterung der Lebenserwartung und des Rückgangs der Geburtenraten (in entwickelten Ländern) beeinflussen laut Studien die Zusammensetzung der Haushaltsgröße. So wird beispielsweise in Deutschland ein Anstieg von Ein- und Zwei-Personen-Haushalte um 11, respektive 13 Prozent erwartet, während Drei- und Vier-Personen-Haushalte um 23 bzw. 26% abnehmen (siehe Figure 16). Für Deutschland bedeutet dieses Szenario eine Erweiterung der Gesamthaushalte um 0,9 Millionen auf 41 Millionen bis zum Jahr 2030.⁵²

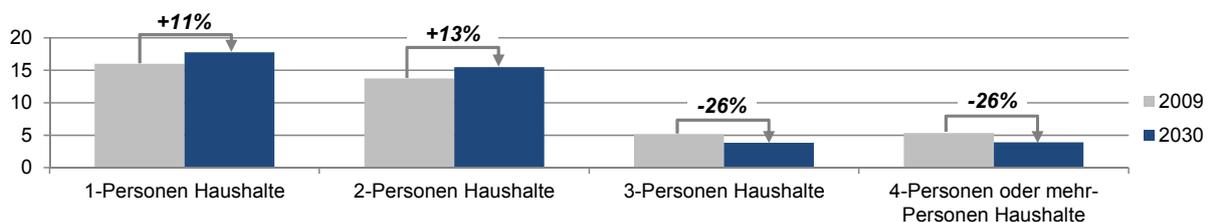


Figure 16: Prognose der Haushaltsgrößen in Deutschland (in Mio.)⁵³

Aufgrund der Tatsache, dass 1-Personen-Haushalte mehr für fremde Verkehrsdienstleistungen ausgeben⁵⁴, kann auch durch eine Verschiebung der durchschnittlichen Haushaltsgröße Veränderungen im Fahrzeugkauf erwartet werden.

⁴⁹ Tully und Krug (2011), S. 85. *Anmerkung:* Quelle beinhaltet nicht den primären Datensatz.

⁵⁰ Vgl. Kuhnimhof et. al (2012).

⁵¹ Vgl. Harms und Lanzendorf (2007).

⁵² Vgl. Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2011), S. 31.

⁵³ Vgl. Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2011), S. 31.

3 Zusammenfassung der Ergebnisse und Ausblick

In der Bündelung und Kombination der beschriebenen gesellschaftlichen Trends ergeben sich sowohl Faktoren, die auf den zukünftigen Besitz privater PKW einen positiven aber auch einen negativen Einfluss haben können (siehe Figure 17). Dabei wurden keine konkreten Quantifizierungen vorgenommen.

Es gibt Hinweise darauf, dass gesamtheitlich betrachtet die gesellschaftlichen Veränderungen in entwickelten Automärkten überwiegend einen negativen Einfluss auf den Besitz und übergreifend auch auf den Absatz von PKW haben werden, wohingegen in bisher aufstrebenden Automärkten (besonders in BRIC) eine positive Entwicklung zu erwarten ist.

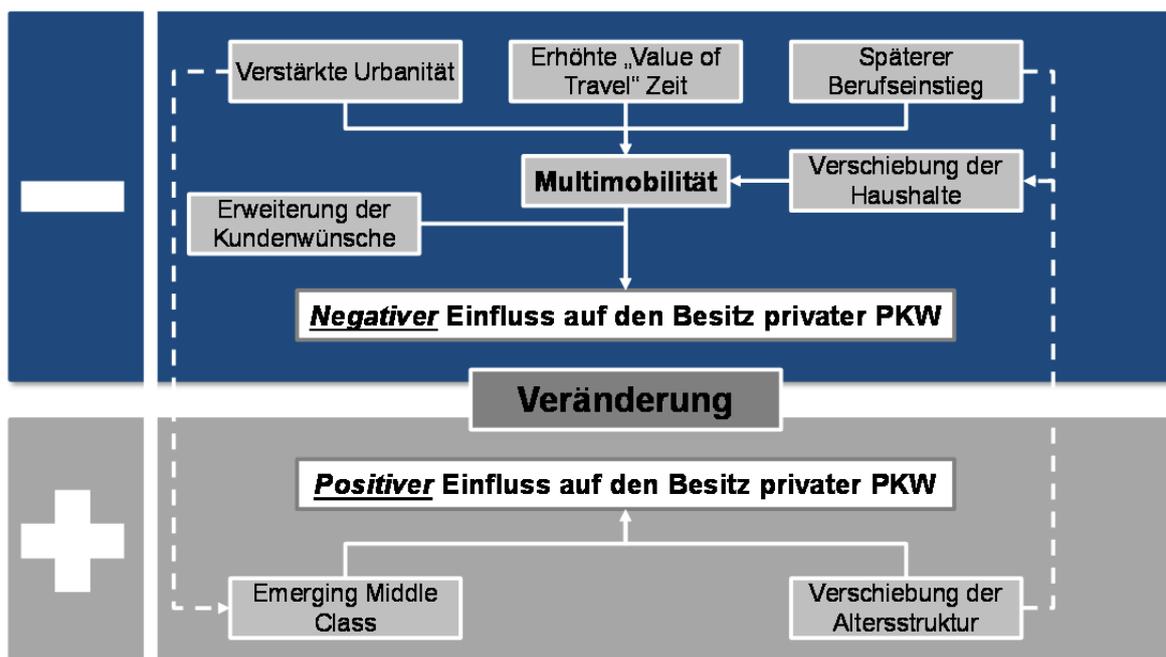


Figure 17: Grafische Zusammenfassung der Ergebnisse

Zusammengefasst ergeben sich einerseits neue Kundengruppen, andererseits neue Anforderungen an die private Mobilität. In urbanen Regionen reduziert sich nicht nur das Interesse junger Menschen am eigenen Fahrzeug. Über alle Altersklassen steigt der Anteil der Nutzer, die sich fragen, ob ein Auto zu besitzen notwendig ist. So haben unter anderem 1- und 2-Personen Haushalte andere Anforderungen an ein Fahrzeug als 3- und 4-Personen Haushalte mit Kindern. Auch die Zunahme von älteren Menschen bedeutet, die Bedürfnisse an das Produkt in dieser Kundengruppe zu hinterfragen und ein anforderungsgerechtes Marketing zu integrieren. Die erweiterte Mittelklasse wird sehr wahrscheinlich die PKW-Nachfrage erhöhen, allerdings muss auch hier der jeweilige Hersteller sich strategisch richtig positionieren, um von dieser Entwicklung zu profitieren. In diesen Konstellationen müssen sich OEMs zukünftig positionieren, um Kunde und Produkt auch weiterhin zusammen zu führen. Hier sollte auch die weiterführende Forschung ansetzen, um zu verstehen, welche Anforderungen an die zukünftigen Produkte der OEMs gestellt werden und so bereits frühzeitig mögliche Implikationen auf bestehende Business Models zu untersuchen.

⁵⁴ Vgl. Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (2008).

4 Literatur

- Bassett, D. R. Jr., Pucher, J., Buehler, R., Thompson, D.L. und Crouter, S. E. (2008): Walking, Cycling, and Obesity Rates in Europe, North America, and Australia. *Journal of Physical Activity and Health*. 2008. Ausgabe 5. Seiten 795-814.
- Boston Consulting Group (2010): *Winning in Emerging-Market Cities – A Guide to the World’s Largest Growth Opportunity*. BCG perspectives. September, 2010.
- Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2012): Hochschulbildung: Verantwortliche für morgen ausbilden http://www.bmz.de/de/was_wir_machen/themen/bildung/hochschulbildung/index.html. Letzter Zugriff: 27.11.2011.
- Chamon, M., Mauro, P., Okawa, Y. (2005): *The implications of mass car ownership in the emerging market giants*. International Monetary Fund and University of Virginia.
- CIA (2013) *The World Factbook – Country Comparison: Area*. URL: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-fact-book/rankorder/2147rank.html?countryname=Latvia&countrycode=lg®ionCode=eur&rank=124#lg> [letzter Zugriff: 26.06.2013].
- Deutsches Institut für Wirtsch.-Forschung (2008): *Mobilität 2025 - Der Einfluss von Einkommen, Mobilitätskosten und Demographie*. Berlin. April, 2008.
- Deutsches Mobilitätspanel (2011): *Bericht 2011: Alltagsmobilität & Tankbuch*. Wissenschaftliche Begleitung und erste Auswertungen. FE-Projektnr.: 70.0864/2011. Organaler Datensatz. Karlsruhe. 2011.
- Gärling und Schuitema (2007): *Travel Demand Management Targeting Reduced Private Car Use: Effectiveness, Public Acceptability and Political Feasibility*. *Journal of Social Issues*. Ausgabe 63, Nr. 1. 2007. Seiten 139-153.
- Grieger, M. (2012): *Ausstellungs-Rezension zu: Automobilisierung nach 1945 in der Bundesrepublik Deutschland*. Osnabrück, in: *H-Soz-u-Kult*, 22.09.2012. URL: <http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/rezensionen/id=161&type=rezausstellungen> [letzter Zugriff: 27.11.2011].
- Handelsblatt (2013) *Daimler steigt groß ins Carsharing ein*. Ausgabe Nr. 15. 22. Januar 2013.
- Harms, S. und Lanzendorf, M. (2007): *From university to working life: Effects of an important biographic change on travel mode choice*. Research fact sheet: Version 10/07.
- International Transport Forum (2012): *ITF Transport Outlook - Meeting the needs of 9 billion people*. Washington DC. 26. Januar 2012.
- Kharas, H. (2010): *The Emerging Middle Class in Developing Countries*. OECD Development Centre, Working Paper No. 185. Paris. 2010.
- Kuhnimhof, T., Buehler, R., Dargay, J. (2011): *A New Generation: Travel Trends among Young 31 Germans and Britons*. *Journal of the Transportation* Nr. 2230. Seiten 58-67.

- Kuhnimhof et. al (2012) in Immers, B. (2012): Mobility matters. The Netherlands Research School für Transport, Infrastructure and Logistics. URL: http://www.tmleuven.be/expertise/seminar/20120604_Immers.pdf [letzter Zugriff: 27.11.2012].
- Moavenzadeh, J., Sayler, P., Sander, A., Maczat, M., Starke, S. (2012): Capturing the Future – Megatrends Shaping the Travel and Transport Ecosystem. World Economic Forum 2012.
- National Bureau of Statistics of China (2012) China Statistical Yearbook 2012. China. Oktober, 2012.
- Nenseth, V. und Hjorthol, R. (2007): Social trends affecting car use. Institute of Transport Economics. 2007.
- Nürnberg, J. und Wang, T. (2012): Implications of the 12th Five Year Plan For German Machinery Manufacturers. Stiftung für den Maschinenbau, den Anlagenbau und die Informationstechnik. April 2012.
- OICA (2012) Passenger Car Sales 2005-2012. URL: http://oica.net/wp-content/uploads/pc_sales_2005-2012.pdf [letzter Zugriff: 26.06.2013].
- Oliver Wyman (2011): Future Mobility. http://www.oliverwyman.de/media/20120307_PM_Charts_Future_Mobility.pdf [letzter Zugriff: 27.11.2012].
- Schönduwe, R., Bock, B. und Deibel, I. (2012): Trends und Thesen zu veränderten Mobilitätsmustern junger Menschen. Innovationszentrum für Mobilität und gesellschaftlichen Wandel. Berlin. 2012.
- Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2011): Bevölkerungs- und Haushaltsentwicklung im Bund und in den Ländern. Heft 1. Ausgabe 2011.
- Statistisches Bundesamt (2013): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen – Private Konsumausgaben und verfügbares Einkommen. 4. Vierteljahr 2012. Artikelnummer: 5811109123244. Wiesbaden. 2012.
- Tully, C. und Krug, W. (2011): Konsum im Jugendalter. Umweltfaktoren, Nachhaltigkeit, Kommerzialisierung. Schwalbach. 2011.
- Typologie der Wünsche (2008): Typologie der Wünsche 2009. Burda Community Network GmbH. Oktober, 2008.
- United Nations (2006): World Population Prospects – The 2005 Revision. Department of Economic and Social Affairs/Population Division. New York. 2006.
- United Nations (2011): World Population Prospects – The 2010 Revision. New York. 2011.