

Continental-Mobilitätsstudie 2024

## Das Auto ist für viele junge Menschen ein Statussymbol

- **Neue Mobilitätsstudie von Continental zeigt: Mehr als die Hälfte der Jüngeren in Deutschland sieht das Auto als Prestigeobjekt**
- **Technologieschub im Auto für automatisiertes Fahren, große Displays und KI-Sprachsteuerung findet großen Anklang**
- **Philipp von Hirschheydt, Vorstandsmitglied für den Unternehmensbereich Automotive: „Die Resonanz auf neuartige Technologien im Auto ist zwischen den Generationen und auch im Ländervergleich teilweise sehr unterschiedlich. Daher zielen unsere Entwicklungen auf speziell zugeschnittene Lösungen ab – marktspezifisch, maßgeschneidert und modular“**
- **Skepsis besteht nach wie vor gegenüber reinen E-Autos, eine deutlich höhere Zustimmung gibt es zu Hybridlösungen**
- **Sorge um Bezahlbarkeit individueller Mobilität bleibt**
- **Nachhaltige Zusammensetzung von Autoreifen stößt auf starkes Interesse**

Hannover, 29. Oktober 2024. Das Auto hat für eine Mehrheit (54 Prozent) der jüngeren Autofahrerinnen und -fahrer in Deutschland (bis zu 34 Jahren) den Rang eines Statussymbols. Das ist eine zentrale Erkenntnis der repräsentativen Mobilitätsstudie, die das Marktforschungsinstitut infas im Auftrag von Continental in Deutschland, China, Frankreich, Japan und den USA im August 2024 durchgeführt hat. Dafür wurden unter anderem in Deutschland 1.000 Personen ab 18 Jahren zu ihren Mobilitätsbedürfnissen befragt. Laut einer Studie im Auftrag von HORIZONT zum Beispiel gaben im Jahr 2017 nur 25 Prozent der jüngeren Befragten an, dass das Auto ein Statussymbol sei.

Generell ist es für 84 Prozent der Autobesitzerinnen und -besitzer unabhängig vom Alter in Deutschland wichtig, ein Auto zu besitzen. Für Einkäufe und andere Erledigungen ist es für knapp 90 Prozent ein Muss. Besonders junge Menschen hierzulande begeistern sich mehrheitlich für technologischen Fortschritt im Auto und freuen sich auf die neuen Beschäftigungsmöglichkeiten wie Lesen, Spielen oder Arbeiten, die selbstfahrende Autos künftig bieten werden (51 Prozent der 25- bis 34-Jährigen). Neben dem autonomen Fahren findet bei ihnen künstliche Intelligenz (KI) in Form digitaler Sprachassistenten großen Anklang. Ein vergleichbarer Zuspruch ist in den vier weiteren Befragungsländern der Studie zu erkennen. „Die Ergebnisse zeigen, dass die Resonanz auf neuartige Technologien wie für automatisiertes Fahren, große Displays und KI im Auto zwischen den Generationen und auch im Ländervergleich teilweise sehr unterschiedlich ist. Daher zielen unsere Entwicklungen auf speziell zugeschnittene Lösungen ab – marktspezifisch, maßgeschneidert und modular“, ordnet Continental-Vorstandsmitglied Philipp von Hirschheydt, verantwortlich für den Unternehmensbereich Automotive, die Umfrageergebnisse ein.

Die Studienergebnisse verdeutlichen auch den Status quo in der Entwicklung hin zu einer weltweit emissionsärmeren Mobilität. Hier wird vor allem deutlich, dass die Akzeptanz rein elektrisch angetriebener Autos weiterhin gering ist. Hierzulande sind es drei Prozent aller Autobesitzerinnen und -besitzer, die über ein E-Auto verfügen. So glaubt in Deutschland nach wie vor etwas mehr als ein Drittel der Befragten, die heute noch kein elektrisches Fahrzeug besitzen, dass ihr nächster Pkw ein reines E-Auto wird (39 Prozent, zum Vergleich 2022: 34 Prozent). Länderübergreifend fällt dagegen der hohe Zuspruch für den Hybridantrieb auf. In Deutschland (48 Prozent) und den USA (47 Prozent) kann sich knapp die Hälfte der Befragten ohne E-Auto vorstellen, als nächstes ein Fahrzeug mit der Kombination aus Verbrenner- und Elektromotor zu kaufen. In China sind es bereits fast neun von zehn Befragten (86 Prozent). Damit verbunden ist die Chance, dass Hybridautos verstärkt eine Brücke zur E-Mobilität schlagen und ihr neuen Schub verleihen. In Deutschland sind Jüngere zwischen 25 und 34 Jahren mit einem Anteil von 68 Prozent – auch im internationalen Vergleich – besonders stark an E-Autos interessiert.

### **Generationen Y und Z bekennen sich: das Auto als Statussymbol**

Auf der einen Seite lassen jüngere Menschen bis zu 34 Jahren in Deutschland eine eher nüchterne Beziehung zum Auto erkennen. Für sie ist es mehr als für ältere Befragte ein Verkehrsmittel unter vielen, das im Mobilitätsmix zur Verfügung steht. Auf der anderen Seite wird bei den jüngeren Fahrerinnen und Fahrern der Generationen Y und Z, die in den 90er-Jahren und danach geboren wurden, eine emotionale Nähe zum Auto deutlich: Für mehr als die Hälfte der 18- bis 34-Jährigen (54 Prozent) in Deutschland hat das Auto den Stellenwert eines Statussymbols – ein doppelt so hoher Anteil wie bei den Befragten ab 45 Jahren. Insbesondere in Großstädten lebende Personen in der Altersspanne 18 bis 34 sehen das Auto als Prestigeobjekt an (67 Prozent). In Kleinstädten und in ländlicher Umgebung liegt die Zustimmung bei rund 49 Prozent. Diese Sicht auf das Auto wird begleitet von wachsenden Erwartungen an die künftige Mobilität auf vier Rädern. So äußern 51 Prozent der befragten 25- bis 34-Jährigen den Anspruch, dass das Auto der Zukunft nicht nur ein sicheres Fortbewegungsmittel sein sollte, sondern auch ein Rückzugsraum zum Entspannen und Arbeiten.

### **Technologieschub im Auto weckt Neugier und rückt Vorteile in den Fokus**

Die Erwartungshaltung der jüngeren Menschen in Deutschland an das zukünftige Auto ist mit einer klar positiven Einstellung zum hoch automatisierten und autonomen Fahren verknüpft – rund zwei Drittel (65 Prozent) der 18- bis 34-Jährigen sehen darin einen nützlichen Fortschritt. Von den älteren Befragten ab 55 Jahren sind 39 Prozent dieser Ansicht.

Rund zwei Drittel der Jüngeren bis zu 34 Jahren sind zudem der Meinung, dass modernste Technologien für neu zugelassene Pkw verbindlich werden sollten, um den Verkehr noch sicherer zu machen – ein Standpunkt, der Zustimmung zu der seit Juli 2024 geltenden EU-Pflicht für bestimmte Assistenzsysteme in Neuwagen signalisiert. Eine weitere Zukunftstechnologie, die bei Jüngeren besonders hoch im Kurs steht, sind KI-Assistenten im Auto. Fast drei Viertel der Befragten (74 Prozent) zwischen 18 und 34 Jahren wünschen sich als Service eine KI-Stimme, die wie ein virtueller Reisebegleiter nützliche Informationen etwa zu Sehenswürdigkeiten und Restaurants entlang der Route liefert, die nächste Tankstelle oder Ladestation meldet, freie Parkplätze sucht oder auch individuelle Nachrichten zusammenstellt. „Die Ansprüche vor allem der jüngeren Menschen an das Auto verändern sich. Sie sind eng verknüpft mit zukunftsweisenden Technologien wie dem automatisierten Fahren, die neue Nutzererlebnisse ermöglichen“, betont Philipp von Hirschheydt und ergänzt: „KI bringen wir bei Continental heute schon ins Auto. Gemeinsam mit unserem Partner Google Cloud realisieren wir den virtuellen Begleiter für Fahrerinnen und Fahrer. Es macht uns besonders stolz, dass wir als weltweit einer der ersten Automobilzulieferer die Anwendungen von Google Cloud direkt in unsere Fahrzeugrechner integrieren.“

### **Automatisiertes Fahren, KI und große Displays im internationalen Vergleich**

Im Ländervergleich wird deutlich, dass es in Asien altersübergreifend eine große Offenheit gegenüber dem hoch automatisierten und autonomen Fahren gibt. Während in China neun von zehn Befragten (90 Prozent) die entsprechenden Technologien als nützlichen Fortschritt werten, sind dies in Japan fast drei Viertel der Befragten (72 Prozent). In Frankreich (60 Prozent) und den USA (56 Prozent) hat mehr als die Hälfte eine positive Einstellung, in Deutschland gilt dies für rund jeden zweiten Befragten (49 Prozent). Auch eine KI-Stimme als virtueller Reisebegleiter findet vor allem in China großen Anklang. Dort wünschen ebenfalls neun von zehn Befragten (91 Prozent) einen solchen Service. In den USA (66 Prozent) und Japan (63 Prozent) äußern rund zwei Drittel diesen Wunsch, während sich in Frankreich (58 Prozent) und Deutschland (57 Prozent) mehr als die Hälfte über die Technologie freuen würde.

Weitgehende Einigkeit besteht länderübergreifend bei der Frage, wie groß ein Autodisplay sein sollte, um Infotainment-Inhalte wiederzugeben: Die deutliche Mehrheit bevorzugt hierfür eher große Displays: In China sind dies 90 Prozent der Befragten. In Deutschland (81 Prozent), Frankreich (79 Prozent) und den USA (80 Prozent) möchten acht von zehn Befragten beispielsweise ihre Navigation, Fahrzeugdaten oder Musik über große Displays angezeigt bekommen, während es in Japan mehr als zwei Drittel (69 Prozent) sind.

Deutlich unterschiedlicher sind indes die Bedürfnisse, wenn es um technologische Feinheiten geht. Während sich beispielsweise acht von zehn Befragten in Japan (79 Prozent) und mehr als die Hälfte in Deutschland (57 Prozent) für eine eher schlichte Darstellung auf den Autodisplays aussprechen, wünscht sich eine knappe Mehrheit in den USA (58 Prozent) eher viele Farben. Viele Funktionen kommen dagegen in China gut an (69 Prozent). In Japan (70 Prozent) bevorzugt der Großteil eine eher simple Ausstattung der digitalen Anzeigeflächen, in Deutschland ist es knapp die Hälfte (55 Prozent). Auch bei der Frage, ob ein Display lieber via Sprache oder manuell gesteuert werden soll, zeigen sich im Ländervergleich Unterschiede: Eine Sprachsteuerung findet insbesondere in Japan großen Anklang (67 Prozent), in China ist mehr als die Hälfte dafür (59 Prozent), in Deutschland sind es dagegen deutlich weniger (43 Prozent). Auch in den USA präferiert knapp mehr als die Hälfte (55 Prozent) eine manuelle Bedienung.

### **Renaissance des Hybridantriebs**

Die Studie dokumentiert ein überdurchschnittlich großes Interesse der Hybridfahrerinnen und -fahrer in Deutschland an der reinen Elektromobilität – ein starker Hinweis darauf, dass Hybridautos eine wichtige Rolle als Brückentechnologie für die Antriebswende einnehmen. So äußern 43 Prozent der Befragten, die derzeit ein Fahrzeug mit Kombiantrieb aus Verbrenner- und Elektromotor nutzen, dass ihr nächstes Auto mit Sicherheit ein reines Elektroauto sein wird. Wer mit einem Benzin- oder Dieselfahrzeug unterwegs ist, ist für einen solchen Umstieg deutlich weniger offen (12 bzw. 19 Prozent). Hinzu kommt, dass eine deutliche Mehrheit (58 Prozent) der Hybridfahrerinnen und -fahrer damit einverstanden wäre, ein Elektroauto ohne staatliche Unterstützung zu erwerben. Die Daten legen den Schluss nahe, dass Hybridfahrzeuge das Vertrauen vieler Menschen in die E-Mobilität stärken und eventuell vorhandene Hemmschwellen gegenüber Autos mit reinem Elektroantrieb abbauen. Eine Gruppe mit viel Zukunftspotenzial für diese Entwicklung sind die 48 Prozent der Befragten, die ohne Elektro- oder Hybridauto unterwegs sind und für die derzeit kein reines E-Auto infrage kommt, die aber als nächstes Auto einen Hybrid in die engere Wahl ziehen.

**Unterschiedlich großes Interesse an E-Autos**

Die Wende zur Elektromobilität steht in Deutschland unter Druck, der Absatz von Pkw mit reinem E-Antrieb stockt. Während in China, so die aktuellen Zahlen der Continental-Studie, Elektroautos einen signifikanten Anteil (10 Prozent) an der Pkw-Flotte der Befragten ausmachen, fahren in Deutschland nur drei Prozent der Befragten einen reinen Stromer und 91 Prozent einen Pkw mit Verbrennungsmotor (China: 80 Prozent). Das Potenzial für einen höheren Absatz von E-Autos hierzulande ist vorhanden, vor allem innerhalb der Altersklasse 18 bis 34 Jahre: Hier halten es rund zwei Drittel (64 Prozent) der Befragten für sicher oder wahrscheinlich, dass ihr nächster Pkw ein reines Elektroauto sein wird – eine Tendenz, die sich in der nachfolgenden Generation kontinuierlich abschwächt. Der Blick auf die altersabhängige Haltung zur Elektromobilität zeigt: Wie viele andere technologische Entwicklungen übt auch die E-Mobilität auf jüngere Autofahrerinnen und -fahrer größere Anziehungskraft aus als auf ältere. Sie sind dafür eher zum Verzicht auf Subventionen bereit: Für 50 Prozent der 25- bis 34-Jährigen kommt der Kauf eines E-Autos ohne staatlichen Zuschuss infrage – unter den Älteren ab 45 nimmt die Bereitschaft zur kompletten Eigenfinanzierung deutlich ab.

**Im Spannungsfeld zwischen nachhaltiger und bezahlbarer Mobilität**

Dass zwei Drittel der Befragten in Deutschland die Anschaffung eines E-Autos an eine staatliche Förderung knüpfen, ist Ausdruck der Bedenken, nachhaltige individuelle Mobilität nicht aus eigener Kraft finanzieren zu können. 71 Prozent der Befragten in Deutschland sorgen sich grundsätzlich, dass aufgrund steigender Energiepreise die Mobilität nicht mehr erschwinglich ist. In der Mobilitätsstudie 2022 teilten bereits 73 Prozent der Menschen in der Bundesrepublik ihre Sorgen um die Bezahlbarkeit der Mobilität. So befürchteten 65 Prozent der Befragten, sich in naher Zukunft kein Elektroauto leisten zu können. 56 Prozent sehen die Gefahr, dass Autofahren insgesamt für sie bald zu teuer werden könnte. Daraus ergibt sich ein Doppelauftrag an die Politik: Sie soll, so die klare Mehrheitsmeinung von 80 Prozent, die Rahmenbedingungen dafür schaffen, dass Autofahren bezahlbar bleibt. Gleichzeitig soll mehr Nachhaltigkeit beim Autofahren so kostenneutral wie möglich erreicht werden. Knapp drei Viertel (73 Prozent) der Befragten sind der Meinung, dass die Kosten für umweltfreundliche Autos sinken müssen. Regulatorische Eingriffe wie zum Beispiel ein Tempolimit von 130 km/h auf Autobahnen werden akzeptiert (62 Prozent), sofern sie nicht zu Preissteigerungen führen. Weniger preissensitiv sind jüngere Befragte: Sie sind deutlich stärker bereit, Aufpreise für umweltfreundliche Autos zu zahlen, insbesondere wenn diese in Produktion und Betrieb vollständig klimaneutral sind (40 Prozent der 18- bis 24-Jährigen gegenüber 13 Prozent der 45- bis 54-Jährigen).

**Eine runde Sache: Nachhaltige Reifenlösungen willkommen**

Dass Nachhaltigkeit für Menschen mit Auto ein bedeutsames Anliegen ist, zeigt auch ihre Haltung zu Reifen. Laut der Studie ist in Deutschland annähernd acht von zehn Autofahrerinnen und -fahrern (84 Prozent), die gleichzeitig Wert auf Reifenrecycling legen, wichtig, dass ihr Reifen einen zunehmenden Anteil an umweltschonenden Materialien aufweist. Jüngere Menschen (61 Prozent der 25- bis 34-Jährigen) machen sich mehr als ältere beim Reifenkauf Gedanken darüber, was mit ihren Reifen am Ende der Lebensdauer passiert. Außerdem sind 44 Prozent der Autobesitzerinnen und -besitzer hierzulande willens, einen Aufpreis für Reifen mit höherem Anteil nachwachsender und nachhaltigerer Materialien zu bezahlen. Auch hier ist diese Bereitschaft unter den 25- bis 34-Jährigen am stärksten ausgeprägt (65 Prozent).

**Studie liefert international vergleichbare Ergebnisse zu zahlreichen Mobilitätsthemen**

Für die Mobilitätsstudie 2024 befragte infas im Auftrag von Continental insgesamt rund 5.000 Menschen ab 18 Jahren in Deutschland, China, Frankreich, Japan und den USA im August 2024 zu ihrem Mobilitätsverhalten sowie ihrer Einstellung zu einer Vielzahl von Mobilitätsthemen. In den einzelnen Ländern ist die jeweilige Stichprobe bevölkerungsrepräsentativ, für China repräsentativ für die urbane Bevölkerung. Ziel der Continental-Mobilitätsstudie, die seit 2011 nunmehr in der achten Auflage erscheint, ist, eine international vergleichbare Übersicht zu den Einstellungen der Menschen gegenüber aktuellen und zukünftigen Entwicklungen in der Mobilität und ihrem individuellen Nutzungsverhalten zu erhalten. Das Spektrum der Themenfelder der diesjährigen Studie umfasst das automatisierte Fahren, Nutzererlebnis, KI im Auto, nachhaltige Mobilitätskonzepte, Mobilität in urbanen Räumen, die Bezahlbarkeit von Mobilität und die Einstellung zu staatlicher Regulierung im Mobilitätssektor.

Continental entwickelt wegweisende Technologien und Dienste für die nachhaltige und vernetzte Mobilität der Menschen und ihrer Güter. Das 1871 gegründete Technologieunternehmen bietet sichere, effiziente, intelligente und erschwingliche Lösungen für Fahrzeuge, Maschinen, Verkehr und Transport. Continental erzielte 2023 einen Umsatz von 41,4 Milliarden Euro und beschäftigt aktuell rund 200.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in 56 Ländern und Märkten.

### Pressekontakt

---

Ali Parvanta  
Pressesprecher Innovationen & Technologien  
Group Communications  
Continental  
Telefon: +49 511 938-14224  
E-Mail: [ali.parvanta@conti.de](mailto:ali.parvanta@conti.de)

Vincent Charles  
Leiter Medien  
Group Communications  
Continental  
Telefon: +49 511 938-1364  
E-Mail: [vincent.charles@conti.de](mailto:vincent.charles@conti.de)

---