

Pressemitteilung

Die Mehrheit der Autofahrenden plant, als nächstes Fahrzeug ein Elektro- oder Hybrid-Fahrzeug zu kaufen

Umweltfreundlichere Verkehrstrends werden zum Mainstream: Der States of Mind New Mobility Report von Allianz Partners identifiziert drei Faktoren, die eine grüne Zukunft der Mobilität vorantreiben.

München/Paris, 20. Juni 2023 Die Verkehrswende ist im vollen Gange – mehr als die Hälfte aller befragten Deutschen plant, sich beim nächsten Autokauf ein Elektro- oder Hybridfahrzeug anzuschaffen, so die Ergebnisse einer Erhebung von Allianz Partners in zehn großen Märkten.¹

In dem neuesten Bericht der Reihe „States of Mind“ von Allianz Partners zeichnen sich drei Trends ab. Der Bericht stützt sich auf Erkenntnisse von **Michael Maicher**, Global Partner & Director und Global Chief Sales Officer für New & Micro-Mobility bei Allianz Partners, **Alejandro Agag**, Vorsitzender und Gründer der Formel E und Extreme E, sowie auf Ergebnisse einer eigenen Meinungserhebung von Allianz Partners. Der Fokus ist:

- der steigende Gebrauch von umweltfreundlicheren Privatfahrzeugen
- die anhaltende Verlagerung vom Fahrzeugbesitz zur Fahrzeugnutzung
- die allgemeine Akzeptanz von Mikromobilität wie E-Scooter und E-Bikes

Faktor 1: Umstellung auf umweltfreundlicheren Verkehr

Auch wenn deutsche Verkehrsteilnehmer:innen mit 55 % etwas unter dem internationalen Durchschnitt von 60 % liegen, ist ein deutlicher Trend zu erkennen. Der Trend ist sogar noch ausgeprägter bei jungen Familien: 75 % der 26- bis 40-Jährigen mit Kindern werden sich beim nächsten Autokauf wahrscheinlich für ein Elektro- oder Hybridfahrzeug entscheiden. Während umweltfreundlichere Verkehrsmittel von immer mehr Menschen bevorzugt werden, unterstreicht der Bericht auch die Notwendigkeit mutiger politischer Entscheidungen, größerer Investitionen in die Infrastruktur und weiterer Innovationen, um eine breite Akzeptanz zu erreichen.

Obwohl es mehr Elektrofahrzeuge auf dem Markt gibt als je zuvor – im Jahr 2021 sind 450 Modelle erhältlich, doppelt so viele wie 2018 – hebt der Bericht die Hürden hervor, die dazu beitragen, dass E-Fahrzeuge trotz der großen öffentlichen Nachfrage nur langsam eingeführt werden. Die fehlende Ladeinfrastruktur ist beispielsweise ein wesentliches Problem, obwohl der

¹ Die firmeneigene quantitative Datenbank Customer Lab von Allianz Partners basiert auf Daten aus dem Jahr 2022, die durch die Befragung von über 25.000 Verbraucher:innen in zehn großen Märkten erhoben wurden: Australien, Belgien, Brasilien, Kanada, China, Frankreich, Deutschland, Italien, Großbritannien und die USA.

Bericht auch das Potenzial für eine KI-gestützte Revolution in der Batterietechnologie aufzeigt, die die Reichweite und die Ladegeschwindigkeit verändern würde.

Faktor 2: Vom Fahrzeugbesitz zur Fahrzeugnutzung

Mobility-as-a-Service (MaaS) Angebote nehmen über mehrere Transportmittel hinweg zu, wenn gleich deutsche Nutzer:innen zögerlicher sind als der internationale Durchschnitt. MaaS bedeutet, dass verschiedene Mobilitätsdienstleistungen, angefangen bei Car- und Bikesharing bis hin zum öffentlichen Nahverkehr und Taxis auf einer einzigen Plattform gebündelt werden. Da Privatfahrzeuge 92 % der Zeit geparkt sind, bietet das zunehmende Angebot an geteilter Mobilität eine viel effizientere Nutzung der Ressourcen. Mit Blick auf die Zukunft würde die Entwicklung von autonomen (oder fahrerlosen) Fahrzeugen wie Robo-Taxis MaaS revolutionieren und die Akzeptanz weiter erhöhen.

Faktor 3: Mikromobilität wird zum Mainstream

Der Bericht befasst sich auch damit, wie sich der Trend zur Mikromobilität auswirkt. Während E-Scooter, E-Mopeds und E-Bikes deutlich an Popularität gewonnen haben, war ihre Entwicklung komplex und zuweilen umstritten. Die Vorschriften konnten nur schwer mit den technologischen Fortschritten Schritt halten, und in Städten wie Paris wurden bereits Maßnahmen ergriffen, ihre Nutzung einzuschränken. Der Bericht veranschaulicht, dass auch das gesellschaftliche Bewusstsein Nachholbedarf hat: 32 % der Menschen wissen nicht, ob sie eine Versicherung abschließen müssen, wenn sie einen E-Scooter nutzen. Ebenso sind sich 31 % der Befragten nicht sicher, ob für die Nutzung eines E-Bikes eine Versicherung erforderlich ist.

Alejandro Agag, Vorsitzender und Gründer der Formel E und Extreme E, kommentiert: „Das letzte Jahrzehnt war für Elektrofahrzeuge ein Umbruch, sowohl im Hinblick auf den technologischen Fortschritt als auch auf das wachsende Interesse der Öffentlichkeit. Aber in der öffentlichen Wahrnehmung geht es nicht nur um Umweltschutz. Niedrigere Kosten, ein besseres Nutzererlebnis und attraktivere Autos auf dem Markt sind ebenso wichtig.“

Im Bereich des E-Motorsports haben wir in den letzten Jahren rasante technologische Verbesserungen erlebt, und ich bin sehr gespannt auf das Potenzial für wegweisende Fortschritte bei den Batterien – KI und Quantencomputer haben das Potenzial, die Batteriekapazität zu revolutionieren. Wenn wir dieses Potenzial nutzen können, wird die Revolution der Elektrofahrzeuge noch schneller voranschreiten.“

Michael Maicher, Global Partner & Director und Global Chief Sales Officer für New & Micro-Mobility bei Allianz Partners, ergänzt: „Wir befinden uns an einem Wendepunkt in der Geschichte der Mobilität. Die Verkehrsteilnehmer:innen ändern ihr Verhalten bereits deutlich – sei es durch den Kauf von Elektrofahrzeugen, die Annahme von E-Scootern und E-Bikes oder durch die veränderte Art und Weise, wie Fahrzeuge besessen und genutzt werden. Aber es muss noch mehr getan werden, um dieses Potenzial auszuschöpfen.“

Die Rolle einer flächendeckenden und effektiven Infrastruktur bei der grünen Revolution kann gar nicht hoch genug eingeschätzt werden. Vor allem der Mangel an Ladestationen hält viele davon ab, umweltfreundlichere Optionen zu nutzen. Mehr öffentliche und private Investitionen in die Mobilität werden einen positiven Kreislauf in Gang setzen, der das Tempo des technologischen Wandels erhöht und nachhaltige Lösungen günstiger und noch attraktiver macht.“

Pressekontakte

Vanessa Mogler
Unternehmenskommunikation
Allianz Partners Deutschland
Mobil: +49 175 2925229
E-Mail: presse-awpde@allianz.com
Bahnhofstraße 16
85609 Aschheim

Maïke Störmer
FleishmanHillard Germany GmbH
Telefon: +49 172 624 8798
E-Mail: maïke.stoermer@fleishman.com
Hanauer Landstraße 182 A
60314 Frankfurt am Main

Über Allianz Partners

Allianz Partners ist ein weltweit führender Anbieter von B2B2C-Versicherungs- und Assistance-Leistungen und bietet globale Lösungen in den Bereichen Reise, Gesundheit, Mobilität und Haus & Wohnen an. Diese Angebote, die eine Kombination aus Versicherung, Services und Technologie darstellen, stehen über direkte und digitale Kanäle und den drei folgenden international bekannten Marken zur Verfügung: Allianz Assistance, Allianz Care und Allianz Travel. Rund 21.900 Mitarbeitende, die in mehr als 75 Ländern vertreten sind, bearbeiten jährlich etwa 72,5 Millionen Fälle in 70 Sprachen. Damit bieten sie Geschäftspartnern und ihren Kund:innen Sicherheit und Komfort – nur einen Klick entfernt.

Weitere Informationen finden Sie unter: [Allianz Partners Deutschland \(allianz-partners.com\)](https://allianz-partners.com)

Über die Daten des Allianz Partners Customer Lab

Das Customer Lab von Allianz Partners ist eine firmeneigene quantitative Datenbank mit Verbraucherinformationen. Die Daten für das Jahr 2022 wurden im Frühjahr 2022 erhoben und umfassten die Befragung von mehr als 25.000 Verbraucher:innen in zehn wichtigen Märkten: Australien, Belgien, Brasilien, Kanada, China, Frankreich, Deutschland, Italien, Großbritannien und die USA. Die Daten werden sowohl auf Länder- und Altersgruppenebene als auch auf der Ebene der Gesamtstichprobe analysiert.