

Allensbach-Studie

Mobilität und Nachhaltigkeit – So denkt Deutschland

Eine Repräsentativbefragung der deutschen
Bevölkerung ab 16 Jahre





Liebe Leserinnen,
liebe Leser,

wir alle stehen hinter den Pariser Klimazielen – wir alle wollen Klimaneutralität so schnell wie möglich erreichen. Deswegen treibt auch die deutsche Automobilindustrie die Transformation entschlossen mit Innovationen und erheblichen Investitionen voran.

Ohne Frage ist die Mission Klimaneutralität eine gewaltige Gemeinschaftsaufgabe – und wir alle müssen unseren Beitrag leisten, um diese Aufgabe zum Erfolg zu führen. Die Industrie, die die Innovationen, die emissionsfreien Produkte und Werke liefern muss. Die Politik, die international wettbewerbsfähige Rahmen- und Standortbedingungen, die den Wandel ermöglichen, gestalten muss. Und natürlich müssen auch die Gesellschaft und die Wissenschaft ihren Anteil leisten, damit das Ziel erreicht werden kann. Ganz entscheidend dabei: Es muss sichergestellt werden, dass der gesellschaftliche Rückhalt für diese Jahrhundertaufgabe nicht schwindet – dieser Rückhalt ist Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Transformation.

Mobilität betrifft jeden – und damit auch die unterschiedlichsten Lebensrealitäten. Bereits im Jahr 2021 beauftragten wir das Institut für Demoskopie Allensbach mit einer Analyse des Mobilitätsverhaltens und der Mobilitätspräferenzen der Bevölkerung. Die nun vorliegende Untersuchung knüpft an die Vorgängeruntersuchung an.

Im Mittelpunkt der Untersuchung stehen erneut die Mobilitätsmuster der Bevölkerung, die Bereitschaft für Veränderungen des Mobilitätsverhaltens, die Einschätzung der derzeitigen Verkehrsinfrastruktur sowie das Thema Elektromobilität.

Die Ergebnisse unserer Umfrage zeigen: Die Menschen sind grundsätzlich daran interessiert, einen eigenen Beitrag auf dem Weg zur klimaneutralen Mobilität zu leisten. Die Möglichkeiten und die daraus resultierende Bereitschaft schwanken dabei stark zwischen Bürgerinnen und Bürgern in urbanen und ländlichen Gegenden.

Die Ergebnisse der Studie zeigen: Viele Menschen in Deutschland können ihren Alltag ohne Auto nicht meistern – nicht jetzt und auch nicht in Zukunft. Deswegen machen wir das Auto nachhaltiger, innovativer, digitaler und klimafreundlicher. Für den Erfolg der Transformation und den dafür notwendigen Rückhalt in der Gesellschaft, müssen wir die unterschiedlichen Lebenswirklichkeiten berücksichtigen und entsprechende Lösungen entwickeln. Nur wenn alle Akteure beteiligt und die Verbraucherinnen und Verbraucher mit ihren Wünschen, Erwartungen, aber auch Bedenken ernst genommen werden, lassen sich die noch bestehenden Hindernisse überwinden.

Die deutsche Automobilindustrie ist entschlossen, die Menschen für unsere Lösungen zu begeistern und sie zu motivieren, ihren Beitrag auf dem Weg zur klimaneutralen Mobilität zu leisten. Dabei ist es unser Leitmotiv, individuelle Mobilität nachhaltig und digital zu gestalten. Mobilität bedeutet Teilhabe und ist somit eine zentrale Säule unseres Lebens!

Ihre

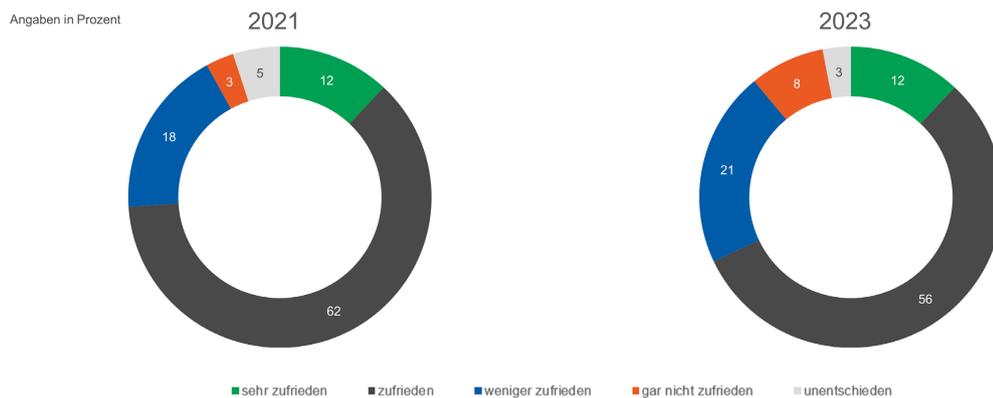
Hildegard Müller

1 Bewertung der Verkehrsinfrastruktur nahezu unverändert

Investitionen in die Verkehrsinfrastruktur sind immer wieder Gegenstand lebhafter Diskussionen. Im Mittelpunkt der Kritik stehen vor allem die mangelnde Instandhaltung und der schleppende Ausbau von Straßen, Brücken, Schienennetz und ÖPNV. Ungeachtet dieser weit verbreiteten Kritik ist die Mehrheit der Bevölkerung nach wie vor zufrieden mit dem aktuellen Zustand der Verkehrsinfrastruktur in ihrer näheren Umgebung: Derzeit sind 68 Prozent mit dem Zustand des Straßennetzes bei ihnen vor Ort zufrieden oder sogar sehr zufrieden, 29 Prozent ziehen eine negative Bilanz. Damit fällt das Urteil im Vergleich zur Untersuchung aus dem Jahr 2021 zwar etwas kritischer aus, bleibt aber weiterhin positiv. Vor zwei Jahren waren noch 74 Prozent der Bürgerinnen und Bürger zufrieden mit dem Straßennetz bei ihnen vor Ort, 21 Prozent zogen damals eine negative Bilanz.

Die Bürger sind mit dem Straßennetz vor Ort nach wie vor überwiegend zufrieden

Frage: „Wenn Sie einmal an die Situation bei Ihnen vor Ort denken: Wie zufrieden sind Sie alles in allem mit dem Straßennetz bei Ihnen vor Ort? Würden Sie sagen...“



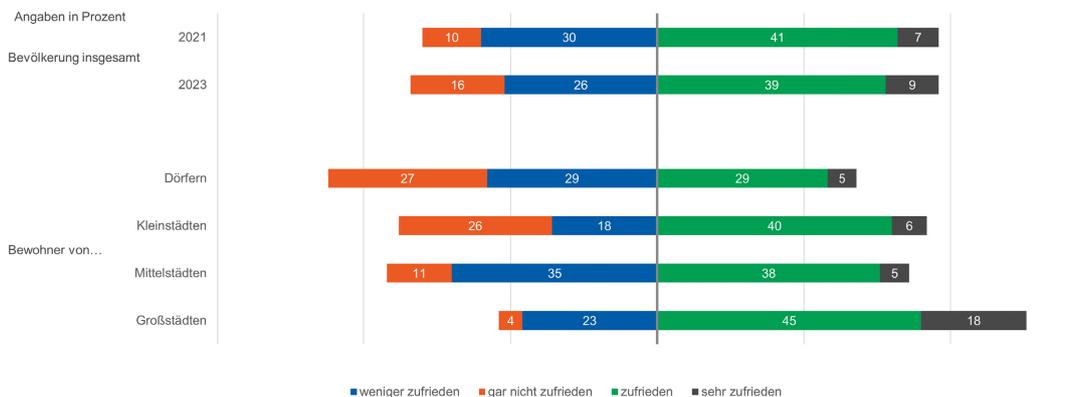
Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre

Quelle: Allensbacher Archiv, IFD-Umfragen 12036 und 12073

Nahezu unverändert fällt das Urteil über den öffentlichen Nahverkehr aus. Knapp jeder Zweite ist mit dem ÖPNV-Angebot vor Ort sehr zufrieden oder zufrieden. Allerdings differiert das Urteil nach wie vor erheblich zwischen Stadt und Land. Die Einwohnerinnen und Einwohner der Großstädte sind mehrheitlich mit dem öffentlichen Nahverkehr zufrieden, die Bewohnerinnen und Bewohner des ländlichen Raums hingegen überwiegend unzufrieden. 63 Prozent der Bevölkerung in den Großstädten bewerten den öffentlichen Nahverkehr bei ihnen vor Ort positiv, aber nur 34 Prozent der Bewohnerinnen und Bewohner in Gemeinden mit weniger als 5.000 Einwohnerinnen und Einwohnern. In den ländlichen Regionen ist der Anteil der Unzufriedenen mit 56 Prozent überdurchschnittlich hoch. Insgesamt sind nach wie vor 48 Prozent der Bevölkerung mit dem öffentlichen Nahverkehr bei ihnen vor Ort zufrieden oder sehr zufrieden, 42 Prozent hingegen weniger oder gar nicht zufrieden.

Öffentlicher Nahverkehr: unverändert große Zufriedenheit in den Städten, viel Kritik auf dem Land

Frage: „Wie zufrieden sind Sie alles in allem mit dem öffentlichen Nahverkehr bei Ihnen vor Ort? Würden Sie sagen, Sie sind damit...“



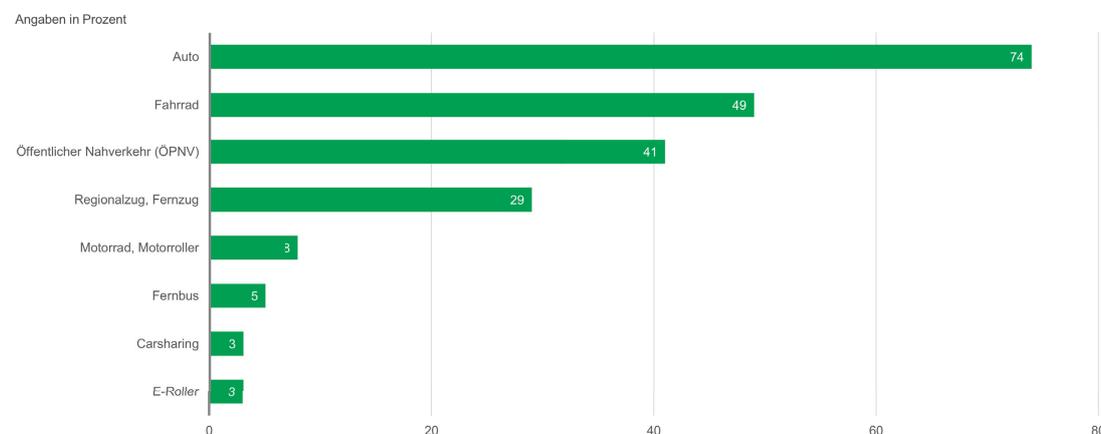
Nicht dargestellt: unentschieden

2 Weitgehend konstantes Mobilitätsverhalten der Bevölkerung

Nach wie vor spielt für die individuelle Mobilität das Auto im Alltag der überwältigenden Mehrheit eine dominierende Rolle. Danach folgen mit einigem Abstand das Fahrrad und der öffentliche Nahverkehr: 74 Prozent der Bevölkerung halten das Auto für ihren privaten Alltag für unverzichtbar, 49 Prozent das Fahrrad und 41 Prozent den ÖPNV. Weitere 29 Prozent können in ihrem Alltag zudem nicht auf die Nutzung regionaler oder überregionaler Züge verzichten; nur Wenige äußern sich in gleicher Weise zu anderen Verkehrsmitteln wie Motorrad, Fernbus, E-Roller oder auch die Nutzung von Carsharing-Angeboten.

Das Auto ist für die meisten im Alltag unverzichtbar

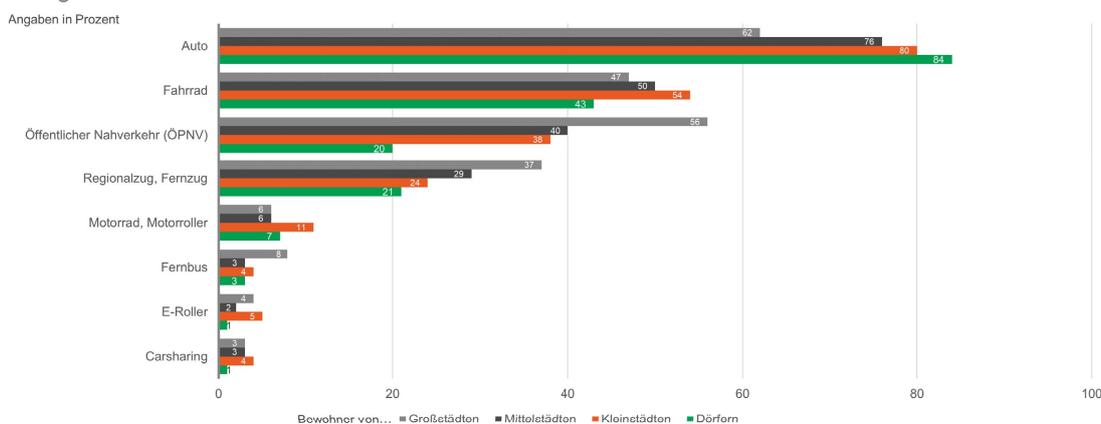
Frage: „Hier auf der Liste stehen verschiedene Verkehrsmittel. Welche davon sind für Sie privat im Alltag unverzichtbar?“



Wie schon in der vergangenen Mobilitätsstudie fallen die Urteile in Stadt und Land zum Teil sehr unterschiedlich aus. Die Bewohnerinnen und Bewohner ländlicher Regionen halten überdurchschnittlich oft das Auto für ihren privaten Alltag für unverzichtbar, Städterinnen und Städter hingegen den öffentlichen Nahverkehr. So geben 84 Prozent der Dorfbevölkerung zu Protokoll, dass sie auf das Auto im Alltag nicht verzichten könnten. Von den Bewohnerinnen und Bewohnern kleinerer Städte sind es 80 Prozent, von den Bewohnerinnen und Bewohnern mittlerer Städte 76 Prozent.

Unterschiedliche Bedeutung der Verkehrsmittel in Stadt und Land

Frage: „Hier auf der Liste stehen verschiedene Verkehrsmittel. Welche davon sind für Sie privat im Alltag unverzichtbar?“



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre

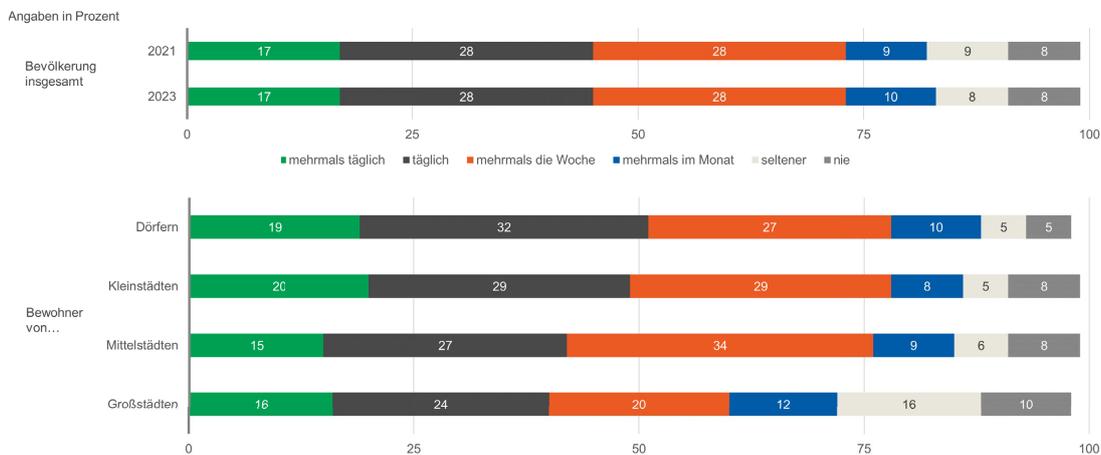
Quelle: Allensbacher Archiv, IFD-Umfrage 12073

Die große Bedeutung des Autos zeigt sich besonders daran, dass selbst von den Bewohnerinnen und Bewohnern der Großstädte 62 Prozent das Auto in ihrem Alltag für unverzichtbar halten. Von diesen sagen allerdings auch 56 Prozent, dass sie in ihrem Alltag nicht auf das Angebot von Bussen, U- und S-Bahnen verzichten können, auf dem Land sagen dies nur 20 Prozent.

Dass sich an der Einschätzung, welche Verkehrsmittel im Alltag unverzichtbar sind, im Verlauf der letzten Jahre nur sehr wenig verändert hat, hängt ganz wesentlich damit zusammen, dass sich für die allerwenigsten die Mobilitätsoptionen verändert haben. Das bildet sich auch in der Nutzungsfrequenz ab: Unverändert geben 45 Prozent der Bevölkerung zu Protokoll, dass sie täglich oder mehrmals täglich mit dem Auto unterwegs sind, weitere 28 Prozent mehrmals die Woche. Nur jeweils 8 Prozent der Bürgerinnen und Bürger sind seltener als mehrmals im Monat oder sogar nie mit einem Pkw unterwegs.

Nutzungsfrequenz Personenkraftwagen

Frage: „Wie häufig sind Sie mit dem Auto unterwegs, egal ob mit Ihrem eigenen Wagen oder einem anderen?“



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre

Quelle: Allensbacher Archiv, IFD-Umfragen 12036 und 12073

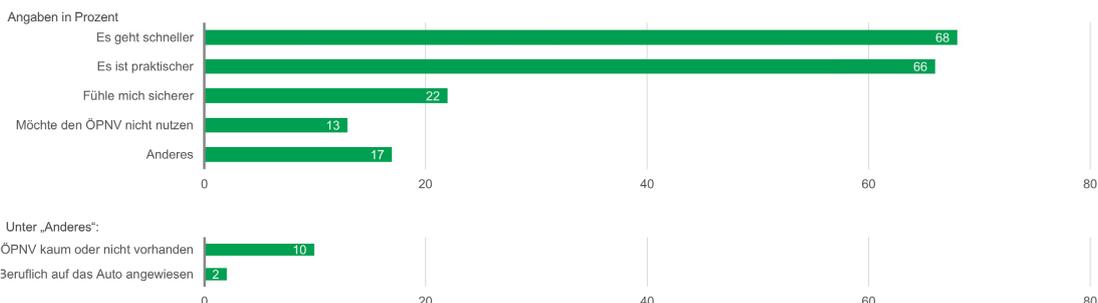
Unverändert unterscheidet sich aufgrund der größeren Entfernungen und der schlechteren Anbindungen an den öffentlichen Nahverkehr die Pkw-Nutzungsfrequenz in Stadt und Land deutlich voneinander: 51 Prozent der Dorfbewohnerinnen und Dorfbewohner, aber nur 40 Prozent der Großstadtbewohnerinnen und Großstadtbewohner sind täglich oder mehrmals täglich mit dem Auto unterwegs.

Diejenigen, die regelmäßig mit dem Auto unterwegs sind, nennen vor allem zwei Gründe, warum sie das Auto anderen Verkehrsmitteln vorziehen und selbst bei Gelegenheiten, in denen auch andere Verkehrsmittel in Frage kämen oder sie zu Fuß gehen könnten, doch das Auto bevorzugen: Es geht schneller und ist praktischer. 68 Prozent der Autofahrerinnen und Autofahrer steigen lieber ins Auto, weil es schneller geht, nahezu ebenso viele, weil es gegenüber anderen Verkehrsmitteln praktischer ist. Immerhin jede fünfte Autofahrerin und jeder fünfte Autofahrer fühlen sich zudem sicherer, wenn sie mit dem Auto unterwegs sind, 13 Prozent möchten nicht gerne den ÖPNV nutzen, weitere 10 Prozent geben zudem an, dass das ÖPNV-Angebot bei ihnen so schlecht ist, dass sie keine andere Wahl haben, als das Auto zu nutzen.

Die Nutzung des Autos ist für viele praktischer

Frage an Personen, die mindestens mehrmals in der Woche mit dem Auto unterwegs sind:

„Es kommt ja immer wieder vor, dass man das Auto nimmt, obwohl man andere Verkehrsmittel nutzen oder zu Fuß gehen könnte. Was sind bei Ihnen in der Regel die Gründe, warum Sie sich doch für das Auto entscheiden? Weil es schneller geht, weil es praktischer ist, weil Sie nicht den öffentlichen Nahverkehr nutzen wollen, weil Sie sich im Auto sicherer fühlen, oder warum sonst?“



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre

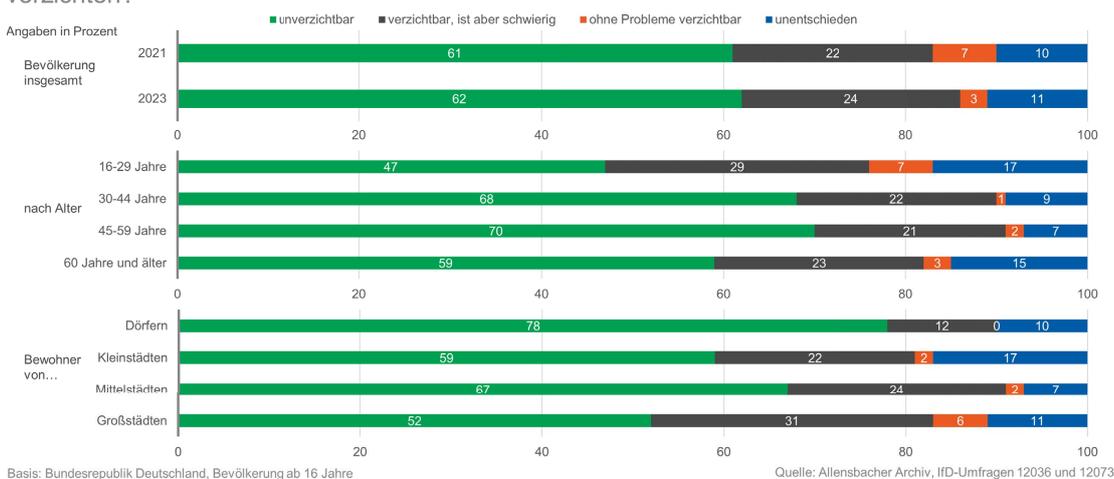
Quelle: Allensbacher Archiv, IFD-Umfrage 12073

Der Stellenwert des Autos in allen privaten und beruflichen Lebensbereichen ist immens. 84 Prozent der deutschen Bevölkerung verfügen über mindestens ein Auto im Haushalt, 37 Prozent sogar über zwei oder mehr. Von allen Personen, denen ein Auto im Haushalt zur Verfügung steht, halten 62 Prozent ihr Auto für unverzichtbar, weitere 24 Prozent könnten nur unter Schwierigkeiten darauf verzichten und lediglich 3 Prozent hätten nach eigenem Bekunden keine Schwierigkeiten damit, auf ihr Auto zu verzichten. Ein Vergleich der aktuellen Ergebnisse mit denen von 2021 zeigt, dass ungeachtet der vielen Diskussionen um die Mobilitätswende der Stellenwert des Autos unverändert hoch ist. Im Gegenteil: Der Anteil derer, die über ein Auto verfügen und gleichzeitig sagen, dass sie problemlos darauf verzichten könnten, ist von 7 auf 3 Prozent zurückgegangen.

Die Detailanalyse zeigt, dass es allen Bevölkerungsgruppen mehrheitlich schwerfallen würde, auf ihr Auto zu verzichten. Überdurchschnittlich meinen dies Personen mittleren Alters, Bewohnerinnen und Bewohner des ländlichen Raums und vor allem Personen, die viel mit ihrem Auto unterwegs sind.

Das Auto ist für die große Mehrheit unverzichtbar

Frage an Personen mit Pkw im Haushalt: „Ist das Auto für Sie unverzichtbar, oder könnten Sie darauf verzichten, auch wenn es schwierig wäre, oder könnten Sie ohne Probleme auf Ihr Auto verzichten?“



Durchgängig zeigen die aktuellen Ergebnisse, dass der Stellenwert des Autos für die überwältigende Mehrheit unverändert hoch ist – und dass sich im Vergleich zur letzten Untersuchung vor zwei Jahren nur wenig daran geändert hat. Fast unverändert vertritt nur eine Minderheit von 22 Prozent die Haltung, auch gut ohne Auto klarzukommen; lediglich 18 Prozent ziehen die Bilanz, dass das Auto für sie persönlich in den letzten Jahren an Bedeutung verloren hat und gerade einmal 5 Prozent planen, ihr eigenes Auto innerhalb der nächsten fünf Jahre abzuschaffen.

Unterschiedliche Einordnung von Umweltaspekten



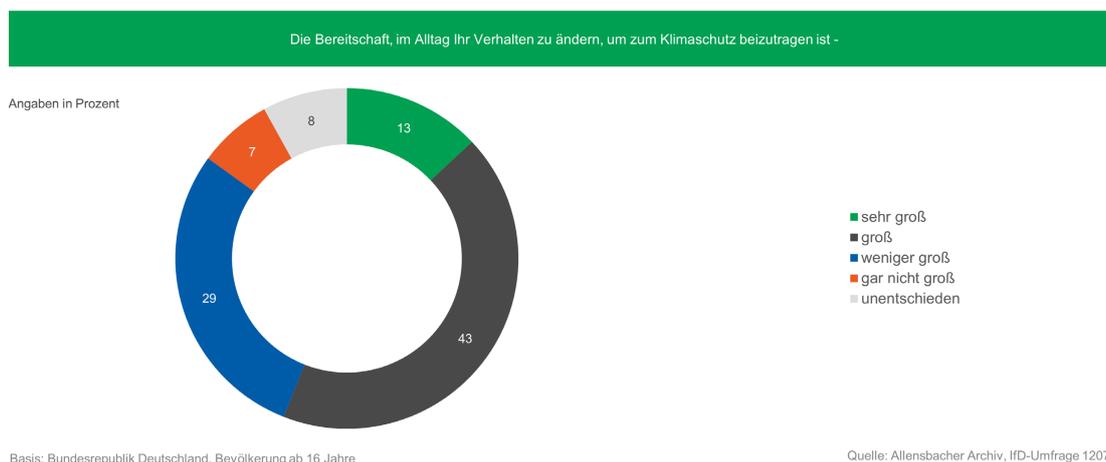
Der Umfrage zufolge spielen Umweltaspekte bislang eine eher untergeordnete Rolle bei der eigenen Mobilität. So halten es fast unverändert drei von zehn Bundesbürgerinnen und Bundesbürgern für besonders wichtig, dass Mobilität in Zukunft möglichst CO₂-neutral ist. Umweltaspekte bei der Mobilität werden unter anderem überproportional von jungen und urbanen Bevölkerungsgruppen unterstützt. So sprechen sich 32 Prozent der Bevölkerung für eine stärkere Nutzung des ÖPNV aus, bei den unter 30-Jährigen sowie den Großstädterinnen und Großstädtern sind es jeweils 39 Prozent.

3 Klimaschutz – Veränderungsbereitschaft der Bevölkerung

Auch wenn das Anliegen Klimaschutz in den letzten Jahren durch die Aneinanderreihung unterschiedlichster Krisen teilweise überlagert wurde, hat es in der Agenda der Bevölkerung nach wie vor einen hohen Stellenwert. 56 Prozent äußern große oder sogar sehr große Bereitschaft, das eigene Verhalten zugunsten des Klimaschutzes zu ändern. 29 Prozent bezeichnen ihre eigene Bereitschaft, im Alltag etwas zu ändern, um damit einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten, hingegen als weniger groß; 7 Prozent äußern gar keine Bereitschaft.

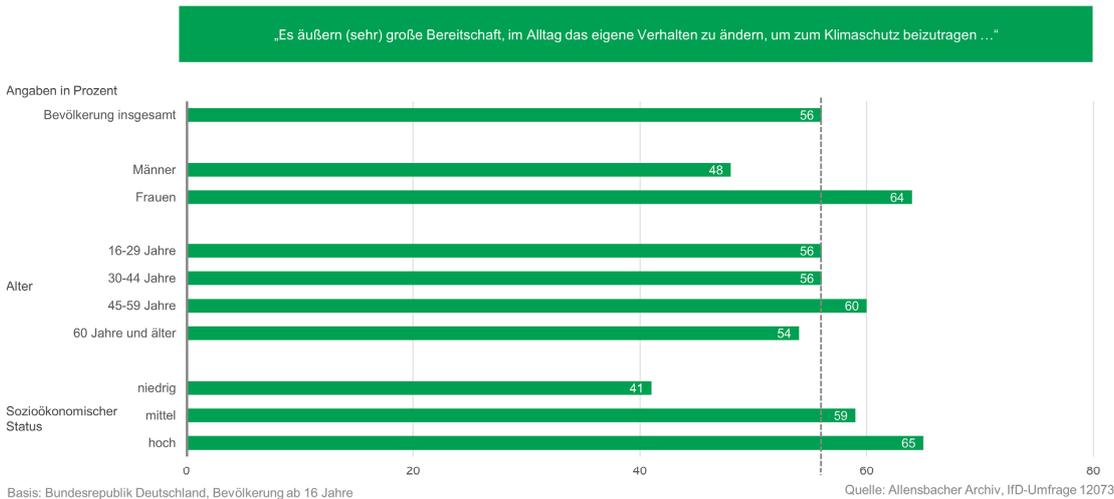
Grundsätzlich große Bereitschaft, das eigene Verhalten für den Klimaschutz zu ändern ...

Frage: „Wie groß ist ihre Bereitschaft, im Alltag Ihr Verhalten zu ändern, um zum Klimaschutz beizutragen?“



Besonders ausgeprägt ist die Bereitschaft, das eigene Verhalten im Alltag für den Klimaschutz zu ändern, bei Frauen und in den höheren Sozialschichten: 64 Prozent der Frauen, aber nur 48 Prozent der Männer äußern eine große oder sehr große Bereitschaft, ihr Verhalten zugunsten des Klimaschutzes zu ändern; bei Personen mit einem hohen sozioökonomischen Status sind es 65 Prozent, bei Personen mit niedrigem sozioökonomischen Status hingegen 41 Prozent.

... besonders ausgeprägte Bereitschaft bei Frauen

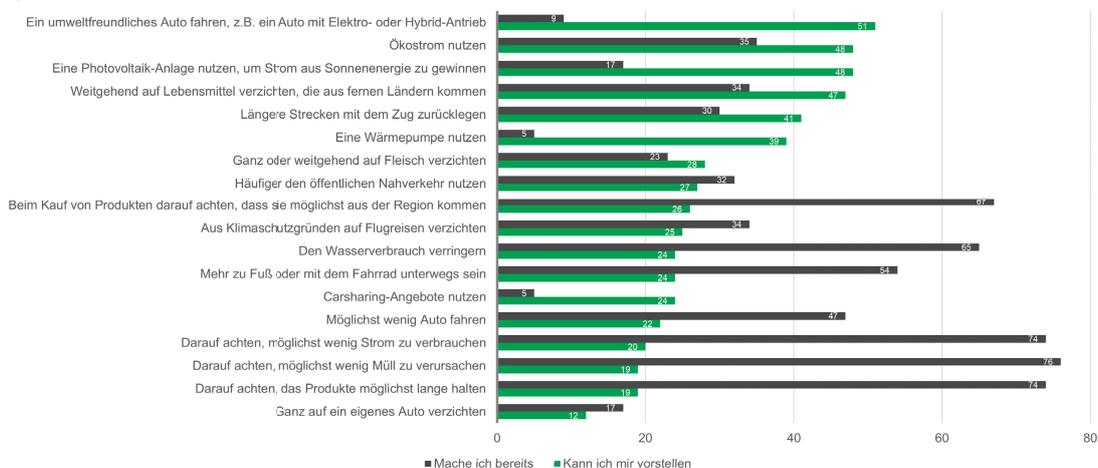


Ein Großteil der Bevölkerung äußert jedoch nicht nur ihre generelle Bereitschaft, durch Verhaltensänderungen zum Klimaschutz beizutragen, sondern unternimmt nach eigenen Angaben bereits einiges, um einen persönlichen Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz zu leisten. So achten rund drei Viertel der Bürgerinnen und Bürger darauf, Müll, wo immer es geht, zu vermeiden, möglichst wenig Strom zu verbrauchen und Produkte auszuwählen, die möglichst lange halten. Zwei Drittel achten zudem auf die regionale Herkunft der Produkte, die sie kaufen, sowie auf die Verringerung ihres Wasserverbrauchs. 54 Prozent versuchen darüber hinaus, möglichst viel zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs zu sein, weitere 47 Prozent, möglichst wenig Auto zu fahren. Gut jeder Dritte nutzt auch Ökostrom, verzichtet aus Klimaschutzgründen sowohl auf Flugreisen als auch möglichst auf Lebensmittel aus fernen Ländern.

In vielen Bereichen sind die Potenziale für klimafreundliche Verhaltensweisen größer als die Anteile derer, die dies bereits heute praktizieren. So können sich 51 Prozent der Bevölkerung vorstellen, ein umweltfreundliches Auto zu fahren, 48 Prozent auf Ökostrom umzusteigen, ebenso viele, eine Photovoltaikanlage zu nutzen und 47 Prozent weitgehend auf Lebensmittel zu verzichten, die aus fernen Ländern kommen.

Persönlicher Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz

Angaben in Prozent



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre

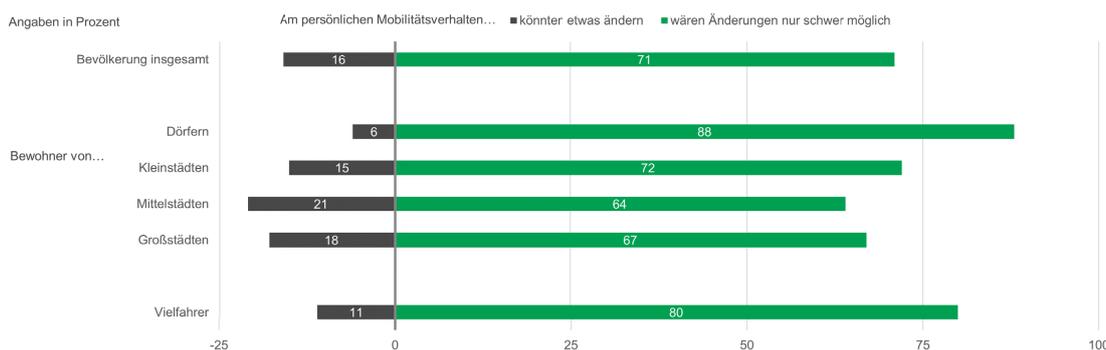
Quelle: Allensbach, IfD-Umfrage 12073

Gerade bei den Potenzialen darf jedoch nicht übersehen werden, dass einer Umsetzung im Alltag durchaus Hürden entgegenstehen, seien es Gewohnheiten, Kosten oder auch andere Einschränkungen. So sieht die Bevölkerung auch nur wenig Spielraum, an ihrem Mobilitätsverhalten etwas zu ändern. Lediglich 16 Prozent meinen, dass sie an ihrem Mobilitätsverhalten tatsächlich etwas ändern könnten, 71 Prozent sind hingegen überzeugt, dass Änderungen ihres Mobilitätsverhaltens für sie nur schwer möglich wären.

... allerdings sieht die Mehrheit keinen Spielraum, das eigene Mobilitätsverhalten zu ändern

Frage: „Zu Ihrem persönlichen Mobilitätsverhalten, also dazu, wie Sie normalerweise unterwegs sind, welche Verkehrsmittel Sie nutzen usw.: Könnten Sie etwas an Ihrem Mobilitätsverhalten ändern, oder wäre das für Sie nur schwer möglich?“

Angaben in Prozent



Nicht dargestellt: unentschieden, schwer zu sagen

Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 12073

Besonders Bewohnerinnen und Bewohner des ländlichen Raums sehen hier nur wenig Spielräume für Veränderungen: 88 Prozent der Bewohnerinnen und Bewohner von kleineren Ortschaften mit weniger als 5.000 Einwohnerinnen und Einwohnern sind der Ansicht, dass sie an ihrem Mobilitätsverhalten nur sehr schwer etwas ändern könnten. Aber selbst in den Großstädten teilen noch 67 Prozent diese Haltung. Dies zeigt, wie schwierig es ist, trotz vieler Appelle an jeden einzelnen, sein Verhalten zugunsten der Umwelt zu überprüfen, Verhaltensänderungen im Alltag tatsächlich umzusetzen.

4 Klares Bild, wer zum Klimaschutz im Verkehr beitragen kann

So wenig Potenzial die Bürgerinnen und Bürger erkennen, ihr eigenes Mobilitätsverhalten zu verändern, so hoch stufen sie umgekehrt den Beitrag ein, den die Bürgerinnen und Bürger selbst leisten können, um den Klimaschutz im Bereich Verkehr in Deutschland voranzubringen. 75 Prozent sind überzeugt, dass die Bürgerinnen und Bürger einen sehr großen oder großen Beitrag dazu leisten können.

Wer kann besonders viel zum Klimaschutz im Bereich Verkehr beitragen?

Um den Klimaschutz im Bereich Verkehr in Deutschland voranzubringen, kann diese Organisation bzw. Personengruppe ...



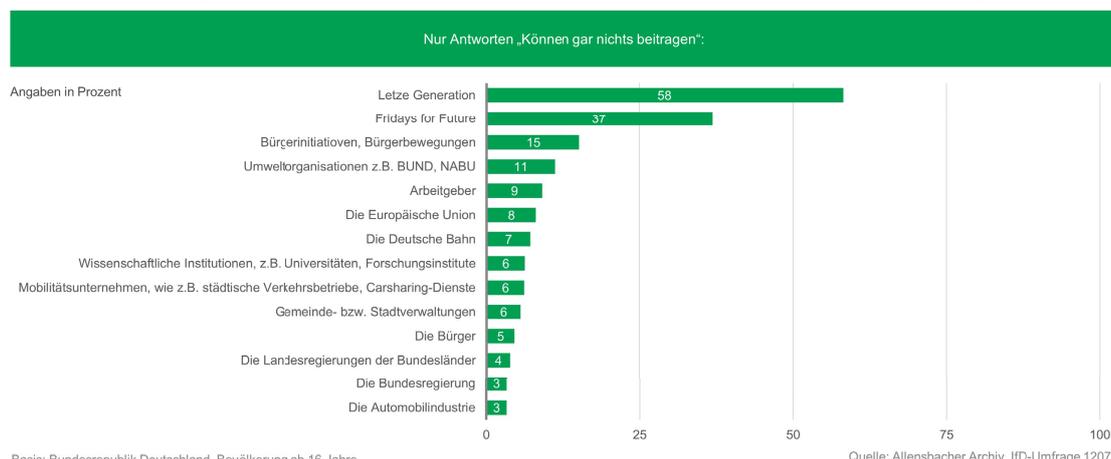
Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre

Quelle: Allensbacher Archiv, IFD-Umfrage 12073

Mehr Einfluss werden lediglich der Bundesregierung und der Automobilindustrie zugetraut: 83 Prozent meinen, dass die Bundesregierung sehr viel oder viel dazu beitragen kann, den Klimaschutz im Verkehrssektor voranzubringen, 80 Prozent schreiben dies der Automobilindustrie zu. Weitere 72 Prozent der Bevölkerung sind überzeugt, dass die Landesregierungen sehr viel oder viel beitragen könnten, jeweils 71 Prozent nennen hier wissenschaftliche Institutionen wie Universitäten und Forschungsinstitute sowie die Deutsche Bahn, 66 Prozent die Europäische Union.

Wer kann besonders viel zum Klimaschutz im Bereich Verkehr beitragen?

Frage: Wie viel können diese Organisationen, Einrichtungen und Personengruppen Ihrer Meinung nach dazu beitragen, den Klimaschutz im Bereich Verkehr in Deutschland voranzubringen?



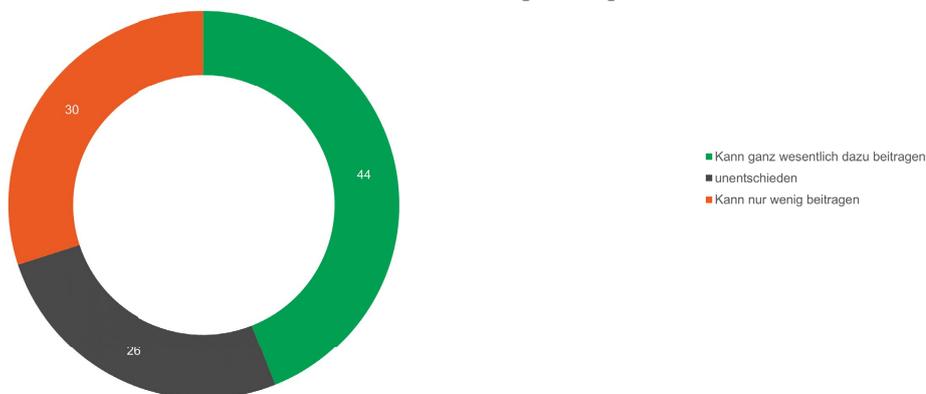
Besonders gering ist nach Auffassung weiter Teile der Bevölkerung der Einfluss von Klimaschutzbewegungen wie Fridays for Future oder von Aktivistinnen und Aktivisten wie die Letzte Generation: 28 Prozent glauben, dass Fridays for Future sehr viel oder viel dazu beitragen kann, den Klimaschutz im Verkehrsbereich voranzubringen; dass dies den Klimaaktivistinnen und Klimaaktivisten der Letzten Generation gelingen könnte, meinen sogar nur 14 Prozent der Bevölkerung. 58 Prozent der Bürgerinnen und Bürger sind hingegen der Überzeugung, dass die Letzte Generation gar nichts dazu beitragen kann.

Neben den Akteurinnen und Akteuren und Institutionen zählt in der öffentlichen Diskussion auch der technologische Fortschritt zu den Hoffnungsträgern, wenn es um die Verringerung von Umwelt- und Klimabelastungen geht. Untersuchungen des Allensbacher Instituts haben in den letzten Jahren immer wieder zeigen können, dass rund sechs von zehn Bundesbürgerinnen und Bundesbürgern überzeugt sind, dass Innovationen ganz wesentlich dazu beitragen können, die Klimabelastung zu verringern. Beschränkt man die Innovationen auf den Automobilbereich, so glauben immer noch 44 Prozent, dass damit ein wesentlicher Beitrag zur Verringerung von Klima- und Umweltbelastungen erzielt werden kann. 30 Prozent schätzen das Potenzial des technischen Fortschritts im Automobilbereich in dieser Hinsicht als gering ein.

Technischem Fortschritt wird großer Beitrag zugeschrieben

Frage: „Wie schätzen Sie das ein: Kann der technische Fortschritt im Automobilbereich ganz wesentlich dazu beitragen, die Umwelt- und Klimabelastung zu verringern, oder kann der technische Fortschritt im Automobilbereich hierzu nur wenig beitragen?“

Angaben in Prozent



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre

Quelle: Allensbacher Archiv, IFD-Umfrage 12073

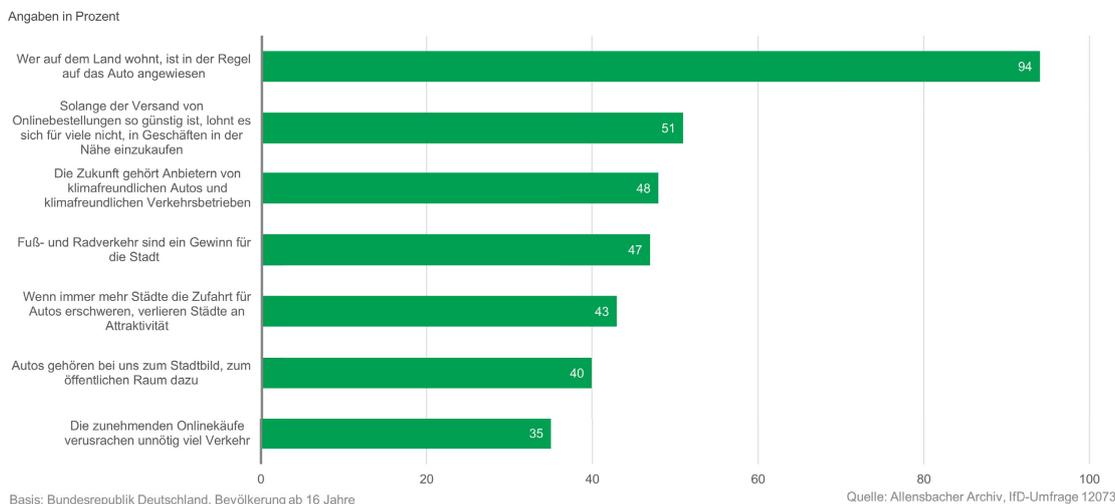
Nur wenig überzeugt ist die Bevölkerung hingegen von den Potenzialen, die von der Entwicklung des Verkehrsbereichs hin zu mehr Klimafreundlichkeit für den deutschen Arbeitsmarkt zu erwarten sind. Lediglich jeder Fünfte glaubt, dass durch diese Entwicklung zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen werden.

Ganz generell ist bislang die Mehrheit der Bevölkerung noch nicht in Gänze überzeugt, dass die Entwicklung des Verkehrsbereichs hin zu mehr Klimafreundlichkeit auch mit einem wirtschaftlichen Erfolg verbunden sein wird. So glaubt derzeit knapp jeder Zweite, dass die Zukunft den Anbietern von klimafreundlichen Autos und Verkehrsbetrieben gehören wird. Die Mehrheit der Bevölkerung ist sich hingegen bewusst, dass die Umsetzung der Mobilitätswende teilweise auch durch Strukturen erschwert wird, die nur schwer zu verändern sind: So sind 94 Prozent überzeugt, dass diejenigen, die auf dem Land wohnen, in aller Regel auf das Auto angewiesen sind.

Noch weitgehend uneins ist sich die Bevölkerung, welche Auswirkungen es für die Attraktivität der Innenstädte haben wird, wenn immer mehr Städte Maßnahmen ergreifen, um den Autoverkehr in den Innenstädten zu reduzieren oder ihn sogar ganz herauszuhalten: 43 Prozent der Bevölkerung befürchten, dass die Städte auf diesem Weg ihre Attraktivität verlieren. Was teilweise auch damit begründet werden kann, dass für vier von zehn Bundesbürgerinnen und Bundesbürgern, Autos zum Stadtbild einfach dazugehören. 47 Prozent finden auch, dass Fuß- und Radverkehr ein Gewinn für die Städte bedeutet. Eine Gefahr für die Attraktivität der Innenstädte sehen viele durch den Onlinehandel. Gut jeder Zweite ist überzeugt, dass es sich für viele gar nicht lohnt, in den Geschäften vor Ort einzukaufen, solange der Versand von Onlinebestellungen so günstig ist. Und gut jeder Dritte beklagt, dass durch die zunehmenden Onlinekäufe unnötig viel Verkehr verursacht wird.

Die Mobilität der Zukunft in Stadt und Land

Es stimmen zu ... (Auszug)

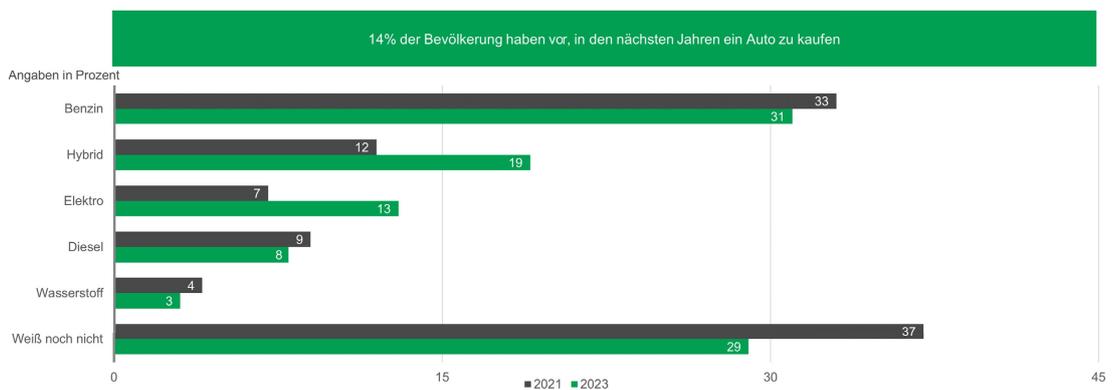


5 Elektromobilität: Ansatzpunkte werden klar benannt

Unter den Personen, die vorhaben, sich in den nächsten Jahren ein neues Auto anzuschaffen, hat sich der Kreis derer, die den Kauf eines Elektroautos planen, vergrößert. Dennoch ist festzustellen, dass immer noch viele Menschen von den Vorteilen der Elektromobilität überzeugt werden müssen. Insgesamt planen zurzeit 14 Prozent der Bevölkerung, sich in den nächsten Jahren einen Pkw anzuschaffen. 31 Prozent davon planen die Anschaffung eines Benziners, weitere 8 Prozent den Kauf eines Dieselfahrzeugs. Immerhin 19 Prozent der potenziellen Autokäuferinnen und Autokäufer planen den Kauf eines Hybridfahrzeugs, 13 Prozent auch den Kauf eines Elektrofahrzeugs. Vor zwei Jahren waren dies mit 12 bzw. 7 Prozent noch deutlich weniger Personen. Weitere 3 Prozent erwägen zudem den Kauf eines Autos mit Wasserstoffantrieb. Hinzu kommen 29 Prozent, die sich noch nicht entschieden haben.

Bei Antriebsarten noch viele Unentschlossene

Frage an Personen, die vorhaben, in den nächsten Jahren ein Auto zu kaufen: „Was für einen Antrieb soll Ihr neues Auto voraussichtlich haben: Diesel, oder Benzin, oder einen Elektroantrieb, oder einen Hybridantrieb, also eine Kombination aus Benzin und Elektroantrieb, oder einen Wasserstoffantrieb?“



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre

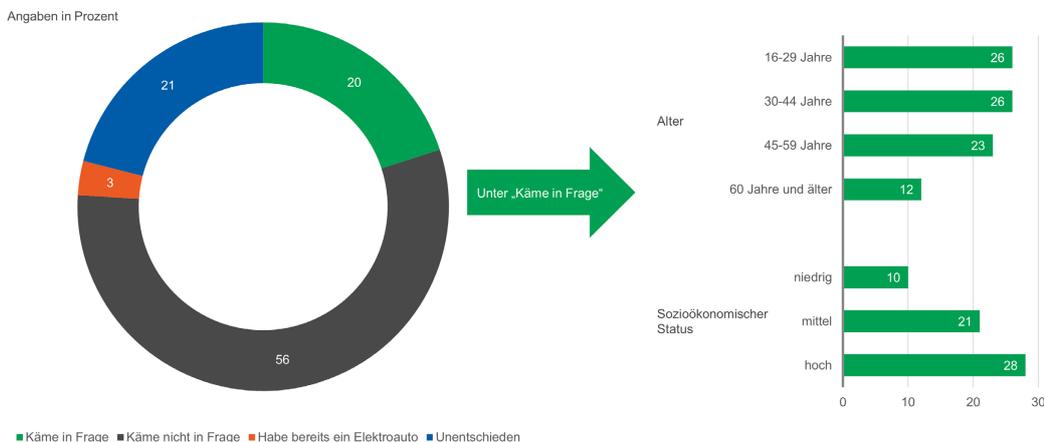
Quelle: Allensbacher Archiv, IFD-Umfrage 12073

Der Personenkreis, für den der Kauf eines E-Autos in Frage käme, bleibt unverändert. Für 20 Prozent der Bevölkerung käme es derzeit in Frage, in den nächsten Jahren ein Elektroauto zu erwerben; dies entspricht in etwa dem Niveau der letztmaligen Untersuchung von 2021.

Den 20 Prozent der Bevölkerung, die sich vorstellen können, in den nächsten Jahren ein Elektroauto zu kaufen, stehen noch 56 Prozent gegenüber, die das für sich ausschließen. Überdurchschnittlich aufgeschlossen sind jüngere Altersgruppen sowie Personen mit höherem sozioökonomischen Status. Bei den unter 30-Jährigen wie auch bei den 30- bis 44-Jährigen sind es jeweils 26 Prozent, für die die Anschaffung eines Elektroautos in Frage käme.

Potenzielle E-Mobilität

Frage: „Käme es für Sie in Frage, in den nächsten Jahren ein Elektroauto zu kaufen, oder käme das für Sie nicht in Frage, oder haben Sie bereits ein Elektroauto?“



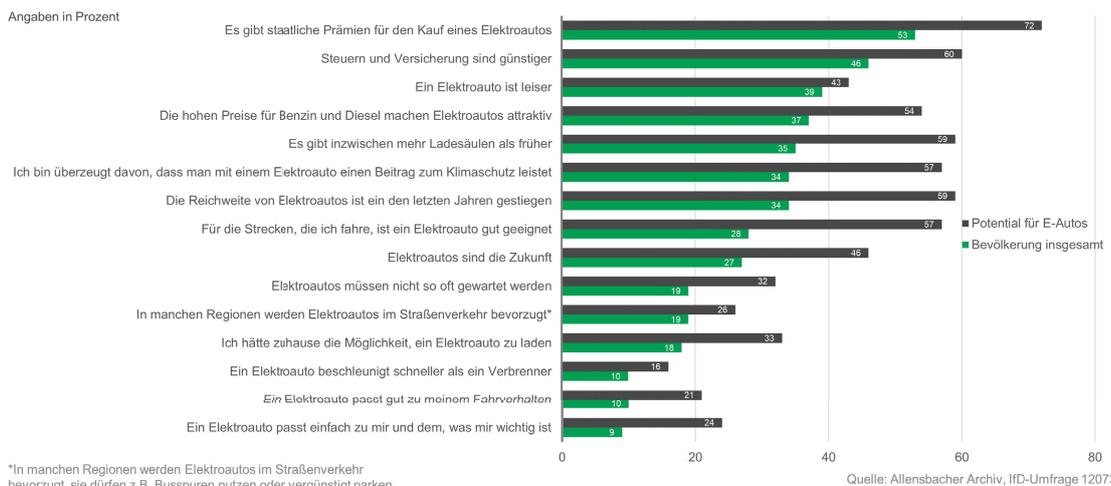
Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre

Quelle: Allensbacher Archiv, IFD-Umfrage 12073

Den verbreiteten Vorbehalten stehen aus Sicht der Bevölkerung bislang noch wenige Vorteile gegenüber, die für den Kauf eines Elektromobils sprechen würden. Die stärksten Argumente, die aus Sicht der Befragten für den Kauf eines Elektroautos sprechen, sind staatliche Prämien sowie Vergünstigungen bei Steuern und Versicherung. 53 Prozent halten den Kauf eines E-Autos für attraktiv, weil der Staat ihn mit Prämien unterstützt, 46 Prozent, weil Steuern und Versicherung günstiger sind. Dass Elektroautos leiser sind, zählt für 39 Prozent als Kaufargument, für 37 Prozent die hohen Kosten für Benzin und Diesel und für 35 Prozent, dass sich die Ladeinfrastruktur im Vergleich zu früher verbessert hat. Fast ebenso viele überzeugt, dass man durch den Kauf eines Elektrofahrzeugs einen Beitrag zum Klimaschutz leistet und dass die Reichweiten der E-Autos in den vergangenen Jahren gestiegen sind. Alle anderen Argumente werden von deutlich weniger als jedem Dritten als Kaufargument geteilt. Am allerwenigsten scheinen E-Autos das Lebensgefühl der Bevölkerung abzubilden: 9 Prozent meinen, ein Elektroauto würde einfach gut zu ihnen und dem, was ihnen wichtig ist, passen; 10 Prozent, dass ein Elektroauto gut zu ihrem Fahrverhalten passen würde. Personen, für die der Kauf eines Elektroautos in Frage käme, nennen erwartungsgemäß alle Kaufargumente weit überdurchschnittlich.

Was spricht für den Kauf eines Elektroautos?

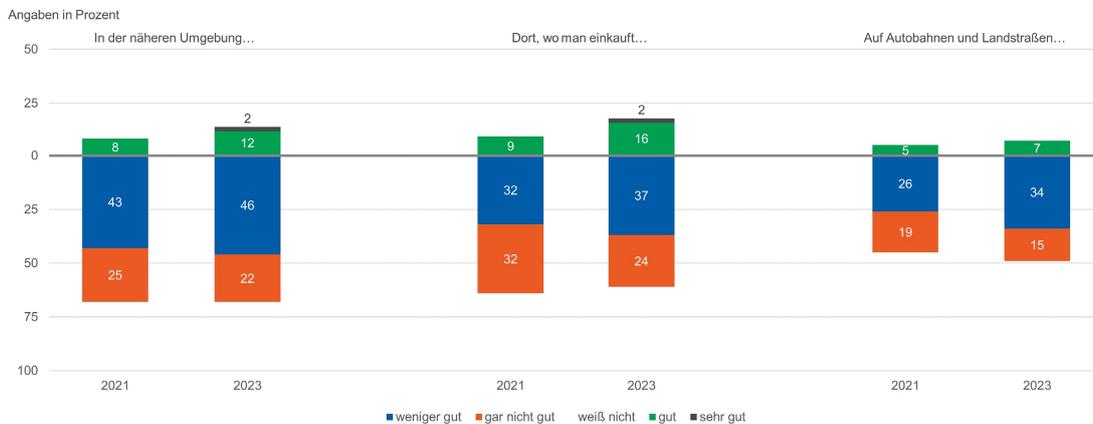
Frage: „Einmal unabhängig davon, ob ein Elektroauto für Sie in Frage käme: Was von dieser Liste spricht in Ihren Augen dafür, sich ein Elektroauto zu kaufen?“



Zu den Hinderungsgründen für die Anschaffung eines E-Autos gehören für viele nach wie vor Defizite im Ausbau der Ladeinfrastruktur. Und auch wenn sich die Einschätzung über die Ladeinfrastruktur etwas verbessert hat, gilt sie nach wie vor als unzureichend. 14 Prozent halten das Angebot an Ladestationen in der eigenen Umgebung für sehr gut oder gut, 18 Prozent dort, wo sie normalerweise einkaufen und gerade einmal 7 Prozent auf Autobahnen oder Landstraßen. 68 Prozent sehen hingegen das Angebot an Ladesäulen in der eigenen Umgebung kritisch, 61 Prozent meinen dies für die Orte, an denen sie einkaufen, und 49 Prozent sehen Defizite auf Autobahnen und Landstraßen. Der Trendvergleich zeigt, dass sich die Einschätzungen zwar etwas verbessert haben, die Bilanz aber unverändert kritisch ausfällt.

Leicht verbesserte Einschätzung der Ladeinfrastruktur

Das Angebot an Lademöglichkeiten für Elektroautos ist ...



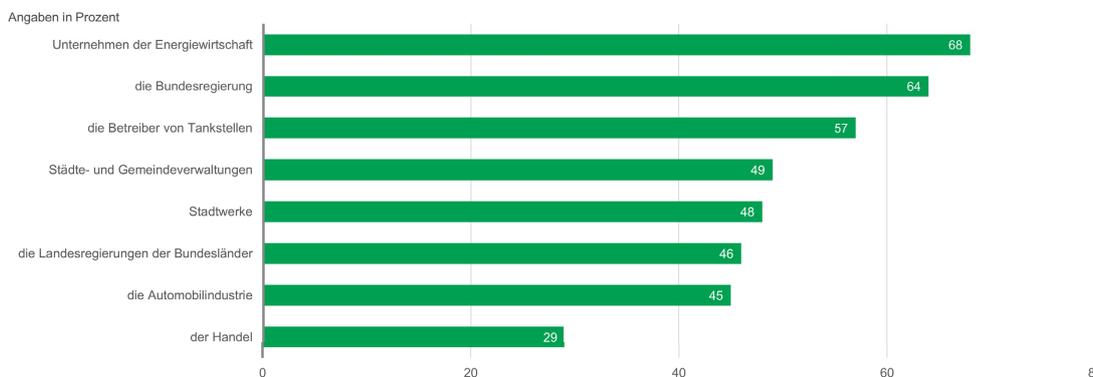
Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre

Quelle: Allensbacher Archiv, IFD-Umfragen 12036 und 12073

Die Bevölkerung erhofft sich vor allem von den Unternehmen der Energiewirtschaft, von der Bundesregierung sowie den Betreibern von Tankstellen einen nennenswerten Beitrag beim Ausbau der Ladeinfrastruktur. 68 Prozent meinen, dass vor allem Energieversorgungsunternehmen dazu beitragen können, dass es Fortschritte beim Ausbau der Ladeinfrastruktur für Elektroautos gibt, 64 Prozent glauben, dass die Bundesregierung hier einen großen Beitrag leisten kann, 57 Prozent glauben, dass die Betreiberfirmen der Tankstellen dies leisten könnten. Von den Städte- und Gemeindeverwaltungen erwarten dies 49 Prozent, nahezu ebenso viele auch von den Stadtwerken, den Landesregierungen sowie von der Automobilindustrie.

Wer kann den Ausbau der Ladeinfrastruktur vorantreiben?

Frage: „In den nächsten Jahren soll ja die Ladeinfrastruktur für Elektroautos deutlich ausgebaut werden. Wer von dieser Liste kann Ihrer Meinung nach vor allem dazu beitragen, dass es Fortschritte beim Ausbau der Ladeinfrastruktur gibt?“



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre

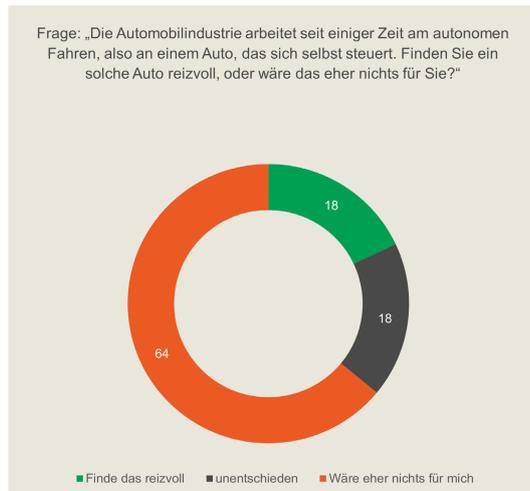
Quelle: Allensbacher Archiv, IFD-Umfrage 12073

6 Autonomes Fahren: noch Zukunftsmusik

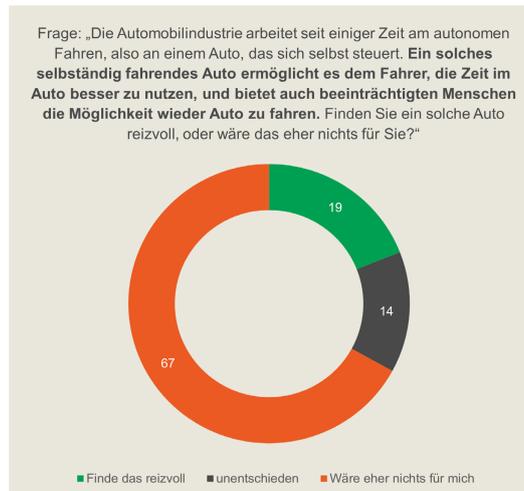
In Bezug auf das autonome Fahren ist noch eine gewisse Skepsis erkennbar. Persönlich finden 18 Prozent die Vorstellung reizvoll, in einem Auto zu fahren, das sich selbst steuert. 64 Prozent können dem autonomen Fahren hingegen persönlich nicht viel abgewinnen. Selbst wenn die Bürgerinnen und Bürger im Rahmen der Frage noch einige Zusatzinformationen zu positiven Aspekten des autonomen Fahrens erhalten, ändert sich das Antwortverhalten nicht wesentlich.¹

Bislang verhaltenes Interesse am autonomen Fahren

Angaben in Prozent



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre



Quelle: Allensbacher Archiv, IFD-Umfrage 12073

7 Autokauf: Umweltaspekte ein Grund unter mehreren

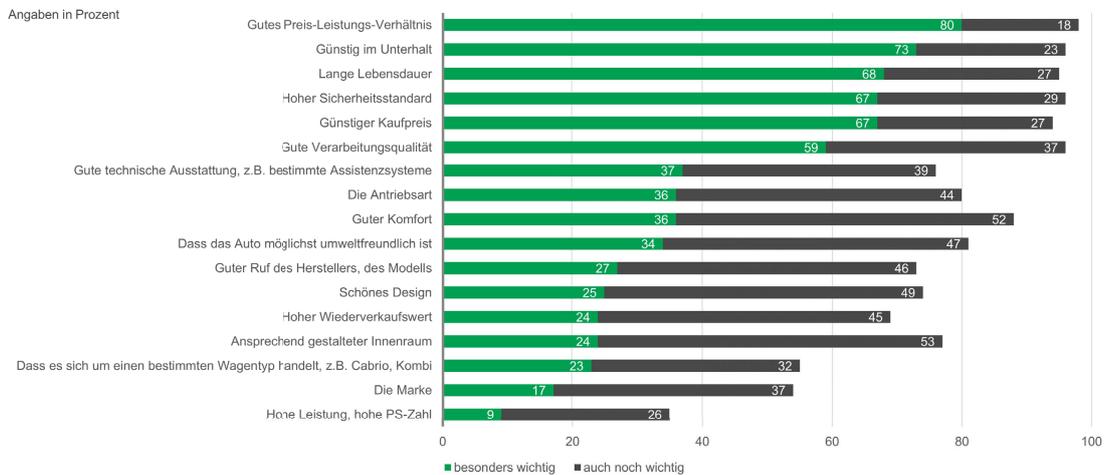
Das Anforderungsprofil der Bevölkerung für den Kauf eines neuen Pkw ist äußerst facettenreich und vielfältig. An der Spitze dieses Anforderungskatalogs stehen die Kosten, die Qualität sowie Sicherheitsaspekte und die Verarbeitung. 80 Prozent der Besitzerinnen und Besitzer eines Pkw fänden es beim Kauf eines neuen Autos besonders wichtig, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis positiv ausfällt, 73 Prozent, dass das Auto günstig im Unterhalt, weitere 67 Prozent, dass das Auto günstig in der Anschaffung ist. 68 Prozent legen besonders großen Wert auf eine lange Lebensdauer, 67 Prozent auf hohe Sicherheitsstandards und 59 Prozent auf eine gute Verarbeitungsqualität.

Im Mittelfeld der wichtigsten Kriterien beim Kauf eines neuen Pkw rangieren das Bedürfnis nach einer guten technischen Ausstattung sowie nach gutem Komfort. Gut jedem Dritten sind diese beiden Aspekte beim Kauf eines neuen Pkw besonders wichtig. Nahezu ebenso viele sagen zudem, dass ihnen die Antriebsart besonders wichtig ist, und dass das Auto möglichst umweltfreundlich sein sollte. Damit wird der Aspekt der Umweltfreundlichkeit zwar von einem beachtlichen Anteil als wichtiges Kaufkriterium genannt, aber gegenüber den Kriterien Preis, Lebensdauer, Sicherheit oder Verarbeitung spielt dieser Aspekt jedoch eine deutlich untergeordnete Rolle.

¹ Dazu wurden die Befragten dieser Untersuchung in zwei in sich repräsentative Halbgruppen unterteilt. Die eine Hälfte der Befragten bekam als Zusatzinformation mitgeteilt, dass ein selbständig fahrendes Auto es dem Fahrer ermöglicht, die Zeit im Auto besser zu nutzen und auch beeinträchtigten Menschen die Möglichkeit bietet, wieder Auto zu fahren.

Kaufkriterien beim Kauf eines neuen Pkw

Frage an Personen mit Pkw im Haushalt: „Das wäre beim Kauf eines neuen Autos ...“



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre

Quelle: Allensbacher Archiv, IFD-Umfrage 12073

8 Schlussfolgerungen

Welche Bedeutung hat Mobilität für die Bevölkerung? Welche Verkehrsmittel entsprechen am ehesten dem Bedürfnis nach mobiler Teilhabe? Was sind ihre individuellen Mobilitätsbedürfnisse? Wie fallen die Ergebnisse in den ländlichen Regionen, wie in Städten aus? Und nicht zuletzt welche Bereitschaft bzw. Möglichkeit sehen die Bürgerinnen und Bürger eigenes Mobilitätsverhalten zu ändern? Diesen und weiteren Fragen ist der VDA im Rahmen einer repräsentativen Studie auf den Grund gegangen.

Die Ergebnisse der Umfrage quer durch alle Alters- und Bevölkerungsgruppen zeichnen ein klares Bild: Die Bürgerinnen und Bürger sind nicht auf eine Mobilitätsform festgelegt, sondern offen für verschiedenste Mobilitätsangebote. Allerdings bedarf es passgenauer Angebote. Und nicht für alle liegen bereits die richtigen Rahmenbedingungen vor, etwa bei der Ladeinfrastruktur oder beim ÖPNV. Auch deswegen messen die Verbraucherinnen und Verbraucher dem Auto eine zentrale Rolle zu. Die Ergebnisse dieser repräsentativen Befragung bieten eine Orientierungshilfe für die weitere mobilitäts- und nachhaltigkeitspolitische Debatte.

Die Unternehmen der Automobilindustrie und der VDA sind entschlossen, die Gesellschaft für unsere Lösungen zu begeistern und sie zu motivieren, ihren Beitrag auf dem Weg zur klimaneutralen Mobilität zu leisten. Das Interesse der Bevölkerung am Weg der Automobilindustrie, an unseren Lösungen zur Erreichung der Klimaneutralität ist groß, wie beispielsweise bei der IAA MOBILITY zu sehen war.

Die Umfrage zeigt zudem, dass für die Bevölkerung der Weg in eine klimaneutrale Mobilität nur gemeinsam erfolgreich beschritten werden kann. Nur wenn alle Akteure beteiligt und die Mobilitätsbedürfnisse der Verbraucherinnen und Verbraucher in Stadt und Land ernst genommen und berücksichtigt werden, lassen sich die noch bestehenden Hindernisse überwinden.

Die deutsche Automobilindustrie wird ihren Beitrag zu einer klimaneutralen Mobilität weiterhin leisten. Mit dieser Umfrage wollen wir auch zur Debatte über die Zukunft der Mobilität beitragen.

9 Zur Studie

Das vorliegende Studie stützt sich auf die Ergebnisse einer Untersuchung, die das Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag des Verbands der Automobilindustrie e.V. (VDA) zwischen dem 7.7.2023 und dem 19.7.2023 durchführte. Die repräsentative Untersuchung basiert auf 1.011 Interviews und wurde mit einem Querschnitt der (deutschen Wohn-) Bevölkerung ab 16 Jahre durchgeführt, die im persönlichen Gespräch (face-to-face) stattfanden und einem einheitlichen Frageformular folgten. Die statistische Verteilung nach Region, Wohnortgröße, Geschlecht und Alter entsprach der Verteilung gemäß amtlicher Statistik.

Der Anteil der in den westlichen Bundesländern einschließlich Westberlins lebenden Befragten belief sich auf 82 Prozent, der der in den östlichen Bundesländern einschließlich Ostberlins auf 18 Prozent.

Auch die regionale Verteilung nach Bundesländern entsprach prozentual exakt der amtlichen Statistik:

Norddeutschland (SH, HH, NI, HB):	17 Prozent
Nordrhein-Westfalen	21 Prozent
Südwestdeutschland (HE, RP, SL):	13 Prozent
Baden-Württemberg:	13 Prozent
Bayern:	16 Prozent
Berlin:	4 Prozent
Nordostdeutschland (BB, MVP, ST):	8 Prozent
Sachsen und Thüringen:	8 Prozent

Bei der Größe des Wohnorts differenzierte die Untersuchung ebenfalls. Der Anteil der Befragten, die in Wohnorten mit weniger als 5000 Einwohnerinnen und Einwohner leben, betrug 15 Prozent. 28 Prozent macht der Anteil der Befragten in Orten mit zwischen 5.000 bis unter 20.000 Einwohnerinnen und Einwohnern aus und 28 Prozent der Anteil derjenigen, die in Orten mit zwischen 20.000 bis unter 100.000 Einwohnerinnen und Einwohnern leben. Mit 29 Prozent entfällt der im Vergleich größte Anteil auf Befragte in Orten mit 100.000 und mehr Einwohnerinnen und Einwohnern.

51 Prozent der Befragten waren Frauen; 49 Prozent Männer.

Der Anteil der unter-Dreißigjährigen machte 17 Prozent aus. 21 Prozent der Befragten waren zwischen 30–44 Jahren, 25 Prozent zwischen 45 und 59 Jahren sowie 37 Prozent 60 Jahre und älter.

Ansprechpartner

Andreas Rade

Geschäftsführung

andreas.rade@vda.de

Dr. Manuel Kallweit

Leiter der Abteilung „Economic Intelligence & Volkswirtschaft“

manuel.kallweit@vda.de

Der Verband der Automobilindustrie (VDA) vereint mehr als 650 Hersteller und Zulieferer unter einem Dach. Die Mitglieder entwickeln und produzieren Pkw und Lkw, Software, Anhänger, Aufbauten, Busse, Teile und Zubehör sowie immer neue Mobilitätsangebote.

Wir sind die Interessenvertretung der Automobilindustrie und stehen für eine moderne, zukunftsorientierte multimodale Mobilität auf dem Weg zur Klimaneutralität. Der VDA vertritt die Interessen seiner Mitglieder gegenüber Politik, Medien und gesellschaftlichen Gruppen.

Wir arbeiten für Elektromobilität, klimaneutrale Antriebe, die Umsetzung der Klimaziele, Rohstoffsicherung, Digitalisierung und Vernetzung sowie German Engineering. Wir setzen uns dabei für einen wettbewerbsfähigen Wirtschafts- und Innovationsstandort ein. Unsere Industrie sichert Wohlstand in Deutschland: Mehr als 780.000 Menschen sind direkt in der deutschen Automobilindustrie beschäftigt.

Der VDA ist Veranstalter der größten internationalen Mobilitätsplattform IAA MOBILITY und der IAA TRANSPORTATION, der weltweit wichtigsten Plattform für die Zukunft der Nutzfahrzeugindustrie.

Herausgeber	Verband der Automobilindustrie e.V. Behrenstraße 35, 10117 Berlin www.vda.de Registrierter Interessenvertreter R001243 EU-Transparenzregister-Nr. 95574664768-90
Copyright	Verband der Automobilindustrie e.V. Nachdruck und jede sonstige Form der Vervielfältigung sind nur mit Angabe der Quelle gestattet.
Version	Version 1.0, Oktober 2023