



Medienmitteilung, 17. März 2022

Der Bauch entscheidet mit: Emotionen treiben den Entscheid für neue Mobilitätsformen

Eine repräsentative Studie der Universitäten Luzern und St.Gallen (HSG) zeigt auf, wie es um neue Mobilitätsformen in der Schweiz steht und inwieweit Motive und Bedürfnisse die Akzeptanz und Nutzung beeinflussen.

Der heute veröffentlichte «Swiss Mobility Monitor» fokussiert auf Motive und Bedürfnisse, welche die in der Schweiz lebende Bevölkerung von der Nutzung neuer Mobilitätsformen abhalten oder aber diese begünstigen. Die Studie ist das Ergebnis einer erstmalig durchgeführten und für die Schweiz repräsentativen Erhebung, entstanden unter der wissenschaftlichen Leitung von Prof. Dr. Reto Hofstetter (Universität Luzern) und Prof. Dr. Andreas Herrmann (Universität St.Gallen).

Der Swiss Mobility Monitor 2022 wurde in Zusammenarbeit mit dem Institut für Mobilität der Universität St.Gallen, der Zürich Versicherung und AutoScout24 realisiert. Die Erkenntnisse der Studie bieten sowohl Forscherinnen und Forschern eine Grundlage für weiterführende Projekte, als auch Expertinnen und Experten aus Marketing und Vertrieb konkrete Ansatzpunkte, um Strategien für die zukünftige Vermarktung von Mobilitätsinnovationen wie beispielsweise Elektrofahrzeuge, Carsharing- oder multimodalen Mobilitätsangeboten – das heisst die Möglichkeit zur Nutzung mehrerer Mobilitätsformen für eine Wegstrecke – zu entwickeln.

Privatauto dominiert – Carsharing wenig verbreitet

Der Swiss Mobility Monitor 2022 verdeutlicht, dass die in der Schweiz lebende Bevölkerung aktuell hauptsächlich klassische Verkehrsmittel nutzt: Für ein Drittel der zurückgelegten Wegstrecken werden öffentliche Verkehrsmittel verwendet, für die verbleibenden zwei Drittel der Strecken fast ausnahmslos das private Auto. Carsharing-Angebote sind bisher weniger verbreitet, jedoch haben sich 10 Prozent der Befragten vorgenommen, Carsharing-Angebote in den kommenden 12 Monaten zu nutzen. Sharing-Möglichkeiten werden in den nächsten Jahren eine zunehmende Wichtigkeit zugesprochen. Im Vergleich zu Sharing-Möglichkeiten sind multimodale Mobilitätsangebote tatsächlich schon in der Schweiz angekommen: Knapp 50 Prozent der Befragten nutzen diese bereits heute für ihre zurückgelegten Wegstrecken.

Die Wahl individueller Mobilität ist emotional

Die weiteren Ergebnisse verdeutlichen, dass Mobilität oftmals ein sehr emotionales Thema ist. Grundlegende Konsumentenmotive wie Spass, «Flow», Kontrolle und Macht sind je nach Verkehrsmittel unterschiedlich ausgeprägt. Die Möglichkeit, in einen sogenannten Flow zu kommen, das heisst das Gefühl zu erleben, beim Fahren die Zeit zu vergessen sowie das Gefühl, Kontrolle über die gewählte Mobilitätsform zu besitzen, sind wichtige Faktor bei der Entscheidung für ein Verkehrsmittel. Das macht sich auch bei den neuen Formen der Mobilität bemerkbar: Beispielsweise verbinden die Befragten das Erleben eines Flow-Moments und das Ausüben von Kontrolle tendenziell eher mit Fahrzeugen, die einen Verbrennungsmotor besitzen als mit Elektromotoren.

Möglicherweise steht die Bevölkerung der Adoption von Elektromobilität auch deswegen bisher noch zurückhaltend gegenüber. Bei Personengruppen jedoch, die bereits ein Elektroauto besitzen, zeigt sich bei den Mobilitätsmotiven ein entgegengesetztes Bild: So erklärt die Untergruppe der Elektroauto-BesitzerInnen, dass sie hier das Bedürfnis nach Kontrolle, Macht, Spass und Flow signifikant stärker



erfüllt sehen als bei Autos mit Verbrennungsmotor. Hierzu ergänzt Mobilitätsforscher Professor Andreas Hermann: «Man muss die Elektromobilität einmal selber ausprobieren, um sie zu mögen.»

Auch bei der Nutzung und Akzeptanz von Carsharing-Angeboten oder autonomen Fahrzeugen spielen Motive wie Kontrolle, Flow und Spassfaktor eine entscheidende Rolle: Sie sind entscheidend dafür verantwortlich, dass ein Grossteil der Befragten eher wenig von Carsharing-Angeboten oder autonomen Fahrzeugen überzeugt ist und zu privaten, selbstgesteuerten Fahrzeugen tendiert. Auch hier zeigen sich jedoch interessante Unterschiede basierend auf dem persönlichen Mobilitätsverhalten: Personen, die bereits neue Mobilitätsformen wie Carsharing-Angebote nutzen, sind gegenüber neuen Mobilitätsformen eher positiver eingestellt.

Digitalisierung im Fahrzeughandel wenig spürbar

Die Digitalisierung und der Onlinehandel machen sich im Fahrzeughandel bislang nur geringfügig bemerkbar: Weniger als 7 Prozent der Studienteilnehmenden geben an, bereits online ein Auto gekauft zu haben. 88 Prozent der Befragten planen, für einen Autokauf weiterhin klassische Autohändler aufzusuchen. Entgegen dem Trend in anderen Branchen spielt das Vertrauen in den Verkäufer beim Fahrzeugkauf eine zentrale Rolle: Die Ergebnisse zeigen, dass die in der Schweiz lebende Bevölkerung dem klassischen, stationären Autohandel – verglichen mit dem Online- Autohandel – beim Erwerb von Autos grösseres Vertrauen entgegenbringt.

Die zusammengefassten Ergebnisse der Studie sind über die Website [Swiss Consumer Studies](#) abrufbar. Datengrundlage des Swiss Mobility Monitors ist eine für die Schweiz repräsentative Online-Umfrage bei 1047 in der Schweiz lebenden Personen über 18 Jahren. Die Erhebung fand zwischen dem 9. und 15. Dezember 2021 in Zusammenarbeit mit LINK statt. Der Swiss Mobility Monitor ist Teil der Swiss Consumer Studies des Instituts für Marketing und Analytics (IMA) der Universität Luzern. In den Swiss Consumer Studies werden in regelmässigen Abständen Studien zu aktuellen Themen des digitalen Konsumentenverhaltens und des digitalen Marketings veröffentlicht.

Kontakt

Michael Hohenreuther, Wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand
Institut für Mobilität ([IMO-HSG](#)) an der Universität St.Gallen (HSG)
+41 71 224 21 81, michael.hohenreuther@unisg.ch

Universität St.Gallen (HSG)

Die Universität St.Gallen (HSG) ist die Universität des Kantons St.Gallen und die Wirtschaftsuniversität der Schweiz. Internationalität, Praxisnähe und eine integrative Sicht zeichnen die Ausbildung an der HSG seit ihrer Gründung im Jahr 1898 aus. Heute bildet die Universität über 9000 Studierende aus rund 90 Staaten in Betriebswirtschaft, Volkswirtschaft, Rechts- und Sozialwissenschaften, Internationalen Beziehungen und Informatik aus. Mit Erfolg: Die HSG gehört zu den führenden Wirtschaftsuniversitäten Europas. Im European Business School Ranking der «Financial Times» 2021 belegt sie den 6. Platz. Zudem hat die «Financial Times» den Master in «Strategy and International Management» (SIM-HSG) 2021 zum elften Mal in Folge als weltweit besten Management-Master bewertet. Für ihre ganzheitliche Ausbildung auf höchstem akademischem Niveau trägt die HSG mit der EQUIS-, AACSB- und AMBA-Akkreditierung internationale Gütesiegel. Studienabschlüsse sind auf Bachelor-, Master- und Doktorats-Stufe möglich. Zudem bietet die HSG erstklassige und umfassende Angebote zur Weiterbildung für jährlich rund 6000 Teilnehmende. Kristallisationspunkte der Forschung an der Universität St.Gallen sind ihre rund 40 Institute, Forschungsstellen und Centers, welche einen integralen Teil der HSG bilden. Die weitgehend autonom organisierten Institute finanzieren sich zu einem grossen Teil selbst, sind aber eng mit dem Universitätsbetrieb verbunden. – Besuchen Sie uns auf [Facebook](#), [Twitter](#), [Youtube](#), [Instagram](#), [unisg.ch](#)