

NAVIGATOR

Der Newsletter von SINUS SOCIOVISION

Ausgabe 1/2007

Insight

Der Trabi war ein zukunftsweisendes Auto

Die meisten deutschen Autofahrer wollen angeblich kein Auto mehr, das auf dem neuesten Stand der Technik ist. Und das Aussehen ist ihnen auch nicht so wichtig.

Glaukt man der Umfrageforschung, verlangen nur 17 % der deutschen Autofahrer von ihrem motorisierten Untersatz den neuesten Stand der Technik. Für fast die Hälfte der Befragten ist das Aussehen von geringer Bedeutung. Vier von zehn Autokäufern wollen in Zukunft nur noch auf den Preis achten. Gut, dass chinesische Hersteller bald diese Wünsche der Deutschen erfüllen werden.

Setzen die deutschen Hersteller also auf den falschen Trend? Ihre Autos sind, so wird unisono in der Presse berichtet, mit Technik überladen, im Alltag unzuverlässig, viel zu kompliziert in der Bedienung und sowieso schon lange nicht mehr selbst zu reparieren. Dabei feiern Audi, BMW, Mercedes-Benz, Porsche und Volkswagen zur Zeit Absatz- und nicht selten auch Gewinnrekorde. Wie passt das zusammen?

Betrachten wir einmal den Aspekt der wachsenden technischen Komplexität: BMW zum Beispiel führte das Bedienkonzept iDrive bereits 2001 in der 7-er Reihe ein. Damals wurde der Hersteller sowohl von der Fachpresse als auch von den Fahrern heftig kritisiert. Das System galt gewissermaßen als Prototyp von nicht-bediener Technik. Trotzdem folgte 2002 Audi mit dem vergleichbaren System "MMI". Seit 2005 verfügen auch Mercedes-Benz Pkw über ein Ein-Knopf-Bedienprinzip zur Steuerung wichtiger Funktionen. Was geht hier vor? Sind die deutschen Designer und Entwickler komplett verrückt geworden?

Lässt man das in den Großumfragen ermittelte Plebiszit einmal beiseite und zieht qualitativ-psychologische Einsichten zu Rate, zeigt sich, dass die deutschen Premiumhersteller genau richtig liegen. Aus der Zielgruppen- und Trendforschung des Sinus-Instituts lassen sich drei Tatsachen ableiten, die die Akzeptanz von Technik im Alltag und die Bewältigung ihrer augenscheinlichen Komplexität bestimmen:

- Erstens: "Simpel" und "komplex" sind semantische, aber nicht zwangsläufig psychologische Gegensätze. Außerdem sind beide Begriffe höchst

relativ. Jeder Mensch (jede Zielgruppe) interpretiert sie verschieden, hat unterschiedliche Simplizitätswünsche und andere Komplexitätsschwellen.

- Zweitens wünschen gerade die gesellschaftlichen Leitmilieus eine fortschrittliche (und das heißt zunächst einmal: fortschreitende) technische Entwicklung. So leben "Moderne Performer" mit der genussvoll-gekonnten Bedienung eines komplexen Geräts ihre High-Tech Begeisterung aus. "Etablierte" beschäftigen sich intensiv mit Technik – nicht zuletzt weil sie denken, dass sie müssen. Und "Postmaterielle" tun es, weil es im Alltag nützlich ist.
- Drittens beobachten wir unterschiedliche Lernkurven für neue Technologien in den verschiedenen Sinus-Milieus[®]: So hat sich der Oberklasse-Fahrer aus dem Sinus-Milieu A1 "Konservative" nach einigen Jahren an das Ein-Knopf-Bediensystem seiner Limousine gewöhnt, während es der "Moderne Performer" in seinem Sportwagen vom ersten Tag an spielerisch beherrschte. Beide werden schließlich die neue Technik im Freundeskreis preisen.

In unserer neuesten quantitativen Trenderhebung messen wir in Deutschland eine 71-prozentige Zustimmung zur globalen Strömung "Taste for Technology". Das heißt, die meisten Menschen sehen mehr Technik als einen Weg, um die Lebensqualität zu verbessern. Und viele freuen sich einfach über den "WOW"-Effekt. Gleichzeitig ist für 64% der Trend "Learning Individual" wichtig: ein Leben lang lernen, sich weiterentwickeln, den Horizont erweitern.

Fazit: Es gibt keine allgemeingültige Simplizität, aber generell eine große Freude an technischen Entwicklungen, am Lernen von Neuem und an dessen Nutzen. Noch mehr und noch kompliziertere Technik wird auch in Zukunft nicht grundsätzlich abschrecken, sondern weiterhin faszinieren. Die Bedienbarkeit und damit die Akzeptanz auf dem Markt wird – wie eh und je – von der Anpassungsfähigkeit neuer technologischer Entwicklungen an den Menschen und dessen Eigenheiten abhängen – und nicht umgekehrt.

Doch gut, dass die Trabi-Produktion eingestellt wurde und nur noch Nostalgie-Liebhaber sich mit der zukunftsweisenden Technik dieser Autos herumschlagen müssen.

Haben Sie Fragen? Rufen Sie uns an, oder schicken Sie eine E-Mail.

Autor und Kontakt: Jörg Domhöfer, Tel. 06221-8089-84, **E-Mail:**
joerg.domhoefer@sociovision.de