

# SWISS MOBILITY MONITOR 2023

## – SELECTED INSIGHTS –

Der Swiss Mobility Monitor 2023 des Instituts für Marketing und Analytics (Universität Luzern) und des Instituts für Mobilität (Universität St. Gallen) ist die zweite Ausgabe einer schweizweiten repräsentativen Studie. Diese spiegelt den Status quo der Nutzung und der Wahrnehmung von innovativen Mobilitätslösungen wieder. Zu Letzteren gehören mitunter: Elektromobilität, Car-Sharing oder der digitale Mobilitätskauf. Die Ergebnisse der Studie geben einen umfassenden Einblick in die Mobilitätsbedürfnisse der in der Schweiz lebenden Bevölkerung.

Die diesjährige Publikation fokussiert sich auf generationenspezifische Mobilitätspräferenzen. Darüber hinaus finden sich im Studienbericht zum zweiten Mal umfassende Erkenntnisse zur Nutzung innovativer Mobilitätslösungen. Der Studienbericht kann über die Webseite der Universität Luzern erworben werden ([Link](#)). Nachfolgend finden sich ausgewählte Insights:

### Teil 1 – Offenheit der Generation Z gegenüber neuen Mobilitätslösungen:

#### 1. Die Verbindung zum eigenen Auto bleibt weiterhin stark

Generation Z empfindet signifikant mehr Besitzgefühle für Car-Sharing- und Autos im Abo-Modell als alle anderen Altersgruppen. Dennoch gilt auch für die Generation Z: Ein eigenes Auto hat einen wesentlich höheren Stellenwert als Car-Sharing, Abo-Modelle und Leasing. Die Studienteilnehmer wurden dabei zu vier Formen des Autobesitzes befragt: (1) Eigenes Auto, (2) Auto über Leasing, (3) Auto im Abo-Modell und (4) Car-Sharing.

#### 2. Das eigene Auto bleibt identitätsstiftend

Generation Z empfindet alle Formen der Autonutzung wichtiger für das eigene Selbstbild als die restlichen Altersgruppen. Dennoch hat das eigene Auto auf die persönliche Identität aller Generationen den grössten Einfluss.

#### 3. Wahrgenommener Kontrollverlust ohne Eigentum am Auto

Personengruppen älterer Generationen (z. B. Babyboomer) verspüren bei Car-Sharing-Autos signifikant mehr Kontrollverlust als die Generation Z. Beim eigenen Auto empfinden alle Generationen ähnlich viel Kontrolle.

#### 4. Junge Menschen haben höchste Hygieneansprüche beim Auto

Generation Z ist offener gegenüber der Nutzung von Autos im Abo-Modell und Car-Sharing eingestellt; sie besitzt jedoch höhere Hygieneansprüche im Vergleich zu ihrem eigenen oder geleasteten Auto. Ebenfalls hat Generation Z bei Autos im Abo-Modell und Car-Sharing die höchsten Hygieneansprüche aller Generationen.

#### 5. Nicht alle Innovationen im Auto sprechen die Generation Z an

«Pay-as-you-drive»-Versicherungsmodelle sind auf dem Vormarsch. Diese Autoversicherungen verwenden die Fahrweise und gefahrenen Kilometer als Grundlage für die Tarifberechnung. Generation X und die Babyboomer sind hier innovativer als Generation Y & Z. Sie zeigen mehr Vertrauen in das neue Versicherungsmodell und signalisieren eine höhere Adaptionsbereitschaft.

### Detaillierter Studienbericht

Diese und zahlreiche weitere Insights sind im detaillierten Studienbericht des Swiss Mobility Monitors 2023 zu finden. Die im Rahmen des Berichts präsentierten Ergebnisse gewähren unter anderem Einblicke in die Adoption von Mobilitätsinnovationen. Es werden ausführliche Ergebnisse zu den Innovationen Elektromobilität, Sharing Economy, Auto-Abo-Modell, Multimodalität, Digitaler Mobilitätskauf, Autonome Mobilität sowie Connected Mobility und digitale Fahrzeugdienste dargelegt. Des Weiteren werden mehrere Dimensionen hinter dem Themenfeld Eigentum und Besitz sowie die wahrgenommene Flexibilität verschiedener Mobilitätsformen beleuchtet.

Der Report nimmt durchgehend die Perspektive der in der Schweiz lebenden Bevölkerung ein und segmentiert an ausgewählten Stellen nach Demografie, Generationszugehörigkeit und weiteren Charakteristika (z. B. Autobesitz).

### Teil 2 – Weiterführende Insights zur Nutzung innovativer Mobilitätslösungen

#### 6. Kehren wir zur «Pre-Covid-Mobilität» zurück?

Die arbeitende Bevölkerung geht in 2023 weniger zu Fuss zur Arbeit (29%) als noch im Vorjahr (35%). Gleichzeitig wird der öffentliche Verkehr auf dem Arbeitsweg wieder populärer. 34 % (vs. 28% im Vorjahr) der arbeitenden Bevölkerung nutzen beispielsweise den Zug; 29% (vs. 23% im Vorjahr) der arbeitenden Bevölkerung nutzen den Bus auf dem Weg zur Arbeit.

#### 7. Der Online-Kauf von Mobilitätsmitteln nimmt Fahrt auf

Neun Prozent (vs. sieben Prozent im Vorjahr) der Befragten gaben an, bereits ein Auto im Internet gekauft zu haben. Bei Velos steigt der Anteil von acht Prozent auf elf Prozent und der Erwerb von E-Bikes im Internet verzeichnet einen Zuwachs von drei Prozent auf vier Prozent.

#### 8. Der Umstieg auf ein E-Auto ist nicht nur eine Frage des Geldes

Günstigere Anschaffungspreise stehen bei der Anschaffung von Autos mit Elektroantrieb weniger an erster Stelle. Essenzieller für die Anschaffung ist eine besser ausgebaute Ladeinfrastruktur und eine grössere Reichweite der E-Autos.

#### 9. Der Anteil von Autos mit Benzinantrieb ist sinkend

Der Anteil der Autos mit Benzinantrieb sinkt von 64% auf 61% im Vergleich zum Vorjahr. E-Autos können ihren Anteil von drei Prozent auf fünf Prozent fast verdoppeln. Auch der Anteil an Fahrzeugen mit Hybridantrieb ist leicht steigend (Anstieg von sechs Prozent auf sieben Prozent).

#### 10. Flexibilität wird in der Mobilität unterschiedlich wahrgenommen

Zwei Prozent der Befragten haben bereits Autos im Abo-Modell verwendet. Autos im Abo-Modell finden derzeit den grössten Anklang bei der Generation Z und Personen ohne eigenes Auto. Der Wohnort (Stadt vs. Land) beeinflusst die Präferenzen für Autos im Abo-Modell in keinem nennenswerten Mass.

### Demografische Verteilung der Stichprobe:

- Altersdurchschnitt 45.1 Jahre
- Geschlecht
  - 49.1% weiblich
  - 50.5% männlich
  - 0.4% andere
- Sprachregion
  - 70.5% Deutsch
  - 23.8% Französisch
  - 5.7% Italienisch

### Das Studiendesign

- Online-Panel von LINK aus den drei Sprachregionen der Schweiz
- Repräsentative Schweizer Stichprobe mit 1'052 Personen
- Zeitraum der Befragung: 30. Januar bis 9. Februar 2023

Der detaillierte Studienbericht ist Teil der **Swiss Consumer Studies**. Die «Selected Insights» sowie den vollständigen Studienbericht finden Sie unter folgendem Link: [www.swissconsumerstudies.ch](http://www.swissconsumerstudies.ch)

Für Rückfragen zur Studie kontaktieren Sie: [swissconsumerstudies@unilu.ch](mailto:swissconsumerstudies@unilu.ch)

### Zitation

Schakols, F., Hofstetter, R., Greifenstein, M., Finken, D., Herger, P., Zazo, A., Heim, N., Herrmann, A. (2023). Swiss Mobility Monitor 2023, University of Lucerne.

### Danksagung

Die Studienpartner bedanken sich herzlich bei LINK für die Unterstützung der Studie.

**LINK**  
a YouGov company