

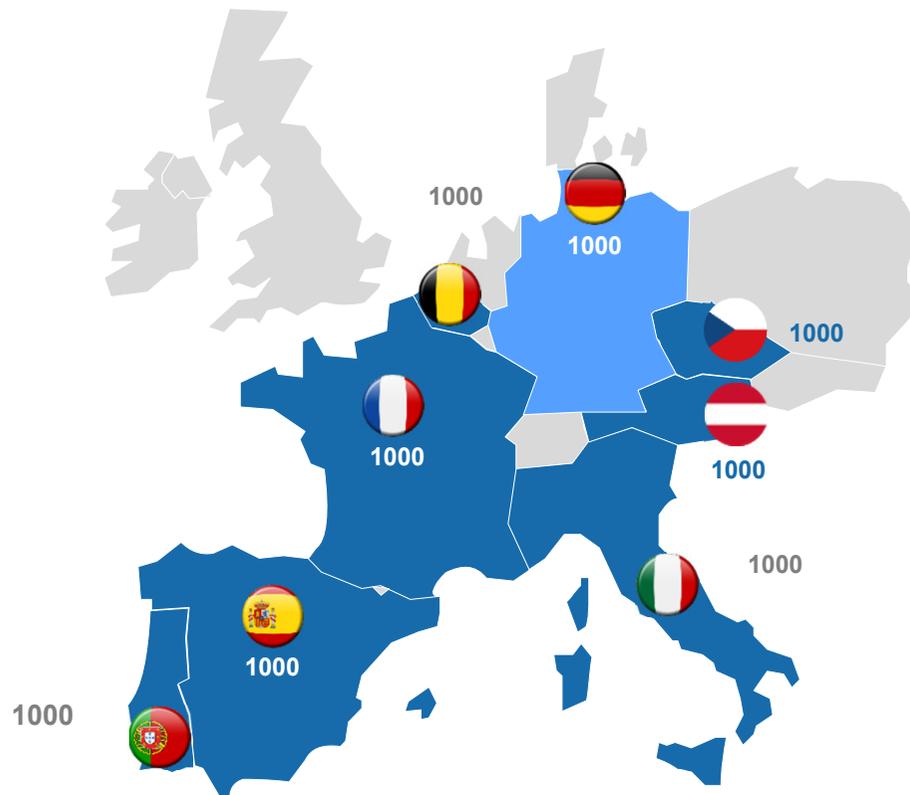
MOBILITÄTSBAROMETER DER EUROPÄER

BERICHT Deutschland

Februar 2024



UMFANG DER ERHEBUNG



8
Land

8000
Befragung

METHODIK



Stichproben

In jedem Land, repräsentative Stichprobe der Bevölkerung ab 18 Jahren
Quoten für Geschlecht, Alter, Beruf, Region und Marktgröße



Zeitraumen

Die Feldstudien wurden zwischen dem 14. Dezember 2023 und dem 18. Januar 2024 durchgeführt



Methode der Datenerhebung

Online-Umfrage in den 8 Ländern

Hinweise auf wesentliche Abweichungen im Bericht

„**XX/XX**“ Ergebnisse aus Deutschland signifikant höher/niedriger gegenüber den europäischen Ergebnissen

„**XX/XX** Untergruppe“ Ergebnisse der Subgruppe deutlich höher/niedriger als die Gesamtergebnisse

+X **-X** Entwicklung zwischen den Ergebnissen 2023 und 2022 signifikant positiv/negativ

1. DIE GEWOHNHEITEN ZUR MOBILITÄT IN DEUTSCHLAND



WICHTIGSTE ERGEBNISSE

- Mehr als 9 von 10 Deutschen gehen zu Fuß und 8 von 10 nutzen ihr eigenes Auto für ihre täglichen Fahrten. Insgesamt nimmt das (eigene oder fremde) Auto eine immer größere Rolle bei den Fahrten am Wochenende ein.
- Die Deutschen sind es eher gewohnt, Fahrten mit dem Fahrrad (Standard- und Elektrofahrräder, eigene oder Leihräder) und mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurückzulegen.
- Das monatliche Mobilitätsbudget beläuft sich auf 153 € pro Person, was in etwa dem europäischen Niveau entspricht.
- In den letzten fünf Jahren ist ein besonderer Anstieg der Nutzung von (persönlichen) Elektrofahrrädern zu verzeichnen.
- Wenn man jedoch auf die nächsten zwölf Monate blickt, weist nur das Gehen zu Fuß ein positives Delta der Absichten auf.

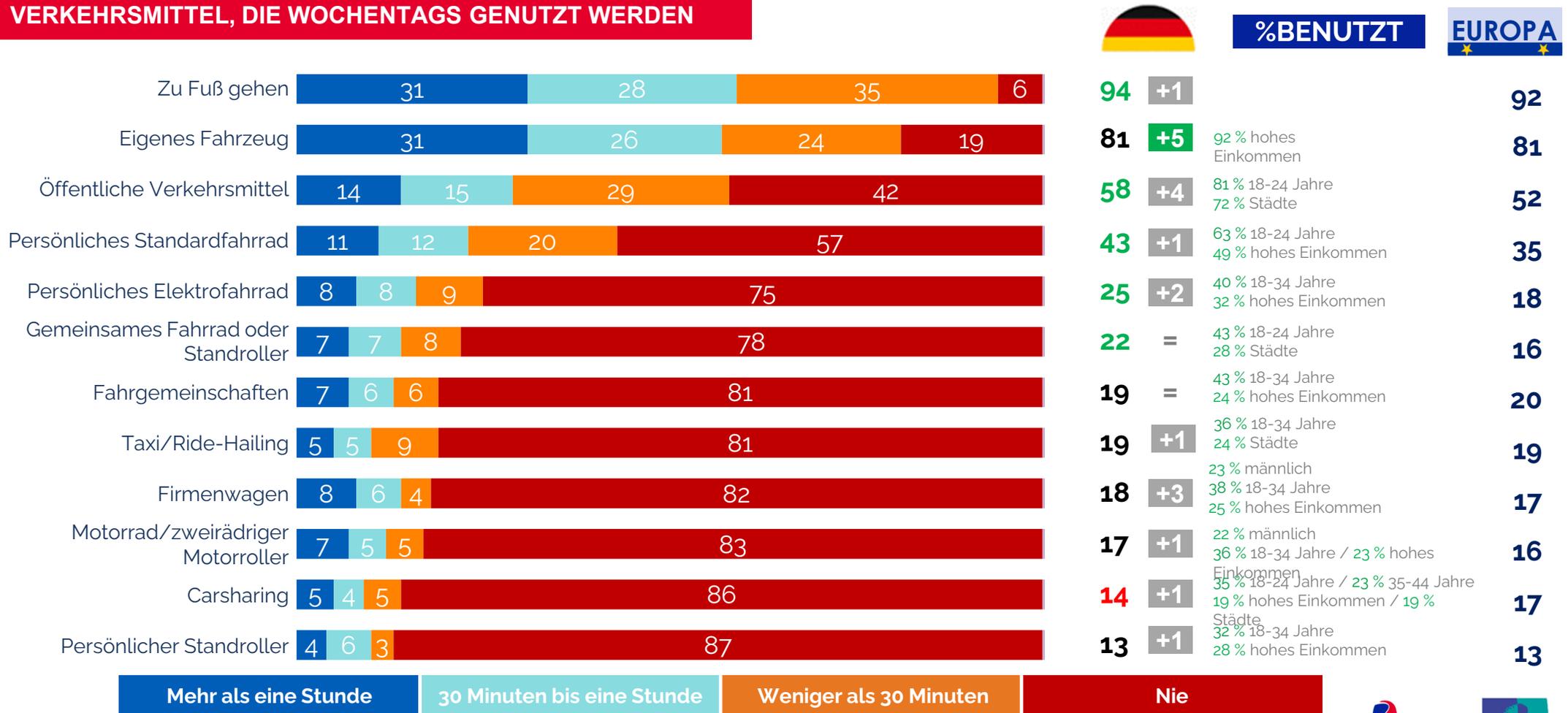
1.1

AKTUELLE MOBILITÄTSGEWOHNHEITEN



DIE DEUTSCHEN GEHEN UNTER DER WOCHE MEHR ZU FUß ALS IHRE EUROPÄISCHEN NACHBARN. SIE NUTZEN AUCH HÄUFIGER ÖFFENTLICHE VERKEHRSMITTEL UND FAHRRÄDER (EIGENE UND LEIHRÄDER). DIE NUTZUNG IHRES PRIVATAUTOS HAT IN DIESEM JAHR ZUGENOMMEN.

VERKEHRSMITTEL, DIE WOCHENTAGS GENUTZT WERDEN



%BENUTZT

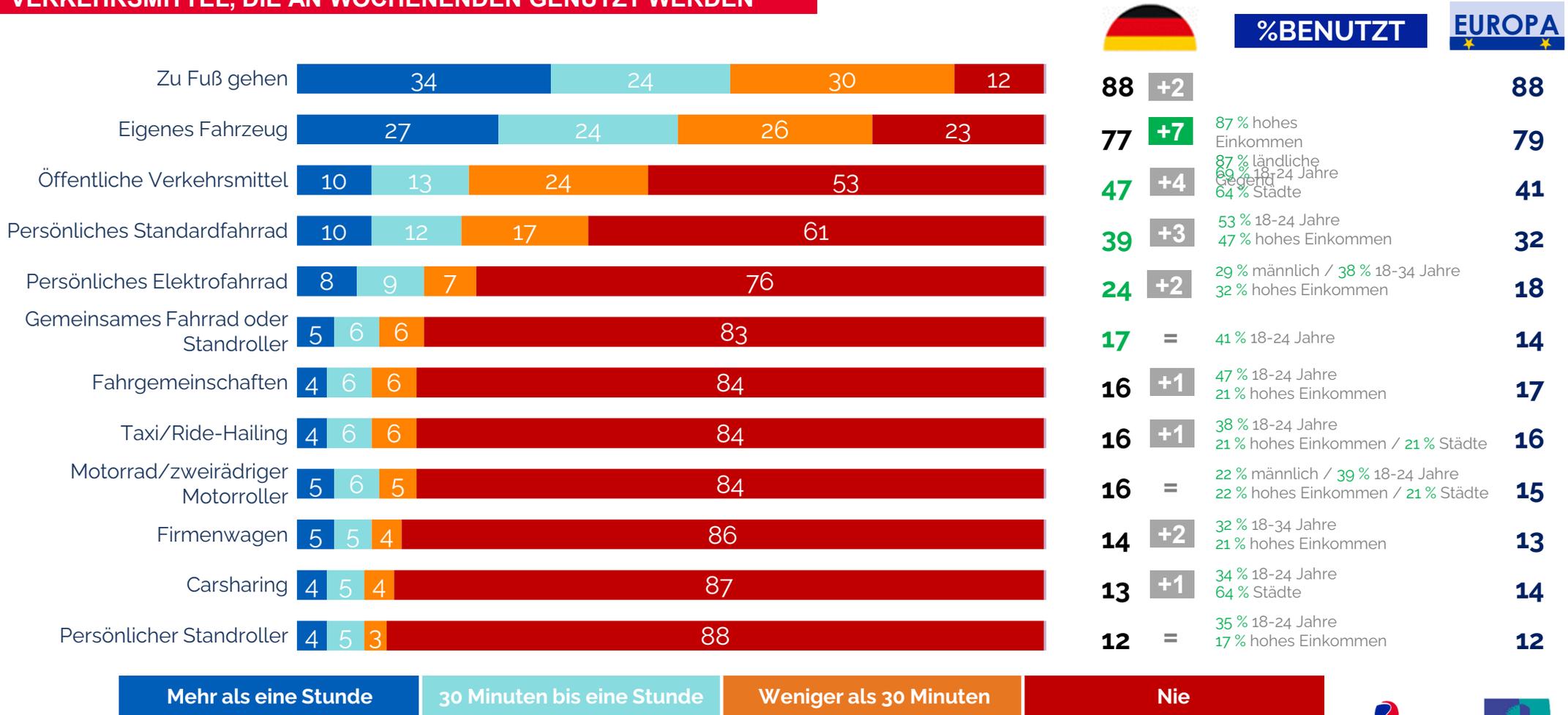
EUROPA



Q1 – Wie lange nutzen Sie an einem normalen Wochentag (montags bis freitags) im Durchschnitt jedes der folgenden Verkehrsmittel pro Tag? Befragte: Alle

ÄHNLICHE BEOBACHTUNGEN AM WOCHENENDE MIT EINER HÖHEREN NEIGUNG IN DEUTSCHLAND, ÖFFENTLICHE VERKEHRSMITTEL UND DAS FAHRRAD ZU NUTZEN.

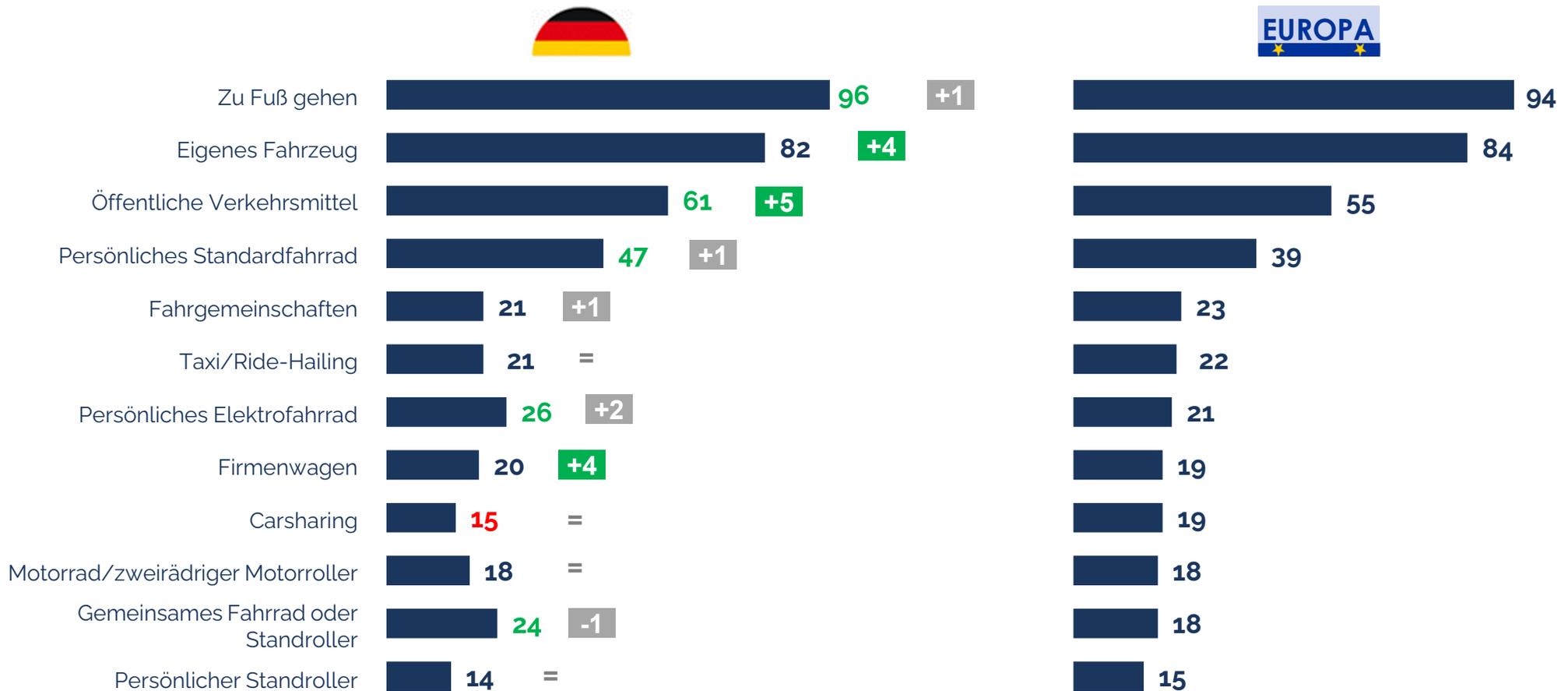
VERKEHRSMITTEL, DIE AN WOCHENENDEN GENUTZT WERDEN



Q2 - Wie lange nutzen Sie an einem Wochenendtag (Samstag oder Sonntag) im Durchschnitt jedes der folgenden Verkehrsmittel? Befragte: Alle

INSGESAM HABEN DIE DEUTSCHEN IN DIESEM JAHR VERSTÄRKT DAS EIGENE AUTO UND ÖFFENTLICHE VERKEHRSMITTEL BENUTZT

INSGESAM BENUTZTE VERKEHRSMITTEL - MINDESTENS EINE NUTZUNG %



Q1 - Wie lange nutzen Sie an einem normalen Wochentag (montags bis freitags) im Durchschnitt jedes der folgenden Verkehrsmittel pro Tag? /

Q2 - Wie lange nutzen Sie an einem Wochenende (Samstag oder Sonntag) im Durchschnitt jedes der folgenden Verkehrsmittel?

Befragte: Alle

ZUNEHMENDE AUTONUTZUNG AM WOCHENENDE

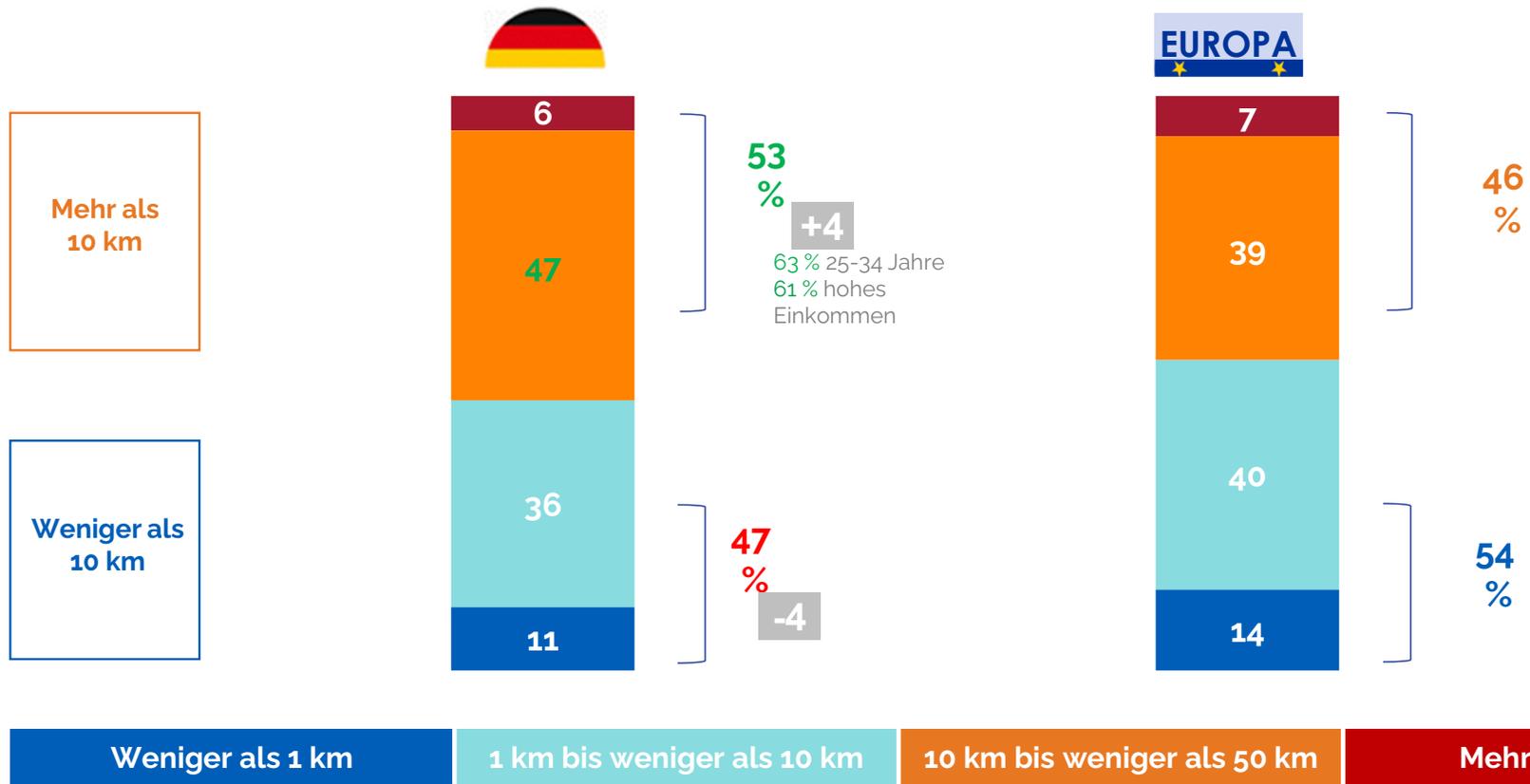
INSGESAMT BENUTZTE VERKEHRSMITTEL - MINDESTENS EINE NUTZUNG %

			
NUTZER AN WOCHENTAGEN			
Autofahrer	81	=	82
Fahrradfahrer	51	-1	40
Standroller-Nutzer	24	=	19
NUTZER AN WOCHENENDEN			
Autofahrer	78	+7	81
Fahrradfahrer	47	+2	39
Standroller-Nutzer	18	-1	16
NUTZER INSGESAMT			
Autofahrer	82	+4	84
Fahrradfahrer	47	+1	39
Standroller-Nutzer	26	=	22

Q1 – Wie lange nutzen Sie an einem normalen Wochentag (montags bis freitags) im Durchschnitt jedes der folgenden Verkehrsmittel pro Tag? /
 Q2 – Wie lange nutzen Sie an einem Wochenendtag (Samstag oder Sonntag) im Durchschnitt jedes der folgenden Verkehrsmittel?
 Befragte: Alle

MEHR DEUTSCHE ALS ANDERE EUROPÄER LEGEN MEHR ALS 10 KM ZUR ARBEIT ODER ZUM STUDIUM ZURÜCK

ENTFERNUNG WOHNORT > ARBEITS- ODER STUDIENORT



Weniger als 1 km

1 km bis weniger als 10 km

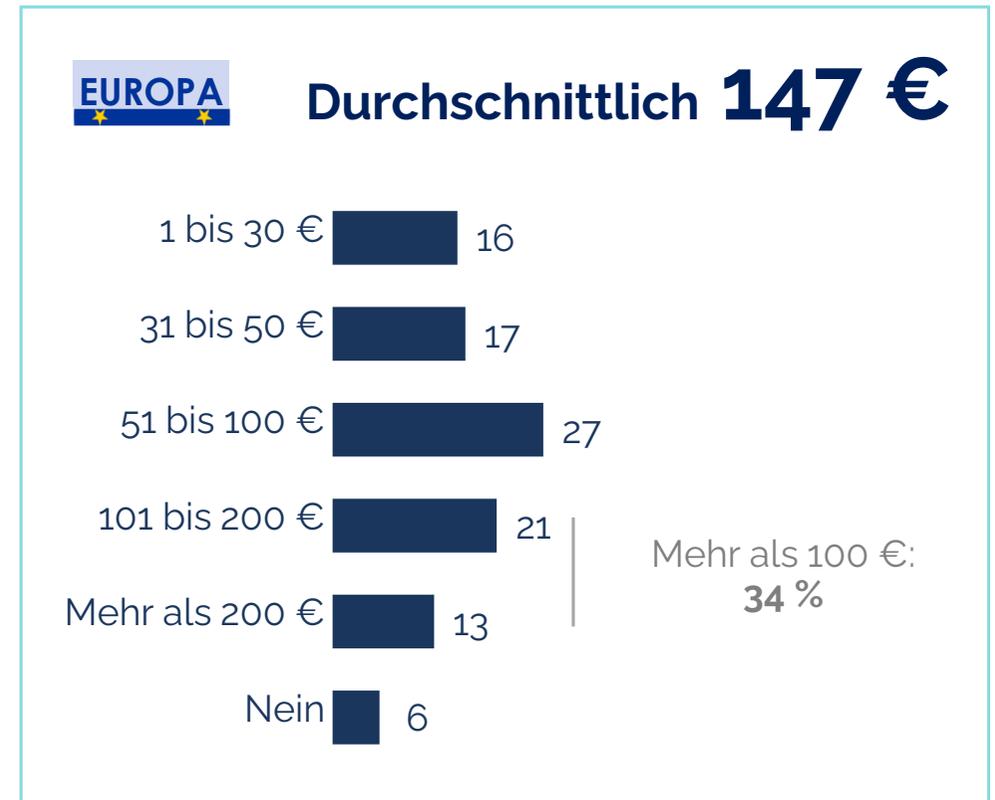
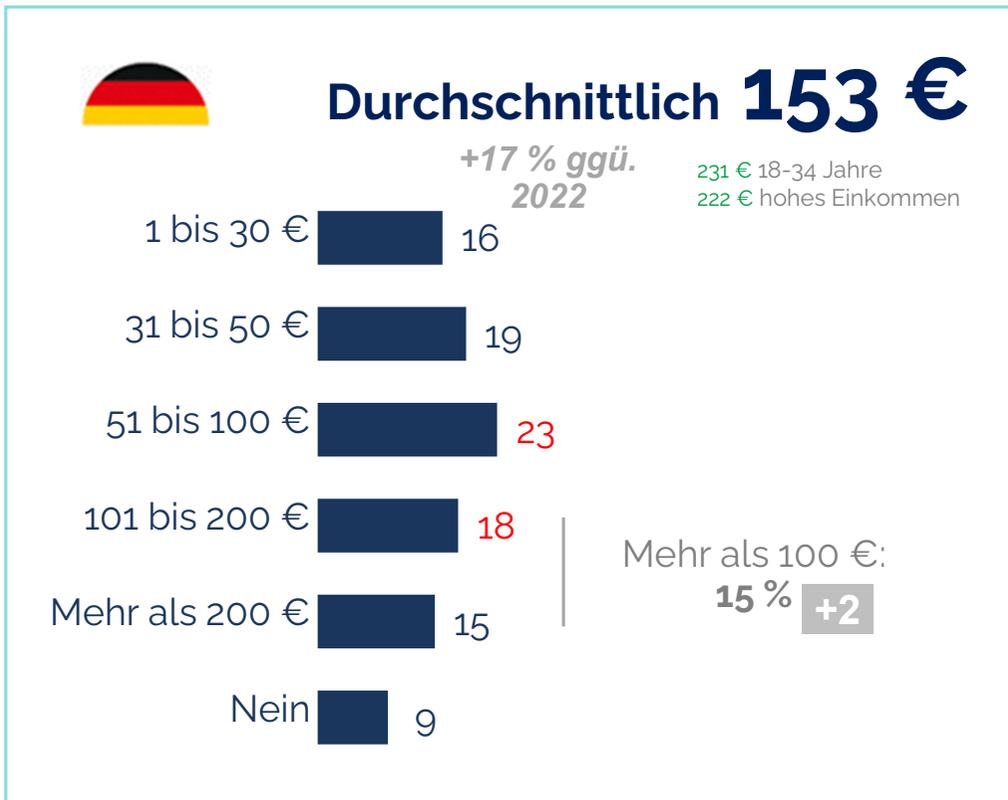
10 km bis weniger als 50 km

Mehr als 50 km

Q7 – Welche Strecke legen Sie durchschnittlich zurück, um von Ihrem Wohnort zum Arbeits- bzw. Studienort zu gelangen?
 Befragte: Erwerbstätige oder Studenten

DAS DURCHSCHNITTLICHE PERSÖNLICHE MOBILITÄTSBUDGET DER DEUTSCHEN BETRÄGT 153 € PRO MONAT UND ENTSPRICHT DAMIT DEM EU-DURCHSCHNITT

MONATLICHES MOBILITÄTSBUDGET (OHNE VERSICHERUNG) €



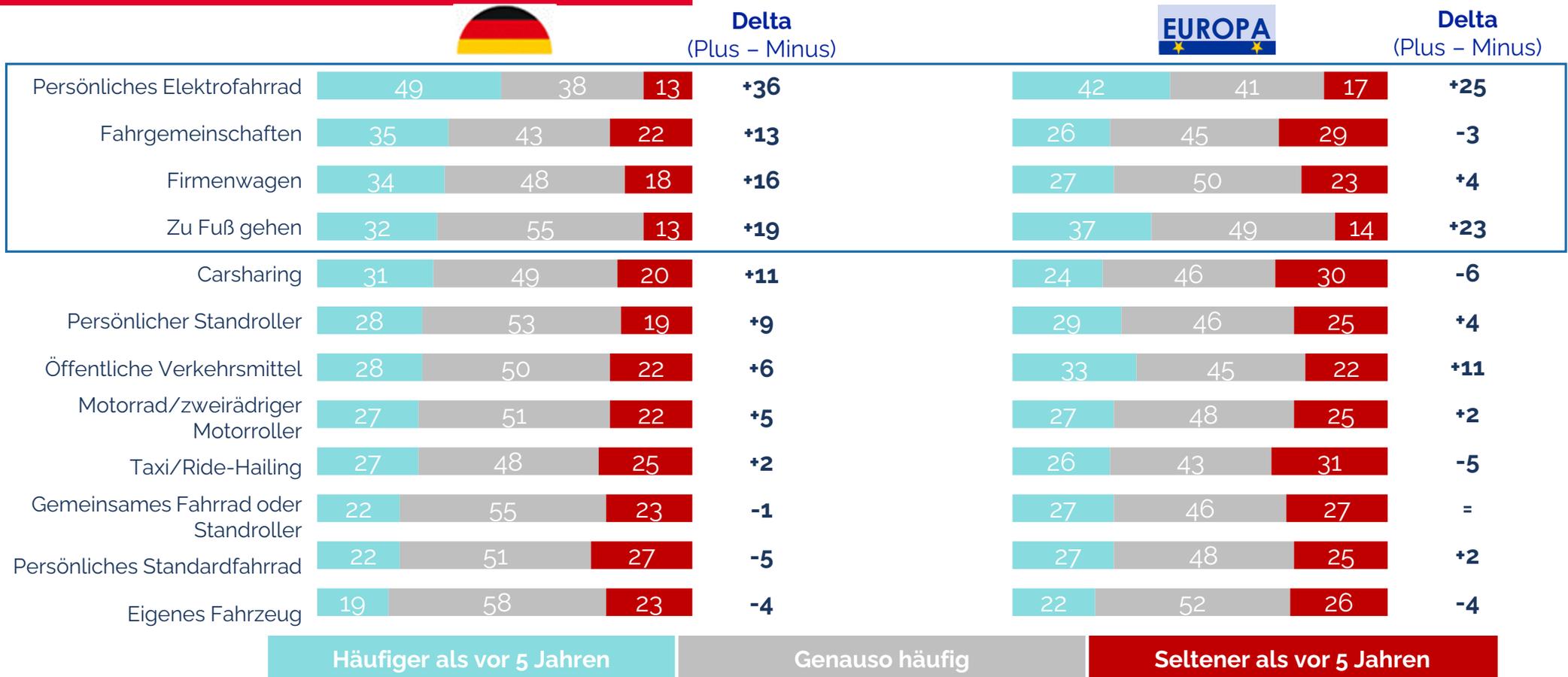
1.2

ENTWICKLUNGEN SEIT 5 JAHREN



IN FÜNF JAHREN IST DIE NUTZUNG DES ELEKTROFAHRRADS DEUTLICH GESTIEGEN. AUCH FAHRGEMEINSCHAFTEN, DIENSTWAGEN UND ZU FUß GEHEN FOLGEN DIESER DYNAMIK, WENN AUCH IN GERINGEREM MAßE.

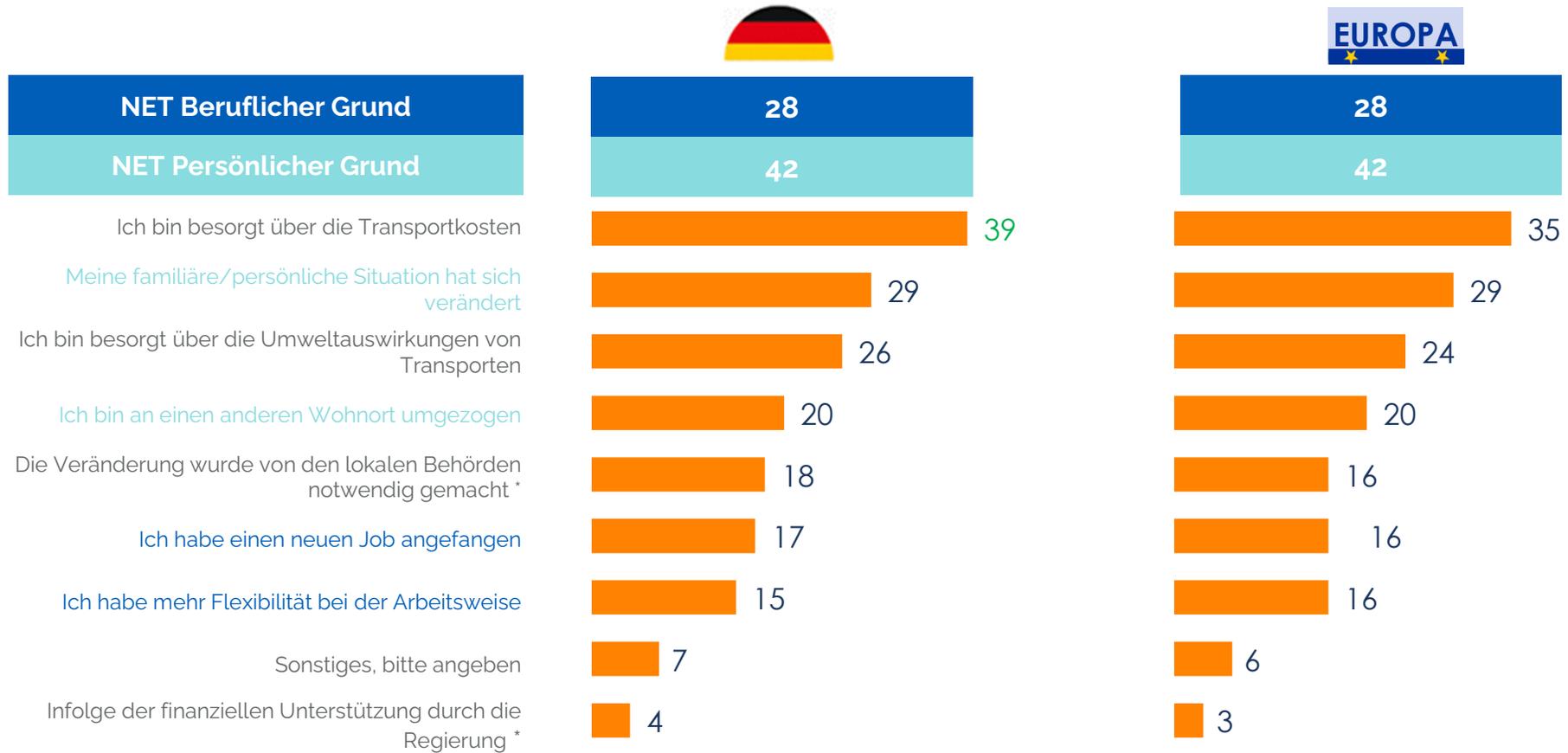
ENTWICKLUNG DER MOBILITÄTSGEWOHNHEITEN - %



Q3 – Würden Sie sagen, dass Sie im Vergleich zu vor 5 Jahren jedes der folgenden Verkehrsmittel insgesamt häufiger, gleich häufig oder seltener benutzen? - Die Frage wurde ggü. 2022 geändert „Würden Sie sagen, dass Sie im Vergleich zu vor Covid jedes der folgenden Verkehrsmittel insgesamt häufiger, gleich häufig oder seltener benutzen?“ Befragte: Benutzer von Verkehrsmitteln

IN ERSTER LINIE SIND ES FINANZIELLE GRÜNDE, DIE DIE ÄNDERUNG DER GEWOHNHEITEN ERKLÄREN, MEHR ALS AUF EUROPÄISCHER EBENE. AUCH VERÄNDERUNGEN DER PERSÖNLICHEN ODER FAMILIÄREN SITUATION BEEINFLUSSEN DIESE VERÄNDERUNGEN.

ENTWICKLUNG DER MOBILITÄTSGEWONNHEITEN GRÜNDE



* Neues Element 2023

Q4 – Sie haben angegeben, dass Sie Ihre Mobilitätsgewohnheiten im Vergleich zu vor 5 Jahren geändert haben. Welche der im Folgenden genannten Gründe sind die wichtigsten Gründe, die diese Veränderung erklären? Die Frage wurde ggü. 2022 geändert: „Sie haben gesagt, dass Sie Ihre Mobilitätsgewohnheiten im Vergleich zum letzten Jahr geändert haben.“
 Befragte: Personen, die ihre Mobilitätsgewohnheiten geändert haben

1.3

ABSICHTEN FÜR DIE ZUKUNFT



DIE DEUTSCHEN BEABSICHTIGEN, IN DEN NÄCHSTEN 12 MONATEN MEHR ZU FUß ZU GEHEN

NUTZUNGSABSICHT - %



Delta
(Plus - Minus)



Delta
(Plus - Minus)

Verkehrsmittel	Häufiger als heute	Genauso häufig wie heute	Seltener als heute	Delta (Plus - Minus)	Häufiger als heute	Genauso häufig wie heute	Seltener als heute	Delta (Plus - Minus)
Persönliches Elektrofahrrad	34	53	13	+21	32	51	17	+15
Persönlicher Standroller	35	48	17	+18	26	50	24	+2
Zu Fuß gehen	24	69	7	+17	32	61	7	+25
Carsharing	34	44	22	+12	20	55	25	-5
Öffentliche Verkehrsmittel	21	65	14	+7	25	62	13	+12
Persönliches Standardfahrrad	23	60	17	+6	25	57	18	+7
Firmenwagen	25	55	20	+5	18	59	23	-5
Fahrgemeinschaften	24	56	20	+4	18	59	23	-5
Motorrad/zweirädriger Motorroller	21	59	20	+1	21	57	22	-1
Eigenes Fahrzeug	13	74	13	0	15	69	16	-1
Gemeinsames Fahrrad oder Standroller	21	57	22	-1	20	54	26	-6
Taxi/Ride-Hailing	19	51	30	-11	16	55	29	-13

Häufiger als heute

Genauso häufig wie heute

Seltener als heute

2.

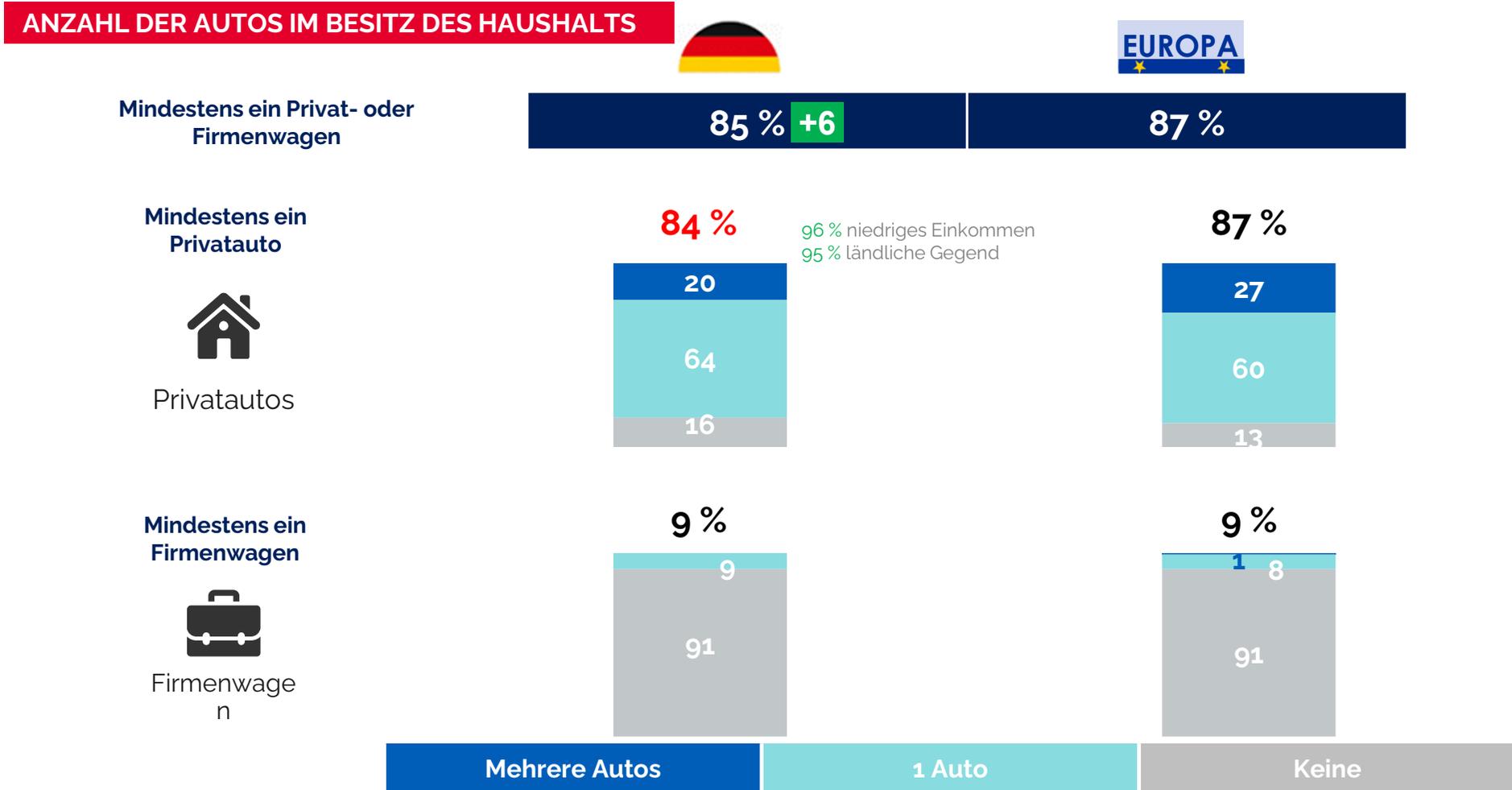
AUSSTATTUNG MIT FAHRZEUGEN UND ABSICHTEN FÜR DIE ZUKUNFT



WICHTIGSTE ERGEBNISSE

- Obwohl er immer noch unter dem europäischen Durchschnitt liegt, wächst der Anteil der deutschen Haushalte, die ein eigenes Auto besitzen, in diesem Jahr. Dabei handelt es sich hauptsächlich um Benzinautos. Aus den Beobachtungen lässt sich kein Trend zum Umstieg auf Elektrofahrzeuge ableiten. Im Übrigen ist das Potenzial von Elektroautos in Deutschland im Vergleich zu anderen europäischen Ländern eher begrenzt: Bei den zukünftigen Kaufabsichten hat das Elektroauto einen relativ geringen Anteil.
- Noch mehr als anderswo wird bei der Anschaffung eines neuen Fahrzeugs der Kauf immer noch sehr stark bevorzugt (im Gegensatz zum Leasing).
- Der bevorzugte Kaufkanal ist für die Hälfte der Deutschen der Händler, auch wenn eine allmähliche Verschiebung der Gewohnheiten hin zu papierlosen Kanälen zu beobachten ist.

DIE DEUTSCHEN HAUSHALTE BESITZEN WENIGER OFT ALS DIE ANDEREN EUROPÄER MINDESTENS EIN EIGENES AUTO. DIESER ANTEIL WIRD JEDOCH IN LÄNDLICHEN GEGENDEN ODER IN HAUSHALTEN MIT GERINGEM EINKOMMEN FAST GLEICH.



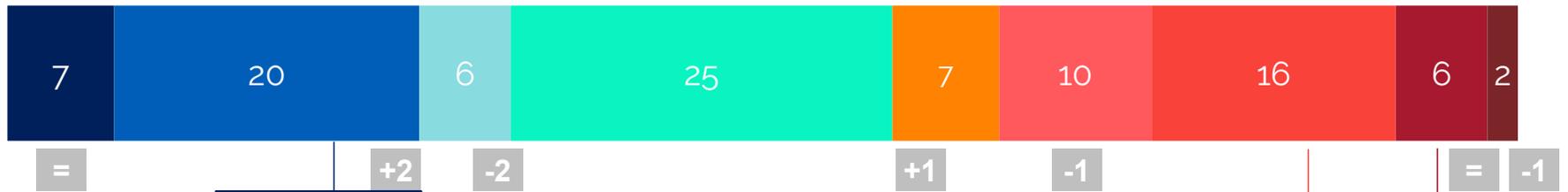
2.1

FOKUS AUF DAS AM HÄUFIGSTEN BENUTZTE FAHRZEUG



DIE SEGMENTE B UND C SIND IM DEUTSCHEN WIE AUCH IM EUROPÄISCHEN FAHRZEUGBESTAND AM GRÖßTEN.

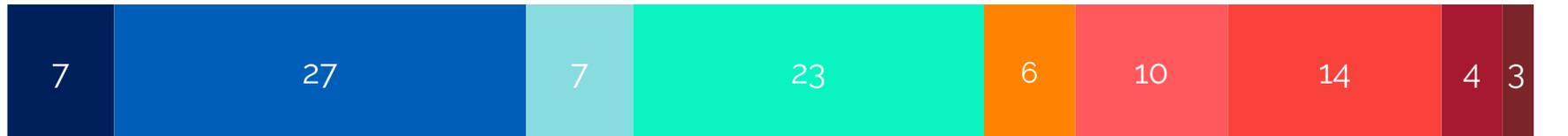
SEGMENT DES HAUPTAUTOS %



25 % Frau

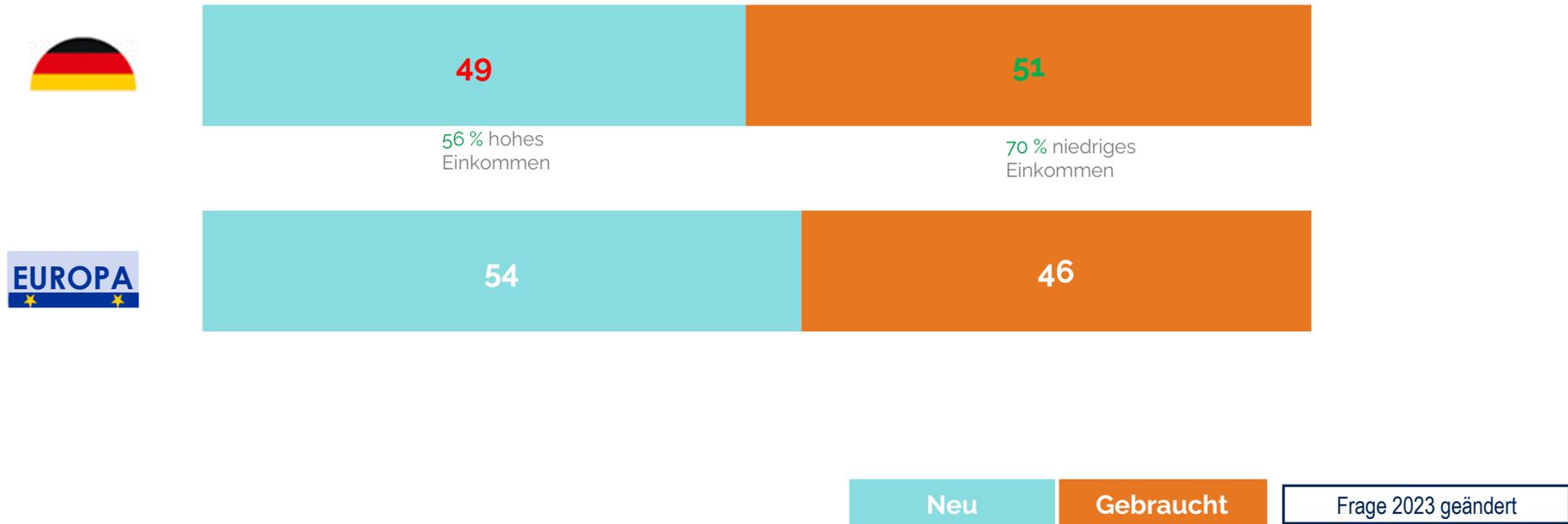
27 % 25-34 Jahre
21 % hohes Einkommen
24 % mindestens ein Kind

22 % 3 Kinder oder mehr
14 % 18-24 Jahre



DER ANTEIL VON NEUWAGEN AM DEUTSCHEN FAHRZEUGBESTAND IST WENIGER GROß ALS IM EU-DURCHSCHNITT

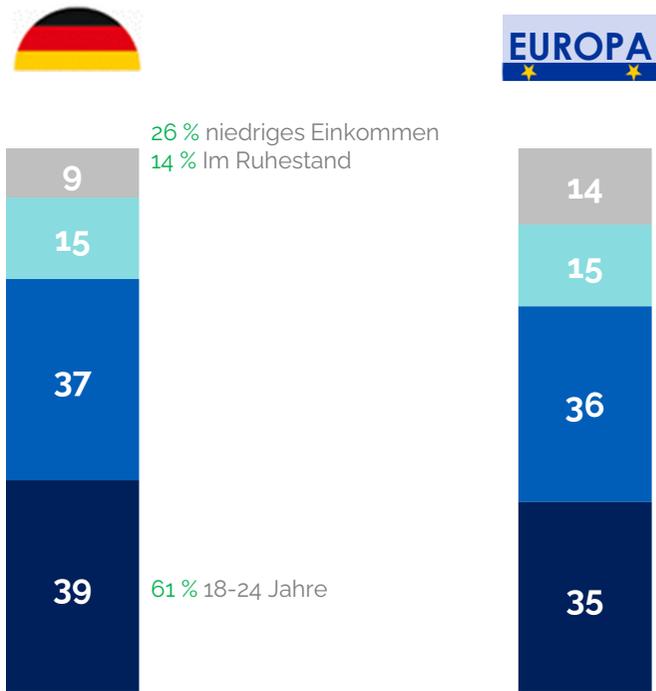
HAUPTWAGEN NEU ODER GEBRAUCHT %



WIE IN GANZ EUROPA WURDEN DIE MEISTEN AUTOS ZWISCHEN 2015 UND 2023 GEKAUFT

NEW

KAUFJAHR %



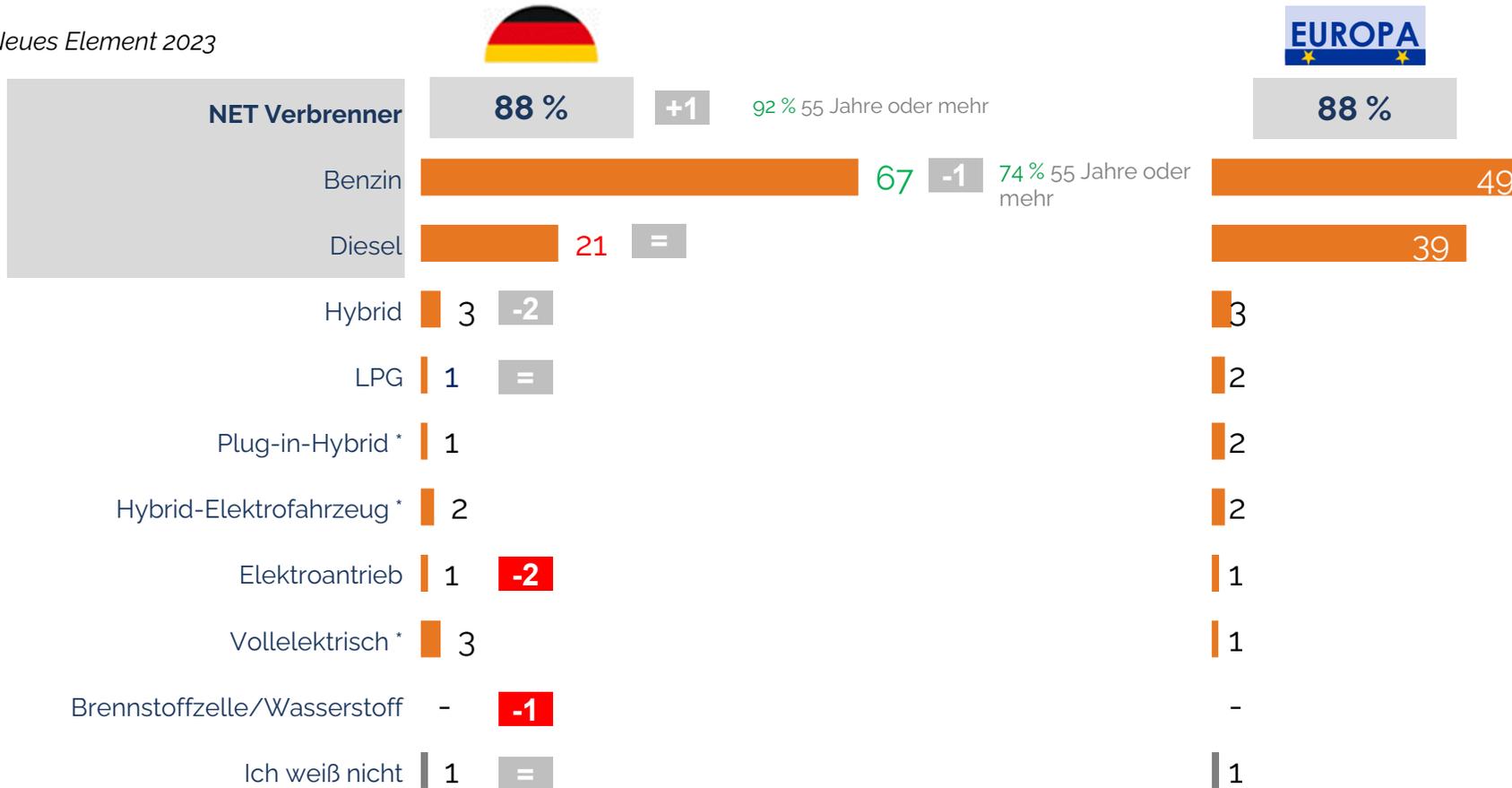
© Ipsos Q14C – In welchem Jahr wurde dieses Auto erworben?
Befragte: Autobesitzer



DER ANTEIL DER AUTOS MIT VERBRENNUNGSMOTOR IST VERGLEICHBAR WIE AUF EUROPÄISCHER EBENE, ABER BENZIN-AUTOS SIND IN DEUTSCHLAND SEHR STARK IN DER MEHRHEIT

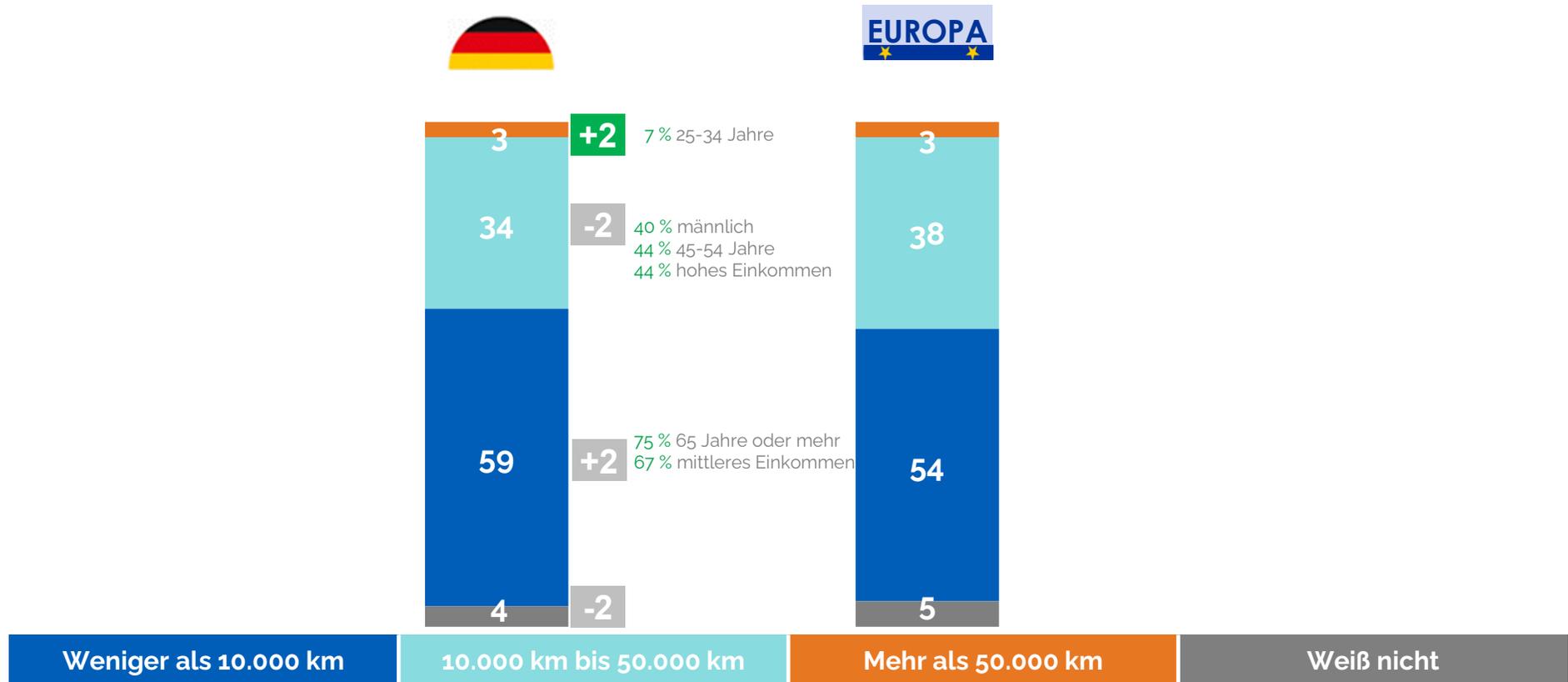
ANTRIEB %

* Neues Element 2023



DIE JÄHRLICH MIT DEM HAUPTWAGEN ZURÜCKGELEGTE ENTFERNUNG IST MIT DER IN ANDEREN EUROPÄISCHEN LÄNDERN VERGLEICHBAR

ZURÜCKGELEGTE KILOMETER PRO JAHR



MEHR ALS ANDERSWO GEBEN DIE DEUTSCHEN DEM KAUF DEN VORZUG VOR DEM LEASING UND BEZAHLEN IHR AUTO IN ZWEI DRITTELN DER FÄLLE BAR.

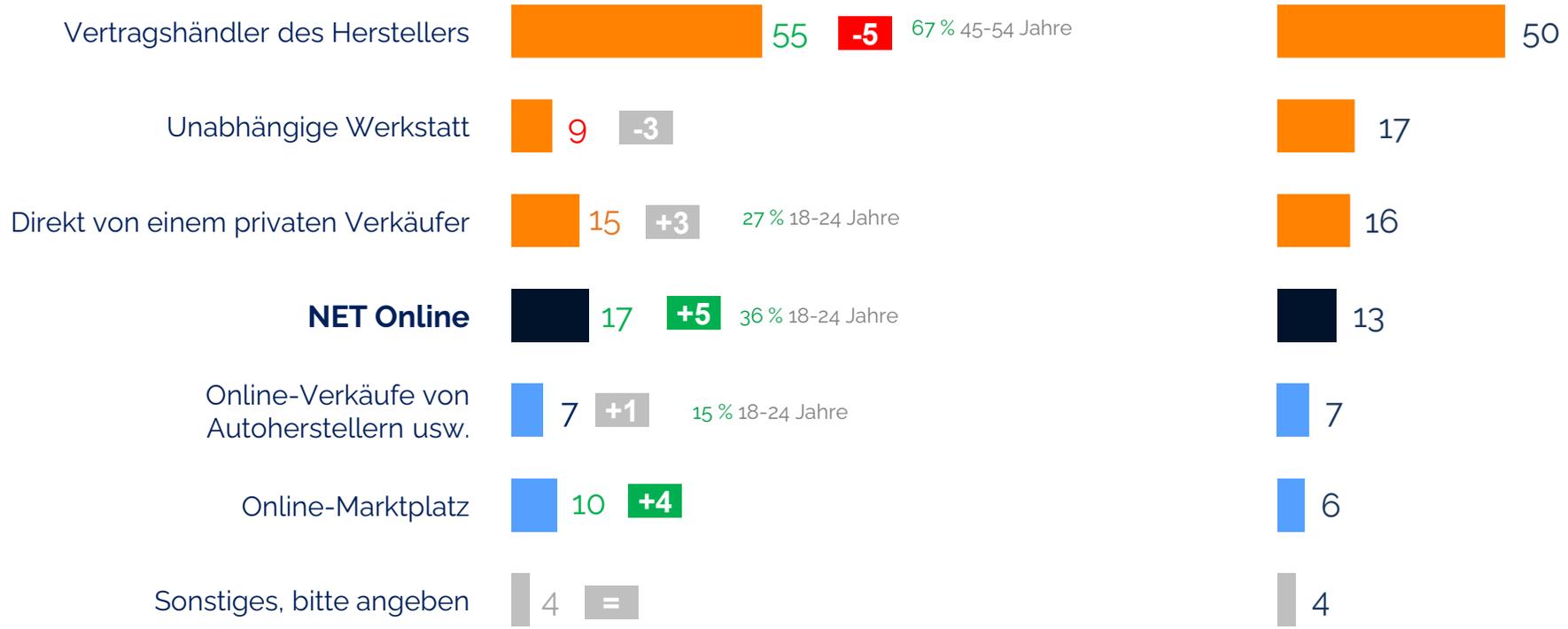
AUTOFINANZIERUNG %

			
NET Kauf	90	+2	87
Es wurde bar gekauft (auf einmal - ohne Kredit)	68	+3	58
Es wurde teilweise bar und teilweise auf Kredit gekauft	16	=	19
Es wurde vollständig auf Kredit gekauft	6	-1	10
NET Leasing	7	-1	8
Leasing mit anfänglicher Anzahlung	3	-1	5
Leasing ohne Anzahlung	4	=	3
Es wurde kostenlos abgegeben	-	=	1
Ich weiß nicht	3	-1	4

98 % 55-64 Jahre

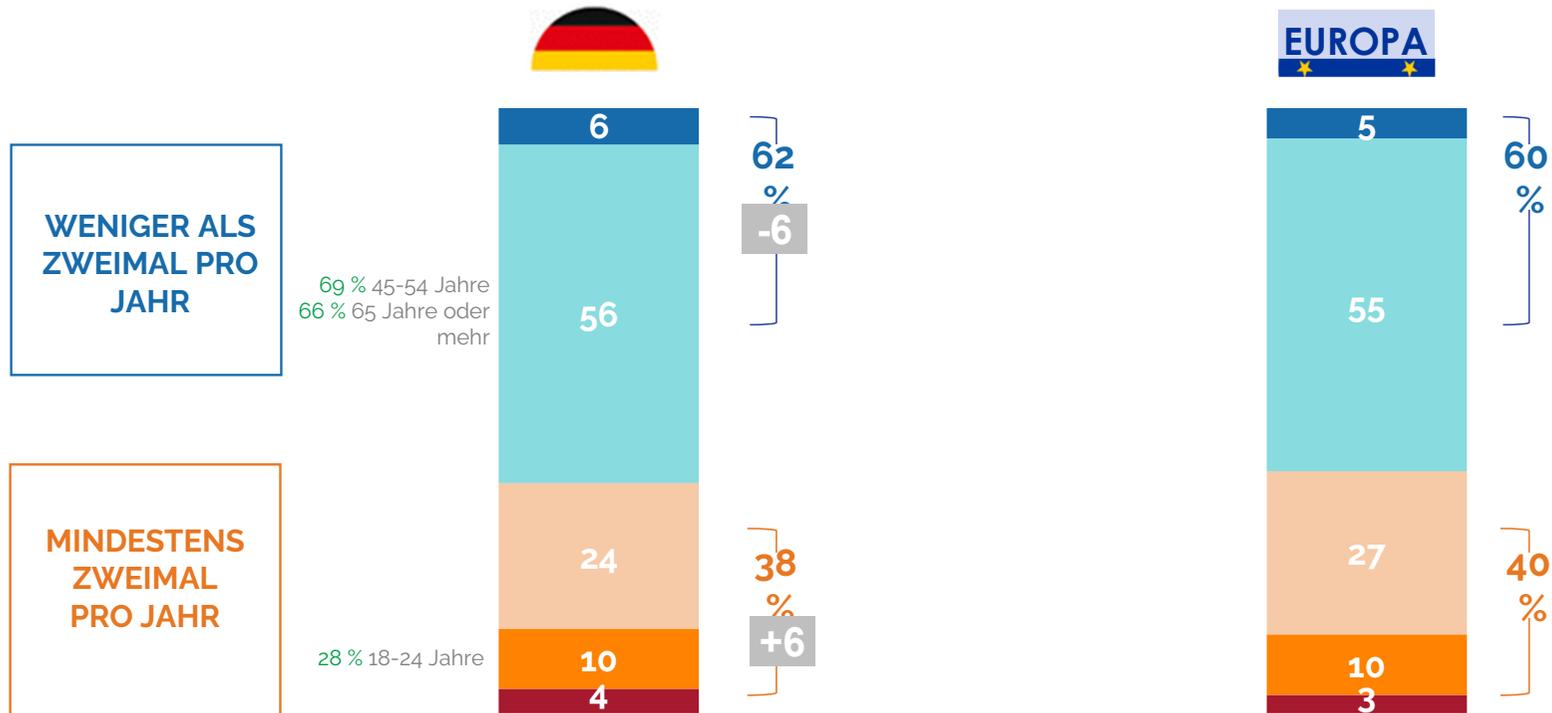
MEHR ALS DIE HÄLFTE DER DEUTSCHEN GEHT BEIM AUTOKAUF ÜBER EINEN HÄNDLER. DIES IST EIN HÖHERER ANTEIL ALS AUF EUROPÄISCHER EBENE, DER JEDOCH SIGNIFIKANT ABNIMMT, ZUGUNSTEN VON ONLINE-KÄUFEN.

AUTOKAUFKANAL %



DIE WARTUNG DES AUTOS WIRD GENAUSO HÄUFIG DURCHGEFÜHRT WIE IM EUROPÄISCHEN DURCHSCHNITT: WENIGER ALS ZWEIMAL PRO JAHR FÜR MEHR ALS 6 VON 10 DEUTSCHEN

HÄUFIGKEIT VON REPARATUR, WARTUNG UND INSTANDHALTUNG



© Ipsos Q23 – Wie oft gehen Sie für die Reparatur, Wartung und Instandhaltung Ihres Fahrzeugs in eine Werkstatt?
Befragte: Autobesitzer

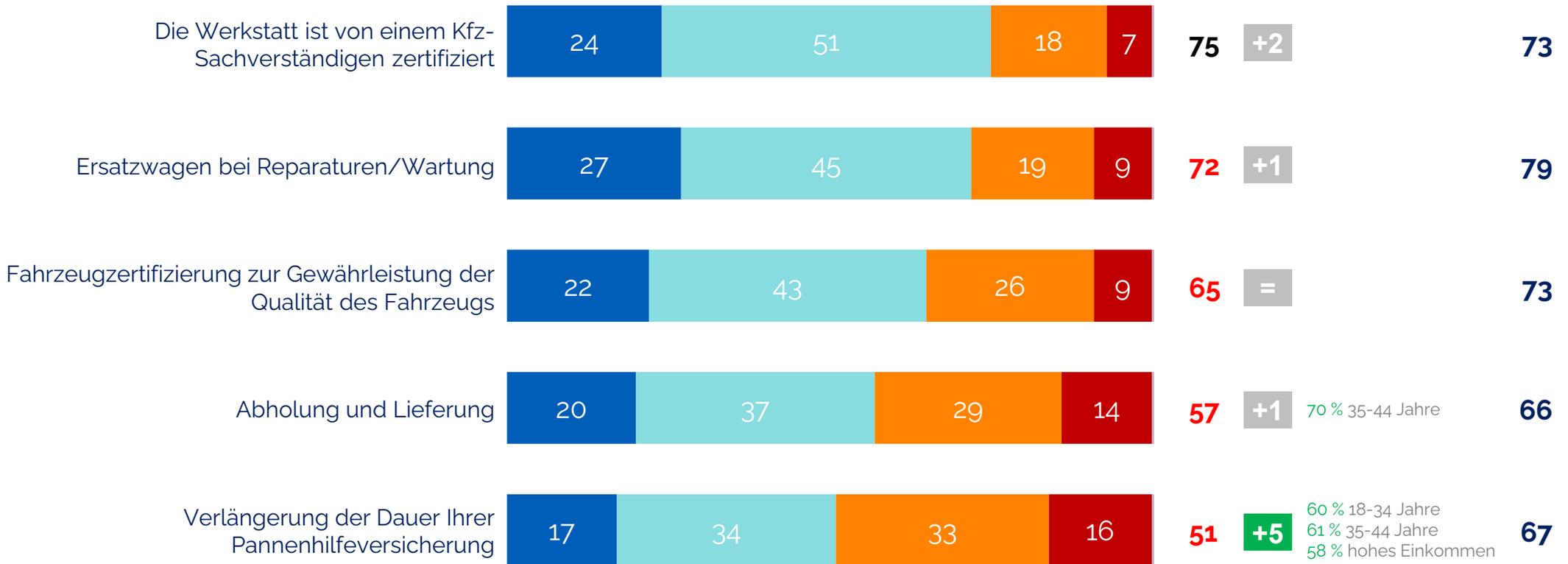


DIE ZERTIFIZIERUNG DER WERKSTATT IST DER WICHTIGSTE GRUND BEI DER WAHL DES ORTES, DEM DIE DEUTSCHEN IHR AUTO ZUR WARTUNG ODER INSTANDHALTUNG ANVERTRAUEN. AUCH DIE BEREITSTELLUNG EINES ERSATZFAHRZEUGS IST VON NICHT ZU UNTERSCHÄTZENDER BEDEUTUNG.

GRÜNDE FÜR DIE WAHL EINER WERKSTATT ODER EINES HÄNDLERS



%JA **EUROPA**



Ja, auf jeden Fall **Ja, wahrscheinlich** **Nein, wahrscheinlich nicht** **Nein, auf keinen Fall**

Q24 – Wenn eine Werkstatt/ein Händler die folgenden Dienstleistungen anbietet, würden Sie sie vorzugsweise für die Reparatur, Wartung und Instandhaltung Ihres Fahrzeugs wählen? Wenn angeboten... Befragte: Autobesitzer

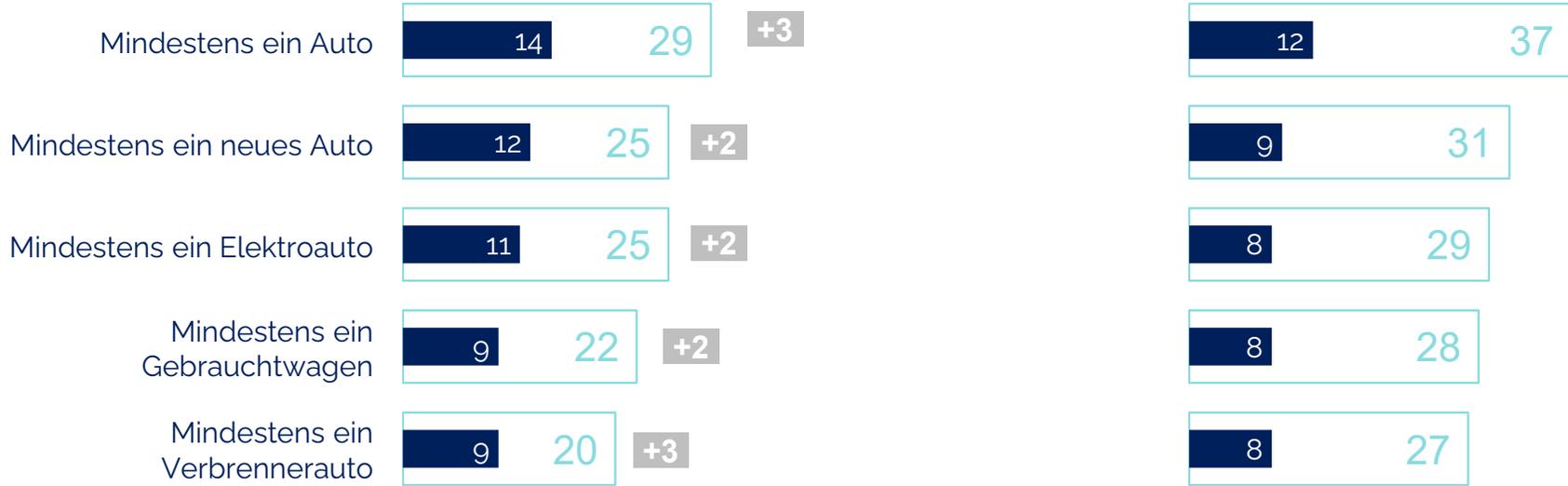
2.2

ABSICHTEN



DIE KAUFGEWOHNHEITEN VERÄNDERN SICH RELATIV WENIG

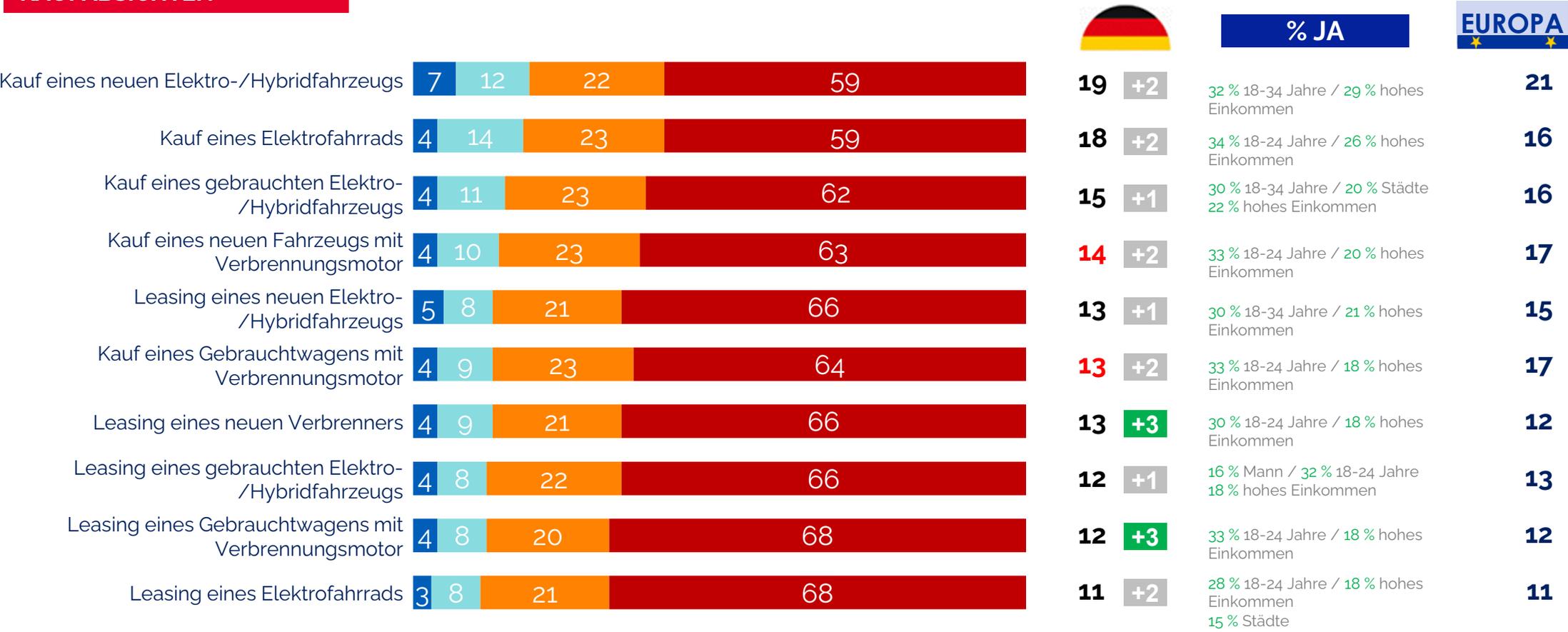
KAUFABSICHTEN



Ja, auf jeden Fall % JA

IM EINZELNEN IST EINE GEWISSE STABILITÄT BEI DEN KAUFABSICHTEN MIT EUROPAWEIT VERGLEICHBAREN ERGEBNISSEN FESTZUSTELLEN

KAUFABSICHTEN



Q25 – Haben Sie die Absicht, in den nächsten 12 Monaten Folgendes zu tun ...?
Befragte: Alle

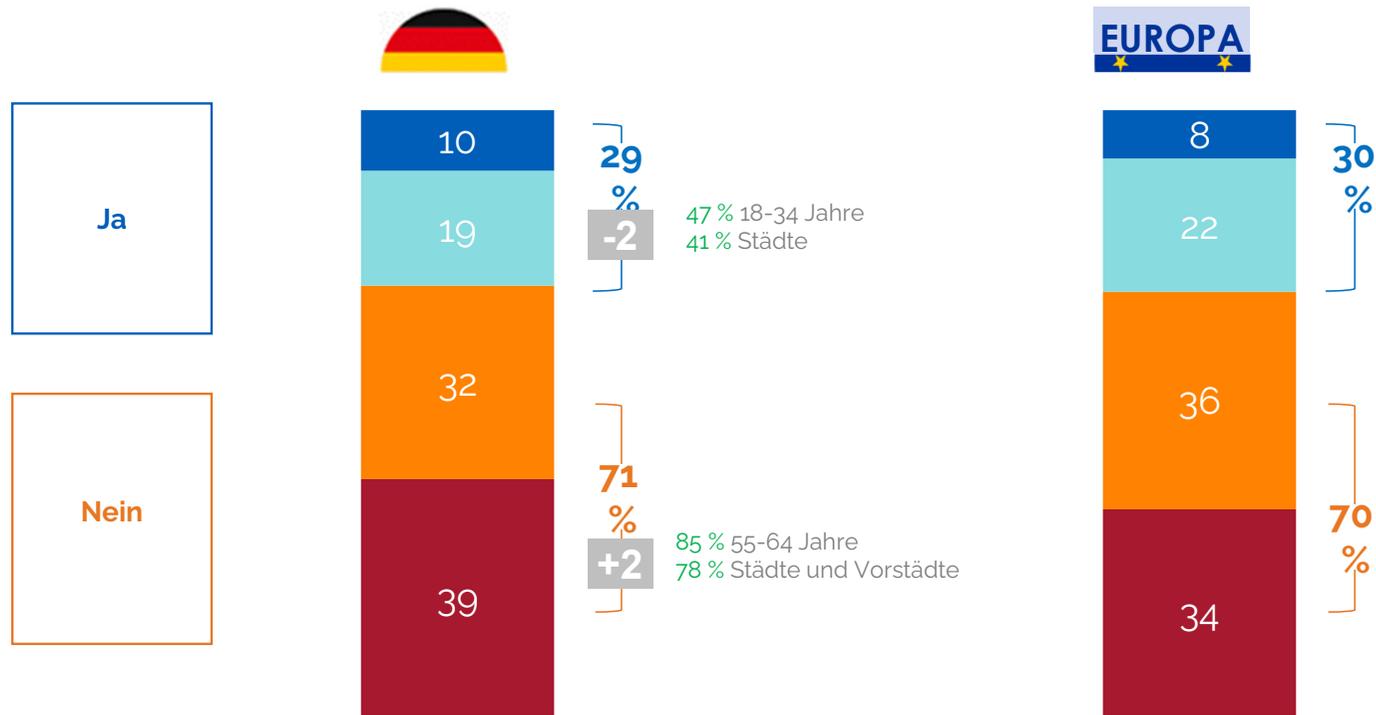
WIE BEIM KAUF IHRES AKTUELLEN AUTOS BEABSICHTIGT EINE RELATIVE MEHRHEIT DER POTENZIELLEN DEUTSCHEN AUTOKÄUFER, IHR NEUES FAHRZEUG ÜBER EINEN HÄNDLER ZU ERWERBEN

BEABSICHTIGTER KAUFKANAL %



JEDER DRITTE DEUTSCHE KANN SICH VORSTELLEN, KEIN EIGENES AUTO MEHR ZU BESITZEN - VERGLEICHBAR MIT DER EUROPÄISCHEN EBENE

ABSICHT, KEIN AUTO MEHR ZU HABEN

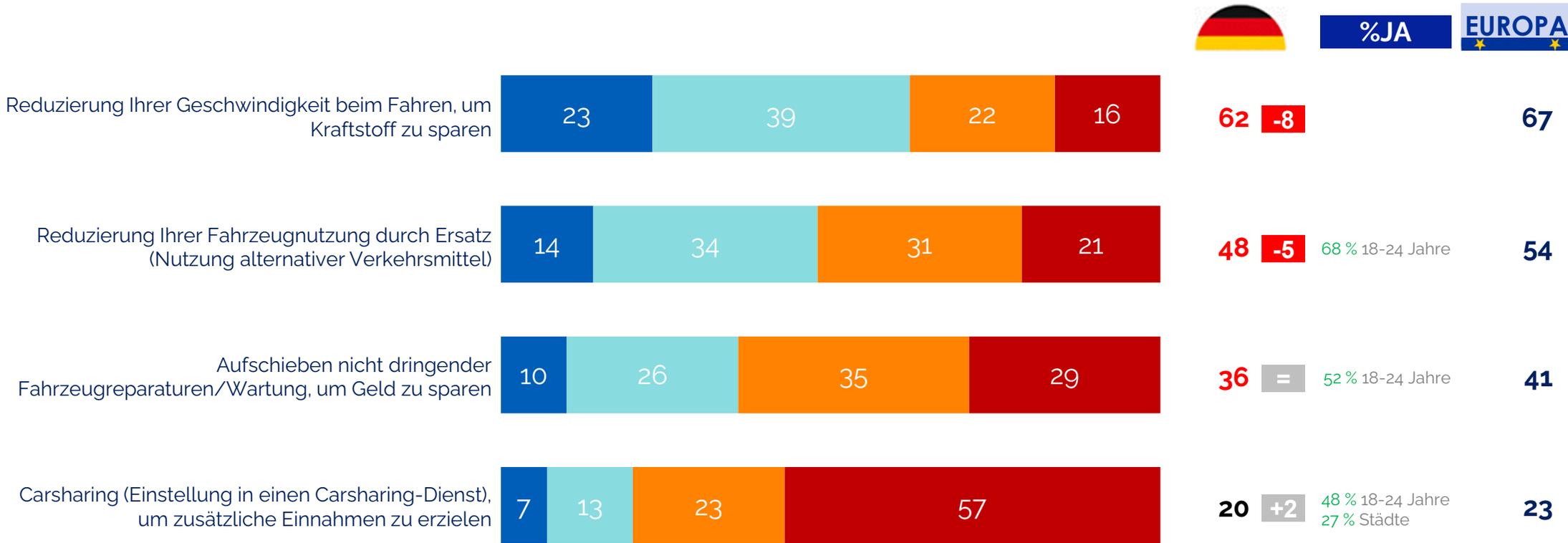


Ja, auf jeden Fall
Ja, wahrscheinlich
Nein, wahrscheinlich nicht
Nein, auf keinen Fall

© Ipsos Q28 – Könnten Sie sich vorstellen, in Zukunft kein eigenes Fahrzeug mehr zu besitzen?
Befragte: Autobesitzer

DIE DEUTSCHEN ERWÄGEN SELTENER, IHRE GEWOHNHEITEN IN BEZUG AUF IHR AUTO ZU ÄNDERN. DER GEDANKE, SEINE GESCHWINDIGKEIT ZU REDUZIEREN, ÜBERWIEGT, VERLIERT ABER IN DIESEM JAHR AN BODEN.

VERHALTENSÄNDERUNGEN



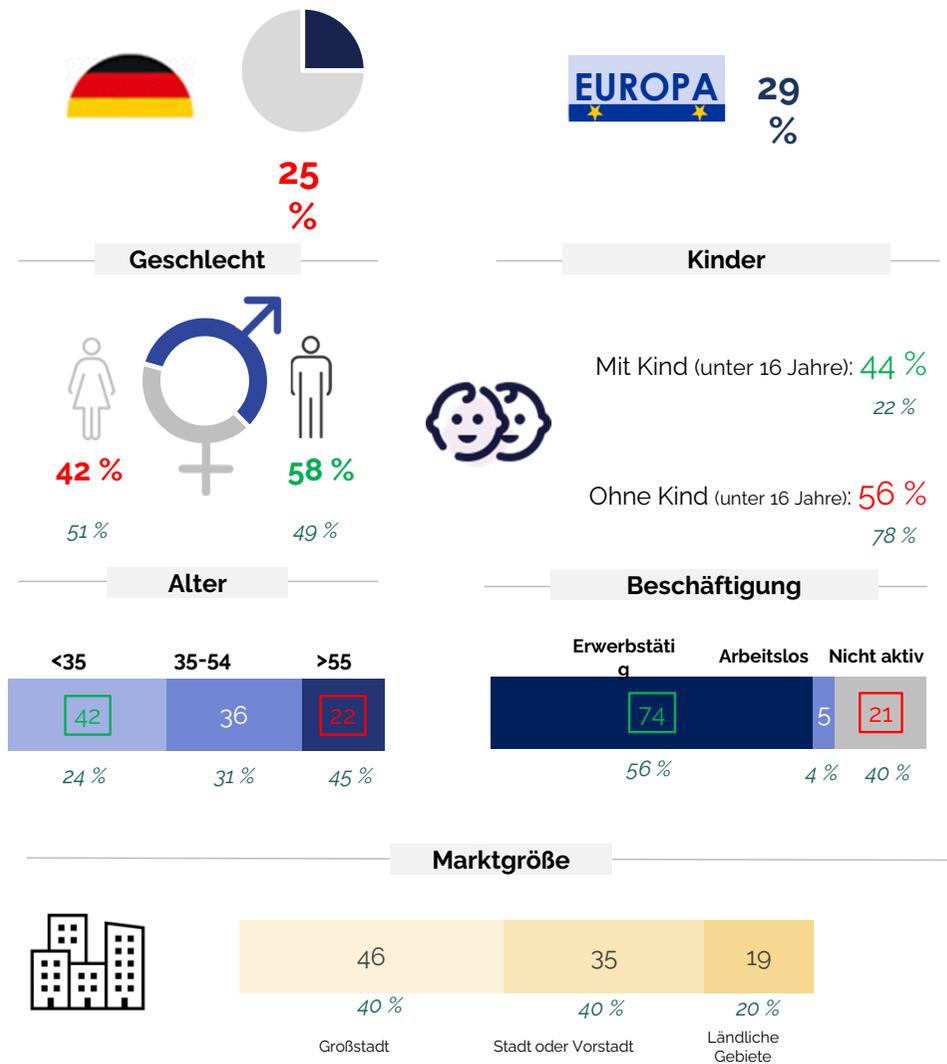
Q31 – Welche der folgenden Maßnahmen als Reaktion auf die aktuelle Situation (Energiekrise, Inflation usw.) könnten Sie in den nächsten 6 Monaten in Betracht ziehen?
Befragte: Autobesitzer

2.3

FOKUS AUF ELEKTROAUTOS



PROFIL VON PERSONEN MIT KAUFABSICHT ELEKTROAUTO



Wer sind sie?

- Es handelt sich eher um junge Männer (58 %), die keine Kinder haben (56 %) und berufstätig sind (74 %).
- Sie legen Wert auf Umweltaspekte und sind mehr über die ökologische Situation besorgt (68 % fühlen sich schlecht in Bezug auf ihren ökologischen Fußabdruck ggü. 37 %).

Was tun sie?

- Sie nutzen alle Verkehrsmittel stärker.
- Sie haben ein höheres Mobilitätsbudget (317 € pro Monat ggü. 153 €)
- Sie arbeiten häufiger von zu Hause aus (68 % ggü. 50 %)
- Sie besitzen mehr Fahrräder (81 % ggü. 67 %)
- Sie nutzen weniger Autos mit Verbrennungsmotor (75 % ggü. 88 %)

Was wollen sie?

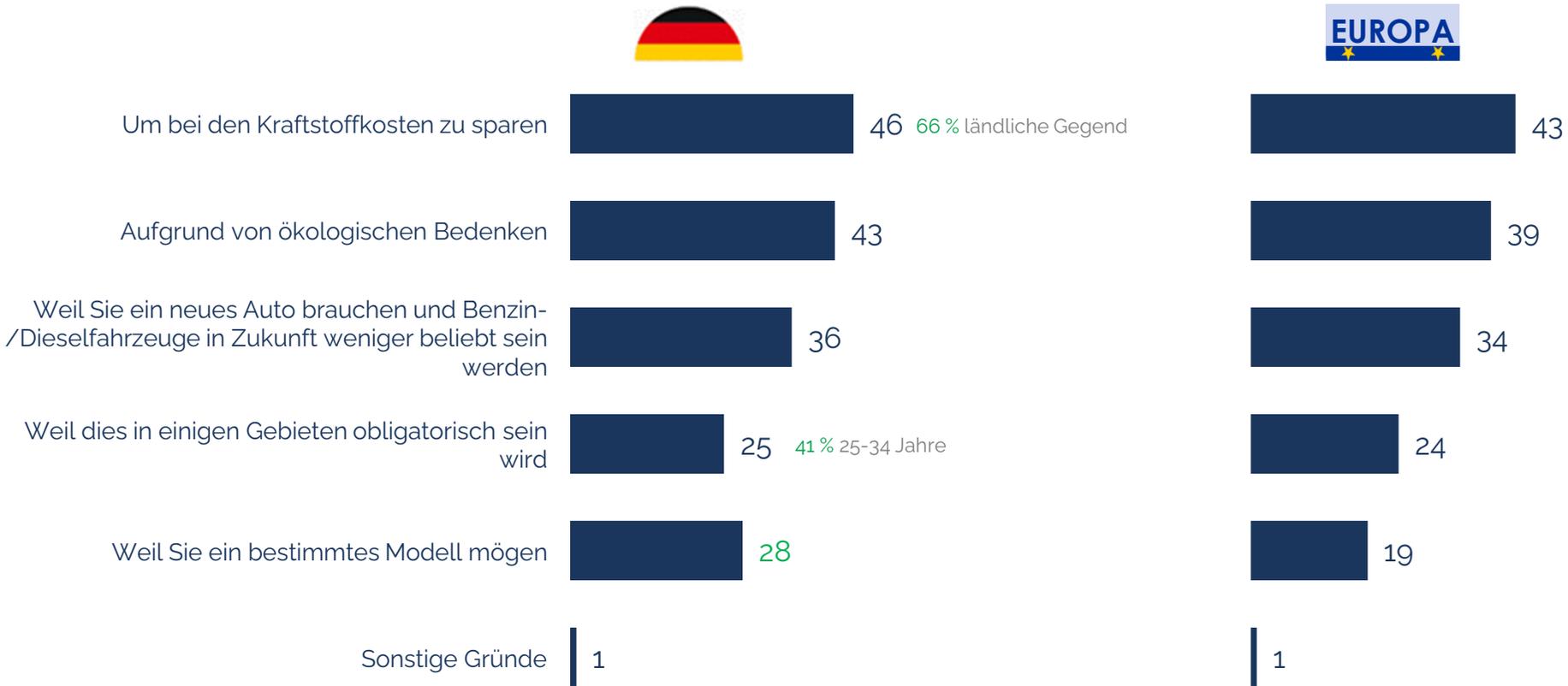
- Sie erwägen den Kauf oder das Mieten eines Elektroautos hauptsächlich, um Geld zu sparen (46 %), gefolgt von ökologischen Gründen (43 %).
- Sie beabsichtigen, dieses Auto hauptsächlich bei einem Händler des Herstellers zu erwerben (42 %)
- Sie ziehen in Erwägung, in Zukunft kein eigenes Auto mehr zu besitzen (50 % ggü. 29 %)
- Beim Kauf eines Elektroautos wünschen sie sich in erster Linie eine Versicherung oder einen Service, der eine umfassende Ladesäulenkarte (62 %) und eine Liste der zertifizierten Werkstätten für die Wartung und Reparatur ihres Fahrzeugs (56 %) bietet.

Wie interessiert sind sie an den neuen Angeboten von Europ Assistance?

- Sie sind an einer Versicherung interessiert, die alle ihre Fahrten und Mobilitätssituationen abdeckt (73 % ggü. 34 %)
- Sie sind auch an dem Angebot eines Mobilitätsbudgets interessiert (74 % ggü. 44 %)

GELD SPAREN UND ÖKOLOGISCHE GESICHTSPUNKTE SIND DIE HAUPTGRÜNDE FÜR DEN KAUF EINES ELEKTROAUTOS.

KAUFS EINES

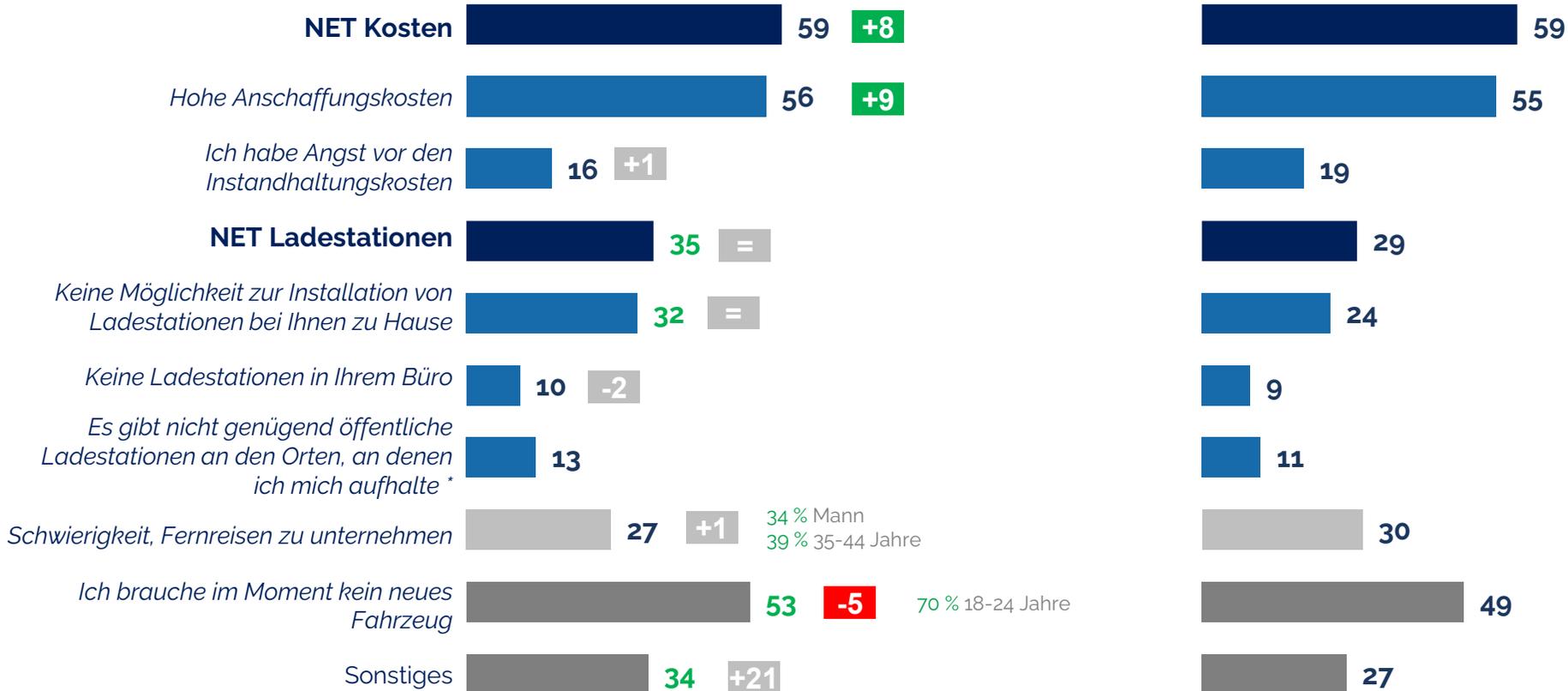


Q25B. Sie sagten, Sie erwägen den Kauf / das Leasing eines Elektrofahrzeugs / (Plug-in-Hybrid...), aus welchen Gründen?
Befragte: Personen mit Kaufabsicht für ein Elektroauto

DIE ANSCHAFFUNGSKOSTEN SIND FÜR DIE DEUTSCHEN DAS GRÖßTE HINDERNIS FÜR DIE ANSCHAFFUNG EINES ELEKTROAUTOS, UND DAS MIT STEIGENDER TENDENZ.

HEMMNISSE FÜR DEN KAUF EINES ELEKTROAUTOS

* Neues Element 2023



Q29 – Was sind die Hauptgründe, warum Sie den Kauf eines Elektrofahrzeugs nicht in Betracht ziehen?
Befragte: Personen ohne Kaufabsicht für ein Elektroauto

FAST 7 VON 10 DEUTSCHEN KÖNNTEN DIE NUTZUNG EINES ELEKTROFAHRZEUGS IN BETRACHT ZIEHEN, WENN SIE EINE GENAUE LADESÄULENKARTE HÄTTEN. AUCH EINE WALLBOX ZU HAUSE KÖNNTE FÜR MEHR ALS 6 VON 10 PERSONEN AUSSCHLAGGEBEND SEIN.

ZUSÄTZLICHE SERVICELEISTUNGEN



Ladesäulenkarte

68 %

Wallbox für zu Hause

62 %

69 % Mann
72 % hohes Einkommen
69 % Städte und Vorstädte

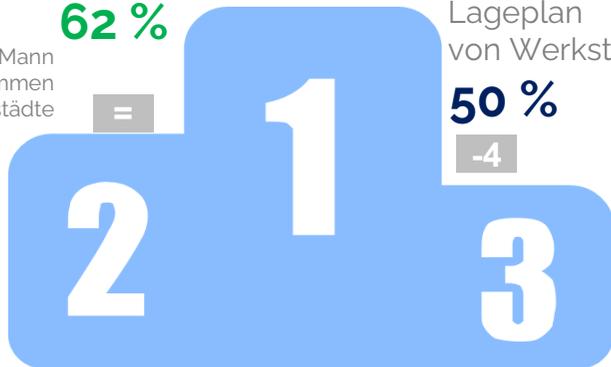
=

-2

Lageplan von Werkstätten

50 %

-4



Ladesäulenkarte

60 %

Pannenhilfe für Elektroauto

54 %

Lageplan von Werkstätten

47 %



FÜR 7 VON 10 DEUTSCHEN GIBT ES KEINE ZUSÄTZLICHEN DIENSTLEISTUNGEN, DIE SIE ZUM UMSTIEG AUF EIN ELEKTROAUTO BEWEGEN WÜRDEN

ZUSÄTZLICHE SERVICELEISTUNGEN, ANREIZE FÜR DEN ELEKTROAUTO-KAUF

PRÄFERENZ

Ich brauche kein Elektroauto / Ich mag keine Elektroautos / Ich vertraue Elektroautos nicht / Elektroautos sind noch nicht zuverlässig, von geringer Qualität

6 %

KOSTEN

Zu teuer / Ich hätte gerne einen günstigeren Preis

5 %

SERVICE

2 %

REICHWEITE

1 %

LADESTATION

1 %

NICHTS / kein Service / keine Versicherung / kein Interesse

70 %

ICH WEISS NICHT

16 %

Einige Äußerungen

« Diese Schrotthaufen kommen mir nicht ins Haus. Einmal aufladen ist teurer als jeder fossile Kraftstoff. Aber das versaut die geistesranke Regierung auch noch, aber die Strompreise explodieren genauso.»

« Es gibt überhaupt keinen Anreiz ein Elektroauto zu kaufen. Jeder moderne Diesel ist besser als ein Elektroauto. Vor allem so lange es mit Strom aus Atom-, Kohle- und Gaskraftwerken betrieben werden muss. Außerdem werden die Komponenten der Batterie von Kindern ausgegraben.»

« Eventuell die sehr geringen und subventionierten Anschaffungskosten.»

« Zuschuss zum Kauf Günstigere Versicherung»

3. MIKROMOBILITÄT

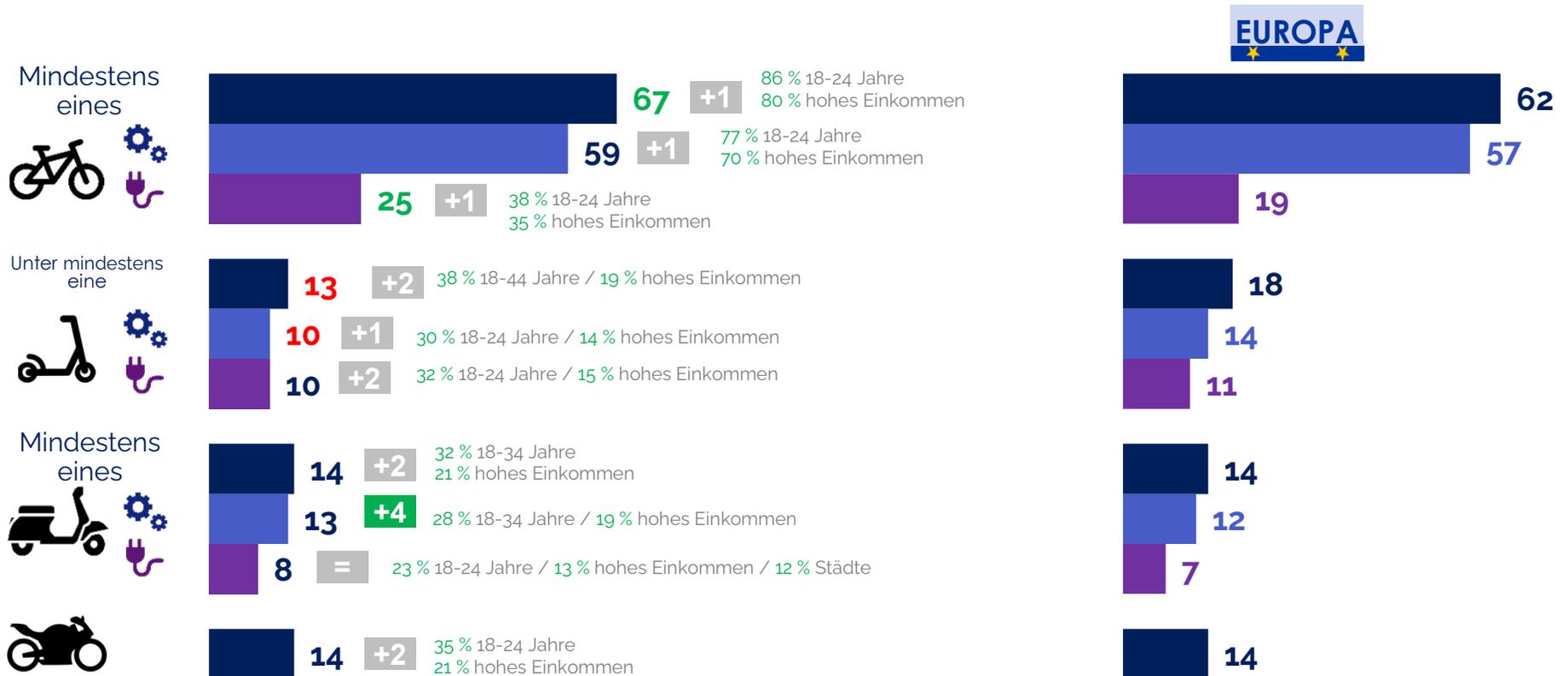


WICHTIGSTE ERGEBNISSE

- Die Anzahl der Fahrräder in deutschen Haushalten ist höher als im EU-Durchschnitt, insbesondere bei den Elektrofahrrädern, die stärker vertreten sind als international.
- Die Deutschen sind im Vergleich zu allen Europäern häufiger vollständig durch ihre Versicherung abgedeckt, wenn sie mit ihrem Fahrrad oder ihrem Mikromobilitäts-Fahrzeug Probleme haben oder einen Unfall erleiden.
- Das Interesse an einer personenbasierten Versicherung ist in der deutschen Bevölkerung nicht sehr stark ausgeprägt.

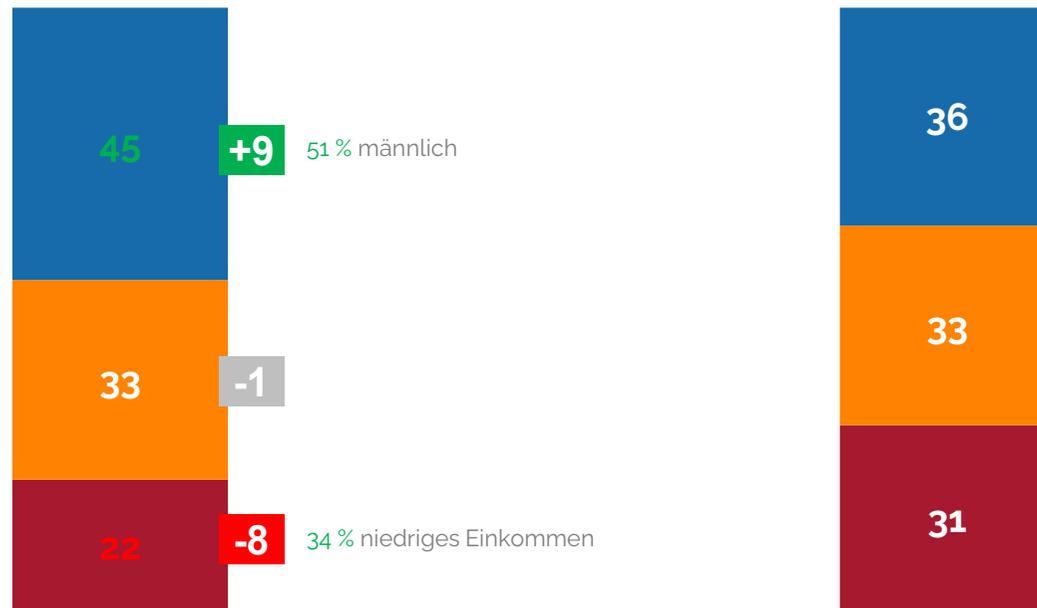
DIE DEUTSCHEN BESITZEN MEHR FAHRRÄDER ALS IHRE EUROPÄISCHEN NACHBARN, SIND ABER SELTENER BESITZER VON STANDROLLERN.

BESITZER VON MOTORRÄDERN / FAHRRÄDERN - MINDESTENS EINES %



DER ANTEIL DER DEUTSCHEN NUTZER, DIE VOLLSTÄNDIG DURCH IHRE VERSICHERUNG ABGEDECKT SIND, LIEGT ÜBER DEM EU-DURCHSCHNITT UND STEIGT IN DIESEM JAHR DEUTLICH AN.

VERSICHERUNGEN FÜR MIKROMOBILITÄT



Meine Versicherung deckt mich vollständig ab

Ich bin nicht sicher, ob ich abgedeckt bin

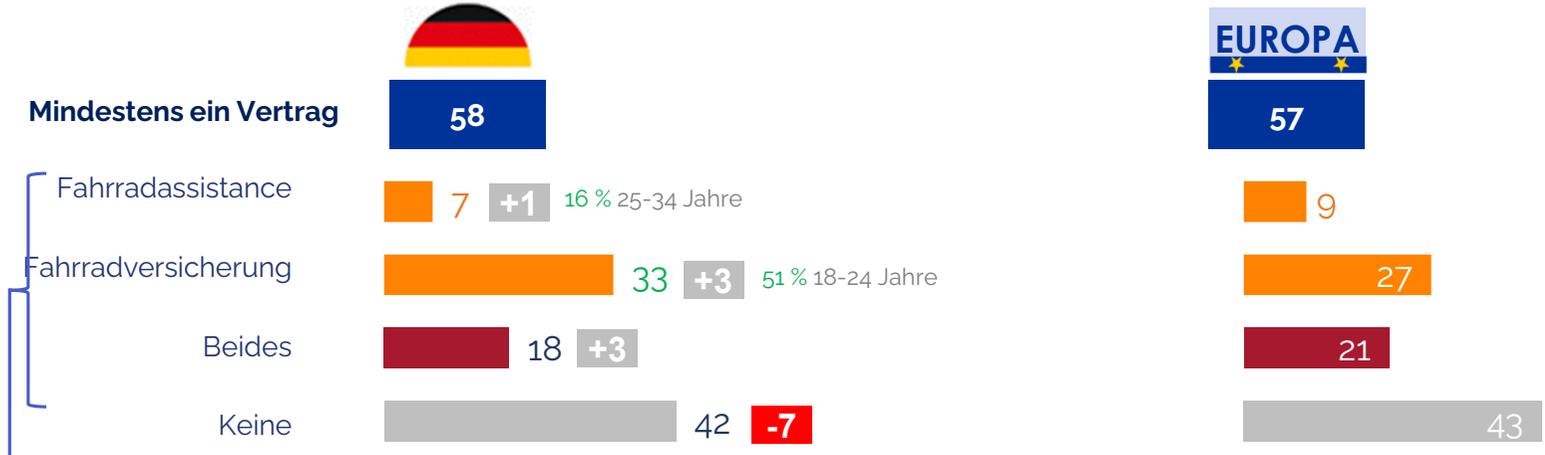
Ich weiß, dass ich nicht versichert bin

© Ipsos Q38 – Welcher Satz trifft auf Ihre Versicherungssituation zu, wenn Sie bei der Benutzung eines Fahrrads/Rollers ein Problem oder einen Unfall haben? Befragte: Nutzer von Mikromobilität oder Fahrrädern

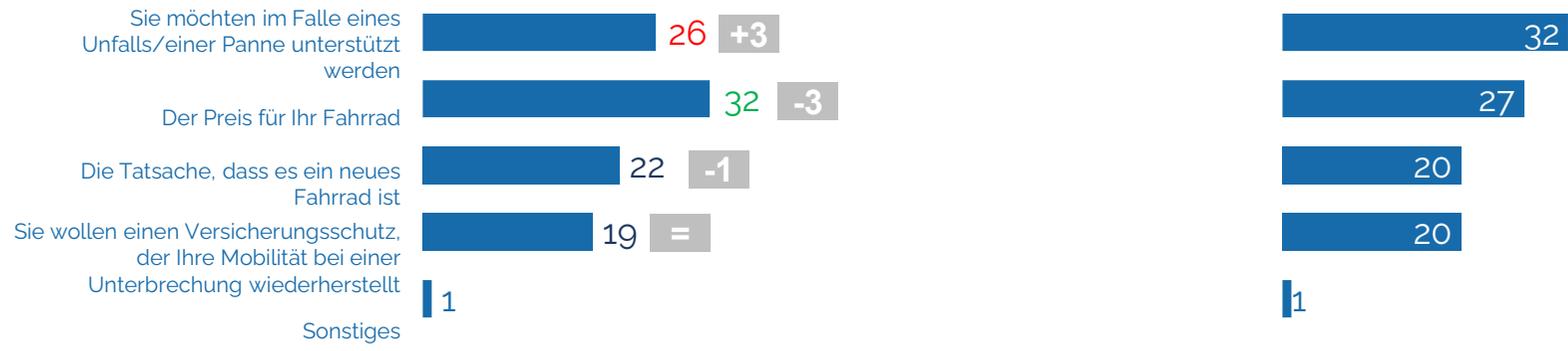


EIN DRITTEL DER DEUTSCHEN IST AN EINER VERSICHERUNG IM ZUSAMMENHANG MIT DEM KAUF EINES FAHRRADS INTERESSIERT. IHRE HAUPTMOTIVATION IST DER PREIS DES FAHRRADS.

INTERESSE AN EINER FAHRRADVERSICHERUNG %



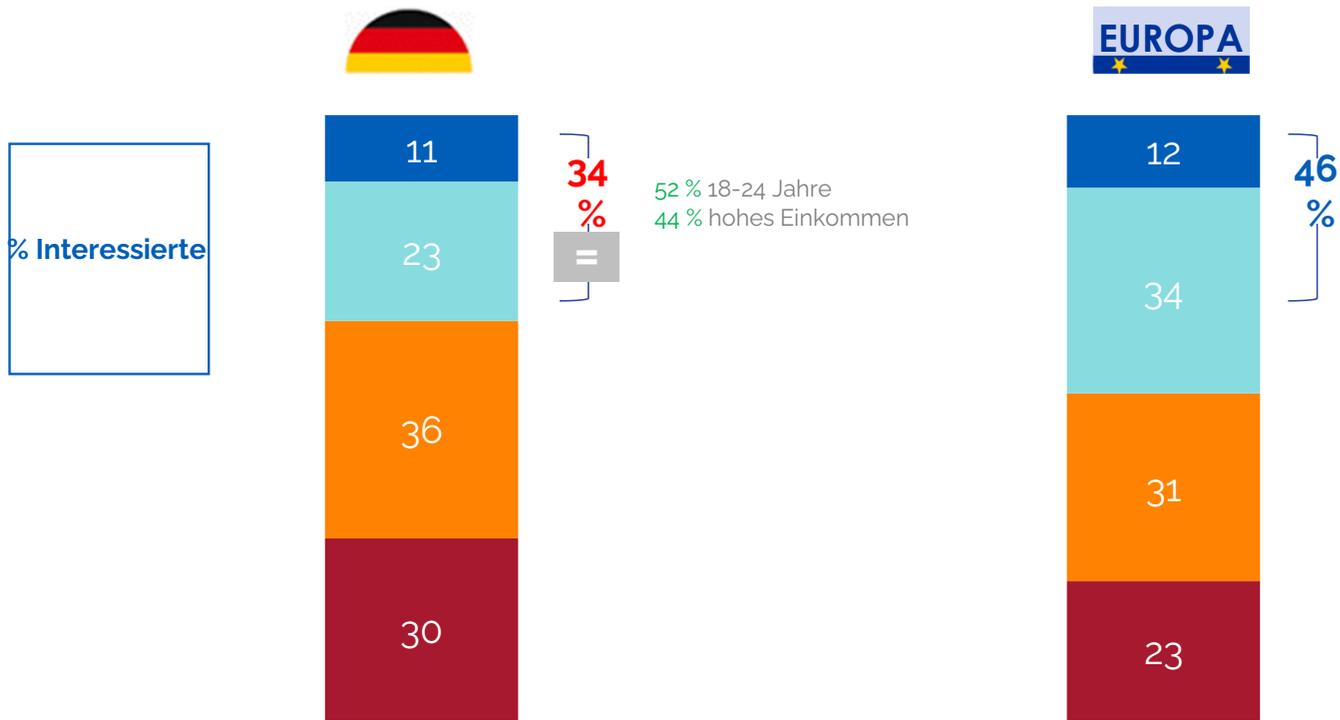
GRÜNDE FÜR INTERESSE %



Q39 – Würden Sie beim Kauf eines neuen Fahrrads den Abschluss einer Fahrradassistance (Hilfe bei Pannen/Unfällen)/-versicherung (finanzielle Entschädigung bei Schäden/Diebstahl) in Betracht ziehen? / Q40 - Welche Faktoren würden Sie dazu bewegen, eine Fahrradassistance/-versicherung abzuschließen? Befragte: Fahrradbesitzer / Interessierte

DAS INTERESSE AN EINER PERSONENBEZOGENEN VERSICHERUNG IST WENIGER STARK AUSGEPRÄGT ALS IN DEN ANDEREN EUROPÄISCHEN LÄNDERN, ABER ES IST BEI DEN JÜNGEREN STÄRKER.

INTERESSE AN EINER PERSONENBASIERTEN VERSICHERUNG



Sehr interessiert

Interessiert mich ziemlich

Interessiert mich eigentlich nicht

Interessiert mich überhaupt nicht

4. AUTOVERSICHERUNG & DAMIT VERBUNDENE DIENSTLEISTUNGEN

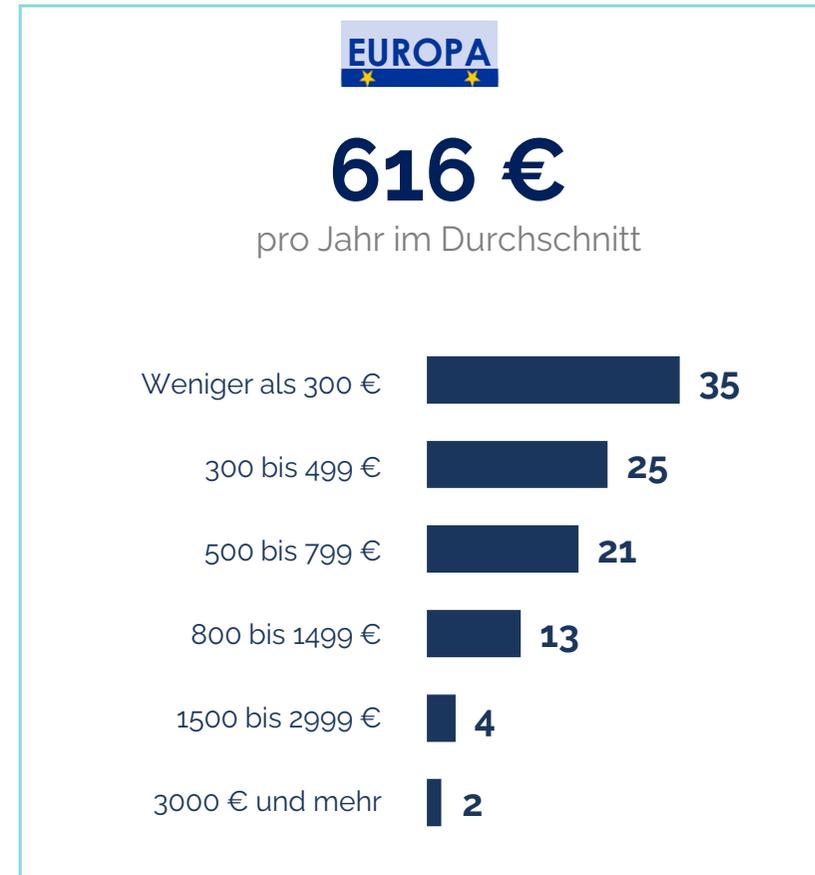
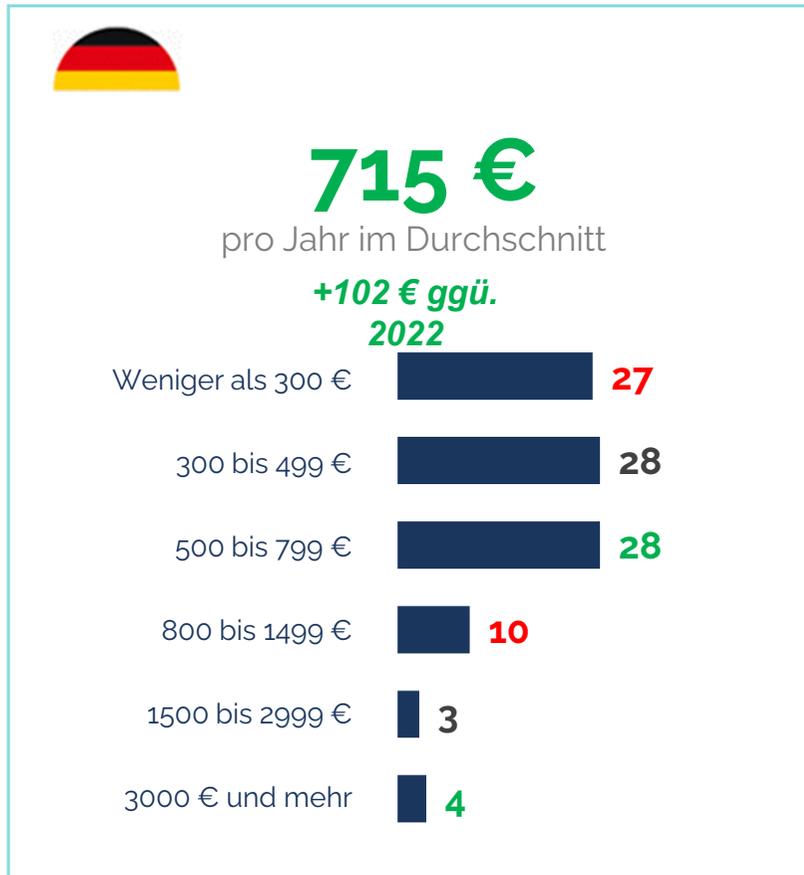


WICHTIGSTE ERGEBNISSE

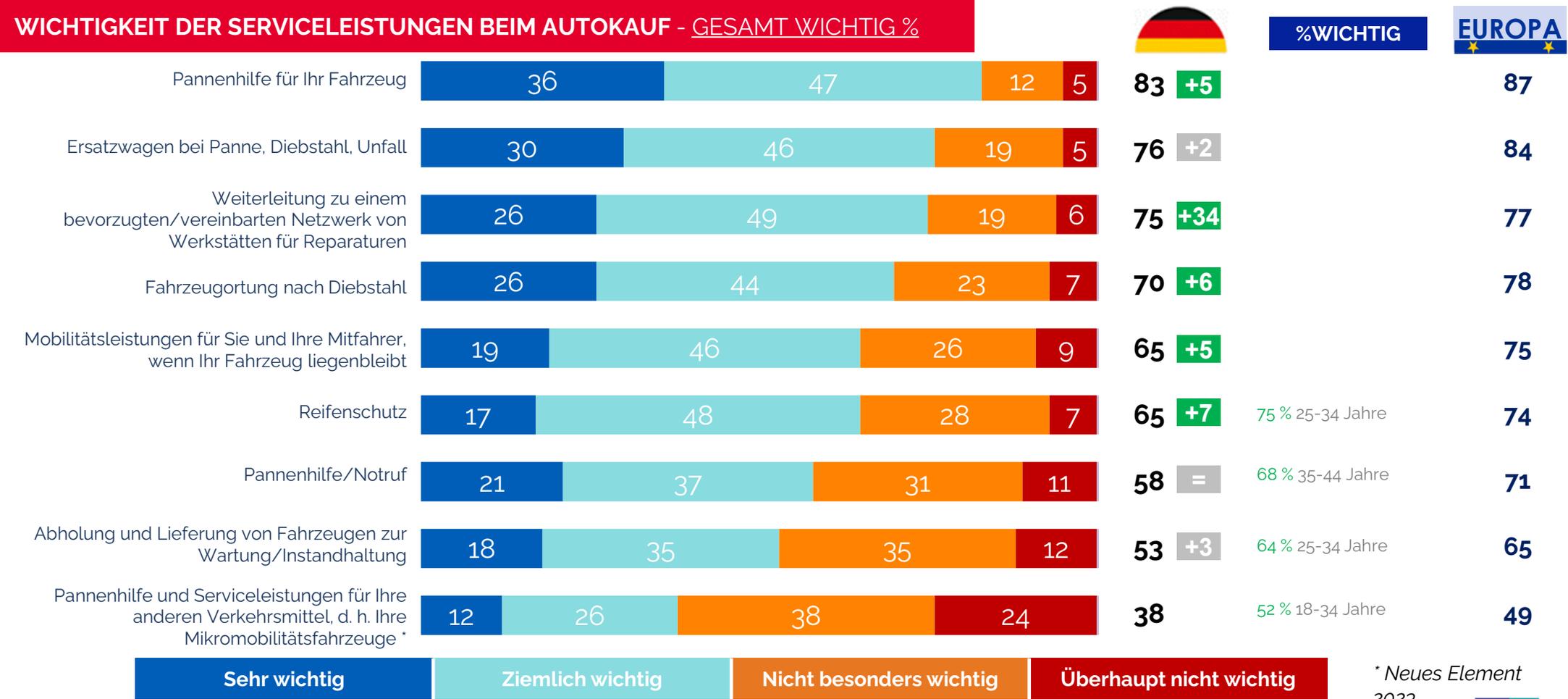
- Der Betrag, der für die Kfz-Versicherung aufgewendet wird, ist in Deutschland im Vergleich zu den anderen europäischen Ländern hoch. Mehr noch, er ist in diesem Jahr gestiegen.
- Im Rahmen des Abschlusses einer Versicherung für ein neues Fahrzeug hat sich das Interesse an allen gelisteten Leistungen verstärkt. Insbesondere gibt es eine viel größere Zustimmung als früher für die Weiterleitung an ein Netzwerk anerkannter Werkstätten.
- Diese Dienstleistungen könnten, wenn sie optional wären, durchschnittlich 17 % des Gesamtbudgets für die Kfz-Versicherung ausmachen, ein Betrag, der mit dem europäischen Durchschnitt vergleichbar ist.
- Was die Kontaktkanäle bei Problemen betrifft, so hat die Möglichkeit, einen menschlichen Mitarbeiter zu erreichen, für die Deutschen weiterhin Priorität, aber sie sind eher als ihre europäischen Nachbarn bereit, mit einem virtuellen Agenten zu kommunizieren.

EIN JÄHRLICHES KFZ-VERSICHERUNGSBUDGET VON 715 €, DAS WEITER STEIGT UND HÖHER IST ALS IN GANZ EUROPA.

JAHRESBUDGET KRAFTFAHRZEUGVERSICHERUNG - DURCHSCHNITT



ALLE DIENSTLEISTUNGEN BEIM KAUF EINES AUTOS HABEN IN DIESEM JAHR AN BEDEUTUNG GEWONNEN, INSBESONDERE DAS NETZWERK ANERKANNTER WERKSTÄTTEN. PANNENHILFE UND DIE BEREITSTELLUNG EINES ERSATZFAHRZEUGS STEHEN AN ERSTER STELLE.



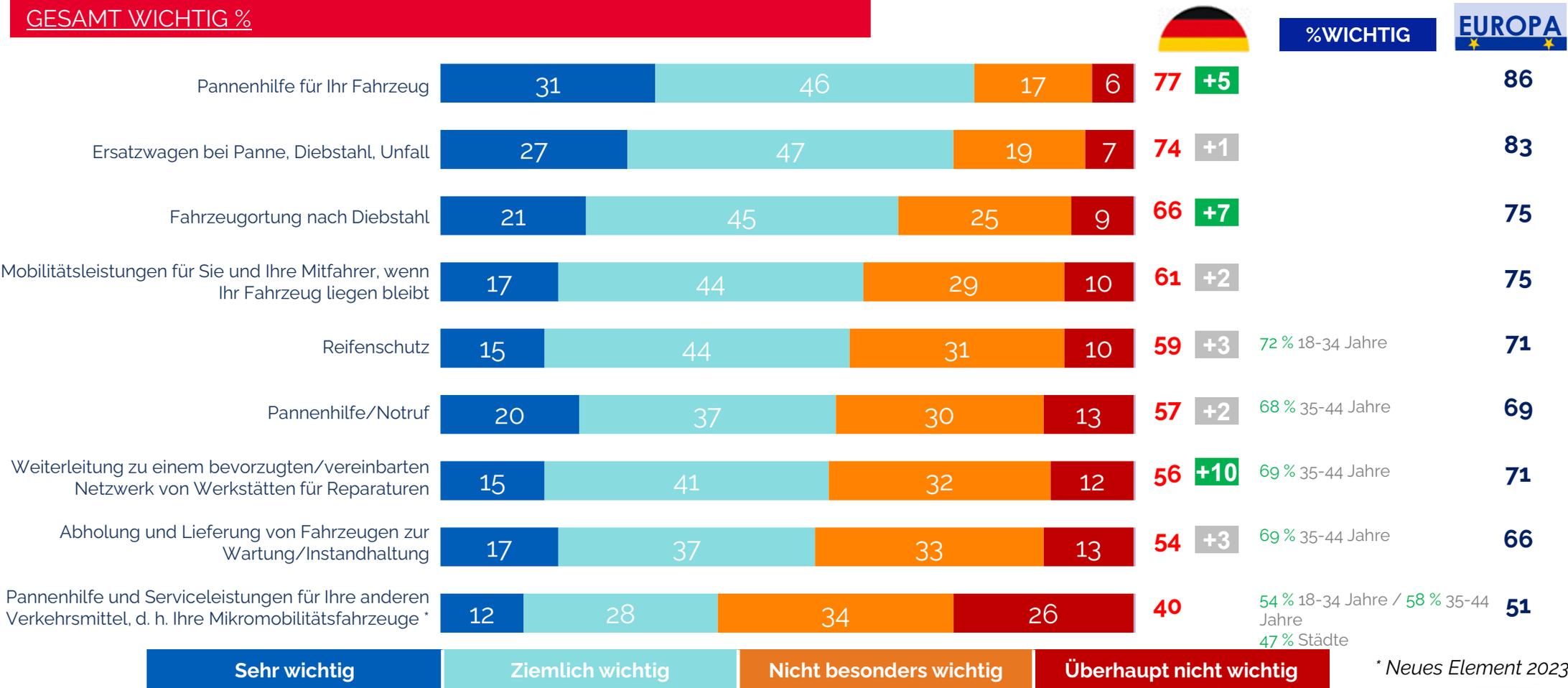
© Ipsos

Q45 - Inwieweit sind die folgenden Assistance- und Mobilitätsleistungen wichtig für Sie, wenn Sie darüber nachdenken, ein Fahrzeug zu kaufen, egal ob Sie es selbst finanzieren, einen Kredit aufnehmen oder leasen? Befragte: Autobesitzer

* Neues Element
 2023
 europ
 assistance
 you live we care
 Ipsos

PANNENHILFE UND DIE BEREITSTELLUNG EINES ERSATZFAHRZEUGS SIND EBENFALLS DIE WICHTIGSTEN LEISTUNGEN BEI DER WAHL EINER KFZ-VERSICHERUNG

WICHTIGKEIT VON SERVICELEISTUNGEN IN DER KFZ-VERSICHERUNG - GESAMT WICHTIG %



Q46 - Wie wichtig sind die folgenden Assistance- und Mobilitätsleistungen für Sie bei der Wahl Ihrer Kfz-Versicherung? Befragte: Autobesitzer

DAS NETZWERK DER ZUGELASSENEN WERKSTÄTTEN STEHT AN 3. STELLE DER KRITERIEN BEIM KAUF UND BEI DER WAHL DER KFZ-VERSICHERUNG

ZUSAMMENFASSUNG - WICHTIGKEIT DER SERVICELEISTUNGEN - SUMME WICHTIG %



BEIM FAHRZEUGKAUF

#1

Pannenhilfe
83 % **+5**

Pannenhilfe
87 %

#2

Ersatzwagen
76 % **+2**

Ersatzwagen
84 %

#3

Weiterleitung zu einem bevorzugten
75 % **+34**

Fahrzeugortung nach Diebstahl
78 %

BEI DER AUTOVERSICHERUNG

#1

Pannenhilfe
77 % **+5**

Pannenhilfe
86 %

#2

Ersatzwagen
74 % **+1**

Ersatzwagen
83 %

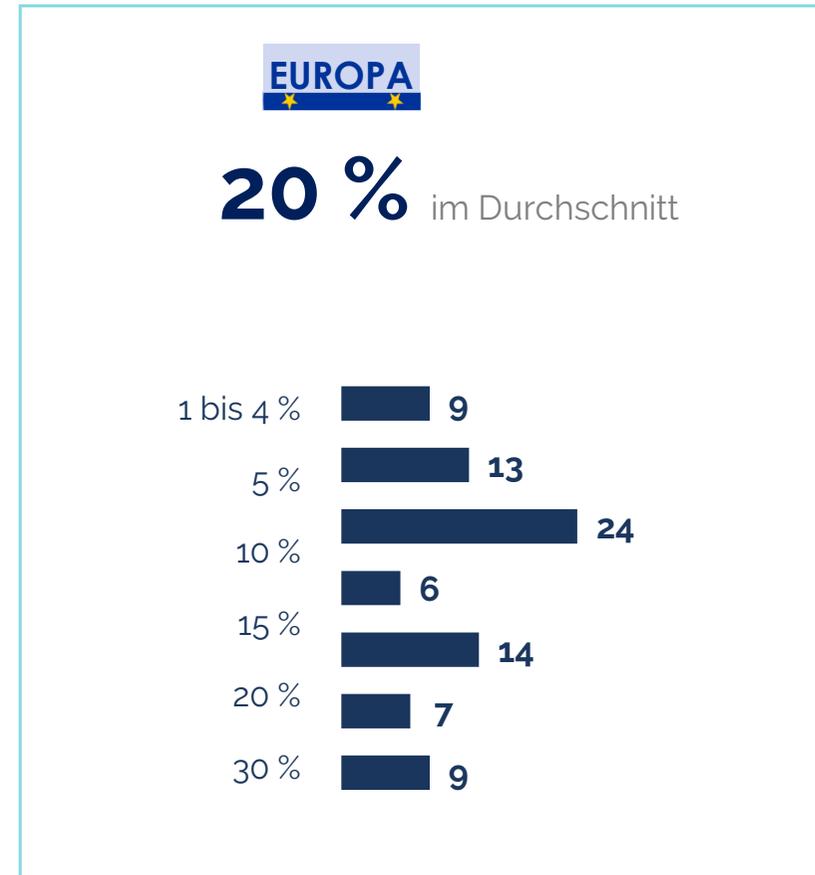
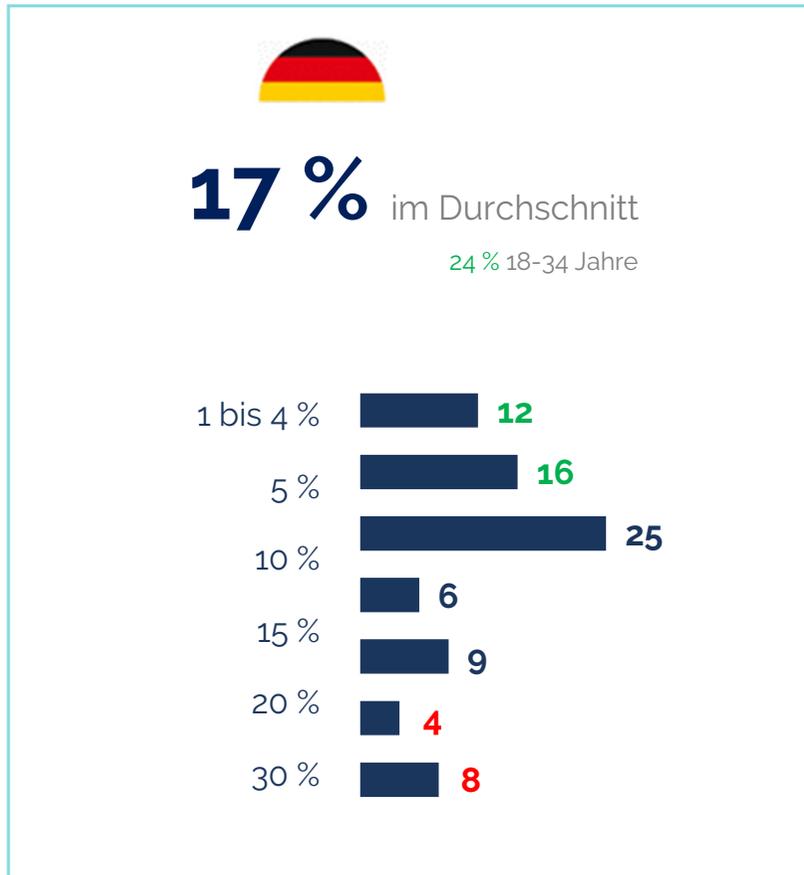
#3

Fahrzeugortung nach Diebstahl
66 % **+7**

Mobilitätsleistungen
75 %

DEUTSCHE AUTOFÄHRER SIND BEREIT, 17 % IHRES BUDGETS FÜR DIE KFZ-VERSICHERUNG FÜR DIE ABDECKUNG DIESER LEISTUNGEN AUFZUWENDEN

ANTEIL DES VERSICHERUNGSBUDGETS, DAS EVENTUELL FÜR DIESE ASSISTANCE- UND MOBILITÄTSLEISTUNGEN ZUR VERFÜGUNG STEHT %



UNABHÄNGIG VON DER SITUATION UND WIE BEI IHREN EUROPÄISCHEN NACHBARN BEVORZUGEN DIE ALLERMEISTEN FAHRER DEN TELEFONISCHEN KONTAKT MIT EINEM MENSCHLICHEN MITARBEITER ...

BEVORZUGTER KANAL FÜR DIE KONTAKTAUFNAHME ZUR PANNENHILFE (ASSISTANCE) BEI EINER REIFENPANNE ODER EINER LEEREN BATTERIE % - TOP 2

			
Gespräch mit einem Mitarbeiter der Notrufzentrale per Telefonanruf	84	94 % 65 Jahre oder mehr	83
Gespräch mit einem virtuellen Agenten: ein Voicebot per Telefonanruf	44		36
Digital als Self Service über WhatsApp	36	50 % 18-24 Jahre	41
Digital als Self Service über eine App oder Web-App	36		40

BEVORZUGTER KANAL ZUR KONTAKTAUFNAHME ZUR PANNENHILFE (ASSISTANCE) BEI UNFÄLLEN % - TOP 2

			
Gespräch mit einem Mitarbeiter der Notrufzentrale per Telefonanruf	87	94 % 65 Jahre oder mehr	84
Gespräch mit einem virtuellen Agenten: ein Voicebot per Telefonanruf	45	54 % ländliche Gegend	36
Digital als Self Service über WhatsApp	37		42
Digital als Self Service über eine App oder Web-App	32		39

Q48B - Sie können Ihren Pannenhilfe-Dienstleister über verschiedene Kommunikationswege erreichen. Welchen Kanal würden Sie in den folgenden Situationen zur Kontaktierung Ihrer Pannenhilfe bevorzugen?

© Ipsos Befragte: Autobesitzer

... ABER DER KONTAKT MIT EINEM VIRTUELLEN AGENTEN IST EHER DENKBAR ALS IM RESTLICHEN EUROPA

BEVORZUGTER KANAL FÜR DIE KONTAKTAUFNAHME ZUR PANNENHILFE BEI PROBLEMEN MIT EINEM FAHRZEUG IM EIGENEN LAND % - TOP 2

			
Gespräch mit einem Mitarbeiter der Notrufzentrale per Telefonanruf	86	93 % 65 Jahre oder mehr	84
Digital als Self Service über eine App oder Web-App	36	48 % 25-34 Jahre	39
Gespräch mit einem virtuellen Agenten: ein Voicebot per Telefonanruf	43		35
Digital als Self Service über WhatsApp	35		42

BEVORZUGTER KANAL FÜR DIE KONTAKTAUFNAHME ZUR PANNENHILFE BEI PROBLEMEN MIT EINEM FAHRZEUG IM AUSLAND % - TOP 2

			
Gespräch mit einem Mitarbeiter der Notrufzentrale per Telefonanruf	85	92 % 65 Jahre oder mehr	83
Digital als Self Service über eine App oder Web-App	37	54 % 18-24 Jahre	41
Gespräch mit einem virtuellen Agenten: ein Voicebot per Telefonanruf	42		35
Digital als Self Service über WhatsApp	36		42

Q48B - Sie können Ihren Pannenhilfe-Dienstleister über verschiedene Kommunikationswege erreichen. Welchen Kanal würden Sie in den folgenden Situationen zur Kontaktierung Ihrer Pannenhilfe bevorzugen?

© Ipsos Befragte: Autobesitzer

5. ASSISTANCE- LEISTUNGEN

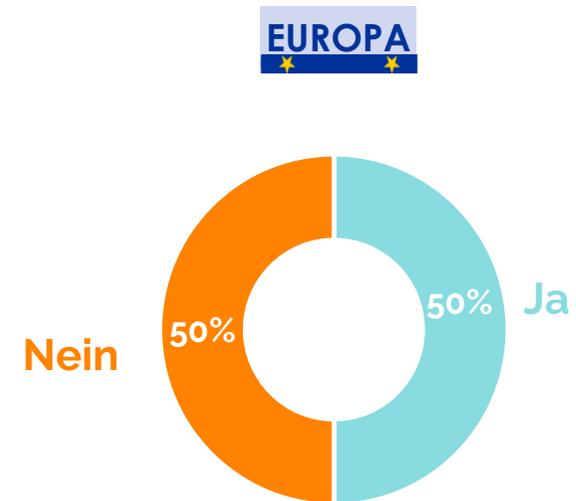
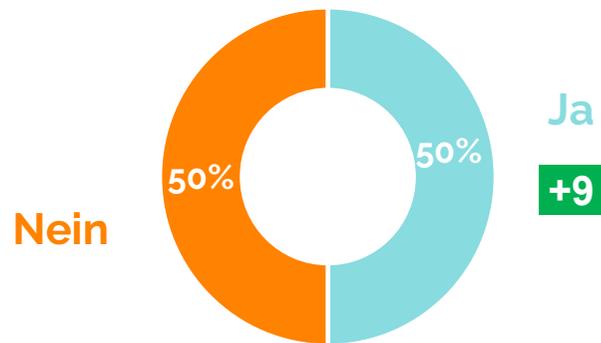


WICHTIGSTE ERGEBNISSE

- Bei der Pannenhilfe sind die Erwartungen der Deutschen hinsichtlich der Ankunftszeit des Pannenhelfers und seiner Fähigkeit, die Reparatur vor Ort durchzuführen, hoch.
- Bei Pannen oder Unfällen nimmt das Interesse an allen Dienstleistungen ebenfalls zu, auch wenn es immer noch geringer ist als in den anderen europäischen Ländern.
- Das Interesse an einem Mobilitätsbudget ist in Deutschland geringer als anderswo und die Forderung nach einem Mindestbetrag ist höher.

DIE HÄLFTE DER DEUTSCHEN HAT SCHON EINMAL EINEN PANNENDIENST IN ANSPRUCH GENOMMEN, EIN ANTEIL, DER IN DIESEM JAHR STARK GESTIEGEN IST

PANNENHILFE ERFAHRUNG



© Ipsos Q43 - Haben Sie bereits Erfahrungen mit der Pannenhilfe gemacht?
Befragte: Autobesitzer

WIE SCHNELL DER PANNENHILFER AM UNFALLORT EINTRIFFT UND OB ER IN DER LAGE IST, DIE REPARATUREN VOR ORT DURCHFÜHREN, SIND FÜR DEUTSCHE FAHRER DIE WICHTIGSTEN VERPFLICHTUNGEN

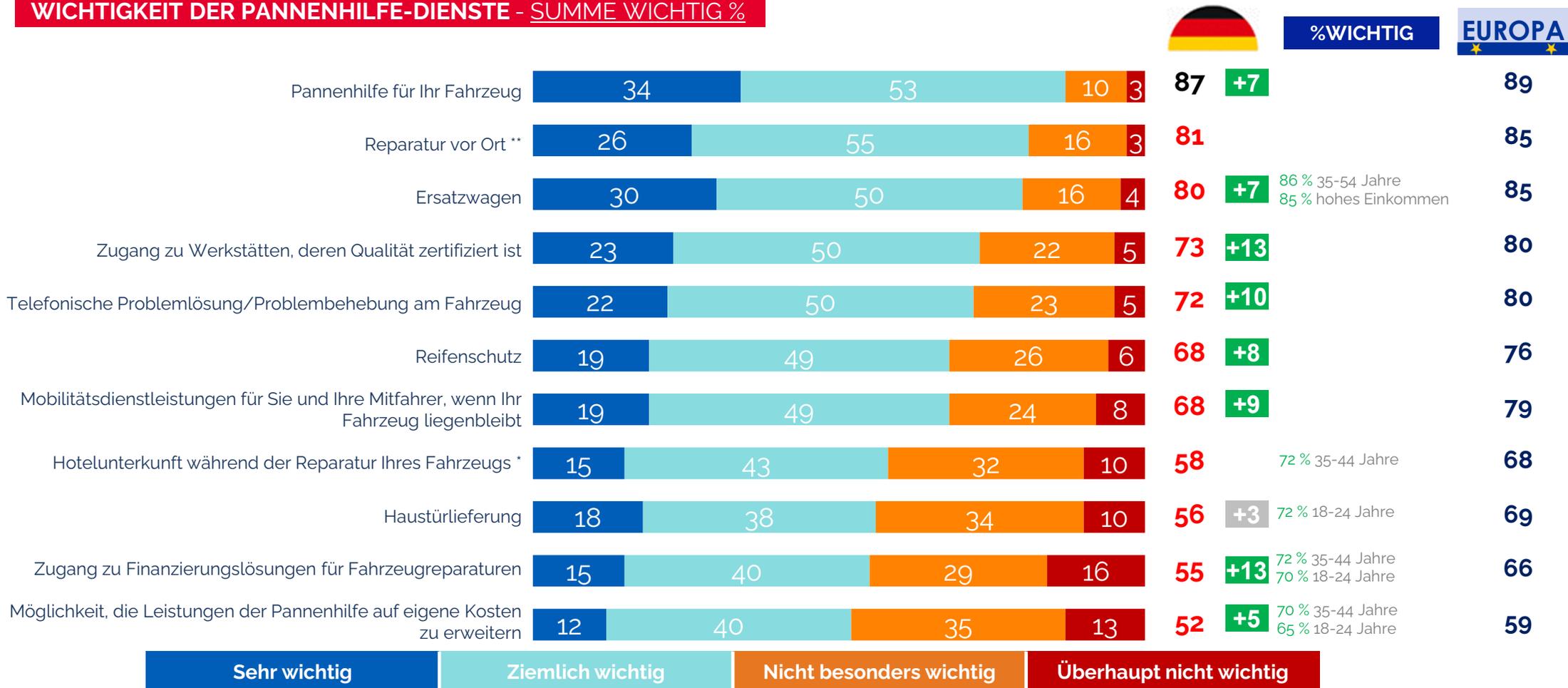
BEDEUTUNG DER VERPFLICHTUNGEN FÜR DIE PANNENHILFE % - AN 1. STELLE GENANNT (UND TOP 2)

			
#1	Die Zeit bis zum Eintreffen der Pannenhilfe/des Abschleppwagens am Pannenort	36 (73)	31
#2	Die Fähigkeit des Technikers, den Schaden an Ihrem Fahrzeug direkt am Pannenort zu beheben	34 (64) <small>43 % 55-64 Jahre</small>	26
#3	Dauer bis zur Entgegennahme Ihres Anrufs	18 (38)	27
#4	Die Möglichkeit, Ihr Problem mit Ihrem Fahrzeug direkt telefonisch zu lösen	12 (26) <small>20 % 25-34 Jahre</small>	16

Q43B - Wenn Sie einen Pannendienst benötigen, wie wichtig sind für Sie die folgenden Verpflichtungen?
Befragte: Autobesitzer

PANNENHILFE, DIE REPARATUR VOR ORT UND DIE BEREITSTELLUNG EINES ERSATZFAHRZEUGS SIND FÜR DIE DEUTSCHEN DIE WICHTIGSTEN DIENSTLEISTUNGEN IM FALLE EINER PANNE ODER EINES UNFALLS. DIE MEISTEN DIENSTLEISTUNGEN VERZEICHNEN EINEN STARKEN ANSTIEG.

WICHTIGKEIT DER PANNENHILFE-DIENSTE - SUMME WICHTIG %



Sehr wichtig

Ziemlich wichtig

Nicht besonders wichtig

Überhaupt nicht wichtig

© Ipsos

Q49 – Wie wichtig sind die folgenden Leistungen Ihrer Pannenhilfeversicherung im Falle eines Unfalls oder einer Panne mit dem Fahrzeug, das Sie besitzen/benutzen?
Befragte: Autobesitzer

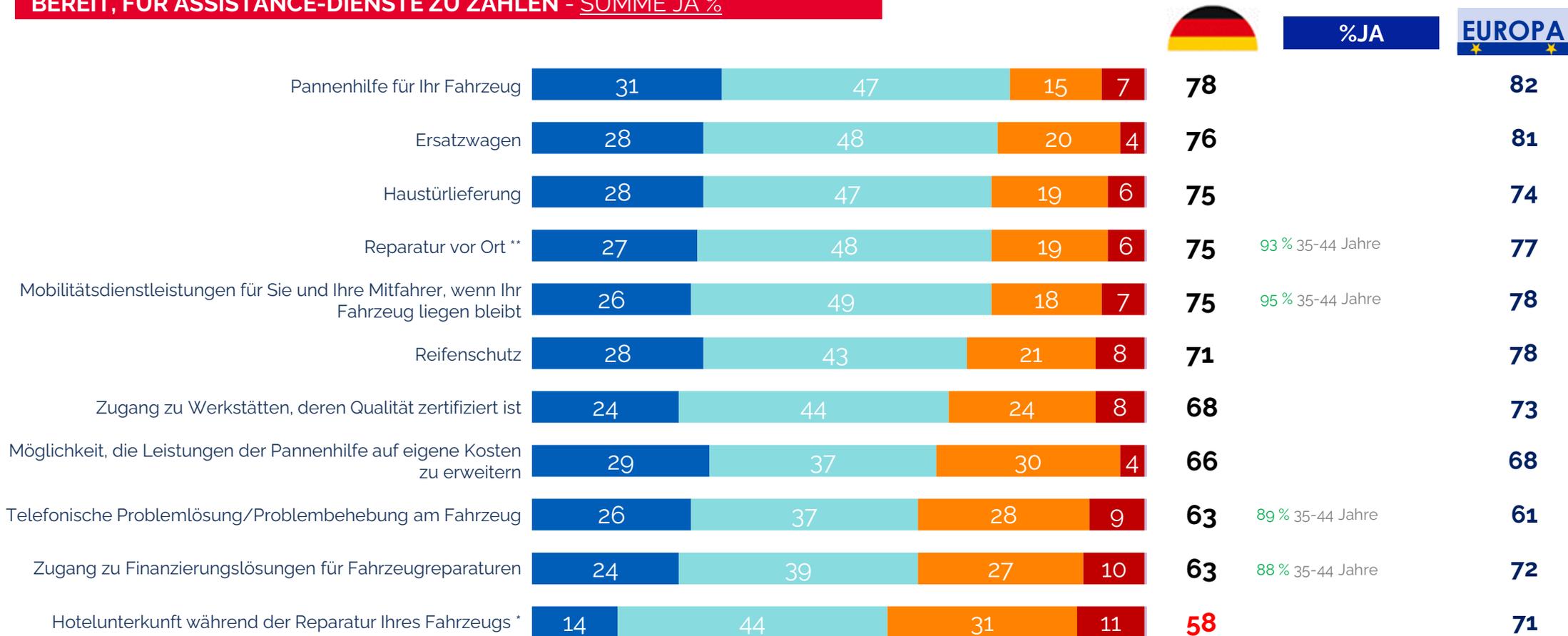
* Neues Element 2023 / ** Änderung des Elements



NEW

WENN SIE WERT AUF DIESE DIENSTLEISTUNGEN LEGEN, WÄREN DIE MEISTEN DEUTSCHEN FAHRER BEREIT, DAFÜR ZU ZAHLEN

BEREIT, FÜR ASSISTANCE-DIENSTE ZU ZAHLEN - SUMME JA %



93 % 35-44 Jahre

95 % 35-44 Jahre

89 % 35-44 Jahre

88 % 35-44 Jahre

Q49B - Sie haben gerade angegeben, dass Ihnen einige Leistungen Ihrer Pannenhilfeversicherung bei einem Unfall oder einer Panne sehr wichtig sind. Wären Sie bereit, eine zusätzliche Versicherungsgebühr zu zahlen, wenn die nachstehenden Leistungen optional als Zusatzleistungen zu einer Standard-Pannenhilfeversicherung angeboten würden? Befragte: Autobesitzer, die mindestens eine der Leistungen für sehr wichtig halten

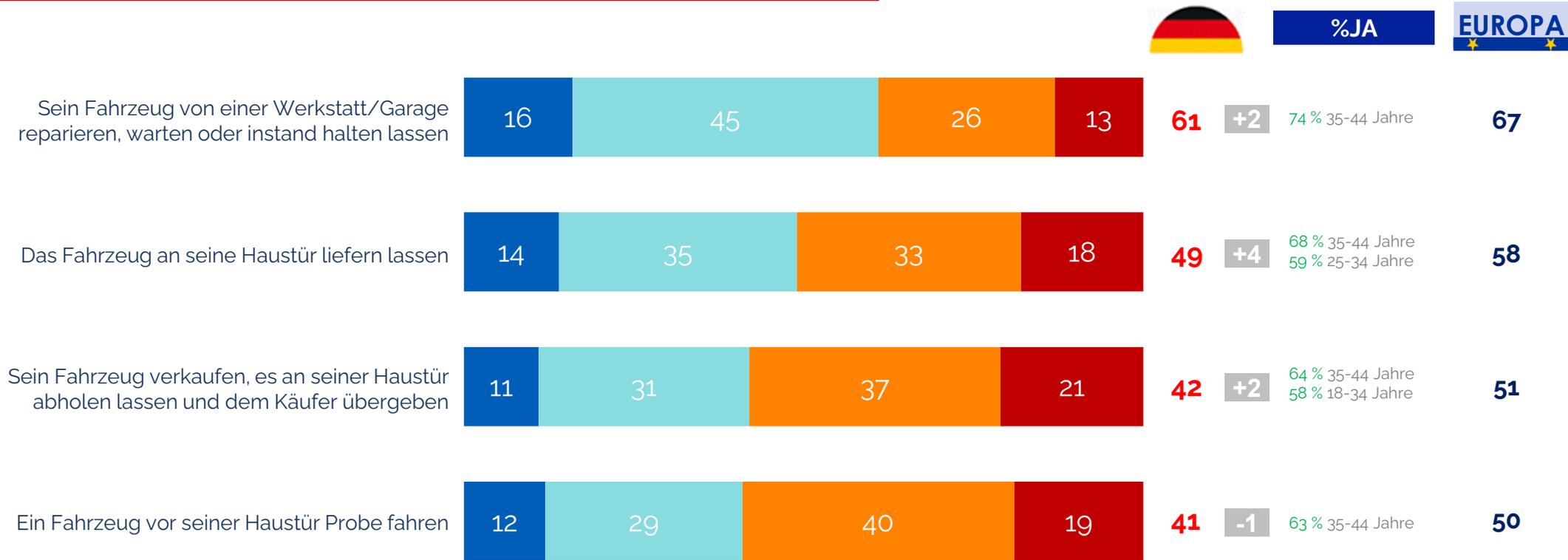
ANNEHMBARE PREISE, DIE GRÖBTEILS ÜBER DEM EUROPÄISCHEN NIVEAU LIEGEN (INSBESONDERE BEI DER MÖGLICHKEIT, DIE LEISTUNGEN DER PANNENHILFE ZU VERBESSERN)

ANNEHMBARE KOSTEN FÜR LEISTUNGEN – PRO JAHR



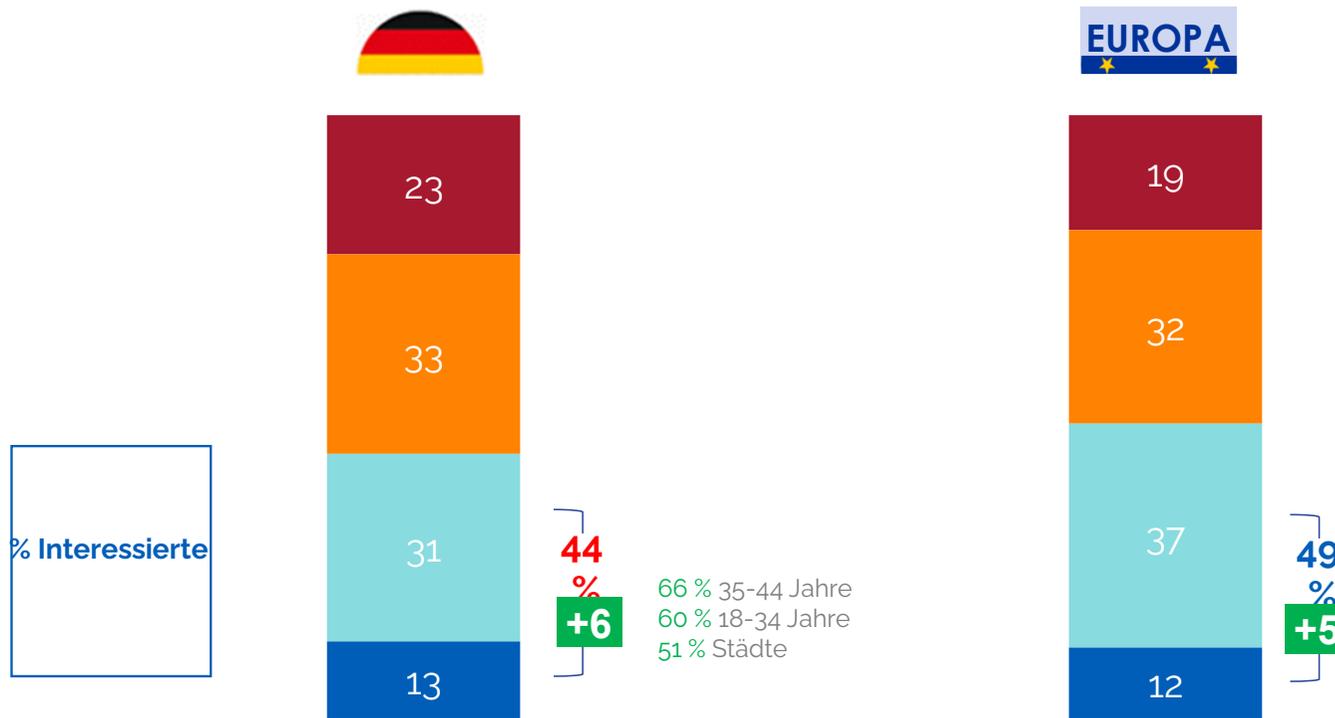
ALLE VORGESTELLTEN DIENSTLEISTUNGEN WECKEN IN DEUTSCHLAND IM DURCHSCHNITT WENIGER INTERESSE ALS IN DEN ANDEREN EUROPÄISCHEN LÄNDERN.

INTERESSE AN ABHOL- UND LIEFERSERVICE - INSGESAMT INTERESSIERTE %

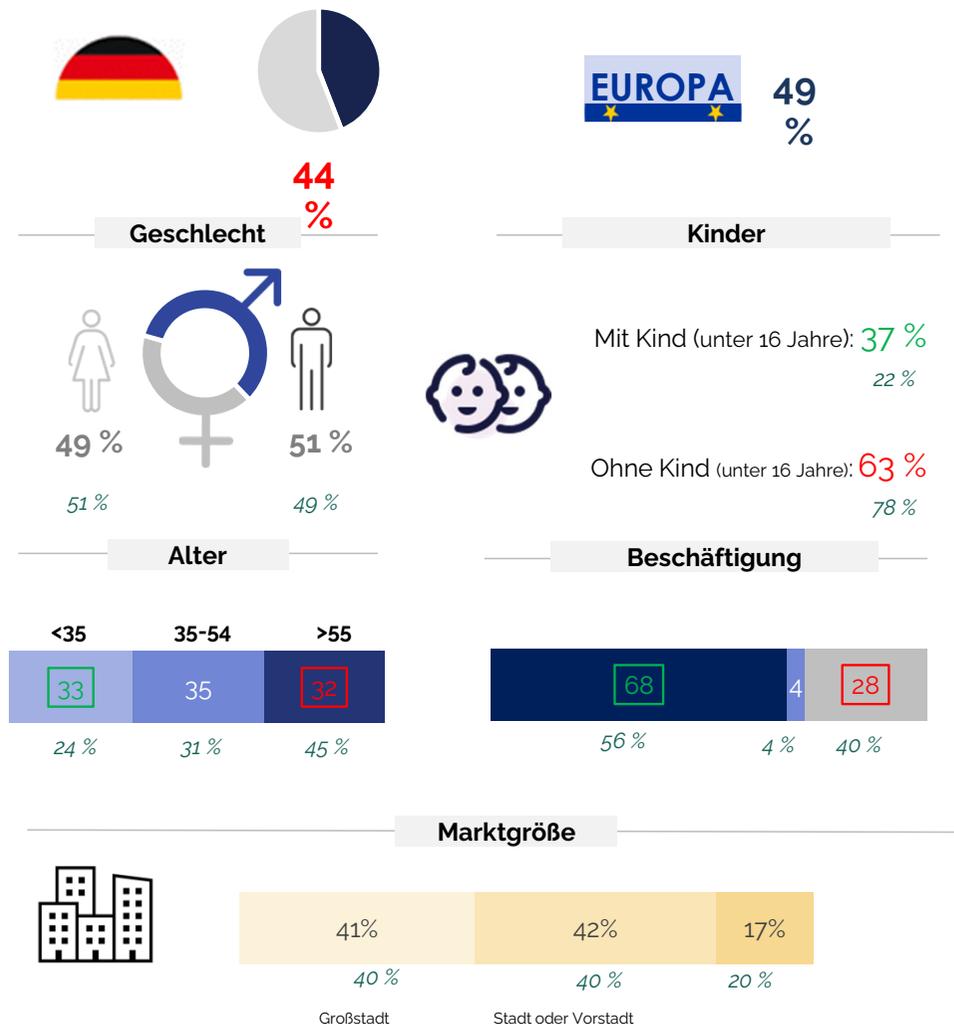


DIE BEWILLIGUNG EINES MOBILITÄTSBUDGETS INTERESSIERT IN DEUTSCHLAND WENIGER FAHRER ALS IN DEN ANDEREN EUROPÄISCHEN LÄNDERN.

INTERESSE AN ALTERNATIVEN MOBILITÄTSLÖSUNGEN (AUTOBESITZER)



PROFIL DER AM MOBILITÄTSBUDGET INTERESSIERTEN



Wer sind sie?

- Eher junge, kinderlose Personen (63 %), die eine Beschäftigung haben (68 %) und in einer Großstadt (41 %) oder in einer mittelgroßen Stadt oder einem Vorort (42 %) leben.

Was tun sie?

- Sie nutzen vermehrt alle Arten von Verkehrsmitteln (Auto, öffentliche Verkehrsmittel usw.)
- Sie fahren heute mehr mit dem eigenen Auto (27 % ggü. 19 %) als vor 5 Jahren
- Sie haben ein höheres Mobilitätsbudget (249 € pro Monat vs. 153 €)
- Sie besitzen mehr Fahrräder (77 % ggü. 67 %)

Was wollen sie?

- Sie erwägen, in den nächsten 12 Monaten ein neues Auto zu kaufen (51 % gegenüber 29 %).
- Sie erwägen eher, in Zukunft kein eigenes Auto zu besitzen (42 % gegenüber 29 %).

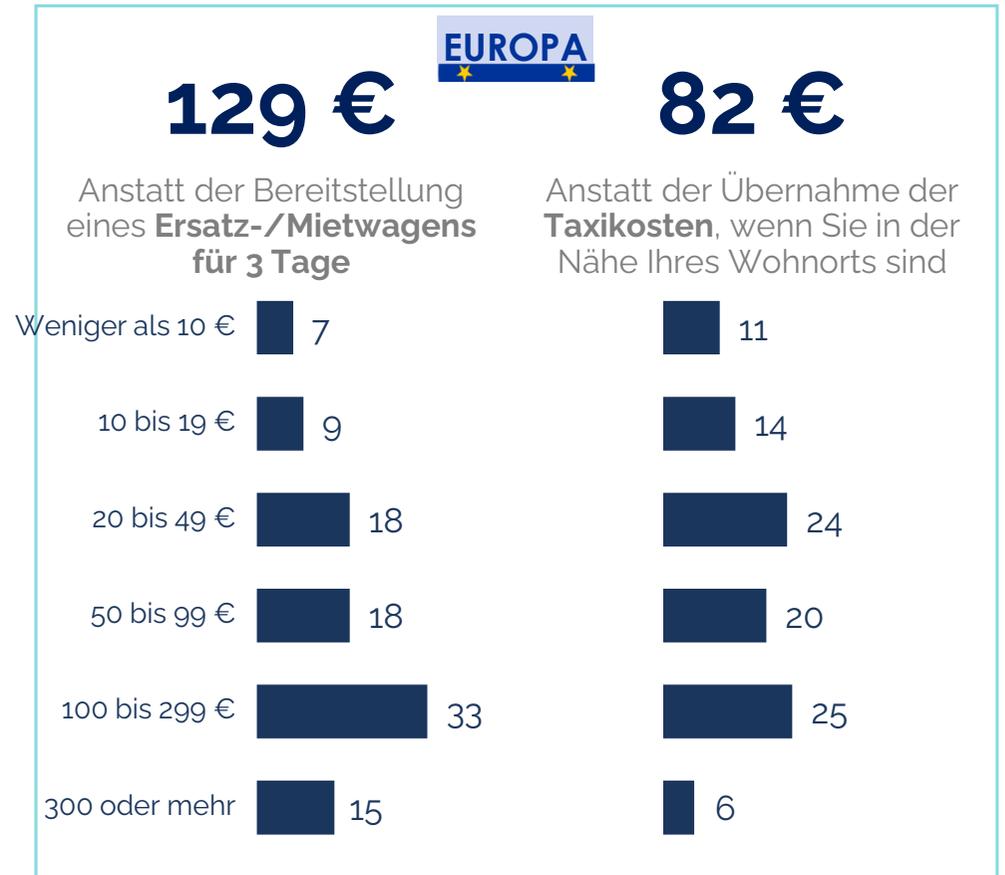
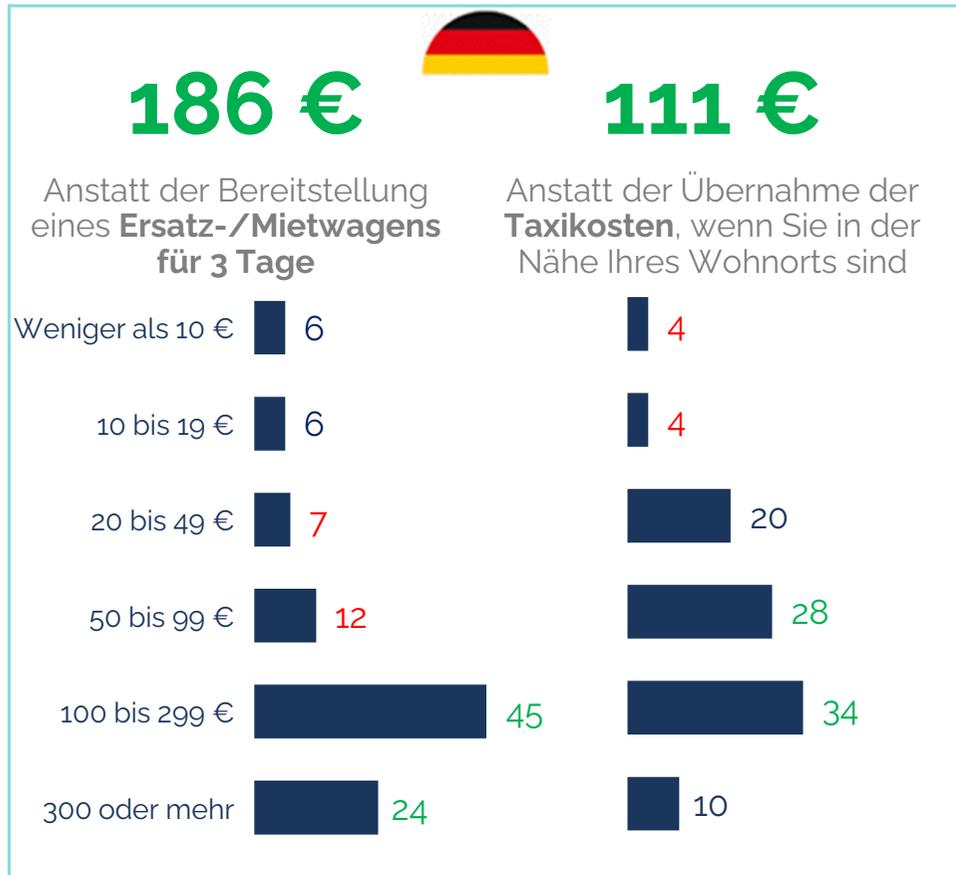
Wie interessiert sind sie an den neuen Angeboten von Europ Assistance?

- Sie sind an einer Versicherung interessiert, die alle Fahrten und Mobilitätssituationen abdeckt (60 % ggü. 34 %)

Bitte beachten: Diese Personen machen sich mehr Sorgen um die Umwelt im Allgemeinen und unternehmen bereits mehr Anstrengungen, um ihren Fußabdruck zu verringern.

DER ANNEHMBARE MINDESBETRAG FÜR DIESES MOBILITÄTSBUDGET IST DEUTLICH HÖHER ALS IN GANZ EUROPA

ANNEHMBARES MINDESBUDGET FÜR MOBILITÄT



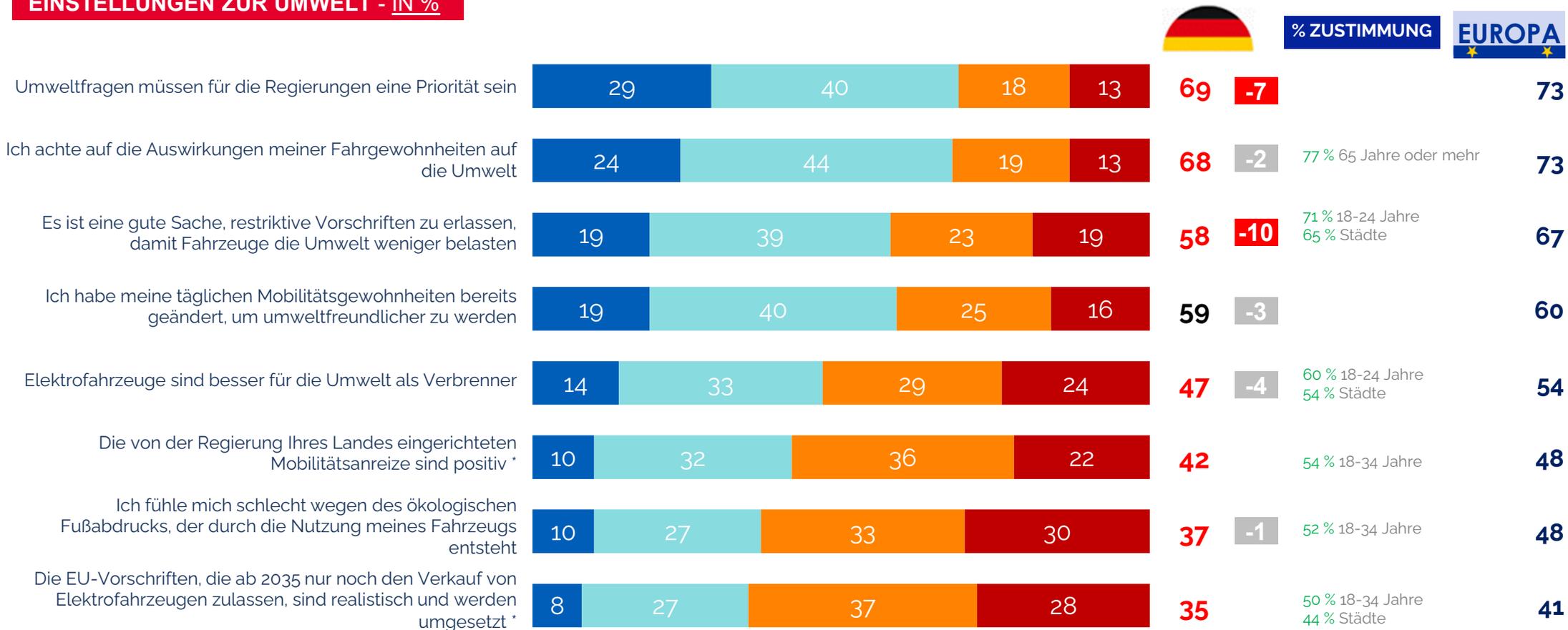
© Ipsos NEU3 – Welcher Mindestbetrag für ein Mobilitätsbudget würde Sie veranlassen, diese Leistung anstelle eines Ersatzwagens/Taxis zu wählen?
Befragte: Interessiert am Mobilitätsbudget

6. EINSTELLUNGEN



INSGESAMT FÜHLEN SICH DIE DEUTSCHEN WENIGER BETROFFEN ALS IHRE EUROPÄISCHEN NACHBARN. INSBESONDERE HABEN RESTRIKTIVE MAßNAHMEN ZUR FÖRDERUNG VON WENIGER UMWELTSCHÄDLICHEN AUTOS STARK AN POPULARITÄT VERLOREN.

EINSTELLUNGEN ZUR UMWELT - IN %



Stimme voll und ganz zu

Stimme mehr oder weniger zu

Stimme eher nicht zu

Stimme überhaupt nicht zu

Q56 - Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
Befragte: Alle

* neue Elemente 2023

ANHÄNGE





UNSERE VERPFLICHTUNGEN

BERUFSKODEX, QUALITÄTSZERTIFIZIERUNG, DATENSPEICHERUNG UND DATENSCHUTZ

Ipsos ist Mitglied der folgenden französischen und europäischen Berufsverbände für Markt- und Meinungsforschung:

- **SYNTEC (Berufsverband der Marktforschungsinstitute in Frankreich; www.Syntec-etudes.Com)**
- **ESOMAR (Europäische Gesellschaft für Meinungs- und Marktforschung, www.esomar.org)**



**Ipsos France ist zertifiziert nach ISO 20252:
Marktforschung - Version 2019
AFNOR-ZERTIFIZIERUNG**

Das vorliegende Dokument wurde in Übereinstimmung mit diesen internationalen Kodizes und Normen erstellt.

Ipsos France verpflichtet sich, den **ICC/Esomar-Kodex** für Markt- und Meinungsforschung anzuwenden. Dieser Kodex definiert die ethischen Regeln für Marktforschungsinstitute und legt die Schutzmaßnahmen für die befragten Personen fest. Ipsos verpflichtet sich zur Einhaltung der geltenden gesetzlichen Bestimmungen.



Ipsos hat einen Datenschutzbeauftragten ernannt und einen Plan zur Einhaltung der Datenschutz-Grundverordnung umgesetzt (Verordnung (EU) 2016/679). Weitere Informationen zu unseren Maßnahmen zum Schutz personenbezogener Daten finden Sie hier: <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

Die Aufbewahrungsfrist für personenbezogene Daten von Personen, die im Rahmen einer Studie befragt werden, beträgt daher, sofern keine besondere vertragliche Verpflichtung besteht:

- 12 Monate nach dem Enddatum einer Ad-hoc-Studie.
- 36 Monate nach dem Enddatum jeder Welle einer wiederkehrenden Studie.

UNSERE VERPFLICHTUNGEN

Untervergabe von Aufträgen

Für die Ausführung dieses Auftrags kann Ipsos einen oder mehrere Dritte mit der Erbringung eines Teils der angebotenen Dienstleistungen beauftragen.

Entweder zur Erbringung von Dienstleistungen außerhalb seiner eigenen Dienste:

- Übersetzungen, Rekrutierung von Teilnehmern, Routing, Dateneingabe oder Scannen von Fragebögen, Fotosatz, Papierdruck, Kodierung usw.

Oder um Arbeitsspitzen zu bewältigen:

- Feldarbeit, Datenverarbeitung, Gruppenmoderation, Aufbereitung der Ergebnisse (Diagramme), Analysen usw.

Um das gleiche Qualitätsniveau zu gewährleisten, hat Ipsos ein Listungs- und Bewertungsverfahren für seine Dienstleister eingeführt.



LEISTUNGS-MONITORING UND -BEWERTUNG

- Ipsos hat eine Richtlinie zur Listung seiner Forschungsdienstleister. 50 Dienstleister, die 11 Arten von Dienstleistungen abdecken, haben sich uns gegenüber verpflichtet und die Qualitätscharta unterzeichnet.
- Eine spezielle Abteilung verwaltet die gelisteten Dienstleister und organisiert regelmäßig Feedback-Sitzungen mit den betroffenen Parteien. Alle Dienstleister werden jährlich von ihren Forschungskontakten bei Ipsos bewertet.
- Das Ergebnis dieser jährlichen Bewertung beurteilt Qualität und Leistung und entscheidet über die Zukunft der Geschäftsbeziehung.
- Das internationale Netzwerk von Ipsos und die internen Produktionsabteilungen (Feldarbeit, Skripting und Verarbeitung) sind in den Umfang dieser Bewertung einbezogen.
- Bei qualitativer Forschung werden Freelancer jährlich auf der Grundlage von für ihre Tätigkeit geeigneten Kriterien bewertet.

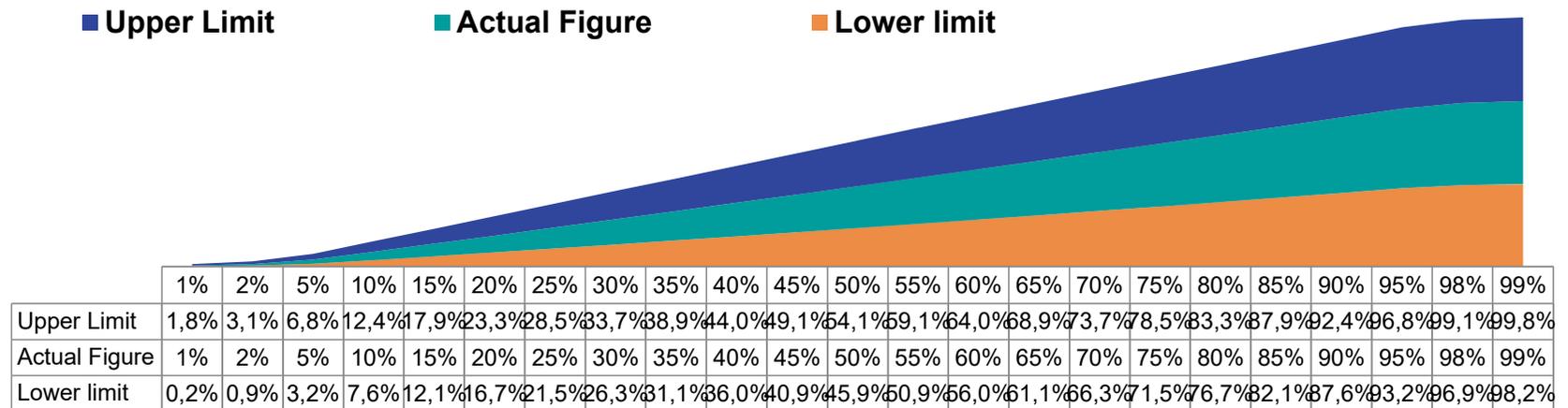


ZUVERLÄSSIGKEIT DER ERGEBNISSE SPREADSHEET

In diesem Fall, in Bezug auf diese Studie:

- Konfidenzintervall: 99 %
- Größe der Stichprobe: 1000

Die beobachteten Proportionen liegen zwischen:



ERHEBUNG IM ÜBERBLICK

CAWI-Erhebung – Online-Befragung



STICHPROBE

- **Zielgruppe:** Allgemeine Population
- **Auswahl der Befragten:** Auswahl der Teilnehmer nach einer Quote oder nach dem Zufallsprinzip (Kish-Methode/Schwedenschlüssel, andere Zufallsmethode) usw.
- Gegebenenfalls eine begründete Entscheidung zur Überrepräsentation von Zielen mit systematisch unterdurchschnittlichen Teilnahmequoten
- **Repräsentativität der Stichprobe:** Kriterien und Quellen: **Geschlecht, Alter, sozioökonomische Kategorie der Person/des Haushaltsvorstands, Regionen**



DATENERFASSUNGS-

- **Dauer der Umfrage:** 15 Minuten
- **Feldarbeitdaten:** 14/12/23 bis 18/01/24
- **Erreichte Stichprobe:** 8000 Befragungen
- **Datenerhebung:** online mit dem IIS-Panel
- **Treueprogramm mit punktebasiertem Prämiensystem für Befragte**
- **Methoden zur Kontrolle der Antwortqualität:** Überwachung des Antwortverhaltens der Teilnehmer (Identifizierung von zu schnellen oder nachlässigen Antworten, z. B. Ankreuzen in einer geraden oder Zickzacklinie)
- **Überprüfung von IP und Konsistenz der demografischen Daten.**
- Die Daten bleiben 2 Jahre lang in einem geschützten Netzwerk gespeichert



DATENVERARBEITUNG

- Gewichtete Stichprobe
- Verwendete Methode: RIM-Weighting-Methode
- **Gewichtungskriterien:** Geschlecht, Alter, **sozioökonomische Kategorien, Regionen**

ZUVERLÄSSIGKEIT DER ERGEBNISSE: ONLINE-UMFRAGEN ZUM SELBSTAUSFÜLLEN

Um die allgemeine Zuverlässigkeit einer Umfrage zu gewährleisten, müssen alle möglichen Fehlerkomponenten berücksichtigt werden. Aus diesem Grund führt Ipsos in jeder Phase des Umfrageprozesses strenge Kontrollen und Verfahren durch.

IM VORFELD DER DATENERHEBUNG

- **Stichprobe:** Struktur und Repräsentativität
- **Fragebogen:** Die Formulierung des Fragebogens erfolgt nach einem Redaktionsprozess mit 12 obligatorischen Standards. Er wird auf höchster Ebene korrektur gelesen und genehmigt und dann zur endgültigen Validierung an den Kunden geschickt. Die Programmierung (oder das Fragebogenskript) wird von mindestens 2 Personen getestet und validiert.
- **Datenerhebung:** Die Interviewer werden vor der Teilnahme an einer Umfrage im Rahmen eines speziellen Schulungsmoduls in Erhebungsmethoden geschult. Darüber hinaus erhalten sie zu Beginn jeder Erhebung eine ausführliche Einweisung oder nehmen an einer solchen Einweisung teil.

WÄHREND DER DATENERHEBUNG

- **Stichprobenverfahren:** Ipsos wendet sehr strenge Regeln für die Auswahl an, um den Zufallscharakter der Stichprobenauswahl zu maximieren: Zufallsauswahl aus Telefonlisten, Quotenmethode usw.

- **Überwachung der Feldarbeit:** Die Erhebung wird überwacht und kontrolliert (exklusive Verbindung, IP-Validierung, Überwachung der Penetration des Verhaltens der Befragten, Länge der Interviews, Konsistenz der Antworten, Teilnahmequote, Anzahl der Erinnerungen, usw.)

IM ANSCHLUSS AN DIE DATENERHEBUNG

- Die Ergebnisse werden gemäß den statistischen Analysemethoden (Konfidenzintervall versus Stichprobenumfang, Signifikanztests) ausgewertet. Die ersten Ergebnisse werden systematisch mit den Rohergebnissen aus der Datenerhebung abgeglichen. Auch die Konsistenz der Ergebnisse wird überprüft (insbesondere die Ergebnisse, die im Vergleich zu den in unserem Besitz befindlichen Vergleichsquellen beobachtet wurden).
- In den Fällen, in denen eine Stichprobengewichtung verwendet wird (Methode der Margenkalibrierung), wird diese von den Bearbeitungsteams (DV) überprüft und anschließend von den Erhebungsteams validiert.

ERHEBUNG IM ÜBERBLICK

Organisation (CAWI-Erhebung – Online-Befragung)



VON IPSOS-TEAMS DURCHGEFÜHRTE ODER KOORDINIERTE AKTIVITÄTEN IN FRANKREICH

- Konzeption und Methodik
- Konzeption und Gestaltung des Fragebogens/Validierung des Skriptings
- Koordinierung und Validierung der Übersetzung
- Koordinierung der Datenerhebung
- Koordinierung der Kodierung und Validierung des Kodierrahmens
- Datenverarbeitung
- Validierung der statistischen Analysen
- Erstellung des Umfrageberichts
- Gestaltung der Ergebnispräsentation
- Formatierung der Ergebnisse
- Mündliche Präsentation – Analysen und Zusammenfassung



AKTIVITÄTEN, DIE VON IPSOS- EXPERTENTEAMS VOR ORT DURCHGEFÜHRT WERDEN



TÄTIGKEITEN, MIT DENEN UNSERE ZUGELASSENEN PARTNER BEAUFTRAGT SIND

- Übersetzung
- Formatierung der Ergebnisse

ÜBER IPSOS

Ipsos ist mit über 18.000 Mitarbeitern in 90 Ländern der drittgrößte Marktforschungskonzern weltweit.

Die leidenschaftlich wissbegierigen Marktforscher, Analysten und Wissenschaftler von Ipsos haben in den letzten Jahren ein einzigartiges, multidisziplinäres Set an Methoden entwickelt, mit denen ein echtes Verständnis und aussagekräftige Einblicke in die Handlungen, Meinungen und Motivationen von Bürgern, Verbrauchern, Patienten, Kunden und Mitarbeitern möglich sind. Ipsos bietet seinen mehr als 5000 Kunden weltweit 75 innovative Services und Dienstleistungen an.

Ipsos wurde 1975 in Frankreich gegründet und ist seit 1. Juli 1999 an der Pariser Börse Euronext (ISIN: FR0000073298) gelistet. Das Unternehmen ist Teil des SBF 120 und des Mid-60 Index und hat Anspruch auf den Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN-Code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

Nie war der Bedarf an verlässlichen Informationen als Grundlage für sichere Entscheidungen größer als heute – in unserer Welt des schnellen Wandels.

Wir bei Ipsos sind davon überzeugt, dass unsere Kunden mehr brauchen als einen Datenlieferanten. Sie brauchen einen Partner, der exakte Informationen liefert und daraus relevante und verwertbare Geschäftsanalysen erstellt.

Deshalb liefern unsere leidenschaftlich wissbegierigen Experten nicht nur präziseste Messungen, sondern analysieren und gestalten diese so, dass sie ein wahres Verständnis von Gesellschaft, Märkten und Menschen vermitteln.

Dabei nutzen wir das Beste aus Wissenschaft, Technologie und Know-how und wenden unsere vier zentralen Prinzipien Security, Simplicity, Speed und Substance auf alles an, was wir tun.

Damit unsere Kunden schneller, intelligenter und mutiger agieren können. Denn letztendlich kommt es beim Erfolg auf eine einfache Wahrheit an:

You act better when you are sure.