



NEXT 25

# Die Mobilität der Zukunft

Alle reden von der neuen Mobilität.  
Was ist das eigentlich?  
Ein Blick in die Zukunft.

Illustration MARIO WAGNER

## Vernetzt

**Spätestens im Jahr 2020** wird die Mehrheit der verkauften Neuwagen vernetzt sein. Daraus eröffnet sich Potenzial für erhebliche Umsätze mit digitalen On-Demand-Diensten wie etwa Entertainment-Angebote und Software-Fernupdates. Ein auf persönliche Vorlieben abstimmbares Ambiente im Innenraum wird das Fahrvergnügen erhöhen und einen ganz neuen Wohlfühlfaktor erzeugen.

## Autonom

**Im Jahr 2025** versprechen die Selbstfahrgenschaften der Fahrzeuge einen verbesserten Verkehrsfluss, den Fahrern eine bessere Nutzung ihrer Zeit und den Anbietern von Hardware, Software und Dienstleistungen neues Wachstumspotenzial. Die aktuellen Gestaltungsideen für den Innenraum lassen erahnen, was während einer autonomen Fahrt möglich sein könnte: von Arbeit über Freizeitaktivitäten bis hin zu Sport.

## Elektrisch

**Die Elektrifizierung** verleiht der Mobilitätslandschaft ein neues Gesicht. Im Jahr 2020 wird das Angebot an Elektrofahrzeugen einen massiven Schub erleben. Damit wird nicht nur das Fundament für deutlich steigende Absatzzahlen, sondern auch für nachhaltige Mobilitätsdienste in städtischen Gebieten gelegt. Eine geringere Luftverschmutzung, weniger Lärm und alles in allem eine höhere Lebensqualität werden die Folge sein.

## Geteilt

**Mobilität als Dienstleistung (engl. Mobility as a Service, MaaS)** steht für die Abkehr vom eigenen Fahrzeug und die Hinwendung zu Mitbenutzungslösungen, die als Dienstleistung angeboten werden. Prognosen zufolge wird dieser Markt 95 Prozent der in den nächsten zehn Jahren zurückgelegten Passagierkilometer auf sich vereinigen. Zukünftig wird niemand mehr morgens sein eigenes Auto aufschließen, sondern auf Tastendruck eine bedarfsgerechte Mobilitätslösung buchen.

## Urban

**Im Jahr 2030** werden Schätzungen zufolge 60 Prozent der Weltbevölkerung in Städten leben. Folglich muss die Frage nach der Mobilität gesamtheitlich und aus dem Blickwinkel des Stadtbewohners beantwortet werden. Die Anbieter müssen sich mit den Besonderheiten des individuellen Mobilitätsverhaltens auskennen. Der Rückgriff auf die massenhaft erhobenen Daten ermöglicht die Ausarbeitung hochgradig personalisierter Mobilitätsangebote und die Steigerung der Verkehrseffizienz durch die Zusammenführung von Personen mit gemeinsamem Reiseziel.