



Medienmitteilung, 9. Mai 2023

«Swiss Mobility Monitor 2023»: Mobilitätsverhalten von Babyboomer bis Gen Z

Entscheidende Treiber zur Verbreitung von Elektromobilität in der Schweiz sind die flächendeckende Verfügbarkeit von Ladestationen und generationsabhängige Mobilitätspräferenzen. Zu diesem Schluss kommt eine repräsentative Studie der Universitäten Luzern und St.Gallen, die das Mobilitätsverhalten in der Schweiz untersucht hat.

Wie bewegt sich die Bevölkerung in der Schweiz fort? Die zweite Ausgabe des «Swiss Mobility Monitor» beleuchtet das Mobilitätsverhalten über verschiedene Generationen hinweg und zeigt Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr auf. Besonderer Schwerpunkt liegt auf den generationenspezifischen Mobilitätspräferenzen und der Verbreitung neuer Mobilitätsformen. Die Studie unter wissenschaftlicher Leitung von Prof. Dr. Reto Hofstetter der Universität Luzern und Prof. Dr. Andreas Herrmann der Universität St.Gallen (HSG) wurde in Zusammenarbeit mit der Zurich Versicherungsgesellschaft und AutoScout24 (SMG) realisiert.

Schweizer Bevölkerung hat starke Bindung zum eigenen Auto

In der Schweiz wird das eigene Auto bevorzugt. Durchschnittlich weniger offen ist die Bevölkerung gegenüber neuartigen Nutzungsformen wie beispielsweise Leasing, Abo-Modell oder Carsharing. Mit Blick auf die einzelnen Generationen zeigen sich jedoch Unterschiede hinsichtlich der Präferenzen: Die Generation Z (geboren zwischen 1997 und 2012) empfindet ein signifikant grösseres Besitzgefühl als alle anderen Generationen, wenn es Autos im Carsharing und im Abo-Modell nutzt. Fahrer:innen der Gen Z nehmen nutzen statt besitzen folglich weniger als Kontrollverlust wahr. Die Studie zeigt, dass Sicherheit und Kontrolle über ein Fahrzeug je Generation unterschiedlich bewertet werden.

Obwohl auch die Generation Z das eigene Auto gegenüber Leasing-Autos, Autos im Abo-Modell oder auch Carsharing-Autos bevorzugt, kann eine Veränderung der persönlichen Identifikation mit dem genutzten Fortbewegungsmittel festgestellt werden. Geht es um die eigene Werthaltung und die damit verbundene soziale Identität, erhalten alternative Nutzungsformen von Fahrzeugen bei der Gen Z im Vergleich zu den anderen Generationen einen höheren Stellenwert.

Mobilität steigt nach Aufhebung der Corona-Schutzmassnahmen

Die Aufhebung der Covid-19-Schutzmassnahmen im Frühjahr 2022 widerspiegelt sich auch im Mobilitätsverhalten. In der Erhebung für 2022, die vor Aufhebung der Schutzmassnahmen durchgeführt wurde, gaben knapp 33% der Befragten an, sie gingen an fünf Tagen pro Woche zur Arbeit oder Ausbildung. Im Jahr 2023 stieg dieser Anteil auf fast 38%. Nur noch 3% arbeiten 2023 ausschliesslich im Homeoffice, 2022 lag der Anteil noch bei 6%.

Auch bei den Verkehrsmitteln für den Weg zur Arbeit sind Veränderungen zu beobachten. Während 2022 noch 35% der Befragten teilweise zu Fuss zur Arbeit gingen, waren es im Jahr 2023 nur noch 29%. Gewinner dieses Wandels sind insbesondere die öffentlichen Verkehrsmittel wie Zug und Bus. Mit einem Anstieg von je 6% nutzten über ein Drittel der arbeitstätigen Personen diese kollektiven Fortbewegungsmittel.



Leistungsfähige Ladestationen fördert Akzeptanz von Elektroautos

Der Anteil an Autos mit Elektroantrieb ist innert Jahresfrist von 3% auf 5% angestiegen. Dennoch verzichten bislang knapp drei Viertel der Befragten auf die Nutzung von Elektromobilität. Neben einer als ungenügend wahrgenommenen Ladeinfrastruktur im privaten und öffentlichen Raum ist vor allem die mangelnde Reichweite ein Problem für den Umstieg auf ein Elektroauto. Tiefere Anschaffungskosten fallen für den Wechsel auf ein Elektroauto weniger ins Gewicht als der Wunsch nach mehr Lademöglichkeiten und grösserer Reichweite.

Hintergrund der Studie

Die Datengrundlage des Swiss Mobility Monitors ist eine repräsentative Online-Umfrage bei 1052 in der Schweiz lebenden Personen im Alter von über 18 Jahren. Die Erhebung fand zwischen dem 30. Januar und dem 9. Februar 2023 unter Leitung von LINK statt. Der Swiss Mobility Monitor ist Teil der Swiss Consumer Studies des Instituts für Marketing und Analytics (IMA) an der Universität Luzern. Mit den Swiss Consumer Studies veröffentlicht das IMA in regelmässigen Abständen Studien zu aktuellen Themen des digitalen Konsumentenverhaltens und des digitalen Marketings.

Der «Swiss Mobility Monitor» bietet auf rund 70 Seiten detaillierte Einblicke zur Verbreitung von Mobilitätsinnovationen und zu mehr Akzeptanz in der Schweizer Bevölkerung. Der Studienbericht kann auf der Webseite der [Swiss Consumer Studies](#) bestellt werden. Ausgewählte Ergebnisse stehen als Onepager zum Download zur Verfügung.

Kontakte für Rückfragen:

Marvin Greifenstein, Institut für Mobilität (IMO-HSG) an der Universität St.Gallen
marvin.greifenstein@unisg.ch

Felix Schakols, Institut für Marketing und Analytics (IMA) an der Universität Luzern
felix.schakols@unilu.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 9500 Studierende aus rund 100 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» 2022 belegt sie den 5. Platz. Zudem hat die «Financial Times» den Master in «Strategy and International Management» (SIM-HSG) 2022 zum zwölften 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 unisg.ch und:

