

Mitten durch den Stau oder darum herum?

17.09.2007, 08:59 | Tourismus, Auto & Verkehr

Pressemitteilung von: *Spiegel Institut Mannheim*

In der aktuellen Studie des Spiegel Institut Mannheim zeigt sich, dass bei Navigations-systemen der Wunsch nach dynamischer Routenführung auf Kundenseite ganz oben steht.

Brühl b. Mannheim, September 2007 – Der Markt für mobile Navigationslösungen, als eine einfache Variante zum Nachrüsten im eigenen Fahrzeug, boomt weiterhin. Auch auf der vom 13. bis 23. September stattfindenden Internationalen Automobilausstellung (IAA) in Frankfurt wird dem Thema große Aufmerksamkeit geschenkt. Vor diesem Hintergrund führte das Spiegel Institut Mannheim eine Befragung zum Thema mobile Navigation durch und explorierte die Wünsche und Vorstellungen auf Kunden-seite. Das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen mit Sitz in Brühl befragte in einer Internetstudie insgesamt 401 Männer und Frauen im Alter von 18 bis 74 Jahren.

Aus Sicht der Konsumenten spielt der Anschaffungspreis mit die bedeutsamste Rolle, wenn es um die empfundene Präferenz gegenüber einer mobilen Lösung geht. Dies dürfte nicht weiter verwundern, betrachtet man die enormen Preisspannen bei mobilen Navigationsgeräten. Hier stellt sich für den Kunden bereits die Frage, ob der Vorzug eher in Richtung eines voll ausgestatteten Premiumgerätes geht, oder ob ein Gerät mit den nötigen Grundfunktionen ebenfalls ausreicht.

Betrachtet man den Funktionsumfang im Einzelnen, ist den Konsumenten heutzutage vor allem eine dynamische Routenführung wichtig, die Staus oder Sperrungen automatisch in die Berechnung der Fahrroute miteinbeziehen kann. Des weiteren sehen es Konsumenten als besonders wünschenswert an, wenn aktuali-siertes Kartenmaterial ohne zusätzliche Kosten zu erhalten wäre. Dirk Obermeier, Studienleiter, führt dazu aus: „Wenn Konsumenten einen nicht gerade geringen Betrag ausgeben, um sich ein Navigationsgerät anzuschaffen, ist verständlich, dass sie eine dauerhafte Aktualität der mitgelieferten Karten wünschen. Ein Angebot in dieser Rich-tung könnte für Kunden sehr verlockend wirken.“

Bisher ist es üblich, dass zwar die Software im Navigationsgerät über das Internet regelmäßig mit Updates versorgt werden kann - eine aktualisierte Version des Karten-materials muss man allerdings separat erwerben.

Im Vergleich zu anderen Merkmalen spielt die Hersteller-Marke interessanterweise eine eher zweitrangige Rolle, wenn es um die Kaufentscheidung geht. Allerdings gibt es zwischen den Marken wiederum deutliche Unterschiede. Von den acht betrachteten Marken landete der niederländische Hersteller TomTom auf dem ersten Platz. Den zweiten und dritten Platz konnten die deutschen Hersteller Falk und Becker für sich beanspruchen. Bisher eher unbekannt scheinen die Hersteller Navman und Garmin zu sein, obwohl diese eine breite Produktpalette auf dem deutschen Markt anbieten. Betrachtet man den erweiterten Funktionsumfang bei Navigationsgeräten, wie etwa Verbindungsmöglichkeiten mit dem Mobiltelefon oder Radio sowie diverse multimedia-le Fähigkeiten, so zeigt sich, dass diese in ihrer Bedeutsamkeit hinter den eigentlichen Navigationsfunktionen (wie bspw. dynamische Routenführung) zurückbleiben.

Dirk Obermeier ergänzt hierzu: „Hier dürfte sich in naher Zukunft sicherlich einiges tun. Es kann davon ausgegangen werden, dass Funktionen wie etwa die dynamische Routenführung zum Standard gehören werden. Die Hersteller werden darauf setzten, den erweiterten Funktionsumfang weiter auszubauen, um sich auf diese Weise einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen.“

Spiegel Institut Mannheim
Schwetzinger Straße 32
68782 Brühl b. Mannheim

Pressekontakt:

Andreas Baur
Telefon: 06202-7041-30
E-Mail: a.baur@spiegel-institut.de

Pressematerial:
Word-Dokument und Grafiken: www.spiegel-institut.de/de/publikationen

Das Spiegel Institut Mannheim ist ein renommiertes Marktforschungs- und Beratungsinstitut mit Sitz in Brühl b. Mannheim und einem weltweiten Netz an Partnerinstituten.

Portrait

Unsere Arbeitsfelder sind die Marktpsychologie und die Anthropotechnik. Wir bieten mit unseren Studien fundierte Entscheidungshilfen für die Produktentwicklung, Marketing-Strategie, Kommunikation und den Vertrieb.

News-ID: 158425 • Views: 1250 (Stand: 20.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:
<https://www.openpr.de/news/158425/Mitten-durch-den-Stau-oder-darum-herum.html>