
Für die Jungen gehören Freiheit und Mobilität zusammen

Fazit der aktuellen Befragung von mehr als 2000 zufällig ausgewählten Personen: Die 18- bis 23jährigen – die sogenannte Generation Z – setzen Mobilität heute gleich mit Multimodalität, Flexibilität und Freiheit. Das Auto ist für sie aber immer noch höchst relevant. Das ist das Fazit einer Befragung von 2000 Frauen und Männern nach ihren Wünschen, Bedürfnissen und Anforderungen an gesellschaftspolitische Fragestellungen zur Mobilität. Mit der jetzt vorgelegten Untersuchung „Mobility Zeitgeist“ schreiben das Zukunftsinstitut und Ford die Studien fort, die von 2013 bis 2015 erschienen sind.

Die Generation Z verstehen

„Interessant ist, dass Mobilität insgesamt einen sehr hohen Stellenwert in der Generation Z genießt. Mobil sein ist eine wichtige Grundlage für die Erfüllung ihrer Lebensziele und das Bedürfnis der Gen Z nach Freiheit und Flexibilität“, berichtet Julia Piskurek, zuständig für Mobilitätspartnerschaften und Innovation bei den Ford-Werken in Deutschland. Die Werte der Gen Z sind komplex und durchaus ernst. Sie drehen sich um beruflichen Erfolg, den Stellenwert von Freunden und Familie.

Auf der Suche nach Individualität in einer globalen Welt stehen neben dem Wunsch nach einem sinnvollen, erfüllenden Beruf (83 Prozent), „Spaß haben und das Leben genießen“ (83 Prozent) sowie „Zeit für sich selbst und die eigenen Interessen haben“ (85 Prozent) für die junge Generation im Vordergrund. Für diese von 80 Prozent der Gen Z gewünschte Balance zwischen Beruf und Freizeit stellt Mobilität einen wichtigen Eckpfeiler dar, denn Mobilität ist für sie gleichbedeutend mit Flexibilität (64 Prozent), Unabhängigkeit (58 Prozent) und Freiheit (54 Prozent).

Der Stellenwert des Autos bleibt hoch

„Die Gen Z bedient sich der vielfältigen Möglichkeiten von Mobilität. Sie wählt ihre Fortbewegungsmittel danach aus, wie sie im jeweiligen Moment am besten in ihren Alltag passen“, erklärt Mobilitätsexperte Dr. Stefan Carsten vom Zukunftsinstitut. „Hier ist das Auto weiterhin sehr wichtig, aber es muss sich in einen aktiven, umweltbewussten Lebensstil integrieren.“

Ebenso ausschlaggebend sind für die Mehrheit die Mobilitätskosten insgesamt. Sieben von zehn Befragten der Generation Z wünschen sich möglichst preisgünstige Angebote, bzw. Mobilität zu geringen Kosten (70 Prozent). Der Kauf eines Autos ist kein primäres Ziel der jüngeren Generation mehr. Denn das Auto an sich bleibt zugänglich. Die Gen Z nutzt das Familienfahrzeug oder leiht sich ein Auto.

Dieser generelle Stellenwert, den das Auto hier einnimmt, sowie die Lebensziele der Gen Z spiegeln sich auch in ihren Anforderungen an ein Auto wider. Zwei Drittel stimmen der Aussage zu, dass „gemeinsame Autofahrten mit Freunden Spaß machen“ (67 Prozent). Fast genauso viele sind sich jedoch einig, dass ein Auto in erster Linie praktisch und zweckmäßig sein muss (64 Prozent) und möglichst variable Nutzungsmöglichkeiten durch die Gestaltung des Innenraumes bieten sollte (56 Prozent).

Wie nachhaltig denkt die Gen Z wirklich?

„Nachhaltige Werte“ wie ein sozial verantwortungsvoller Lebens- und Konsumstil betrachten 58 Prozent der Befragten als wichtig. Insgesamt hat grüne Mobilität einen hohen Stellenwert bei den jungen Erwachsenen: 63 Prozent der Gen Z halten hohe Umweltstandards, Ressourcen- und Klimaschutz für ein wichtiges Kriterium, damit

Mobilität den Ansprüchen der Menschen künftig gerecht wird. Jeder Zweite sagt von sich, ein umweltfreundliches Auto zu fahren, verleiht ein gutes Gefühl (51 Prozent) und ist der Überzeugung, dass es mehr Anreize für die Produktion, den Kauf und die Nutzung umweltfreundlicher Elektroautos geben sollte (50 Prozent).

Ford hatte das unabhängige Zukunftsinstitut damit beauftragt, die Perspektive der Generation Z mit Blick auf gesellschaftlich relevante Fragestellungen zur Mobilität zu untersuchen. Zugleich wurden die Perspektiven und Erwartungen der Generation Y (24 bis 39 Jahre) untersucht, um die beiden digital geprägten Generationen vergleichen zu können. Dafür hat das Marktforschungsinstitut "YouGov" 2017 Personen in Deutschland befragt. Weitere Einsichten zu den Mobilitätsgewohnheiten der Gen Z, übrigens im direkten Abgleich zu den Einstellungen der Gen Y, unter <https://www.ford.com/ueberford/mobility-zeitgeist-2020>. (ampnet/Sm)

Mobility Zeitgeist auf die Ohren

Gen Z-Influencer „dieserOskar“ (18 Jahre) und „dieserDad“ haben die Studie zum Anlass genommen, sich ebenfalls einmal genauer mit der Generation Z und den verschiedenen Aspekten von Mobilität zu beschäftigen. Im Ford Mobility Zeitgeist-Podcast setzt sich Oskar als Repräsentant der Gen Z gemeinsam mit Vater Tobias auf unterhaltsame Weise mit den Studieninhalten auseinander. In sechs Folgen werden so die Themen Werte, Gesellschaft, Individualität, Beruf, Nachhaltigkeit und Zukunft im Kontext Mobilität beleuchtet. Begleitet werden die Podcast-Folgen durch kurze Videos auf den Kanälen der beiden Protagonisten. Die erste Folge geht heute auf den gängigen Podcast-Plattformen online unter #mobilityzeitgeist.

