



Presse-Information

Liken am Lenkrad

Ipsos-Studie: Jeder dritte Autofahrer unter 35 nutzt während der Fahrt soziale Medien

Hamburg, 03. Februar 2014. Jeder fünfte Deutsche simst, mailt oder liked während der Autofahrt. Damit liegen die Deutschen nur knapp unter dem weltweiten Durchschnittswert von 22 Prozent. Diese Ergebnisse stammen aus einer Studie des international tätigen Marktforschungsinstituts Ipsos. Natürlich sollte die Aufmerksamkeit beim Autofahren uneingeschränkt auf die Straße gerichtet sein. Doch was tun, wenn das Handy ständig piepst und neue Nachrichten ankündigt?

Junge Leute können kaum ohne ihr Smartphone

Wenig überraschend sind es hierzulande vor allem die jungen Autofahrer unter 35 Jahren, die das mobile Endgerät während einer Autofahrt aktiv nutzen (34%). Bei den 35-49jährigen sind es 17 Prozent, bei den 50-64jährigen nur noch acht Prozent. Damit liegt Deutschland im weltweiten Durchschnitt (bis 35 Jahre: 31%, 35-49 Jahre: 21%, 50-64 Jahre: 10%).

Abgesehen von den jungen Deutschen sind es vor allem die Autofahrer mit höherer Bildung (28%), die selbständig Tätigen (26%) und diejenigen mit hohem Haushaltseinkommen (23%), die angeben, soziale Medien während der Fahrt zu nutzen.

Verhalten von Autofahrern unterscheidet sich weltweit sehr

Während die Nutzung von Smartphones im Auto hierzulande mit Bußgeld und einem Punkt geahndet wird, scheint das in anderen Ländern keine weiteren Folgen zu haben. In Saudi-Arabien und Südafrika nutzen mehr als vier von zehn Autofahrern ein mobiles Endgerät während der Fahrt, in Indien sind es noch 29 Prozent. In Europa ist es fast überall verboten, während der Fahrt ein Smartphone oder ähnliches zur Hand zu nehmen, entsprechend gibt nicht mal jeder Zehnte Autofahrer in Großbritannien (8%) und Ungarn (9%) an, dies zu tun. In Schweden, wo Handynutzung während der Fahrt wiederum nicht verboten ist, nutzt ein Viertel (24%) diese Möglichkeit!

Studiensteckbrief

Die Erhebungsländer für die vorliegende Studie waren: Argentinien, Australien, Belgien, Brasilien, Kanada, China, Frankreich, Deutschland, Großbritannien, Ungarn, Indien, Indonesien, Italien, Japan, Mexiko, Polen, Russland, Saudi Arabien, Südafrika, Südkorea, Spanien, Schweden, Türkei und die USA. Grundlage sind Interviews mit einer internationalen Stichprobe von 18.083 Erwachsenen zwischen 18 und 64 Jahren in den USA und Kanada und zwischen 16 und 64 Jahren in den anderen Ländern. Ca. 1000+ Personen aus dem Ipsos Online Panel nahmen pro Land an der Umfrage teil. In Argentinien, Belgien, Indonesien, Mexiko, Polen, Russland, Saudi Arabien, Südafrika, Südkorea, Schweden und der Türkei wurden jeweils ca. 500 Personen befragt. Der Erhebungszeitraum der vorliegenden Daten war September 2013.



Über Ipsos

Ipsos ist ein unabhängiges und innovatives Dienstleistungsunternehmen, das weltweit Services rund um die Markt- und Meinungsforschung anbietet. Um unseren Kunden bestmöglichen Service zu bieten, haben wir uns in sechs Forschungsbereichen spezialisiert. So bestimmen unsere engagierten Forscher Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte, Werbung und Dienstleistungen, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Und das in 85 Ländern auf allen Kontinenten. In Deutschland beschäftigen wir in unserem „Home of Researchers“ über 500 Mitarbeiter in Hamburg, Mölln, München, Frankfurt und Berlin.

Der **Socialogue™** wird von Ipsos OTX herausgegeben, dem kreativen Ipsos Office in Kalifornien, in dem Marktforscher, Strategen, Digital Natives und Mediendesigner aus aller Welt rund um das Thema Social Media forschen. Der Socialogue™ zeigt wöchentlich Trends, Verhaltensweisen und Präferenzen von 20.000 Menschen in 24 Ländern und wird im Rahmen des Global@visor erhoben.



Kontakt Ipsos Pressestelle
Gudrun Witt
Gudrun.Witt@ipsos.com

Sachsenstraße 6
20097 Hamburg
Tel. 040 80096 4179