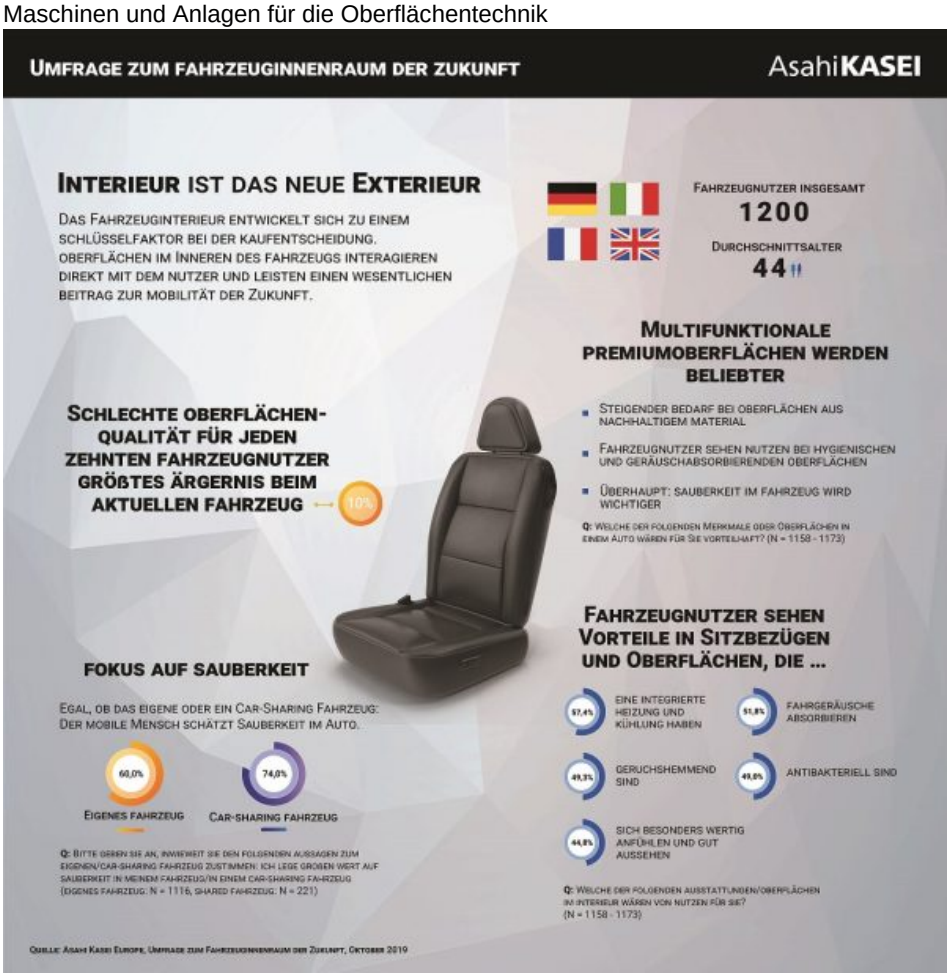
Funktionale Premium-Oberflächen

Artikel vom **8. November 2020**
Maschinen und Anlagen für die Oberflächentechnik



Die Studienergebnisse auf einen Blick (Bild: Asahi Kasei Europe).

Interieur wird das neue Exterieur: Eine im Oktober 2019 von Asahi Kasei Europe mit dem Kölner Marktforschungsinstitut Skopos durchgeführte Studie zeigt steigenden Bedarf nach funktionalen Premium-Oberflächen im Fahrzeug. Denn nicht nur das Automobil selbst, auch das Fahrerlebnis stehe vor einem Wandel. Durch die

zunehmende Autonomie des Autos werden sich die Fahrzeuginsassen weniger auf den Verkehr konzentrieren müssen. Als Folge kann sich der Schwerpunkt der Aufmerksamkeit bei Käufern vom jahrzehntelang dominierenden Exterieur zum Interieur verlagern.

Als Kernergebnis nennen die durchführenden Unternehmen, dass die Markentreue beim Autokauf zurück gehe: 18,3 % der Befragten in den vier wichtigsten europäischen Automobilmärkten planten, sich beim Kauf des nächsten Autos für eine andere Marke zu entscheiden, 34,9 % seien noch unentschlossen. Demnach müssen Fahrzeughersteller mehr als die Hälfte aller Fahrzeugbesitzer aufs Neue für ihre Marke überzeugen. Beim Kauf des aktuellen Autos waren gemäß der Studie die Innenausstattung für 54,8 % der Befragten wichtig, 57,2 %, schenkten dem Exterieur mehr Aufmerksamkeit. Mit Blick auf den Kauf des nächsten Autos steige die Bedeutung des Interieurs stärker an (auf 59,8 %) als die des Exterieurs (auf 61,4 %). Die Unternehmen schließen daraus, dass sich die Kundenerwartungen nicht über Nacht, aber dennoch schneller ändern werden, als es in der Vergangenheit der Fall war.

Eine Chance, Käufer zu überzeugen, seien nachhaltige und hochwertige Oberflächenmaterialien. Als direkte Schnittstelle zwischen Fahrzeug und Nutzer sollten Oberflächen im Fahrzeuginnenraum für das Auge attraktiv und angenehm in der Haptik sein. 10,3 % der Befragten sehen die schlechte Verarbeitungsqualität von Oberflächenmaterialien im Innenraum als größtes Ärgernis im aktuellen Fahrzeug an. 44,8 % sehen einen Vorteil in Oberflächen, die sehr hochwertig aussehen und sich besonders gut anfühlen im Vergleich zu 11,4 %, die dies nicht tun. 32,5 % sollen dazu bereit sein, für diese Oberflächen als Zusatzausstattung einen angemessenen Preis zu bezahlen. Für 57 % stehe fest, dass nachhaltige Materialien für Sitzbezüge und Oberflächen in den nächsten 5 bis 10 Jahren wichtiger werden, während Echtledermaterialien aus Sicht der Befragten in der Bedeutung verlieren sollen.

Neben der Optik und Haptik soll auch der Bedarf nach Innenoberflächen mit weiteren Funktionen wachsen, die das Fahrerlebnis insgesamt verbessern. 49 % der Befragten sehen einen Nutzen in antibakteriellen Eigenschaften von Sitzbezügen und Oberflächen, 49,3 % in geruchshemmenden Sitzbezügen und Oberflächen. Bereits heute betrachten 16,1 % der Umfrageteilnehmer das Fahrgeräusch als größtes Ärgernis im aktuellen Fahrzeug, daher soll die Unterdrückung von Straßen- und Motorgeräuschen noch wichtiger werden. 51,8 % sehen daher einen Nutzen in geräuschabsorbierenden Sitzbezügen und Oberflächen und 35,9 % sollen bereit sein, dafür einen höheren Preis zu bezahlen. Da der Fahrzeuginnenraum mehr in den Mittelpunkt rücke und zu einem zentralen Entscheidungsfaktor im Kaufprozess werde, sieht Asahi Kasei sehr große Potenziale für differenzierende Technologien, die die Sinne der Käuferinnen und Käufer ansprechen sowie deren Ansprüche erfüllen.

Hersteller aus dieser Kategorie

Rinco Ultrasonics AG
Industriestr. 4
CH-8590 ROMANSHORN
0041 71 4664100
info@rincoultrasonics.com
www.rincoultrasonics.com
Firmenprofil ansehen

© 2025 Kuhn Fachverlag