

TOYOTA

**Hybrid-Auswahl
beim neuen C-HR**

WIEN. Der neue Toyota C-HR kommt ab sofort mit zwei Hybridantrieben daher. Zum spürbar optimierten 1.8 Hybrid mit 122 PS gesellt sich der neue 2.0 Hybrid Dynamic Force-Hybridantrieb mit satten 184 PS Systemleistung. Die CO₂-Emissionen des Crossover-SUV liegen damit – nach WLTP – bei 110 g/km beim 1.8 HSD und 119 g/km beim 2.0 HSD. Dazu ist der neue C-HR serienmäßig mit einem neuen Multimediasystem ausgestattet, welches dank Apple Carplay und Android Auto uneingeschränkte Konnektivität bietet. (red)

PEUGEOT

**Montagelinie in
Betrieb genommen**

© Groupe PSA

TRÉMERY. Die Groupe PSA weihte vor wenigen Tagen ihre neue Montagelinie für elektrifizierte Antriebsstränge im Werk Trémery in Lothringen ein. Damit ist Trémery das einzige Werk des Herstellers, in dem alle Arten von Antriebssträngen produziert werden können. Die neue Linie soll im kommenden Jahr bereits eine Produktionskapazität von 120.000 und 2021 dann sogar 180.000 elektrischen Antriebssträngen erreichen. (red)

Assistent, bitte hilf!

Studie des Capgemini Research Institute: 95 Prozent der Autofahrer möchten künftig Sprachassistenten im Auto nutzen.



© PantherMedia/rykhdov

Nicht mehr wegzudenken: Für immer mehr Autofahrer gehören Sprachassistenten zu ihrem automobilen Alltag.

WIEN. Nahezu jeder Autofahrer möchte in den nächsten drei Jahren einen Sprachassistenten verwenden. Allerdings müssen die Hersteller die Nutzerfreundlichkeit verbessern, um die Erwartungen der Verbraucher besser zu erfüllen. Dies geht aus der Studie „Voice on the Go: How can Auto Manufacturers provide a superior in-car Voice Experience?“ des Capgemini Research Institute hervor.

Anteil steigt weiter

49 Prozent der weltweit befragten Verbraucher nutzen Sprachassistenten in ihren Fahrzeugen demnach bereits für eine Vielzahl von Funktionen; dieser Anteil soll in den nächsten drei Jahren auf 73 Prozent steigen.

Insgesamt gehen 95 Prozent der Verbraucher davon aus, dass sie innerhalb der nächsten drei Jahre Gesprächsassistenten – dies sind insbesondere Sprachassistenten – im Auto nutzen werden, um auf Informa-

tionen zuzugreifen. Mehr als die Hälfte würde diese sogar permanent verwenden.

„Sprachassistenten sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Sie werden zu einem unverzichtbaren Teil davon, wie Menschen ihr Auto erleben und ihre Mobilität sicher gestalten“, sagt Hellmuth Leinfellner, OmniChannel-Experte bei Capgemini in Österreich. „Die Studie macht deutlich, wie die Automobilindustrie Sprachassistenten als strategischen Vorteil nutzen sollte, um die Bindung zu ihren Kunden zu stärken und ihre Umsätze mit vernetzten Services zu steigern.“

Auf die Frage, welche Erfahrungen sie mit Sprachassistenten im Auto gemacht haben, antworteten nur 28 Prozent der Befragten weltweit mit „großartig“, 59 Prozent stimmten zu, dass „es zufriedenstellend war, aber das Erlebnis verbessert werden muss“. Eine klare Mehrheit der Verbraucher wünscht

sich, dass Sprachassistenten im Auto und zu Hause besser miteinander vernetzt sind, zum Beispiel bei Systemen zur Temperaturregelung (63 Prozent).

Datenschutz als Problem

Verbesserungsbedarf sehen die Befragten zudem beim Thema Feedback-Möglichkeiten oder Beschwerde (61 Prozent), der Bestellung bestimmter Mobilitätsdienste (60 Prozent) und der Buchung von Serviceterminen für Fahrzeuge (60 Prozent).

Neben der Verbesserung des Kundenerlebnisses in den wichtigsten Anwendungsfällen müssen Hersteller auch auf Bedenken beim Datenschutz und der Datensicherheit eingehen, so die Studie: Die Hälfte der Verbraucher gab an, dass sie Sprachassistenten ihre persönlichen Daten nicht anvertrauen möchte, 48 Prozent sagten, diese seien zu aufdringlich und auf zu viele persönliche Informationen aus. (red)