



# GIM MOBILITY



GIM | RELEVANCE COUNTS.



## GIM MOBILITY

GIM MOVE™: Den Mobilitätswandel global erforschen

*GIM MOVE™: Global research of the change in mobility*



**Wie werden wir morgen und übermorgen unterwegs sein? Welchen Einfluss werden Digitalisierung und Automatisierung auf die Mobilität haben? Und ist car-sharing nun ein Hype oder die Zukunft?**

Nie war es spannender, Mobilität zu erforschen, als heute. Im Spannungsfeld zwischen konkreten Kundenbedürfnissen, regulatorischen Maßnahmen der Politik und der wachsenden Konkurrenz von alten und neuen Playern auf dem Mobilitätsmarkt, vollzieht sich derzeit ein Wandel nie gekanntem Ausmaßes. Und das global, national, regional und lokal.

### **Mitten im Wandel: GIM MOVE™**

Bei vielen politischen Gatekeepern weltweit setzt sich stetig die Einsicht durch, dass der motorisierte Individualverkehr in der Stadt an Grenzen stößt. Die Regulierungen treffen zumeist die Automobilindustrie, und so ringen alte und neue technologieorientierte Anbieter um die Nischen im Mobilitätsmarkt. Aus unserer globalen Konsumentenforschung wissen wir zudem um die mobilitätsbezogenen Veränderungen der Menschen – in ihren Köpfen und ihrem Verhalten.

GIM MOVE™ schafft für unsere Kunden in dieser Phase des Umbruchs Orientierung. Wir erforschen in zumeist internationalen Studien mit einem breiten qualitativen und quantitativen Methodenportfolio die relevanten Fragestellungen für die Mobilität von morgen.

### **GIM MOVE™ Forschungsfragen**

- Wie müssen neue Mobilitätsangebote „gestrickt“ sein, und welche Kundenbedürfnisse müssen sie adressieren um erfolgreich zu sein?
- Wie sieht die Mikro-Mobilität in Großstädten im internationalen Vergleich aus, und welche Nischen können neue Mobilitätsangebote besetzen?
- Welche kulturellen und regulatorischen Treiber und Barrieren gilt es bei der Einführung von Mobilitätsinnovationen zu beachten?
- Wie muss das Interior von selbstfahrenden Autos oder car-sharing Flottenfahrzeugen ausgestaltet sein?

### **Warum GIM MOVE™?**

#### **Modell „Mobility Choice Model“**

Auf Basis unserer jahrelangen Forschungserfahrung über die Mobilitätsentscheidungen von Menschen haben wir ein Modell entwickelt, mit dem sich die individuelle und situative Verkehrsmittelwahl erklären und prognostizieren lässt. Mit unserem Modell lassen sich bspw. die relevanten Stellschrauben für die Konzeption eines neuen Mobilitätskonzeptes identifizieren (siehe Grafik).

#### **„ICU™-Mobilitätssegmentierung“**

Mit dem GIM-Segmentierungsansatz ICU™ (Integrated Consumer Understanding) haben wir eine Mobilitätssegmentierung entwickelt und in einer internationalen Studie validiert.

#### **„Cultural Brokerage™“: Global forschen und interpretieren**

Mobilität ist nicht nur eine Frage der infrastrukturellen Rahmenbedingungen sondern auch der (Mobilitäts-)Kultur eines Landes. Mit unserem „Cultural Brokerage™“ Ansatz leisten wir in allen relevanten Märkten kultursensible Analysen von Treibern, Barrieren und Bedürfnissen in Bezug auf Mobilität und Mobilitätskonzepten.

#### **Ankopplung zur GIM Zukunftsforschung**

In Zusammenarbeit mit dem GIM Future Team leiten wir Szenarien und Handlungsfelder zukünftiger Geschäftsmodelle im Bereich Alltagsmobilität ab.

#### **Innovation made by GIM: Integration von Forschung und Konzeption**

Mit maßgeschneiderten Workshops und Design Thinking Prozessen entwickeln wir aus unseren Forschungsergebnissen neue Konzepte und Mobilitätsangebote und -dienstleistungen, ebenso wie bspw. Designrouten für Fortbewegungsmittel. Hierfür arbeiten wir häufig mit Lead Usern, die für jedes Projekt eigens rekrutiert werden.



## What will tomorrow's and the day after tomorrow's means of transport be? How will digitisation and automation influence mobility? Is car-sharing just a hype or the future?

It has never been more exciting to research mobility than it is today. Between concrete consumer needs, regulatory policy measures, and the increasing competition among old and new players in the mobility market, the change has reached vast dimensions. And this is happening on a global, national, regional and local basis.

### In the midst of change: GIM MOVE™

Many political gatekeepers have come to realise that the motorised individual traffic in cities is reaching its limits. These regulations mainly affect the automotive industry, and therefore old and new technology-oriented suppliers are fighting over the niches in the mobility market. From our global consumer research, we gained insights on how changes in mobility affect people - regarding their attitudes and their behaviour.

With GIM MOVE™ we provide orientation for our clients in this time of change. We mostly investigate relevant research question regarding future mobility in international studies, applying a wide portfolio of qualitative and quantitative methods.

### GIM MOVE™ research questions

- How do mobility offers need to be designed, and which client needs must be addressed to be successful?
- What does micro-mobility in big cities look like in the international comparison, and what niches will new mobility offers occupy?
- What cultural and regulatory drivers and barriers need to be considered when introducing mobility innovations?
- How does the interior of driverless cars or car-sharing vehicles need to be designed?

### Why GIM MOVE™?

#### “Mobility Choice Model”

Based on our long-standing experience in research on consumer's mobility choices, we developed a model that allows us to explain and predict the individual and situational choice of the means of transport. With our model, it is possible to identify the relevant determining factors for establishing a new mobility concept (see figure below).

#### “ICU™ mobility segmentation”

The GIM segmentation approach ICU™ (Integrated Consumer Understanding) is a mobility segmentation concept we developed and validated in an international study.

#### “Cultural Brokerage™”: Global Research and Interpretation

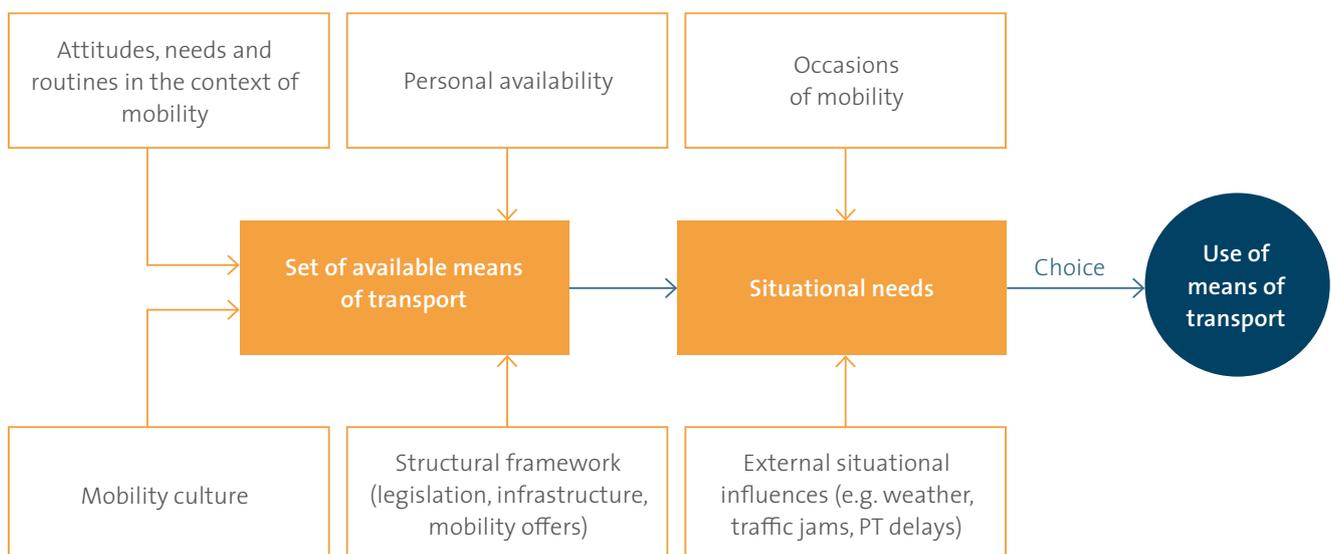
Mobility is not only a question of infrastructural conditions, but is also influenced by every country's (mobility) culture. Our “Cultural Brokerage™” approach allows us to carry out culturally sensitive analyses of drivers, barriers, and needs regarding mobility and mobility concepts in all relevant markets.

#### Incorporation of the GIM Future Research

In collaboration with the GIM Future Team we derive scenarios and areas of activity for future business models in the field of everyday mobility.

#### Innovation made by GIM: Integration of research and conception

With the help of custom-made workshops and design thinking processes, we develop new concepts and mobility offers and services based on our study results, as well as design routes for means of transport. We often work with lead users we recruit individually for each project.



#### **GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung mbH**

Goldschmidtstr. 4–6 | 69115 Heidelberg  
Telephone: +49 (0)6221 83280 | Fax: +49 (0)6221 832833  
info@g-i-m.com | www.g-i-m.com

#### **GIM Berlin Office**

Schumannstr. 18 | 10117 Berlin  
Telephone: +49 (0)30 24000910 | Fax: +49 (0)30 24000933  
berlin.office@g-i-m.com | www.gim-berlin.de

#### **GIM France SARL**

11 Rue Auguste Lacroix | 69003 Lyon  
Telephone: +33 (0)437 2707 14 | Fax: +33 (0)488 679866  
info-fr@g-i-m.com | www.gim-france.com

#### **GIM Suisse AG**

General-Wille-Str. 10 | 8002 Zürich  
Telephone: +41 (0)44 2831818 | Fax: +41 (0)44 2831819  
info@g-i-m.ch | www.g-i-m.ch

#### **GIM China**

GIM Market Research (Shanghai) Co., Ltd.  
Room 401-03, 4/F, Kirin Plaza, No.666 Gubei Road  
Shanghai | China  
Telephone: +86 21 22166403  
s.tumis@g-i-m.com | www.gim-china.com



**GIM | RELEVANCE COUNTS.**