



Aral Studie

Trends beim Autokauf 2009

Inhalt

Vorwort	4
Methodik und Ergebnisse	5
Kaufabsicht in den nächsten 18 Monaten	6
Bezahlungsart beim nächsten Auto	7
Marke des nächsten Autos	8
Gründe für den neuen Pkw	10
Rabatt beim Autokauf	11
Wahl der Karosserieform	12
Farbe des nächsten Autos	13
Gewünschte Ausstattung des nächsten Autos	14
Antriebsenergie des nächsten Autos	15
Nutzung der Abwrackprämie	16

Bedeutung des CO ₂ beim Neuwagenkauf	17
Umweltimage der Hersteller	18
Umweltfreundlichste Antriebsenergie	19
Mehrpreis für neue Antriebstechnologien	20
Akzeptanz von Elektroautos	21
CO ₂ -Ausstoß des eigenen Pkw	22
Geplante CO ₂ -Grenzwerte der EU	23
Maßnahmen zur Schadstoffreduzierung	24
Reaktion auf Kraftstoffpreise	25
Antriebsenergien bei Neuzulassungen	26
Zusammenfassung	27

Vorwort

Die aktuelle Aral Studie „Trends beim Autokauf 2009“ zeigt – nach den Befragungen in den Jahren 2003, 2005 und 2007 – zum vierten Mal zentrale Entwicklungen bei der privaten Pkw-Nutzung in Deutschland auf.

Die Studie enthält wichtige Hinweise darauf, welche Automarke am stärksten den Anforderungen der Kaufinteressenten entspricht, die sich in den kommenden 18 Monaten einen Neu-, Jahres- oder Gebrauchtwagen zulegen wollen. Aspekte wie die Fahrzeugfinanzierung, die Rabatterwartungen oder die Antriebsart wurden ebenso abgefragt wie die bevorzugte Karosserieform oder die Haltung der Studienteilnehmer zur CO₂-Problematik sowie die Nutzung der Abwrackprämie. Besonders aufschlussreich sind die Vergleiche mit den vorangegangenen Befragungen, die den tiefgreifenden Wandel in der Automobilindustrie und bei den Erwartungen der Käufer dokumentieren. Neu aufgenommen wurden unter anderem die Themen „Abwrackprämie“ und „Akzeptanz von Elektroautos“. Die Antworten geben einen Ausblick darauf, ob das Elektroauto als Hoffnungsträger der Automobilindustrie auch zu den Favoriten der potenziellen Autokäufer gehört. „Trends beim Autokauf 2009“ liefert somit wichtige Erkenntnisse über die Einschätzungen und Verhaltensweisen der Autofahrer und ermöglicht einen Blick auf die Zukunft der individuellen Mobilität in Deutschland.



Methodik In der Zeit vom 21. Mai bis zum 7. Juni 2009 wurden im Rahmen der Aral Studie insgesamt 1.163 telefonische Interviews durchgeführt. Die Auswahl der Studienteilnehmer erfolgte als repräsentative Stichprobe von Autofahrern bundesweit nach Postleitzahl-Gebieten. Für die aktuelle Befragung wurden wie 2005 und 2007 gezielt 150 angehende Neuwagenkäufer zusätzlich in die Untersuchung aufgenommen, so dass die Basis jetzt rund 300 Neuwagenkäufer bilden. Insgesamt wurden 30 Fragen zu den Themen Fahrzeugnutzung, Zufriedenheit, Ansprüche und Kaufabsichten gestellt. Die Studie gibt in erster Linie das Meinungsbild der Befragten wieder und analysiert die dahinterliegenden Motive. Mit der Durchführung der Befragung und der Auswertung der Ergebnisse wurde wie bereits in den Vorjahren das IfA – Institut für Automobil-Marktforschung beauftragt.

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick Die Neigung, einen Neu- oder Gebrauchtwagen zu kaufen, ist unter Deutschlands Autofahrern erneut rückläufig und hat sich seit 1999 fast halbiert. Volkswagen ist unter den Befragten die beliebteste Marke und hat seinen Vorsprung vor der Konkurrenz sogar noch ausgebaut. Opel, Audi und BMW büßen bei der Gunst der Kaufinteressenten dagegen ein. Zusätzlicher VW-Erfolg: Die Wolfsburger Marke verdrängte die japanische Konkurrenz von Toyota von der Spitzenposition in Sachen Umweltimage.

Die aktuelle Krise beeinflusst die wichtigsten Aspekte beim Autokauf deutlich: Wirtschaftliche Erwägungen wie der Kraftstoffverbrauch oder das Preis-Leistungs-Verhältnis gewinnen an Bedeutung. Zwar hat sich die Rabatterwartung der Autokäufer vor diesem Hintergrund kaum verändert, doch bei enttäuschten Erwartungen neigen immer mehr Studienteilnehmer zum Kaufverzicht oder zum Markenwechsel.

Fest steht außerdem, dass längst nicht alle Autofahrer, die die Abwrackprämie nutzen wollen, auch in den Genuss der staatlichen Förderung kommen werden. Die Fördermittel sind fast alle verteilt und noch immer ist das Interesse an der Abwrackprämie groß. In Sachen Umweltschutz zeigt sich, dass potenzielle Autokäufer sich für das Thema Umweltschutz sehr interessieren, Mehrkosten für umweltfreundliche Technik aber nur in geringem Maße akzeptieren. Auch Einschnitte in der Alltagstauglichkeit werden kaum toleriert. Entsprechend haben Elektroautos auf dem jetzigen Stand der Technik nur ein äußerst geringes Marktpotenzial, obwohl die Mehrheit der Befragten glaubt, dass das Elektroauto in zehn Jahren einen wesentlichen Beitrag zur CO₂-Reduzierung leisten kann.

Kaufabsicht in den nächsten 18 Monaten

Kaufneigung innerhalb von zehn Jahren nahezu halbiert –
kaufinteressierte Männer verhindern größeren Einbruch

Der Automobilhandel in Deutschland geht schwierigen Zeiten entgegen: Nur noch 18% der Befragten planen in den kommenden 18 Monaten den Kauf eines Neu-, Jahres- oder Gebrauchtwagens. Gegenüber der Befragung aus dem Jahr 2007 ist das eine erneute Reduzierung des Kaufinteresses um einen Prozentpunkt. Gravierender sind jedoch die Unterschiede in der langfristigen Betrachtung. Vor sechs Jahren war ein Fahrzeugkauf noch für 24% der Befragten ein Thema und vor zehn Jahren beschäftigte sich noch mehr als ein Drittel aller Befragten mit konkreten Kaufplänen. Im Vergleich dazu hat sich die Kaufneigung nahezu halbiert.

Einen noch stärkeren Einbruch bei den geplanten Fahrzeugkäufen verhinderten die Männer. Bei ihnen stieg die Kaufneigung sogar leicht von 20 auf 22%. Frauen reagieren auf die aktuelle wirtschaftliche Situation mit einer deutlichen Kaufzurückhaltung: Nur 14% von ihnen interessieren sich für einen anderen Wagen. Vor zwei Jahren waren es noch 18%.

Auch in den unterschiedlichen Altersgruppen gibt es ein erhebliches Gefälle. Bei der jungen Käuferschicht im Alter von 18 bis 39 Jahren hat das Kaufinteresse in den vergangenen sechs Jahren Stück für Stück von 29 auf jetzt 21% nachgelassen. Dagegen stagniert das Interesse der älteren Autofahrer auf niedrigem Niveau und im Vergleich zur Befragung aus dem Jahr 2007 ergibt sich sogar ein leichtes Plus von 16 auf 17%.

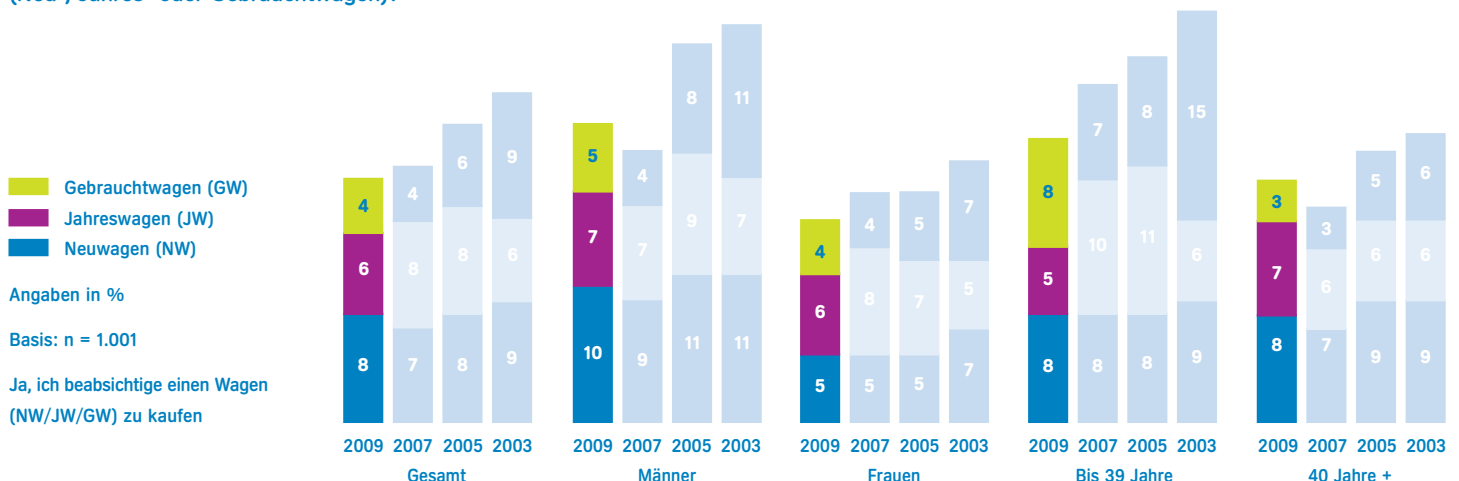
Insgesamt interessieren sich 8% der Befragten für ein neues Auto, 6% planen die Anschaffung eines Jahreswagens und 4% wollen sich einen Gebrauchtwagen zulegen.

Die wichtigsten Gründe für das geringer werdende Interesse sind das Auslaufen der Abwrackprämie und die verlängerte Haltedauer. Viele Autofahrer haben die staatliche Unterstützung in Anspruch genommen und einen ohnehin geplanten Autokauf vorgezogen. Darüber hinaus trennen sich die Halter immer später von ihren Fahrzeugen. Das Durchschnittsalter des aktuellen Pkw-Bestands in Deutschland ist laut Kraftfahrt-Bundesamt seit 1999 um mehr als ein Jahr auf rund acht Jahre gestiegen. Das durchschnittliche Lebensalter betrug zuletzt zwölf Jahre.



Fragestellung:

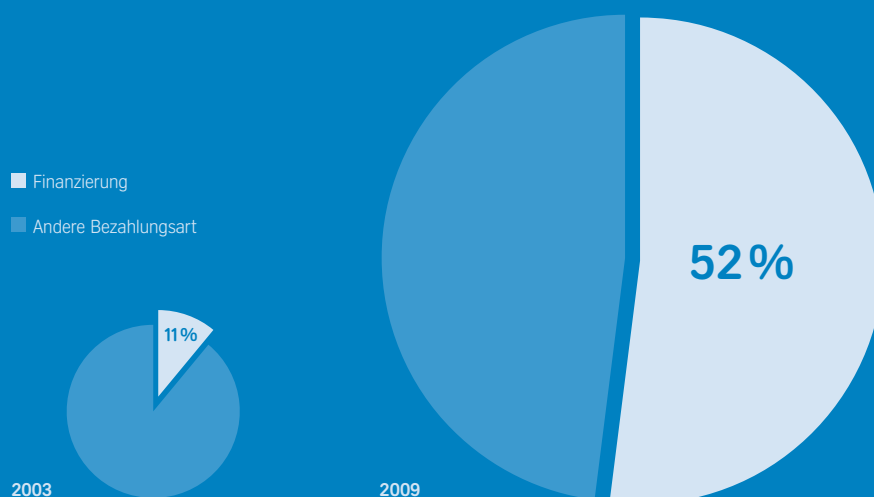
Beabsichtigen Sie, in den kommenden 18 Monaten einen Pkw zu kaufen? Wenn ja, um was für ein Fahrzeug handelt es sich (Neu-, Jahres- oder Gebrauchtwagen)?



Bezahlungsart beim nächsten Auto

Barzahler sind eine bedrohte Spezies –

Anteil der Finanzierung nahezu verfünffacht



Nur Bares ist Wahres – aber nicht mehr beim Autokauf. Der Anteil der Barzahler hat sich seit der ersten Befragung im Jahr 2003 von damals 64% auf jetzt 32% halbiert. Diese Tendenz lässt sich sowohl bei unterschiedlichen Altersgruppen als auch bei Frauen und Männern beobachten. So schrumpfte der Anteil der Barzahler in der älteren Käuferschicht ab 40 Jahren von 70 auf 38%. Bei den jüngeren Käufern zwischen 18 und 39 Jahren wollen nur noch 22% ihr nächstes Auto bar bezahlen – vor sechs Jahren war es noch fast jeder Zweite.

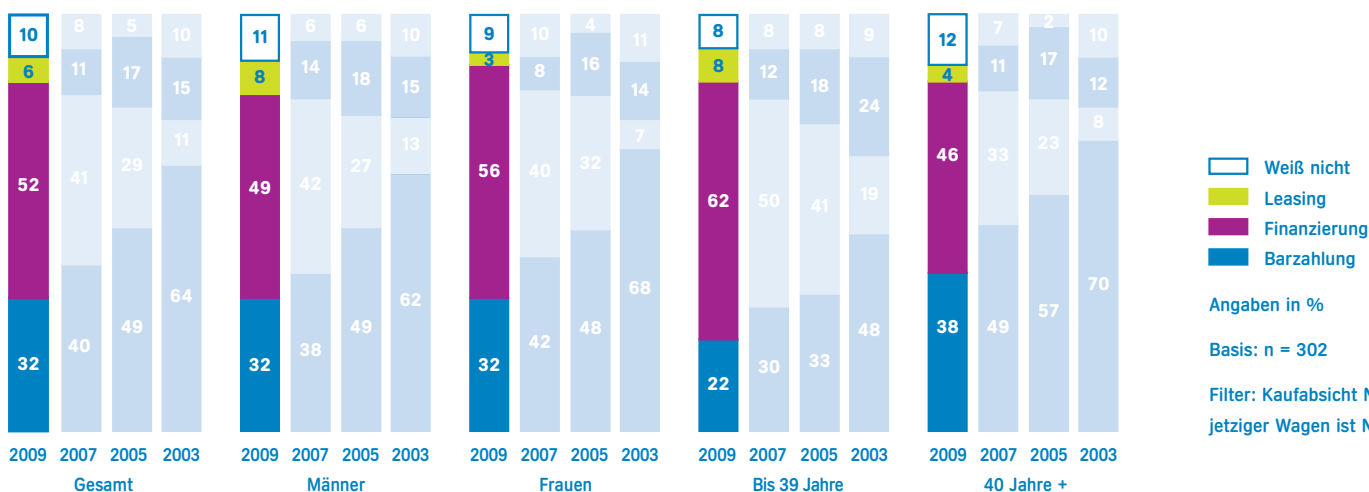
Parallel dazu sind Finanzierungsangebote von Banken oder Autohäusern die großen Gewinner der Entwicklung. Der Anteil der Finanzierung stieg um

fast das Fünffache innerhalb von sechs Jahren: 2003 waren es noch 11%, jetzt sind es 52%. Das gestiegene Finanzierungsinteresse gibt vielen Autohäusern und Herstellern neuen Spielraum, denn Finanzdienstleistungen gehören noch immer zu den ertragreichen Geschäftsfeldern.

Leasingangebote sind dagegen die eindeutigen Verlierer dieser Entwicklung. Vom Höchstwert aus dem Jahr 2005 von 17% hat sich der Anteil auf 6% nahezu gedrittelt. Hohe Leasingraten und schlechte Erfahrungen bei der Rückgabe von Leasingfahrzeugen könnten vor allem Privatkunden nachhaltig verprellt haben.

Fragestellung:

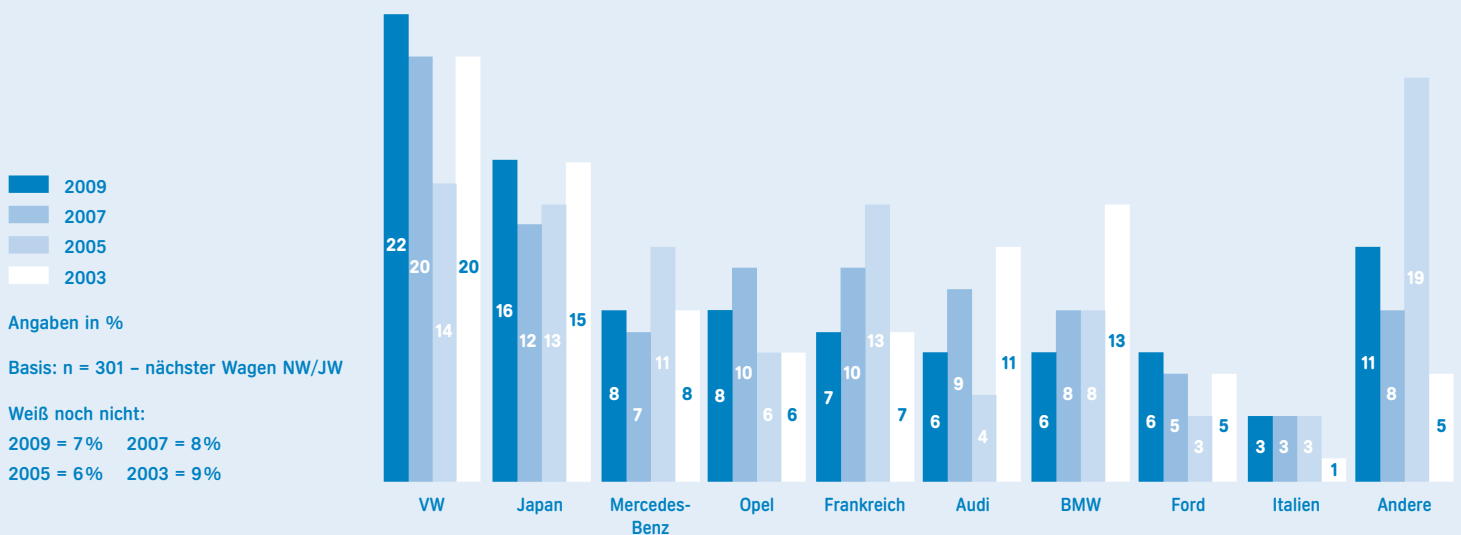
Werden Sie Ihren neuen Pkw voraussichtlich bar bezahlen, finanzieren oder leasen?



Die Marke des nächsten Autos

Volkswagen baut Spitzenposition weiter aus –
Audi, BMW und Opel auf der Verliererseite

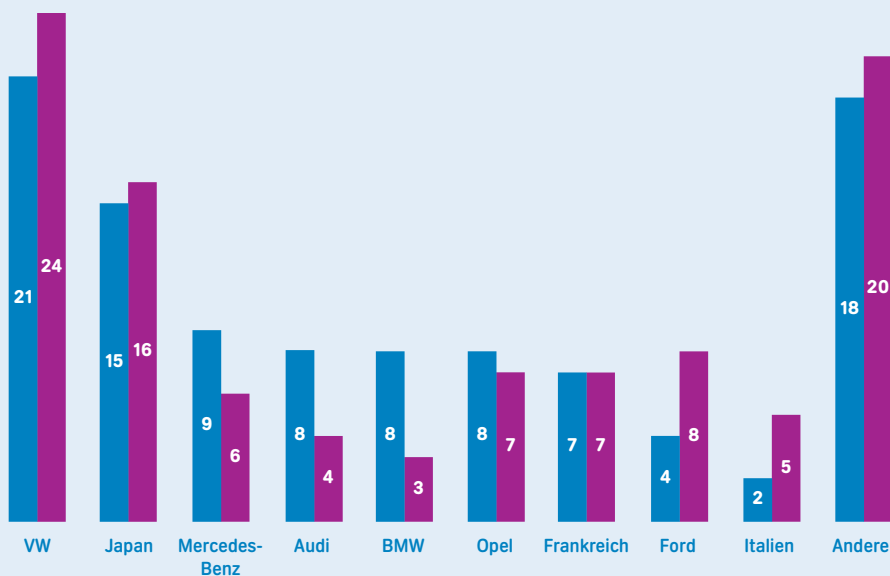
22% wählen beim
nächsten Autokauf VW



Fragestellung:
**Von welcher Marke wird
Ihr nächster Pkw
voraussichtlich sein?**

Pole-Position mit wachsendem Vorsprung: Volkswagen hat seine Marktführerschaft weiter ausgebaut. 22% der Befragten und damit 2 Prozentpunkte mehr als 2007 wollen beim nächsten Autokauf zu einem Modell von VW greifen. Gegenüber der Befragung aus dem Jahr 2005 hat VW sogar 8 Prozentpunkte dazugewonnen. Auf den Branchenprimus folgt – mit gehörigem Abstand – ein breites Mittelfeld. Jeweils 8% der Befragten haben ein Auto von Opel oder Mercedes-Benz auf dem Einkaufszettel. Während Mercedes-Benz damit ein leichtes Plus beim Kaufinteresse verbucht, bedeuten 8% für Opel einen klaren Rückgang von 2 Prozentpunkten. Unter den deutschen Herstellern ist das Minus lediglich bei Audi größer: Vor zwei Jahren interessierten sich noch 9% der Befragten für die Marke aus Ingolstadt – aktuell sind es nur noch 6%. Allerdings ist Audi die Marke mit den größten Schwankungen innerhalb der Befragungen, denn 2003 wollten 11% der Befragten einen Audi kaufen und zwei Jahre später nur noch 4%.

Einen Rückgang des Kaufinteresses muss auch BMW hinnehmen. Hier sinkt die Kaufneigung von 8 auf 6%. Zu den Gewinnern gehört Ford mit einem leichten Anstieg von 5 auf 6%.



■ Männer
■ Frauen

Angaben in %

Basis: n = 301 – nächster Wagen NW/JW

Vom Ansturm auf kleine und sparsame Fahrzeuge profitieren vor allem die japanischen Importeure, denn ihr Anteil an den Kaufabsichten stieg von 12 auf 16%. Französische Hersteller, die ebenfalls stark im Kleinwagen-Segment vertreten sind, können ihren Anteil nicht nachhaltig ausbauen. Im Gegenteil: Das Kaufinteresse der Befragten schrumpft von 10 auf nur noch 7%. Differenziert nach Geschlechtern kann sich die deutsche Autoindustrie vor allem auf die Männer verlassen. Sie interessieren sich vergleichsweise stark für Mercedes-Benz, Audi und BMW. Dagegen verzeichnet Ford einen besonders großen Frauenanteil. Frauen können sich auch für italienische Fahrzeuge erwärmen. Einig sind sich die Geschlechter beim Gesamtfavoriten: Beide sehen Volkswagen ganz vorn.

Ein klares Gefälle gibt es bei unterschiedlichen Käuferschichten zu verzeichnen. Die jungen Autofahrer zwischen 18 und 39 Jahren favorisieren überproportional stark Ford, Audi und BMW. Die ältere Generation ab 40 Jahren hat dagegen ein Faible für Opel oder Mercedes-Benz.

Fragestellung:
**Von welcher Marke wird
Ihr nächster Pkw
voraussichtlich sein?**

Gründe für den neuen Pkw

Euro und Cent entscheiden –

Komfort, Familienfreundlichkeit oder Variabilität haben ausgedient

Verbrauch/Wirtschaftlichkeit

Preis-Leistungs-Verhältnis

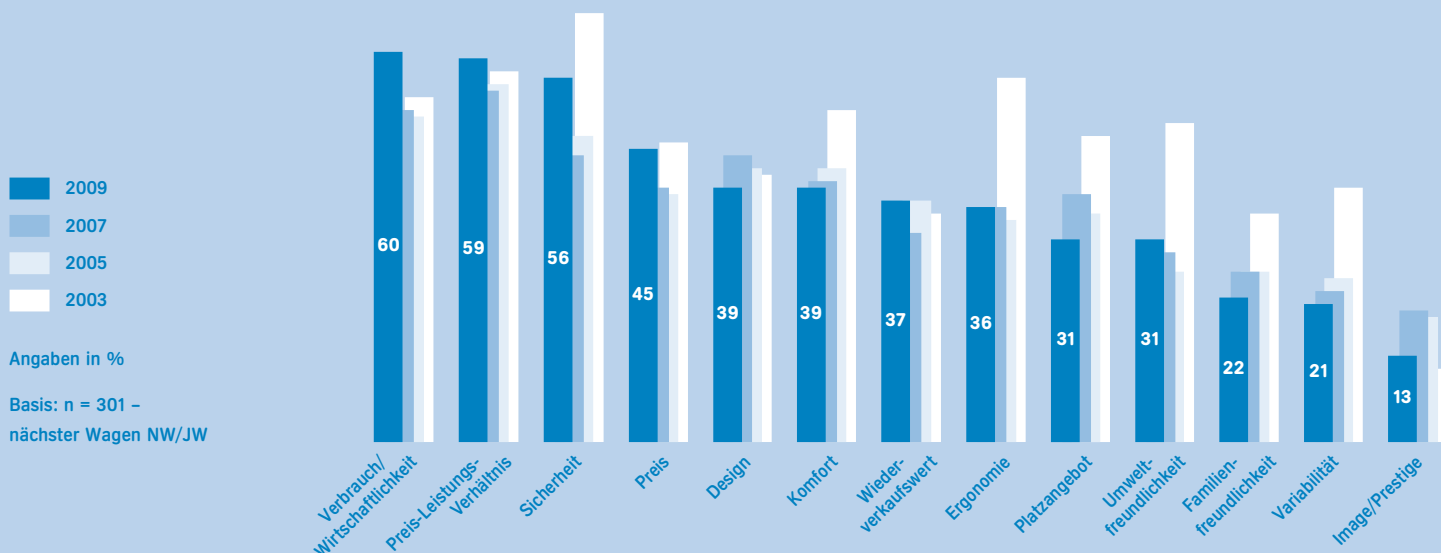


Die Folgen der Wirtschaftskrise und die steigenden Schwankungen bei den Kraftstoffpreisen sind auch bei den wichtigsten Aspekten des Autokaufs deutlich zu spüren: Deutschlands Autofahrer kalkulieren beim nächsten Autokauf verstärkt die Folgen für das Portemonnaie mit ein. Entsprechend sind „Verbrauch und Wirtschaftlichkeit“ mit 60% der Nennungen das wichtigste Argument beim Autokauf. Vor zwei Jahren belegte dieses Kriterium mit 51% noch den zweiten Platz. Das Preis-Leistungs-Verhältnis hat zwar seinen Spitzenplatz verloren, verbuchte aber eine Steigerung der Nennungen von 54 auf nun 59% und ist das zweitwichtigste Kaufargument. Der Preis als viertwichtigstes Kriterium bestätigt die These, dass wirtschaftliche Gründe alle anderen Faktoren beim Autokauf derzeit überlagern. Die Dominanz von Euro und Cent unterbricht lediglich der Wunsch nach einem sicheren Auto auf Rang 3. Allerdings hat die Sicherheit im Vergleich zur ersten Erhebung vor sechs Jahren von 66% auf jetzt 56% an Bedeutung verloren. Komfort, Familienfreundlichkeit oder Variabilität haben als wichtige Kriterien dagegen nahezu ausgedient.

Frauen achten noch stärker als Männer auf wirtschaftliche Faktoren. Lediglich bei der langfristigen Perspektive des Wiederverkaufswerts schauen Männer genauer hin. Männer legen außerdem vergleichsweise großen Wert auf ein gutes Platzangebot, während Frauen stärker auf Umweltfreundlichkeit achten. Möglichst wenig Emissionen sind nur für die ältere Klientel ab 40 Jahren von Bedeutung (34%), während jüngere Käufer zwischen 18 und 39 Jahren andere Prioritäten setzen: 50% von ihnen achten auf das Design – nur für 33% der Älteren ist die Optik entscheidend.

Fragestellung:

Was sind die Gründe, die in erster Linie zu der Entscheidung für Ihren neuen Pkw beitragen?



Rabatt beim Autokauf

Erwartungen auf gleichbleibend hohem Niveau –

Konsequenzen auf Grund enttäuschter Erwartungen werden drastischer

Fragestellung:

Würden Sie auch eine andere Pkw-Marke kaufen, wenn Sie dafür mehr Rabatt bekämen? Würden Sie eventuell auch auf einen Kauf verzichten, wenn Sie nur einen geringeren Rabatt bekommen?

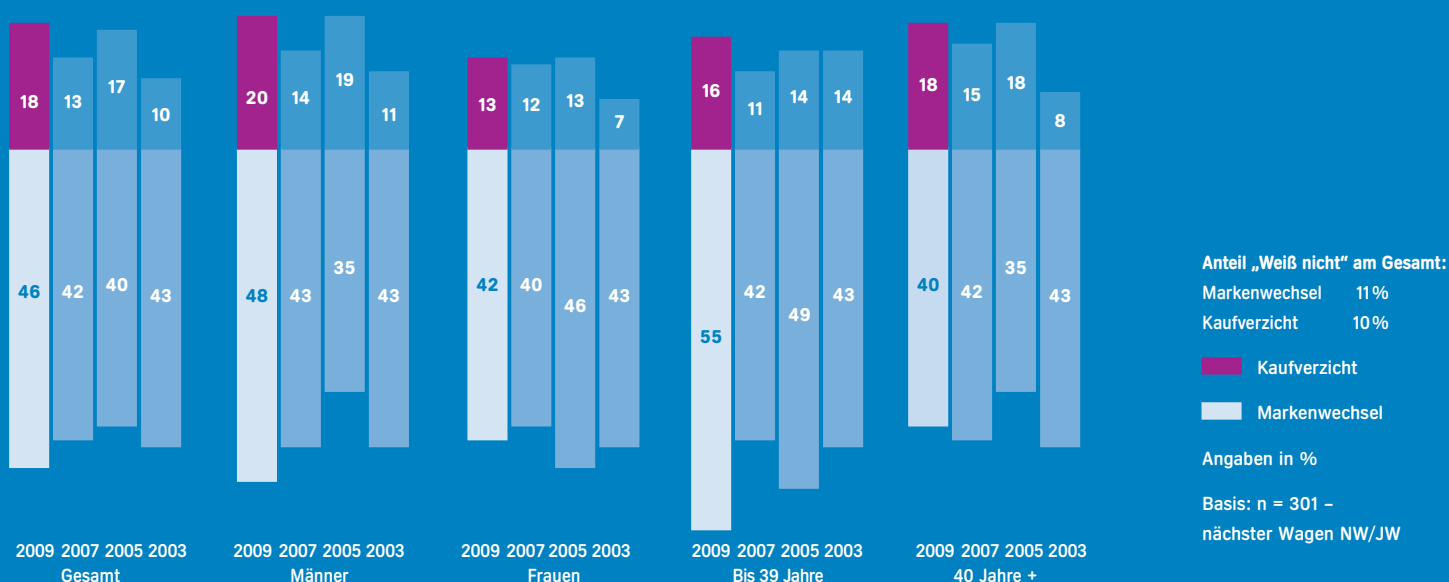


Zwar achten Autofahrer, die in den kommenden 18 Monaten ein Auto kaufen wollen, verstärkt auf wirtschaftliche Faktoren, doch auf die Rabatterwartung im Autohaus hat das kaum Auswirkungen. Im Durchschnitt erwarten die potenziellen Autokäufer einen Preisnachlass von 14%. Vor zwei Jahren waren es 13%.

Während sich der Autohandel also nicht auf überzogene Rabatterwartungen einstellen muss, sollten Autoverkäufer künftig mit verstärkten Konsequenzen auf Grund enttäuschter Erwartungen rechnen. 46% der Befragten

würden bei zu geringen Rabatten die Marke wechseln. Das sind 4 Prozentpunkte mehr als noch vor zwei Jahren. Auch die Zahl derer, die bei schlechten Konditionen auf einen Kauf verzichten wollen, ist deutlich von 13 auf 18% gestiegen.

Besonders konsequent wollen sich junge Männer von 18 bis 39 Jahren zeigen. 55% von ihnen erwägen einen Markenwechsel, während es bei den älteren Autokäufern nur 40% sind. Für die ältere Klientel ist ein Kaufverzicht dagegen eher eine Option.

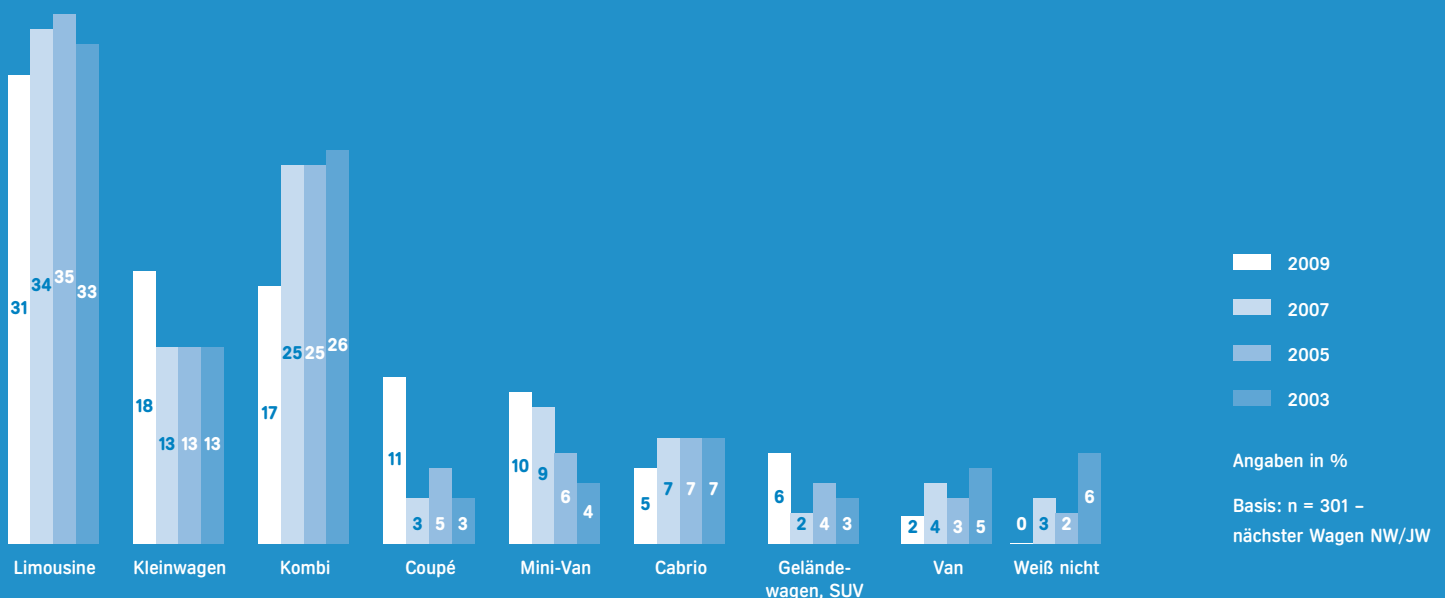


Wahl der Karosserieform

Die klassische Limousine bleibt der klare Favorit – Kleinwagen lösen Kombis als Kronprinzen ab



Fragestellung:
Welche Karosserieform wird Ihr
nächster Wagen voraussichtlich haben?



Die Limousine ist tot – es lebe die Limousine: Dieser klassischen Karosserieform wird seit Jahren ihr Ende vorhergesagt, doch die Limousine ist noch immer das favorisierte Modell der Befragten. 31% und damit 3 Prozentpunkte weniger als noch 2007 wollen wieder der klassischen Form den Zuschlag geben. Der Kombi büßt dagegen seinen Status als mögliche neue Nummer eins ein. Deutlich weniger Autofahrer achten auf das Raumangebot und entsprechend stürzt der Kombi bei den Kaufplanungen von 25% auf 17% regelrecht ab. Die neue Nummer zwei der Favoritenliste sind Kleinwagen. Stark schwankende Kraftstoffpreise sowie die CO₂-abhängige Besteuerung haben diesem Fahrzeugsegment neuen Auftrieb gegeben. Entsprechend planen 18% der Befragten den Kauf eines Kleinwagens – vor zwei Jahren waren es noch 13%. Der Siegeszug der Kleinwagen lässt sich auch anhand der Zulassungszahlen aus dem Jahr 2008, also noch vor der Abwrackprämie, belegen: Laut Kraftfahrt-Bundesamt (KBA) gehörten bereits 18% der Neuzulassungen zur Kleinwagen-Klasse.

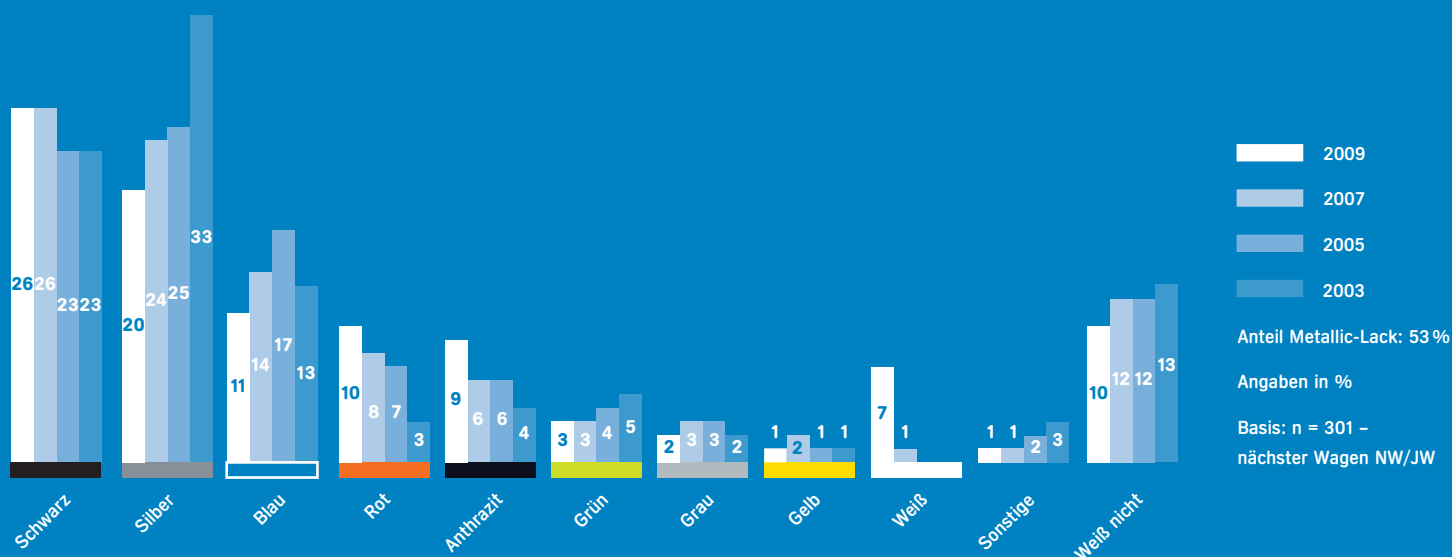
Wachsender Beliebtheit erfreuen sich Geländewagen und Coupés. Bei den Geländewagen ist es vor allem die ältere Käuferschicht ab 40 Jahren, die die hohe Sitzposition schätzt und entsprechend häufig zu einem Geländewagen greifen will. Der Aufschwung des Coupés von 3 auf 11% könnte allerdings auch damit zusammenhängen, dass viele zwei- oder dreitürige Limousinen inzwischen als Coupé geführt werden, diese Bezeichnung im klassischen Sinn aber nicht verdienen.

Zu den Verlierern gehört neben den Kombis auch der Großraum-Van. Nur noch 2% der Befragten können sich vorstellen, einen Van zu fahren. In den Zulassungszahlen des Jahres 2008 wird der Van noch mit einem Marktanteil von mehr als 5% geführt.

Farbe des nächsten Autos

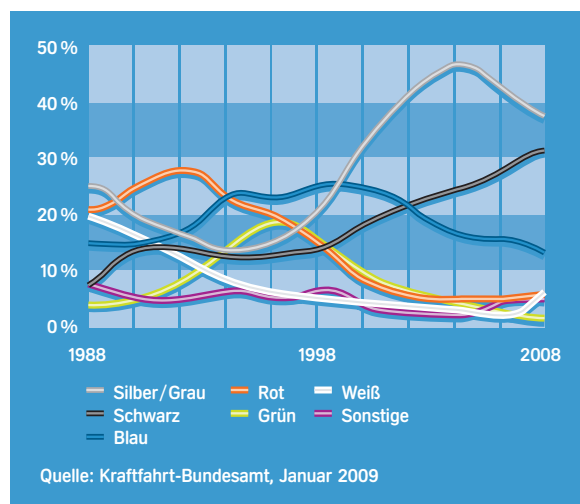
Schwarz bleibt der gefragteste Lack –
Weiß als Trendfarbe nun auch beim Käufer angekommen

Klassisch, konservativ oder zeitlos schön: Schwarz bleibt mit einem Anteil von 26 % die beliebteste Farbe bei den potenziellen Autokäufern. Damit stagniert der Anteil auf hohem Niveau. Silber hat dagegen als Modefarbe ausgedient und verliert seit 2003 kontinuierlich an Bedeutung. 2003 wollten noch 33 % der Befragten ein silbernes Auto fahren. Jetzt sind es nur noch 20 %. Ebenfalls im Sinkflug befindet sich Blau. Vor vier Jahren wünschten sich noch 17 % aller Befragten ein Auto in dieser Farbe. Inzwischen ist dieser Anteil auf 11 % geschrumpft.



Einen stetig steigenden Anteil verzeichnet Rot mit aktuell 10 %. Für Anthrazit interessieren sich 9 % der künftigen Autokäufer und damit drei Prozentpunkte mehr als bei der Befragung 2007.

Den größten Zulauf verzeichnet Weiß. Nachdem die Automobilindustrie in den vergangenen Monaten massiv neue Modelle in Weiß der Öffentlichkeit vorgestellt hat, ist die Trendfarbe nun auch im Bewusstsein der Käufer angekommen. 2007 konnte sich nur ein Prozent der Käufer vorstellen, ein weißes Auto zu kaufen. Bei der aktuellen Befragung sind es 7 %. Weiß ist dabei für Frauen und Männer nahezu gleichermaßen attraktiv. Dagegen spalten Rot und Schwarz die Geschlechter: 17 % der Frauen würden gerne ein rotes Auto fahren – Männer teilen diese Vorliebe nur zu 4 %. Bei den Männern dominiert Schwarz mit einem Anteil von 29 %, während Frauen nur zu 21 % diese Farbe wählen würden.



Gewünschte Ausstattung des nächsten Autos

Ausstattungslevel steigt trotz Wirtschaftslaute –
Männer wollen ESP und ASR, Frauen beheizbare Sitze

Wirtschaftlichkeit ist das zentrale Thema beim Autokauf, doch bei der Ausstattung des neuen oder gebrauchten Fahrzeugs gehen die Befragten trotz Wirtschaftskrise keine Kompromisse ein. Im Vergleich zur Befragung 2007 steigt das Niveau der Ausstattung auf breiter Front. Ganz oben auf der Wunschliste stehen ABS (91%), Klimaanlage und elektrische Fensterheber (jeweils 82%) sowie Kopf- und Seitenairbags (73%). Die Klimaanlage stagniert auf gleichbleibend hohem Niveau, während die anderen drei Top-Nennungen jeweils mindestens 6 Prozentpunkte hinzugewinnen.

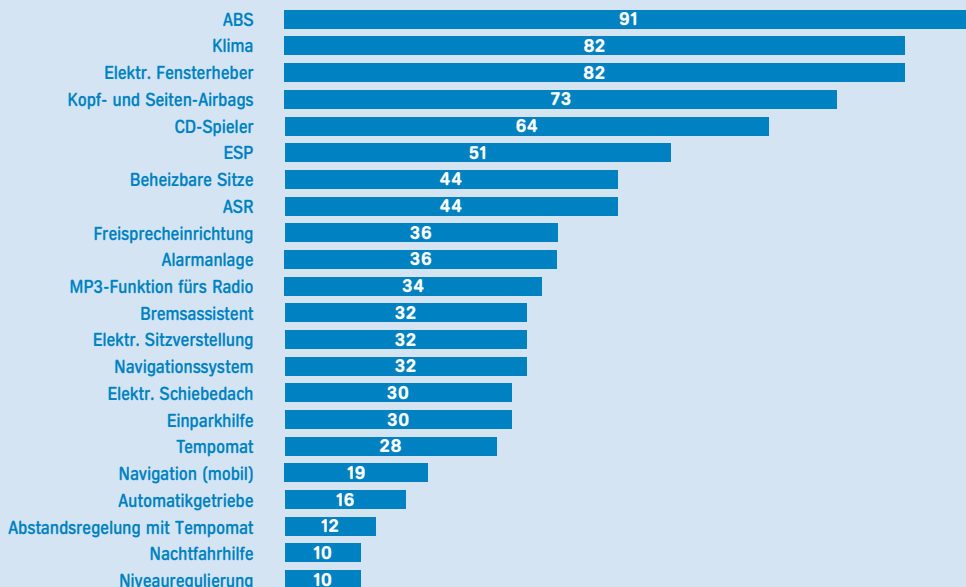
Trotz des ohnehin großen Interesses entscheiden sich Käufer in den Autohäusern sogar noch häufiger für die wichtigsten Ausstattungsmerkmale: Laut Report der Deutschen Automobiltreuhand (DAT-Report) von 2009 haben 96% der Neuwagen ABS, 90% eine Klimaanlage und 93% elektrische Fensterheber. Dies liegt sicherlich weniger an der Überredungskunst der Verkäufer als an der verbesserten Grundausstattung (ABS) und den Paketangeboten vieler Hersteller. Einparkhilfen (+8 Prozentpunkte) und Tempomaten (+3 Prozentpunkte) gewinnen ebenfalls an Bedeutung. Auf der Verliererseite finden sich Freisprecheinrichtungen und Alarmanlagen.

Im Geschlechtervergleich achten Männer nach wie vor auf eine möglichst vollständige Ausstattung des neuen Autos. Männer sind vergleichsweise stark an elektronischen Assistenzsystemen wie ESP und ASR interessiert. Auch ein Navigationsgerät oder ein Tempomat stehen verstärkt auf der Einkaufsliste. Frauen setzen ihre Prioritäten bei CD-Radios und beheizbaren Sitzen. In den unterschiedlichen Altersklassen sind die Unterschiede bei der Unterhaltungselektronik besonders groß. Für 71% der Käufer zwischen 18 und 39 Jahren ist ein CD-Radio ein Muss und 45% wollen außerdem auch auf eine MP3-Funktion nicht verzichten. Bei den älteren Käufern ab 40 Jahren sind es nur 59 bzw. 26%. Die älteren Fahrer achten dafür verstärkt auf Extras, die den Fahralltag erleichtern, und greifen zu Niveauregulierung und Automatikgetriebe.



Fragestellung:

Welche der folgenden Ausstattungen werden Sie höchstwahrscheinlich für Ihren nächsten Wagen kaufen oder mitbestellen?



Angaben in %

Basis: n = 301 – nächster Wagen NW/JW

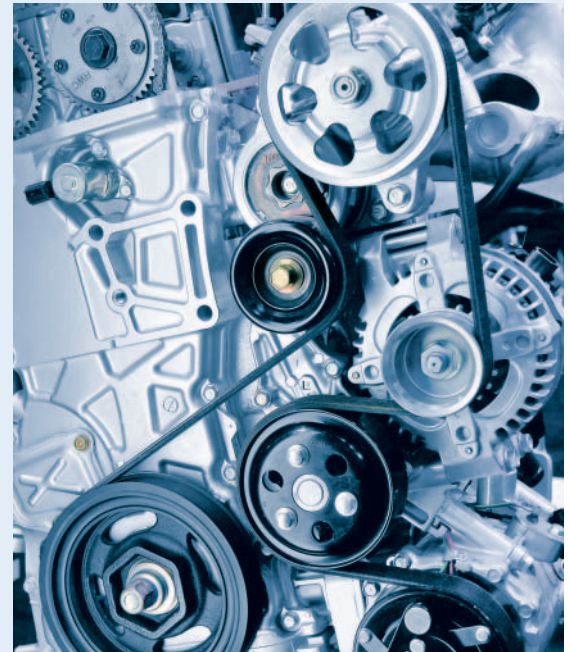
Antriebsenergie des nächsten Autos

Alternative Antriebe haben sich etabliert –

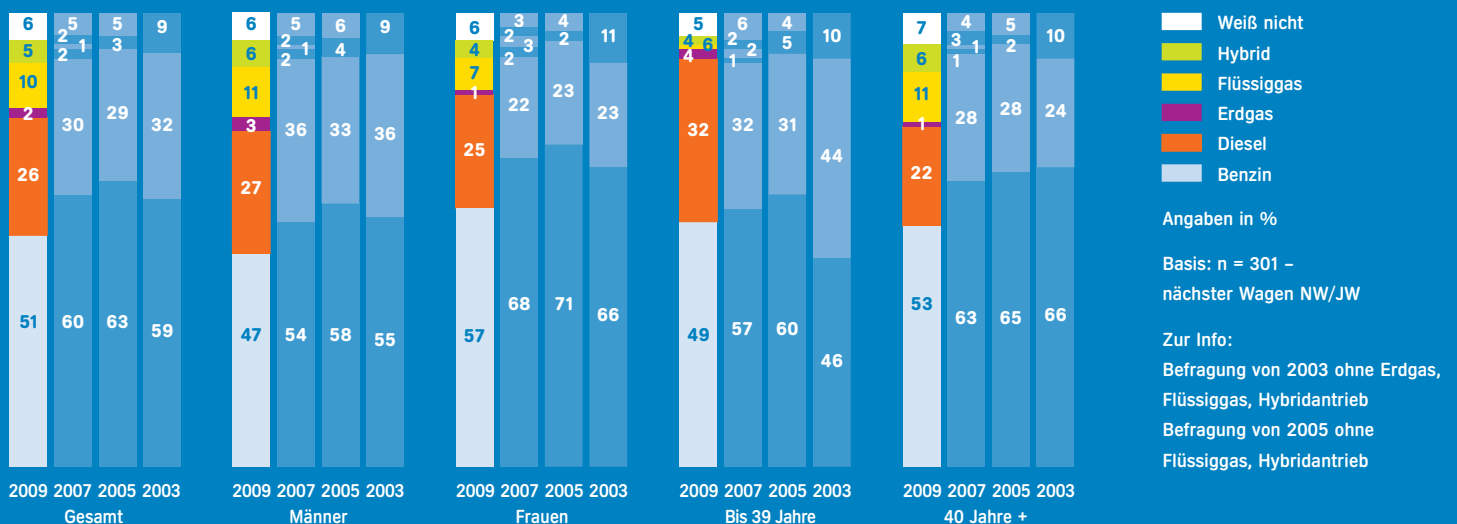
Flüssiggasanteil verfünffacht, auch Hybridfahrzeuge gefragt

Diesel oder Benziner? Auf diese Gretchenfrage beim Autokauf antworten immer mehr Befragte mit „weder-noch“. Zwar sind Benziner mit einem Anteil von 51% und Diesel mit 26% noch immer die bestimmenden Faktoren, doch ihr Anteil schrumpft erheblich. Ottomotoren verlieren im Vergleich zur Befragung 2007 insgesamt 9 Prozentpunkte und der Rückgang bei den Selbstzündern addiert sich auf 4 Prozentpunkte. Aktuell fahren 75% der Befragten einen Benziner und rund 24% ein Dieselfahrzeug.

Künftig wollen potenzielle Käufer verstärkt auf alternative Antriebe setzen. Dabei hat Flüssiggas in der nahen Zukunft das größte Potenzial. 10% wollen künftig ihr Fahrzeug mit Flüssiggas betreiben – das ist eine Verfünffachung gegenüber 2007. Erdgas kann dagegen nicht vom Trend hin zu alternativen Antrieben profitieren: Mit einem Anteil von 2% stagniert Erdgas auf niedrigem Niveau und muss im Gegensatz zum Flüssiggas weiter auf den Durchbruch warten. Dagegen interessieren sich die potenziellen Käufer verstärkt für Hybridfahrzeuge. 5% der Studienteilnehmer können sich in den kommenden 18 Monaten die Anschaffung eines Hybridautos vorstellen. Vor zwei Jahren setzten nur 2% der Befragten ihr Vertrauen in die neue Antriebstechnik. Besonders starken Zulauf erhalten Flüssiggas- und Hybridfahrzeuge von der älteren Käuferschicht ab 40 Jahren. Die Jüngeren zwischen 18 und 39 Jahren wollen überproportional oft zu einem Auto mit Dieselantrieb greifen.



Fragestellung:
Mit welchem Kraftstoff wird Ihr nächster Wagen voraussichtlich betrieben?



Nutzung der Abwrackprämie

Förderung reicht nicht für alle Interessierten –
Umweltprämie wird ihrem Namen weitgehend gerecht

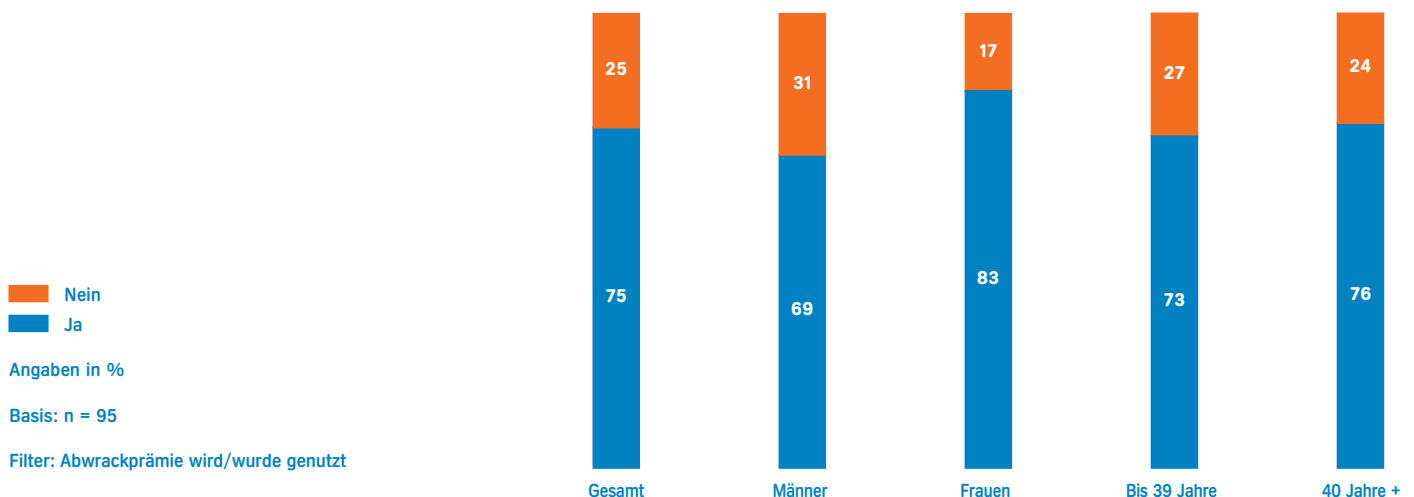


Die Umwelt- oder Abwrackprämie ist für fast 10% der befragten Autofahrer ein wichtiges Thema. 5% haben den staatlichen Zuschuss bereits erhalten, weitere 4% wollen die Förderung noch nutzen – was längst nicht allen gelingen wird. 1,75 Millionen Einträge sind beim BAFA (Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle) bereits eingegangen. Die übrigen Mittel reichen noch für weitere 247.000 Anträge und eine Verlängerung des Förderprogramms ist nicht in Sicht (Stand: 10. August 2009).

Die Befragung belegt außerdem, dass die Umweltprämie ihrem Namen zu großen Teilen gerecht wird: 75% der Studienteilnehmer, die bereits ein neues Auto oder einen Jahreswagen gekauft haben, gaben an, dass das neue Auto weniger CO₂ emittiert als das Vorgängermodell. Bei Frauen liegt der Anteil sogar bei 83%. Ein Grund dafür ist die weibliche Vorliebe für Kleinwagen, die vergleichsweise wenig Schadstoffe freisetzen.

Fragestellung:

Dient die Abwrackprämie bei Ihnen dazu, ein Auto mit einem niedrigeren CO₂-Ausstoß zu erwerben?



Bedeutung des CO₂ beim Neuwagenkauf

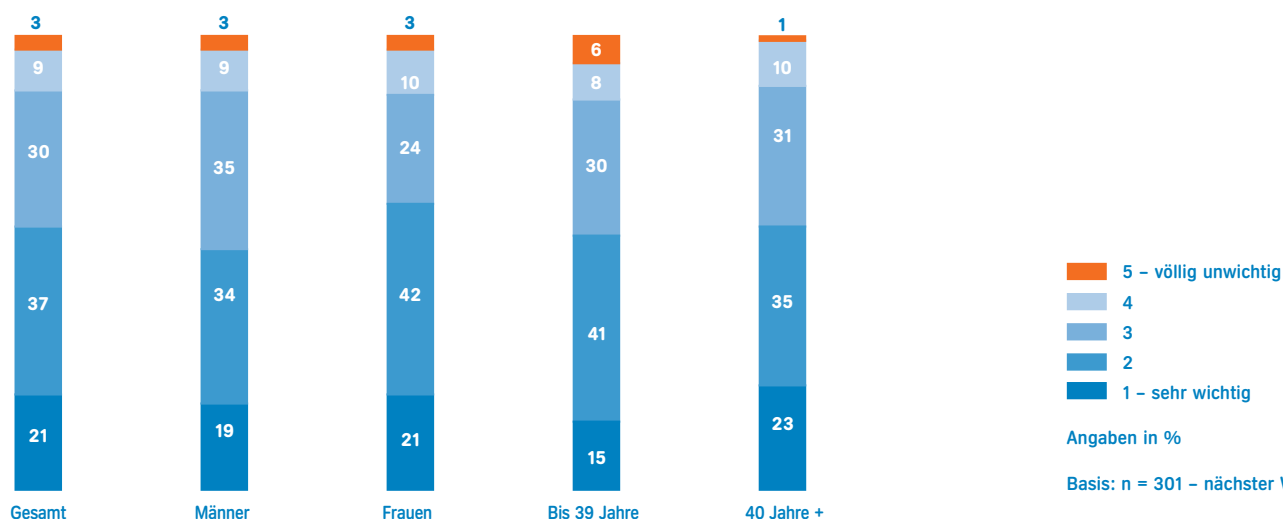
Niedrige Emissionen sind ein wichtiges Kaufkriterium –
Nagelprobe an der Kasse

Stagnation auf hohem Niveau: Der CO₂-Ausstoß bleibt ein wichtiges Kriterium beim Autokauf. Für 58% aller potenziellen Autokäufer sind Schadstoffemissionen wichtig oder sehr wichtig. Das entspricht im Vergleich zur Befragung 2007 einer leichten Steigerung um einen Prozentpunkt.

Zwar hat sich somit der Umweltschutz als wichtiges Argument etabliert, doch spätestens an der Kasse blenden viele Autokäufer das Umweltbewusstsein wieder aus. Die Neigung, für verbrauchsarme Fahrzeuge mehr zu bezahlen, ist gesunken. Für 28% der Befragten kommen Mehrkosten generell nicht in Frage. Bei der Befragung 2007 waren es nur 21%. Doch auch bei den Zahlungswilligen ist die Schmerzgrenze bei 500 Euro an Mehrkosten erreicht. 71% würden diese Summe oder weniger aufbringen. 8% der Studienteilnehmer wären bereit, für ein ökologisch vertretbares Fahrzeug tiefer in die Tasche zu greifen und bis zu 1.500 Euro zu zahlen. Nur 3% würden noch mehr ausgeben.



Fragestellung:
Wie wichtig ist Ihnen ein niedriger CO₂-Ausstoß
beim Kauf des nächsten Autos?



Umweltimage der Hersteller

Volkswagen wird als umweltfreundlichste Marke wahrgenommen –
Toyota verliert als einzige Marke Stimmen und auch den Spitzenplatz



Wechsel an der Spitze: Volkswagen hat in Sachen Umweltimage eindeutig die Führung übernommen. VW verbuchte bei der aktuellen Befragung den größten prozentualen Zuwachs aller gelisteten Unternehmen und steigerte seinen Anteil um 11 Prozentpunkte auf 40%. Toyota musste dagegen einen Rückgang um 5 Prozentpunkte auf 27% hinnehmen und büßte damit seine Vorreiterrolle ein. Bei der Befragung im Jahr 2007 hatte das japanische Unternehmen noch von der Einführung des Prius als erstes Serienfahrzeug mit Hybridantrieb profitiert.

Ein umweltfreundliches Image haben sich alle Hersteller zum Ziel gesetzt und die massive Werbung zeigt auch in der Breite Wirkung: Mit Ausnahme von Toyota haben alle anderen Marken zugelegt und werden im Vergleich zur Befragung im Jahr 2007 als umweltfreundlicher wahrgenommen. Hinter den Schwergewichten Volkswagen und Toyota rangiert Mercedes-Benz auf dem dritten Platz mit 19% und hat 6 Prozentpunkte hinzugewonnen.

Ein großer Sprung gelang Ford: Vor zwei Jahren dachten nur 5% der Befragten beim Thema Umweltschutz an das Unternehmen – jetzt sind es 16%. Das ist der vierte Platz im Ranking vor Peugeot, Opel, Audi und BMW im breiten Mittelfeld mit jeweils 15%.

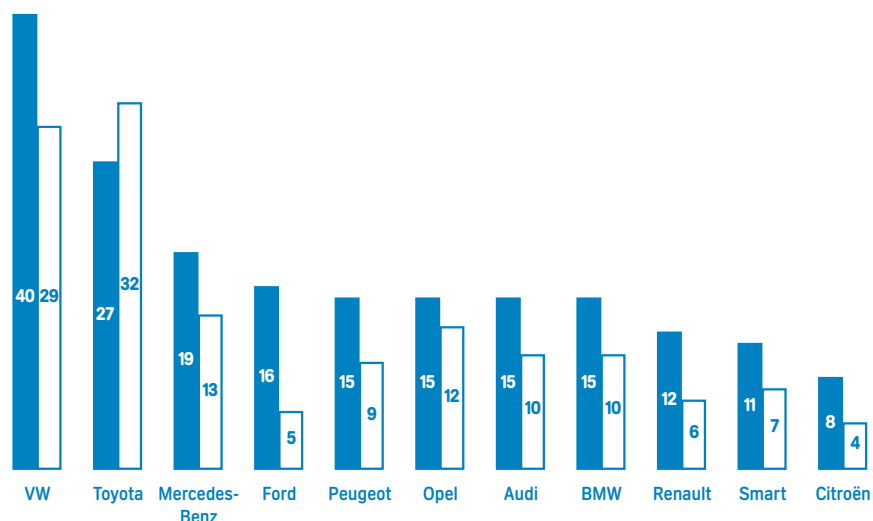
Fragestellung:
**Welche Automarken sind Ihrer
Meinung nach umweltfreundlich?**

■ 2009
□ 2007

Angaben in %
Wichtigste Nennungen

Basis: n = 476

Filter: Marke als „umwelt-
freundlich“ empfunden



Umweltfreundlichste Antriebsenergie

Potenzielle Autokäufer glauben an den Elektroantrieb – kaum Entwicklungssprünge bei Diesel- oder Benzinmotoren erwartet

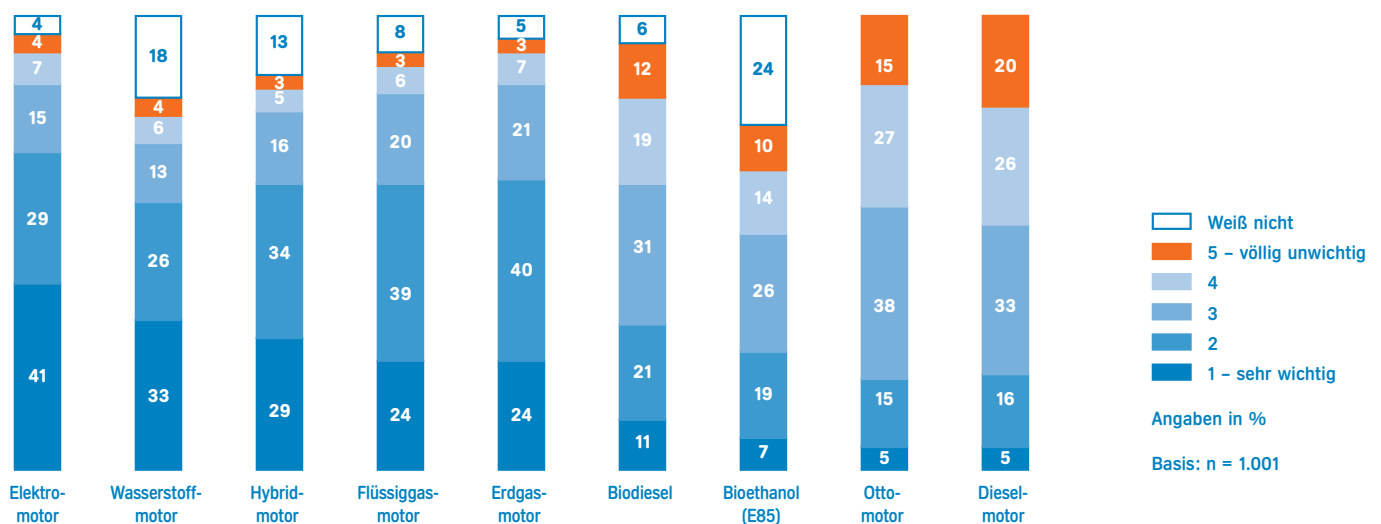
In Zukunft elektrisch: Die Studienteilnehmer schreiben dem Elektroantrieb in den nächsten zehn Jahren das größte Potenzial in Sachen Umweltschutz zu. 70% meinen, dass der Beitrag des Elektroantriebs groß oder sogar sehr groß sein wird. Von den serienreifen Antriebssystemen bevorzugen die potenziellen Autokäufer Hybrid-, Flüssiggas- und Erdgasmotoren. Jeweils rund 65% der Befragten trauen diesen alternativen Antriebsarten einen signifikanten Beitrag zum Umweltschutz zu.

Im Gegensatz zu den Entwicklern in der Automobilindustrie erwarten die Befragten bei den konventionellen Antrieben keine großen Entwicklungssprünge: Otto- und Dieselmotoren landen abgeschlagen auf dem letzten und vorletzten Platz mit 20 und 23%. Biodiesel und Bioethanol sind in der Rangfolge im hinteren Mittelfeld angesiedelt, wobei bei Bioethanol die größte Unsicherheit bei den Befragten herrscht: Fast ein Viertel aller Studienteilnehmer hat noch nie von Bioethanol gehört.

Ähnlich groß ist die Unsicherheit lediglich beim Wasserstoff. 18% können mit diesem Kraftstoff nichts anfangen. Für die Übrigen ist Wasserstoff jedoch ein wichtiges Thema, denn 59% glauben, dass dieser Kraftstoff einen wichtigen Beitrag leisten kann, um die Emissionen nachhaltig zu reduzieren.



Fragestellung:
Welche der folgenden Antriebsarten können für den Umweltschutz in den nächsten zehn Jahren am meisten leisten?



Mehrpreis für neue Antriebstechnologien

Bei 2.000 Euro Mehrpreis ist die Schmerzgrenze erreicht –
Preisniveau der Elektroautos für eine breite Käuferschicht zu hoch

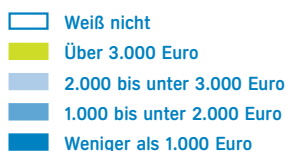
Das Interesse an neuen Technologien ist groß, doch die Bereitschaft, für alternative Antriebe auch mehr auszugeben, ist bei den Studienteilnehmern eher gering. Nur 38% signalisieren eine grundsätzliche Bereitschaft, mehr zu investieren. Dabei zeigten sich Männer mit einem Anteil von 41% investitionsfreudiger als Frauen mit 34%. Klare Unterschiede lassen sich auch beim Vergleich unterschiedlicher Käufergruppen beobachten: 42% der älteren Kaufinteressenten ab 40 Jahren würden tiefer in die Tasche greifen. Bei der jüngeren Vergleichsgruppe sind es dagegen nur 30%.

Doch selbst bei den Investitionswilligen dürfte der Mehrpreis 2.000 Euro nicht überschreiten. Bei höheren Kosten wären auch hier nur noch 21% an der Anschaffung eines alternativen Antriebs interessiert. Nur noch 4% wären bereit, 3.000 Euro oder mehr zusätzlich auszugeben. Auch beim Mehrpreis von über 2.000 Euro zeigen sich die Männer aufgeschlossener: 27% von ihnen würden einen Mehrpreis von 2.000 Euro und mehr akzeptieren. Bei den Frauen sind es lediglich 14%.

Die Studienteilnehmer beziffern die Summe, die sie maximal für ein Fahrzeug mit neuer Antriebstechnologie ausgeben würden, im Durchschnitt auf 24.275 Euro. Männer wären bereit, 26.187 Euro auszugeben, während Frauen maximal 21.754 Euro zahlen wollen. Laut DAT-Report 2009 lag der Durchschnittspreis eines Neuwagens im Jahr 2008 jedoch über alle Fahrzeugsegmente hinweg bereits bei 25.990 Euro. Um eine breite Käuferschicht anzusprechen, dürfte beispielsweise ein Elektroauto aus der Serienproduktion im Mittel somit nicht mehr als rund 28.000 Euro kosten. Zwar bewegen sich die ersten Schätzungen verschiedener Hersteller auf diesem Niveau, doch handelt es sich dabei stets um Fahrzeuge aus dem Kleinwagen-Segment oder aus der Kompakt-Klasse.

Fragestellung:

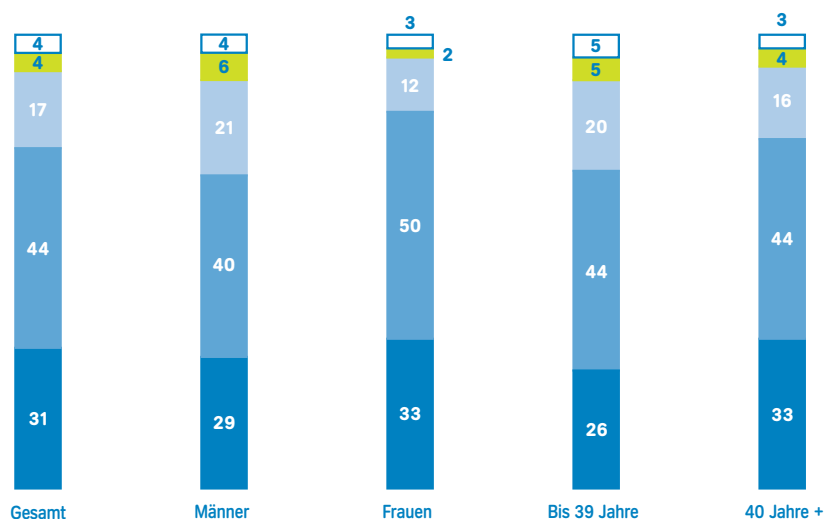
Wären Sie grundsätzlich bereit, für einen umweltverträglichen Antrieb einen Mehrpreis gegenüber einem konventionellen Motor zu zahlen?



Angaben in %

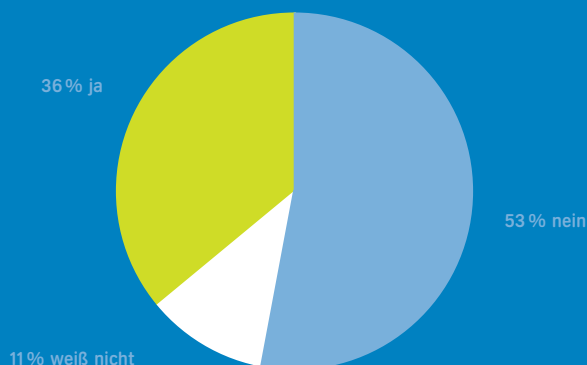
Basis: n = 377

Filter: Bereitschaft, Mehrpreis für umweltfreundlicheren Motor zu bezahlen



Akzeptanz von Elektroautos

Käufer erwarten volle Alltagstauglichkeit –
Elektroautos droht das Nischenschicksal von Erdgasfahrzeugen

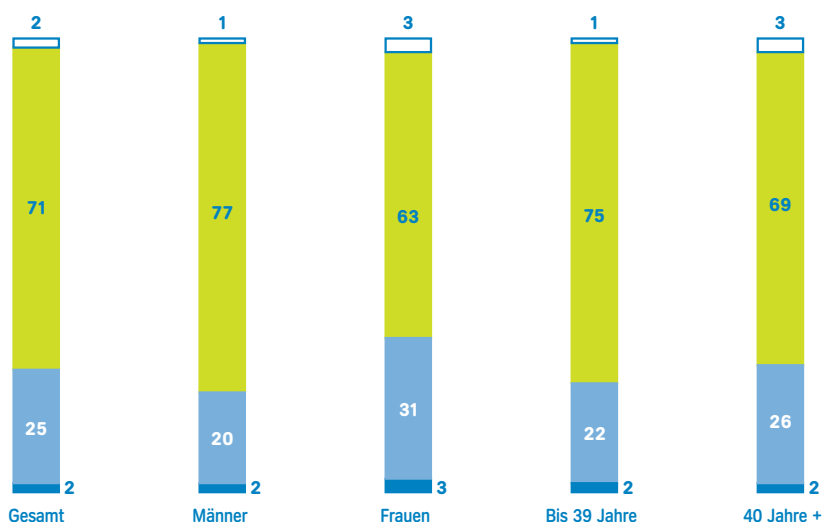


Nur **36%**
können sich vorstellen, sich
ein Elektroauto anzuschaffen

Von vielen Herstellern wird das Elektroauto als Weg aus der Absatzkrise gepriesen, doch bei den Befragten ist die Kauflaune überschaubar: Zwar hoffen viele Studienteilnehmer (70 %, siehe Seite 19) auf einen signifikanten Beitrag des Elektroantriebs zur Reduzierung der Emissionen, die Anschaffung eines eigenen Elektroautos können sich jedoch nur 36 % der Befragten vorstellen.

Die mangelnde Bereitschaft, mehr für die neue Technik auszugeben, und die Scheu, selbst ein Elektroauto anzuschaffen, sind nur zwei Hindernisse, die gegen einen raschen Durchbruch der neuen Technologie sprechen. Spätestens bei der Frage nach der Mindestreichweite zeigt sich, dass die Erwartungshaltung der potenziellen Käufer und das augenblickliche Angebot

extrem weit auseinanderliegen. Die Studienteilnehmer erwarten von einem Elektroauto die volle Alltagstauglichkeit und sind nicht bereit, Einschränkungen zu akzeptieren. Eine Reichweite von 300 Kilometern oder mehr ist für fast drei Viertel der Kaufinteressenten eine Mindestvoraussetzung. Lediglich 25 % würden sich mit einer Reichweite von 150 Kilometern begnügen und ganze 2 % sehen das Elektroauto als reinen Stadtfliitzer mit einer Reichweite von 60 Kilometern. Somit droht dem Elektroauto ein ähnliches Schicksal wie Erdgasfahrzeugen: Ihr Potenzial zur Vermeidung von Emissionen ist ebenfalls unbestritten, doch Einbußen bei der Reichweite und im täglichen Gebrauch durch die schlechte Versorgungslage mit einem dünnen Tankstellennetz haben den Durchbruch von Erdgasautos bislang verhindert. Auf dem jetzigen Niveau sind auch Elektroautos ein Nischenprodukt.



Fragestellung:
**Welche Mindestreichweite müsste
solch ein Elektroauto aus Ihrer Sicht
aufweisen?**

☐ Weiß nicht
☒ Mind. 300 km
☐ Mind. 150 km
☐ Mind. 60 km

Angaben in %

Basis: n = 354

Filter: Bereitschaft, ein
Elektroauto zu kaufen

CO₂-Ausstoß des eigenen Pkw

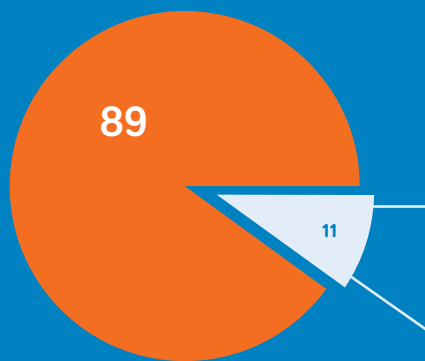
Selbst verursachte Emissionen sind eine unbekannte Größe –
Befragte unterschätzen CO₂-Werte



Die anhaltende Diskussion um die Emission von Kohlendioxid zeigt kaum Wirkung: Nur 11% der Befragten kennen den CO₂-Ausstoß ihres aktuellen Fahrzeugs. Das entspricht einer minimalen Steigerung um einen Prozentpunkt. Dabei zeigen sich Frauen deutlich schlechter informiert als ihre männlichen Pendanten. Während 16% aller Männer behaupten, den CO₂-Wert zu kennen, beanspruchen lediglich 5% der Frauen dieses Fachwissen für sich.

Nach Angaben der Studienteilnehmer ist der durchschnittliche CO₂-Ausstoß innerhalb von zwei Jahren von 160 auf 147 Gramm pro Kilometer gesunken. Frauen als typische Kleinwagen-Fahrer berichten entsprechend von einem vergleichsweise niedrigen Wert von 139 Gramm, während Männer im Schnitt einen CO₂-Wert von 149 Gramm pro Kilometer veranschlagen. Gleichermäßen falsch liegen beide Geschlechter im Vergleich zu den tatsächlichen Emissionen: Im Jahr 2008 emittierte der deutsche Durchschnittsneuwagen mit Dieselantrieb 164,9 Gramm CO₂ und der Durchschnittsbenziner 163,7 Gramm CO₂ pro Kilometer (Quelle: KBA). Laut DAT-Report 2009 waren es im leichtgewichtigen Mini-Segment im Schnitt 120 Gramm CO₂, während die Geländewagen am oberen Ende der Skala 225 Gramm CO₂ pro Kilometer verursachten.

Fragestellung:
Können Sie mir sagen, wie hoch der
CO₂-Ausstoß Ihres Fahrzeugs ist?

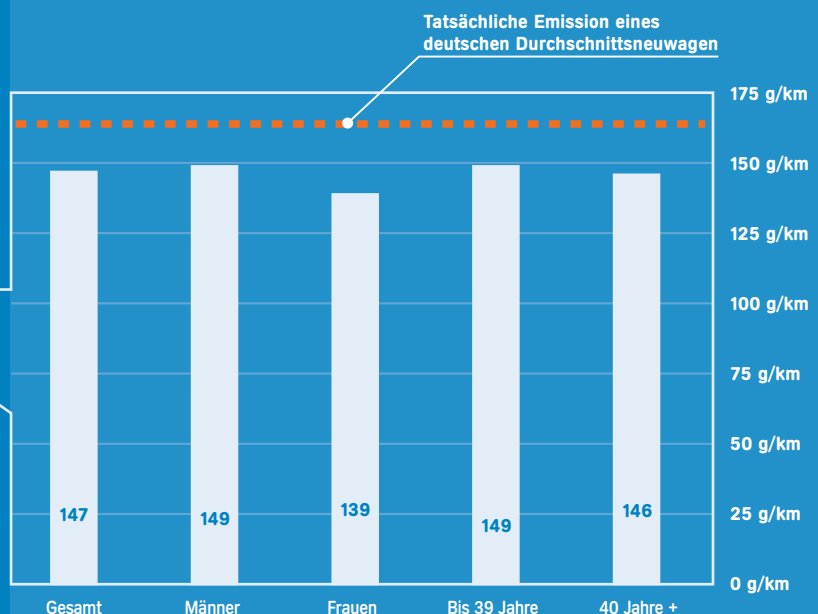


Nein, kenne ich nicht
Ja, ist mir bekannt

Angaben in %

Basis: n = 1.001

Anschlussfrage:
Wie hoch ist der CO₂-Ausstoß Ihres Fahrzeugs?



Geplante CO₂-Grenzwerte der EU

Nur jeder achte Autofahrer kennt die Grenzwerte –

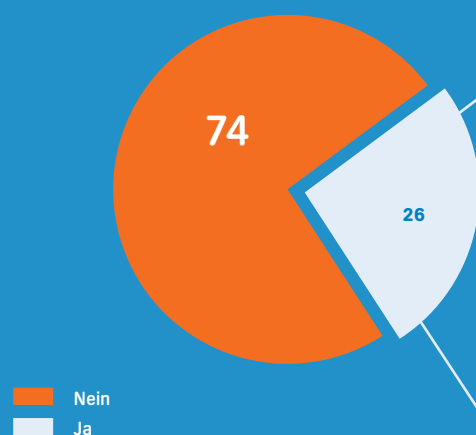
fast 50% der Befragten glauben an ihr Fachwissen und liegen falsch

Bei den Emissionen des eigenen Fahrzeugs herrscht noch weitgehend Ahnungslosigkeit, doch zumindest in Bezug auf die Grenzwerte der Europäischen Union ist ein wachsendes Umweltbewusstsein unübersehbar. 26% der Studienteilnehmer geben an, dass sie die geplanten Grenzwerte für Kohlendioxid-Emissionen in der EU kennen. Das sind 9 Prozentpunkte mehr als bei der ersten Erhebung vor zwei Jahren.

Allerdings zeigt die Nachfrage, dass Anspruch und Wirklichkeit nicht immer übereinstimmen. Nur 56% der Befragten, die behaupteten, den Grenzwert zu kennen, konnten ihn anschließend auch korrekt benennen. Das entspricht einem kleinen Anstieg von 3 Prozentpunkten. Männer zeigten sich mit 58% bei den richtigen Nennungen etwas besser informiert als Frauen (50%). Die von der EU geplante schrittweise Senkung der Grenzwerte auf 120 Gramm Kohlendioxid pro Kilometer im Durchschnitt der herstellerbezogenen Neuwagenflotte bis zum Jahr 2015 ist verglichen mit der aktuellen Situation ein ambitioniertes Ziel: Im Jahr 2008 erfüllten in Deutschland lediglich 7% der Neuzulassungen die künftig geltenden Vorgaben (Quelle: DAT-Report 2009).



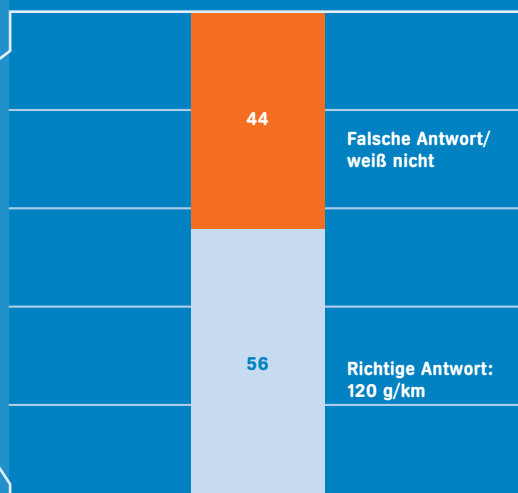
Fragestellung:
Kennen Sie die Höhe des CO₂-Ausstoßes, die von der EU als Ziel für Pkw angestrebt wird?



Angaben in %

Basis: n = 1.001

Anschlussfrage:
Wie hoch ist der angestrebte CO₂-Ausstoß?



Maßnahmen zur Schadstoffreduzierung

Zwei von drei Autofahrern setzen auf moderne Kraftstoffe –
Tempolimits oder geringere Fahrleistung verlieren an Bedeutung



Autofahrer erachten die Möglichkeiten zur Reduzierung der Schadstoffbelastung als sinnvoll, die im Alltag möglichst wenige Einschränkungen mit sich bringen. Dem Einsatz von modernen Kraftstoffen zur Reduzierung von Schadstoffen stehen die Studienteilnehmer entsprechend aufgeschlossen gegenüber. 64 % beurteilen diese Option als sehr sinnvoll oder sinnvoll. Damit behaupten die modernen Kraftstoffe eindeutig ihre Vorreiterrolle, denn alle anderen Optionen werden kritischer beurteilt.

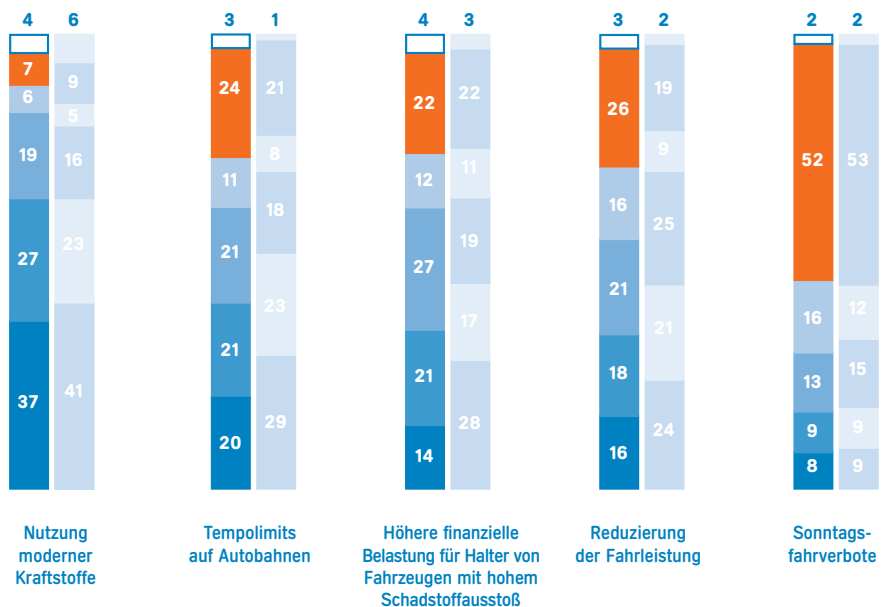
Gegenüber der Befragung aus dem Jahr 2007 verlieren alle abgefragten Optionen an Bedeutung. 41% der Befragten halten Tempolimits auf Autobahnen für sehr sinnvoll oder sinnvoll – vor zwei Jahren waren es noch 52%. Verluste im zweistelligen Prozentpunkte-Bereich verzeichnen auch eine höhere finanzielle Belastung für Halter von Fahrzeugen mit hohem Schadstoffausstoß mit 35% sowie die Reduzierung der Fahrleistung (35%). Viele Befragte geben an, dass sie ihre Fahrleistung bereits erheblich verringert hätten und eine weitere Reduzierung im Alltag kaum möglich wäre. Sonntagsfahrverbote verzeichnen zwar nur ein geringes Minus von einem Prozentpunkt auf eine Zustimmungsrate von 17%, doch im Vergleich zu den anderen Optionen fällt der autofreie Sonntag deutlich ab.

Fragestellung:
Welche der folgenden Maßnahmen halten Sie für die Reduzierung der Schadstoffbelastung durch Autos für sinnvoll?



Angaben in %

Basis: n = 1.001



Reaktion auf Kraftstoffpreise

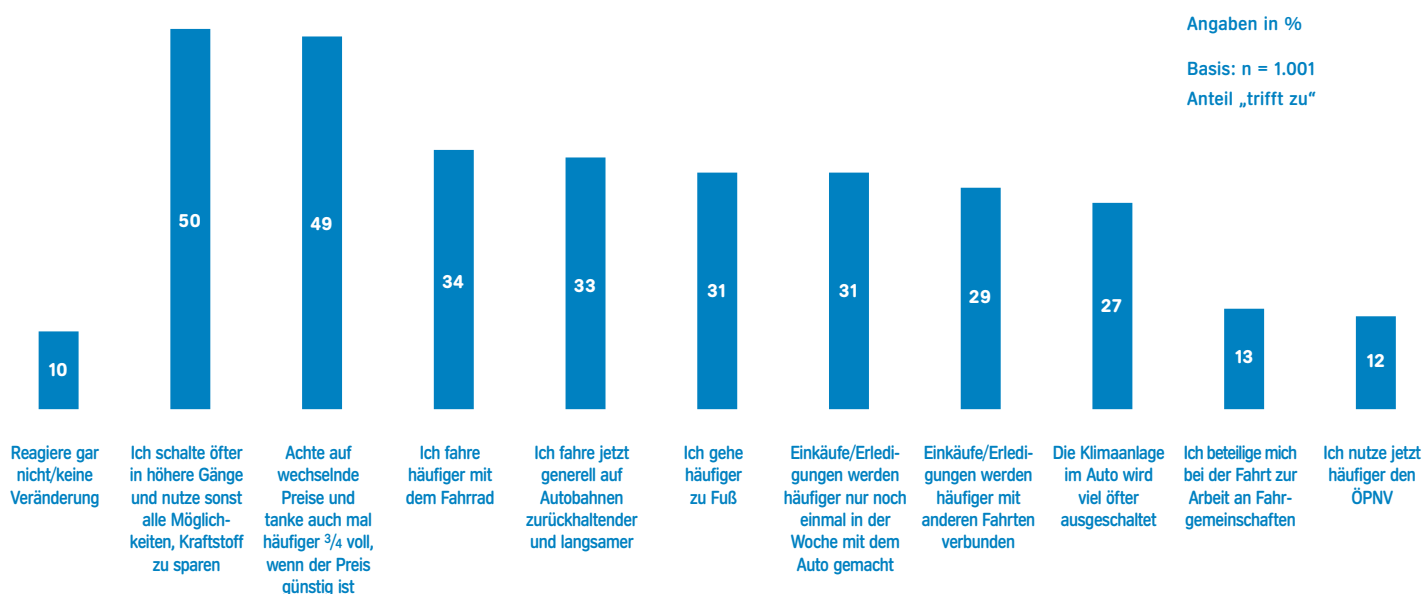
Autofahrer äußerst preissensibel – Busse und Bahnen
nur für wenige eine echte Alternative

Deutschlands Autofahrer reagieren extrem sensibel auf Preisveränderungen und passen ihr Verhalten an. Nur 10% der Befragten achten nicht auf sich verändernde Preise an der Tankstelle. 90% versuchen dagegen, mit unterschiedlichen Strategien die eigenen Kraftstoffkosten zu senken. Dabei reicht die Palette der Möglichkeiten von einem veränderten Fahrverhalten bis hin zur Bildung von Fahrgemeinschaften. Eine vorausschauende Fahrweise mit frühzeitigem Schalten in einen höheren Gang ist dabei die beliebteste Option: 50% der Studienteilnehmer versuchen so, den Kraftstoffverbrauch zu drosseln. Fast ebenso viel Zuspruch erhält spontanes Tanken bei niedrigen Preisen mit 49%. Der Wechsel auf das Fahrrad ist noch für 34% der Studienteilnehmer ein Thema. Lediglich die Bildung von Fahrgemeinschaften behauptet ein niedriges Niveau von 13%. Der öffentliche Nahverkehr gehört übrigens nicht zu den großen Gewinnern der Entwicklung, denn lediglich für 12% der Befragten ist der Umstieg auf Busse und Bahnen ein Thema.



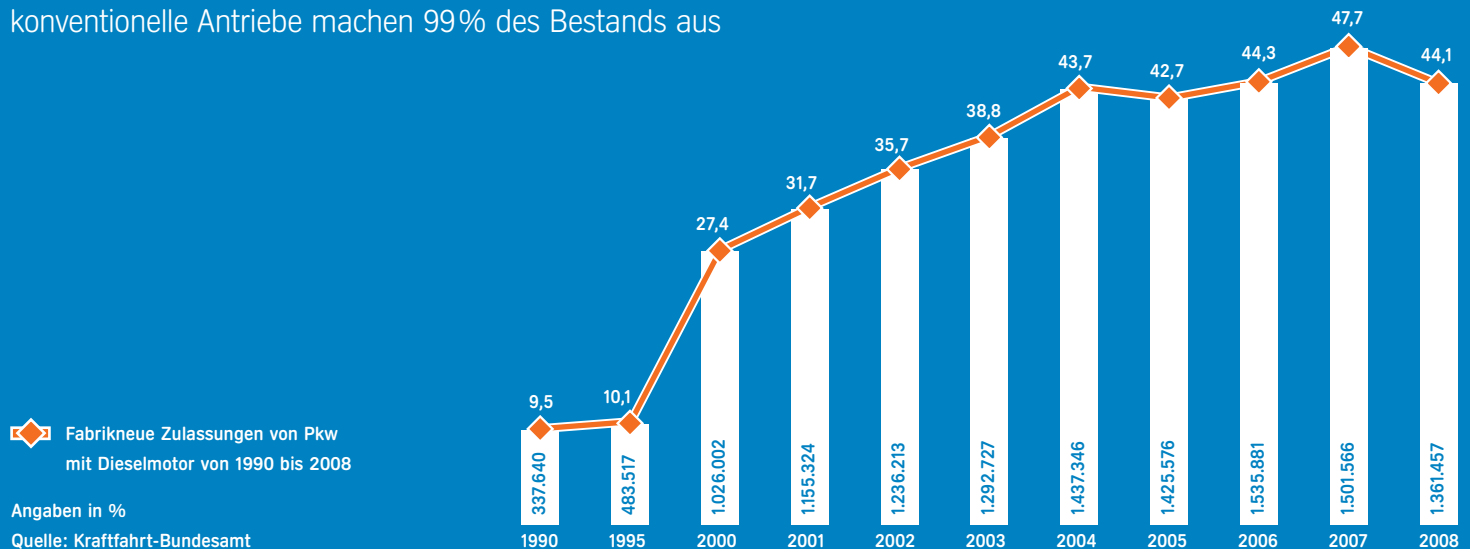
Zum Zeitpunkt der Erhebung wurden an den Tankstellen 105 Cent für einen Liter Diesel und 126 Cent für einen Liter Super-Benzin fällig. Das ist deutlich weniger als bei den bisherigen Höchstständen der Kraftstoffpreise im Juli 2008.

Fragestellung:
Welche der folgenden
Möglichkeiten nutzen Sie,
um auf sich ändernde
Kraftstoffpreise zu
reagieren?



Antriebsenergien bei Neuzulassungen

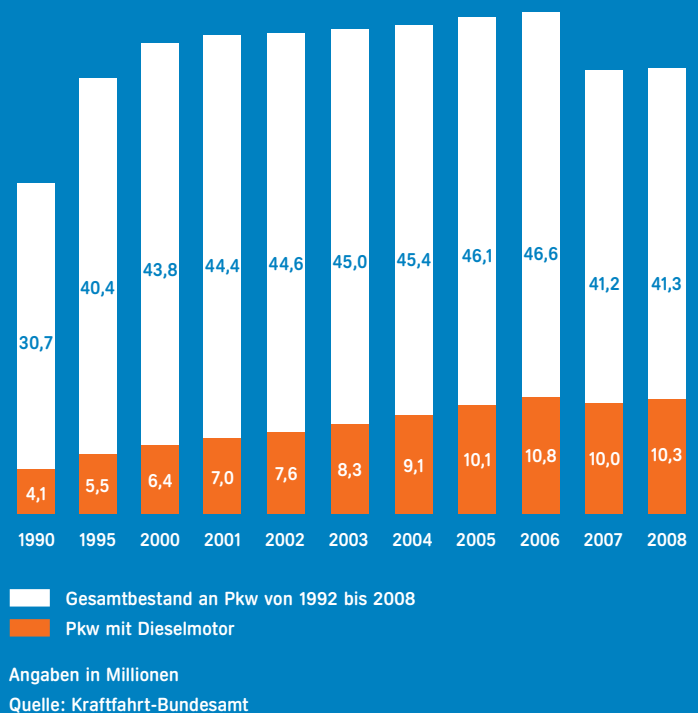
Nach Rekordjahr 2007 sinkt der Dieselanteil –
konventionelle Antriebe machen 99% des Bestands aus



Das Ende des Dieselbooms: In den vergangenen Jahren kletterte der Anteil des Selbstzünders kontinuierlich und erholte sich auch von der Feinstaubdiskussion und der zögerlichen Einführung des Dieselpartikelfilters relativ schnell. Jetzt scheint der Höhepunkt allerdings überschritten, denn nach dem Rekordjahr 2007 mit einem Dieselanteil von 47,7% und in einzelnen Monaten jenseits der 50%-Grenze, machen nun Benzin- und alternative Antriebe wieder Boden gut. Im vergangenen Jahr sank der Dieselanteil auf 44,1% der Neuzulassungen und im laufenden Jahr dürfte sich diese Tendenz noch verstärken. Beschleunigt wird der Abwärtstrend durch die Abwrackprämie. Hier entscheiden sich viele Käufer tendenziell für eher kleinere Modelle und die werden überwiegend von Benzinaggregaten angetrieben. Daran ändert auch der auf rund 23 Cent pro Liter gestiegene Preisunterschied zwischen Diesel und Benzin nichts (Stand: 12. August 2009).

Mehr als 74% aller Pkw werden von einem Benzinmotor angetrieben, weitere knapp 25% sind mit Dieselaggregaten unterwegs. Die Zahl der alternativen Antriebe im Fahrzeugbestand summiert sich auf weniger als ein Prozent, doch die positive Tendenz ist eindeutig: Beim Flüssiggas verdoppelte sich der Bestand innerhalb eines Jahres nahezu auf über 300.000 Fahrzeuge.

Bei den Bestandszahlen hat eine neue Erfassungssystematik des Kraftfahrt-Bundesamtes zu erheblichen Verschiebungen geführt: Seit dem 1. Januar 2008 werden nur noch angemeldete Fahrzeuge ohne vorübergehende Stilllegungen und Außerbetriebsetzungen berücksichtigt. Ohne diese „Karteileichen“ schrumpfte der Bestand von rund 46,6 Millionen Anfang 2007 auf 41,2 Millionen im Januar 2008. Im Vergleich zum Vorjahr verzeichnete das KBA nun einen leichten Anstieg auf 41,3 Millionen Autos.



Antriebsenergien im Vergleich (Bestandszahlen)

	1.1.2006	1.1.2007	1.1.2008	1.1.2009
Flüssiggas	40.585	98.370	162.041	306.402
Erdgas	30.554	42.759	50.614	60.744
Hybrid	5.971	11.275	17.307	22.330
Elektro	1.931	1.790	1.436	1.452
Benzin	35.918.697	35.594.333	30.905.204	30.639.015
Diesel	10.091.290	10.819.760	10.045.903	10.290.288
Sonstige	1.275	1.370	1.089	940
Gesamt	46.090.303	46.569.657	41.183.594	41.321.171

Zusammenfassung

Zum vierten Mal nach 2003, 2005 und 2007 zeigt die Aral Studie Trends bei der Nutzung privater Pkw in Deutschland auf. Ob die Absichtsbekundungen, die von den Autofahrern bei der Befragung geäußert worden sind, auch eins zu eins im Markt ankommen, werden die nächsten 18 Monate zeigen.

Ein gesättigter Markt, die Wirtschaftskrise mit steigenden Arbeitslosenzahlen und das Auslaufen der Abwrackprämie: Die Liste der Gründe, die in den kommenden Monaten gegen einen Autokauf sprechen, ist lang. Entsprechend hat die Kauflust der deutschen Autofahrer einen neuen Tiefstand erreicht. Nur noch 18% der Befragten planen einen Autokauf. Das entspricht nahezu einer Halbierung gegenüber 1999. Die Studie zeigt, dass Volkswagen gute Chancen hat, die Krise auf dem Heimatmarkt weitgehend unbeschadet zu überstehen. Der Konzern hat seine Stellung als Branchenprimus nicht nur behauptet, sondern den Vorsprung vor der Konkurrenz sogar noch ausgebaut. Opel, Audi und BMW droht dagegen der Verlust weiterer Marktanteile.

Die positiven Aussichten für Volkswagen werden noch von einem anderen Studienergebnis gestützt: Die Wolfsburger haben auch die Pole-Position als umweltfreundlichste Marke übernommen. Innerhalb von zwei Jahren hat Volkswagen aus einem 3-Prozentpunkte-Rückstand auf Toyota einen Vorsprung von 13 Prozentpunkten erlangt. Diese Entwicklung dürfte die Käuferschicht von Volkswagen sogar noch vergrößern, denn das Thema Umweltschutz wird von immer mehr Interessenten beim Fahrzeugkauf einkalkuliert.

Dem Elektroauto droht dagegen ein klassischer Fehlstart und unter Umständen sogar ein längerfristiges Nischendasein: Die Studie belegt eindeutig, dass potenzielle Käufer keinerlei Einschränkungen bei der Reichweite akzeptieren und im Vergleich zu konventionellen Antrieben auch höchstens einen geringen Aufpreis zahlen wollen. In beiden Bereichen ist das Elektroauto aktuell nicht konkurrenzfähig. Hier warten auf die Automobilindustrie also noch enorme Herausforderungen in der Fahrzeugentwicklung.

Bei der Finanzierung des Autos hat sich das Marktumfeld innerhalb von nur sechs Jahren komplett gewandelt. Gegenüber 2003 halbierte sich die Bereitschaft zur Barzahlung von 64 auf 32%. Dagegen hat sich die Zahl der Finanzierungen von 11 auf 52% fast verfünffacht. Leasing spielt im privaten Bereich praktisch keine Rolle mehr. Bei den Antrieben ist das Ende des Dieselbooms abzusehen. Kleinwagen, die in der Regel von Benzinmotoren angetrieben werden, stehen immer öfter auf dem Wunschzettel und entsprechend sinkt der Selbstzünderanteil. Bei den Karosserieformen verteidigt die klassische Limousine (31%) noch immer die Spitze. Der eindeutige Verlierer ist der Kombi – sein Anteil stürzt um 8 Prozentpunkte auf nur noch 17% ab.



Aral Aktiengesellschaft

Bereich Presse

Wittener Straße 45, 44789 Bochum

Ansprechpartner: Detlef Brandenburg

Fon: +49 234 315-2664

Fax: +49 234 315-2319

www.aral-presse.de

Aral – ein Unternehmen
der BP Group

