





Studienreport

„Was Autokäufer wollen“





Marktforschungsstudie unter 1.000 Autokäufern

Durchführungszeitraum: Mai 2016

Studienansatz

-  Nachdem das Autojahr 2015 insgesamt mit einem positiven Ergebnis abschloss, scheint sich 2016 der leichte Aufwärtstrend auf dem deutschen Pkw-Markt fortzusetzen: Immerhin endete das erste Quartal 2016 nach Angaben des Kraftfahrt-Bundesamts mit einem Plus von 4,5 Prozent. Tendenz steigend, denn im April setzte der Automarkt mit 315.921 neuzugelassenen Fahrzeugen zu einem neuen Höhenflug an, was im bisherigen Jahresverlauf ein stabiles Plus von 5,6 Prozent bedeutet. Dabei haben vor allem die Gewerbekunden an der Zulassungsschraube gedreht: Während sie ihre Neuzulassungen im April um zehn Prozent gesteigert haben, fiel der Zuwachs im Privatmarkt mit einem Plus von sechs Prozent schon wesentlich moderater aus. Damit wurden lediglich 34,9 Prozent aller Neuwagen auf Privatpersonen zugelassen – 0,7 Prozent weniger als im Vorjahresmonat.
-  Doch woran liegt es eigentlich, dass immer weniger Menschen in Deutschland einen Neuwagen kaufen? Sind die Budgets der Konsumenten einfach geschrumpft oder geben sie ihr Geld womöglich für andere Dinge aus, die in ihren Augen besser zur Statusinszenierung taugen? Vielleicht mangelt es ja auch einfach an Fahrzeugmodellen, die den Autokäufer von heute ansprechen und seine individuellen Bedürfnisse erfüllen. Denn trotz der angebotenen Modellvielfalt mit all ihren Individualisierungsmöglichkeiten gibt es hier in puncto Fahrzeugtechnik noch Luft nach oben.
-  Dabei könnten vernetzte Technologien schon bald wichtiger als die Motorleistung oder die Antriebsvariante sein. Schließlich wandelt sich das Auto gerade vom bloßen Fortbewegungsmittel zum digitalen Partner auf vier Rädern, der optimal mit seinem Besitzer interagiert. Und spätestens wenn das Auto die Musik nach seiner Stimmungslage auswählt und Restaurants entsprechend des Geschmacks empfiehlt, bekommt es wieder Charakter und wird zu dem, was es früher einmal war – zu einem Statussymbol.
-  Dabei stellt sich nur die Frage, ob der deutsche Verbraucher ein derartiges Fahrzeug überhaupt kaufen würde. Und welchen Aufpreis er für diese Technologie zahlen würde – schließlich liegt der geschätzte Mehrpreis für diese Neuerungen zwischen 5.000 und 10.000 Euro. Diese und weitere Fragen beleuchtet eine bundesweite Befragung von 1.000 Privatpersonen, die im Mai 2016 im Auftrag der LeaseTrend AG durchgeführt wurde. Dabei wurden Personen, die den Kauf eines Fahrzeugs planen oder vor kurzem ein Fahrzeug gekauft haben, befragt.

Studiendesign

-  **Marktforschungsinstitut:** *puls* Marktforschung GmbH, Schwaig b. Nürnberg
-  **Fallzahl:** n = 1.009 Interviews
-  **Methodik:** Online über den *puls* AutokäuferMonitor
-  **Befragungszeitraum:** 29.4. bis 9.5.2016

Stichprobenstruktur

Geschlecht	
Weiblich	27%
Männlich	73%

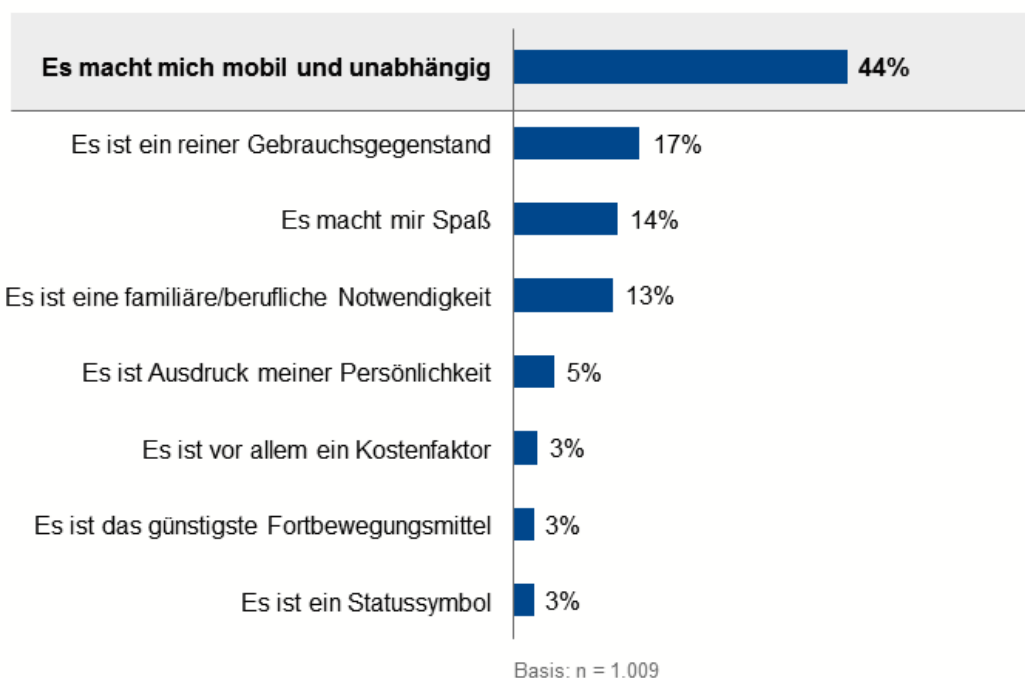
Alter	
Durchschnittsalter	Ø 42 Jahre
Bis 30 Jahre	35%
31 bis 50 Jahre	33%
Über 50 Jahre	32%

Fahrzeugart	
Neuwagen	53%
Gebrauchtwagen	47%




Netto-Haushalts-Einkommen pro Monat	
Bis unter 2.000 €	26%
2.000 € bis 3.000 €	26%
3.000 € bis 4.000 €	19%
Mehr als 4.000 €	17%
<i>Keine Angabe</i>	12%

Frage 1

Welche der folgenden Aussagen trifft am besten auf den Status bzw. Stellenwert zu, den das eigene Auto für Sie persönlich hat?

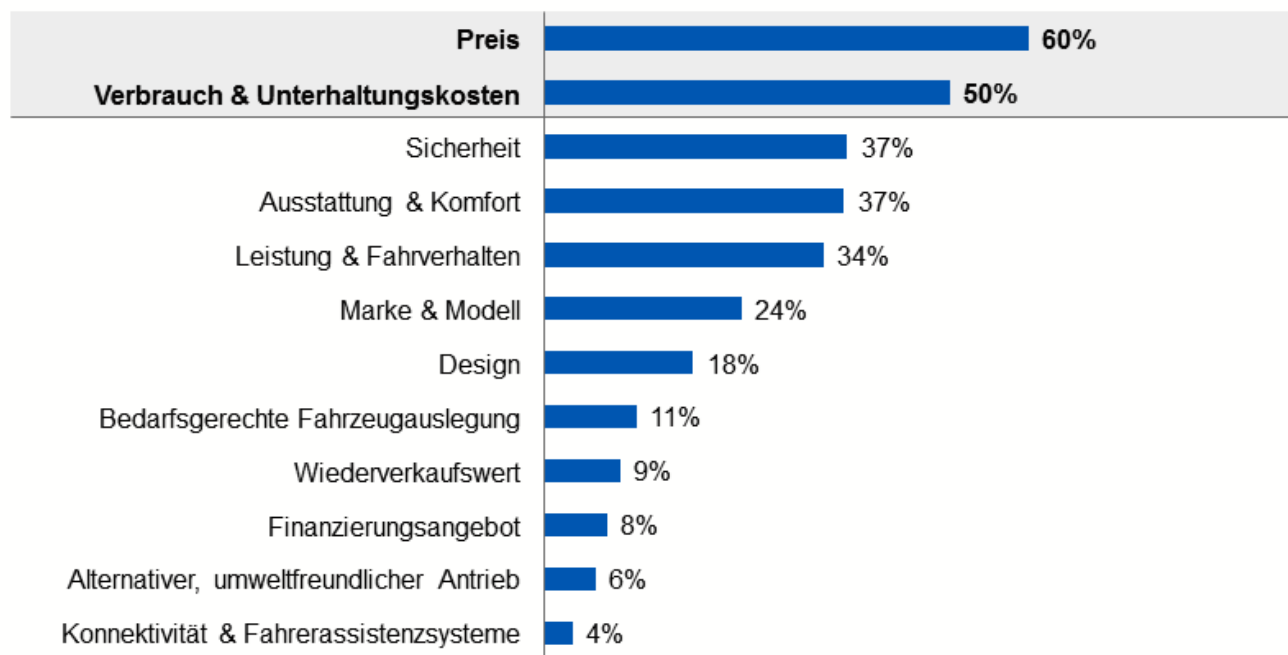


Mobilität ist Trumpf

-  Das Auto galt jahrzehntelang als das Statussymbol schlechthin. Auch wenn der Liebling der Deutschen in letzter Zeit ein wenig an Glanz verloren hat, definiert sich fast jeder Zweite nach wie vor über sein Fahrzeug. Immerhin gaben 44 Prozent der 1.009 Befragten an, dass ihr Auto für Mobilität und Unabhängigkeit steht. Dieser Gesichtspunkt ist Frauen (54 Prozent) wichtiger als den Männern (40 Prozent). Nur drei Prozent der Befragungsteilnehmer stehen allerdings zu der innigen Beziehung und sehen in ihrem Fahrzeug ein Statussymbol.
-  17 Prozent der Autokäufer bezeichnen ihr Auto dagegen als reinen Gebrauchsgegenstand. Dabei scheint die Zuneigung mit zunehmendem Alter zu schwinden: Im Gegensatz zur jungen Zielgruppe unter 30 Jahre (12 Prozent) sehen 23 Prozent der über 50-Jährigen das eigene Auto lediglich als Mittel zum Zweck. Gleiches gilt für die Befragten, deren Gehalt unter 2.000 Euro im Monat liegt (20 Prozent).
-  Für 14 Prozent der Befragten bedeutet das eigene Auto wiederum in erster Linie Spaß, während es für 13 Prozent eine familiäre Notwendigkeit ist. Der finanzielle Aspekt spielt dagegen nur eine untergeordnete Rolle: Nur drei Prozent der Autokäufer sehen ihr Fahrzeug als Kostenfaktor oder würden es als günstigstes Fortbewegungsmittel bezeichnen.



Frage 2

Welche sind für Sie persönlich die drei wichtigsten Entscheidungs-Kriterien beim Pkw-Kauf?



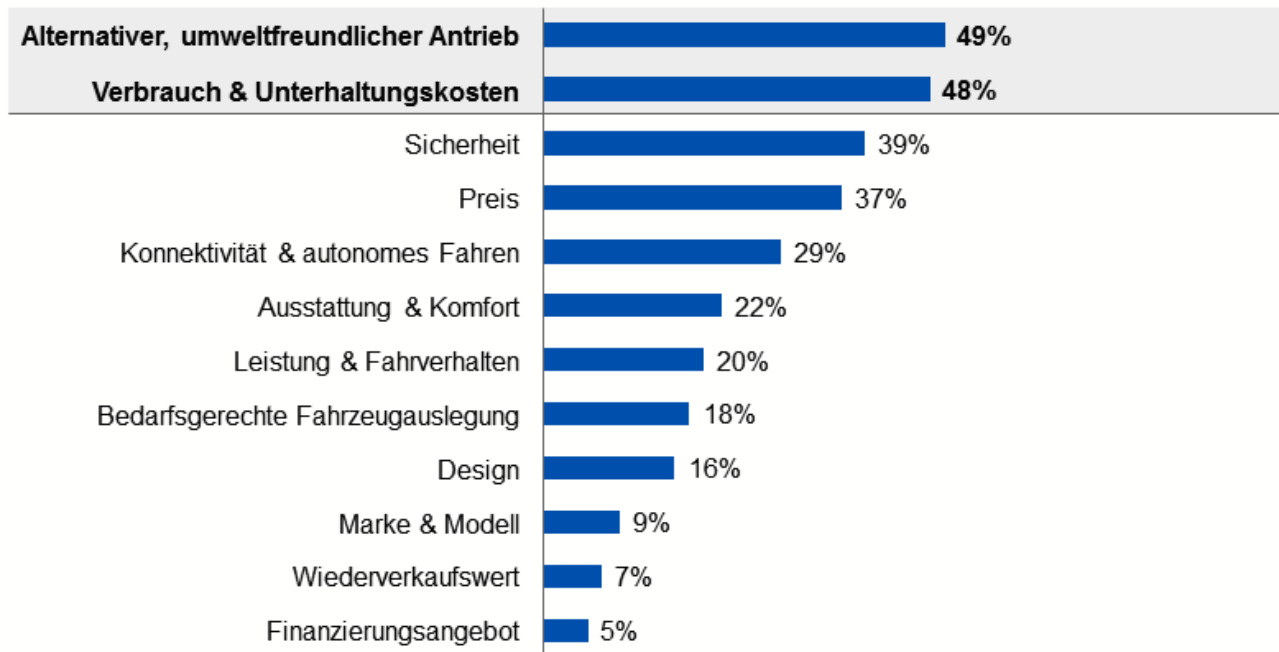
Basis: n = 1.009 | drei Nennungen pro Befragten

Der Preis entscheidet

- 
 Ob Neu- oder Gebrauchtwagen – der Preis ist für 60 Prozent der Befragten der primäre Entscheidungsfaktor beim Autokauf. Auf dem zweiten Rang landen der Verbrauch und die Unterhaltungskosten (50 Prozent), die vor allem Frauen, der Zielgruppe 50+ und Geringverdienern mit weniger als 2.000 Euro Monatsgehalt (jeweils 57 Prozent) sehr wichtig sind. Den dritten Platz teilen sich die Aspekte Sicherheit und Ausstattung und Komfort, die für 37 Prozent der Autokäufer relevant sind.
- 
 Auch wenn klassische Antriebe zunehmend kritisch gesehen werden, spielt der Umweltaspekt bislang nur eine untergeordnete Rolle: Während bei mehr als einem Drittel der Autokäufer Leistung und Fahrverhalten ganz oben auf der Prioritätenliste stehen, legen nur sechs Prozent der Befragten auf einen alternativen, umweltfreundlichen Antrieb Wert. Gleiches gilt für den Wiederverkaufswert, Finanzierungsangebote sowie die Konnektivität und Fahrerassistenzsysteme, die für die Wenigsten ein Kaufgrund sind.




Frage 3

Wissenschaftler und Ingenieure arbeiten am Auto der Zukunft. Was denken Sie, welche Aspekte den Käufern 2030 besonders wichtig sein werden?



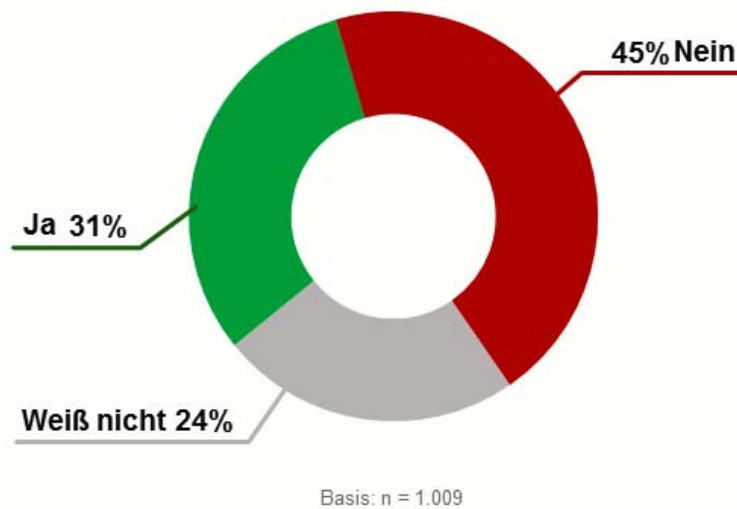
Basis: n = 1.009 | drei Nennungen pro Befragten

Nachhaltigkeit sticht Kaufpreis

-  Bis zum Jahr 2030 werden sich die Präferenzen beim Autokauf deutlich verschieben: Dann wird eine umweltverträgliche Antriebsvariante für nahezu jeden zweiten Autokäufer das wichtigste Entscheidungskriterium sein (49 Prozent – aktuell 6 Prozent) – dies gilt vor allem für Frauen, Verdienner, deren monatliches Einkommen zwischen 3.000 und 4.000 Euro liegt und Befragte, die älter als 50 Jahre sind. Darüber hinaus werden Verbrauch (48 Prozent) und Sicherheit (39 Prozent) künftig ganz oben auf der Prioritätenliste der Autokäufer rangieren.
-  Die Kriterien Preis (37 Prozent – aktuell 60 Prozent), Leistung und Fahrverhalten (20 Prozent – aktuell 34 Prozent), Marke und Modell (9 Prozent – aktuell 24 Prozent) sowie Ausstattung und Komfort (22 Prozent – aktuell 37 Prozent) verlieren dagegen deutlich an Relevanz.
-  Den Trend zur Konnektivität erkennen die Befragten etwas verspätet: Bis 2030 steigt die Bedeutung von Vernetzung und autonomen Fahren von vier auf 29 Prozent und schafft es damit in die Top 5 der relevanten Faktoren beim Autokauf.

Frage 4

Kein Thema wird in der Automobilbranche derzeit heißer diskutiert als das selbststeuernde sog. autonome Fahrzeug. Würden Sie ein autonomes Fahrzeug kaufen? Könnten Sie sich grundsätzlich vorstellen, sich ein derartiges Fahrzeug anzuschaffen?

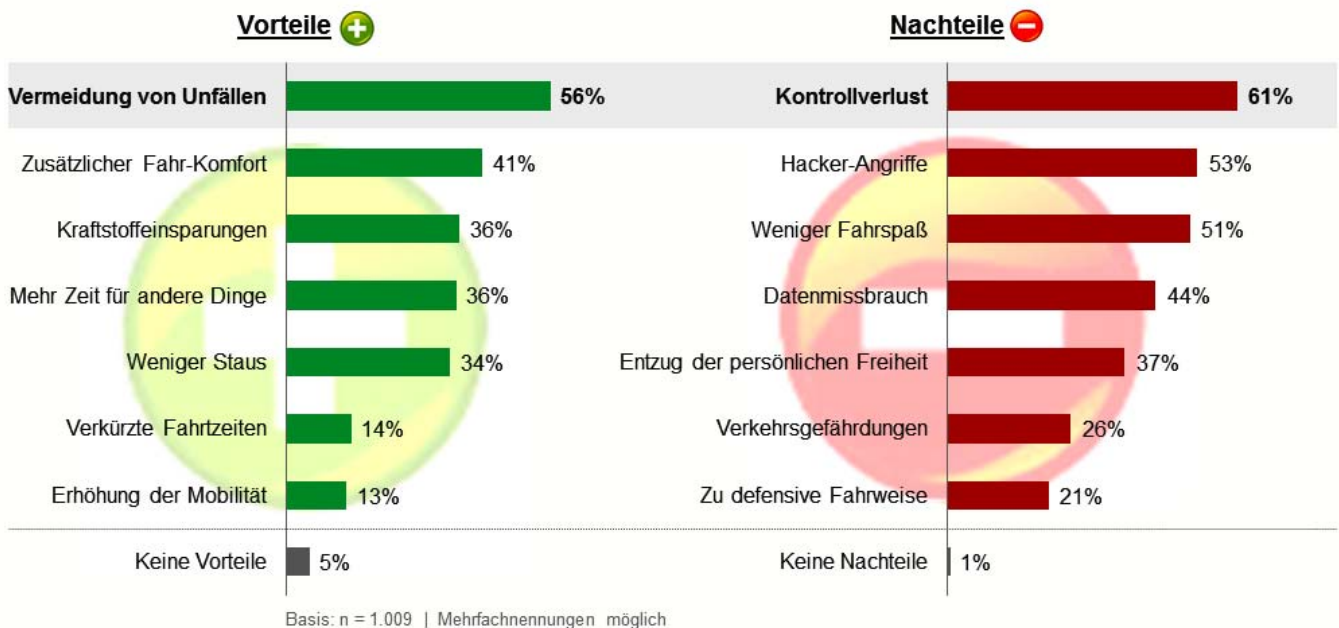


Jeder Dritte würde selbstfahrendes Auto kaufen



- 🚗 Obwohl der Komfort deutschen Autofahrern extrem wichtig ist, wären momentan nur 31 Prozent der Befragten dazu bereit, sich ein autonomes Fahrzeug anzuschaffen. Dabei ist die Zustimmung bei Männern (34 Prozent), Autokäufern zwischen 31 und 50 Jahren (38 Prozent) und Top-Verdienern mit einem monatlichen Einkommen von mehr als 4.000 Euro (45 Prozent) am größten.
- 🚗 Nahezu die Hälfte der Befragten (45 Prozent) ist dagegen noch nicht vom Roboter-Auto überzeugt, während knapp ein Viertel (24 Prozent) in dieser Hinsicht noch unsicher ist.

Frage 4.1

Welche Vor- bzw. Nachteile verbinden Sie mit dem Thema autonomes Fahren?

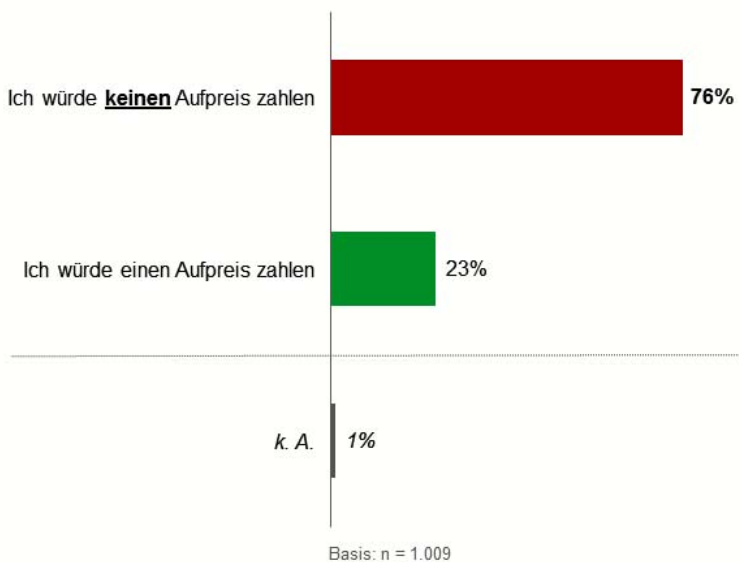


Mehr Nach- als Vorteile

-  Auch wenn die Zukunftsvision vom fahrerlosen Fahren der Gesellschaft einen deutlichen Mehrwert verspricht, überwiegen in der Wahrnehmung der Autofahrer die Nachteile: Am meisten fürchten sie den Kontrollverlust (61 Prozent), Angriffe von Hackern (52 Prozent) und dass der Spaß am Fahren auf der Strecke bleibt (51 Prozent). Darüber hinaus zählen der Datenmissbrauch (44 Prozent) und der Entzug der persönlichen Freiheit (37 Prozent) zu den negativen Aspekten der Roboter-Fahrzeuge.
-  Die positiven Seiten der Technologie liegen dagegen in der Vermeidung von Verkehrsunfällen (56 Prozent), dem Komfort-Gewinn (41 Prozent), Kraftstoffeinsparungen und der gewonnenen Zeit (36 Prozent), die die Befragten für andere Dinge nutzen können.



Frage 5

Welchen Aufpreis würden Sie für ein autonomes Fahrzeug in Kauf nehmen?



Unterscheidung nach Geschlecht, Alter & Einkommen	Aufpreis insgesamt
Gesamt Ø	1.348 €
Weiblich	1.288 €
Männlich	1.370 €
Bis 30 Jahre	1.597 €
31 bis 50 Jahre	1.300 €
Über 50 Jahre	1.125 €
Bis unter 2.000 €	1.248 €
2.000 bis 3.000 €	1.462 €
3.000 bis 4.000 €	1.625 €
Mehr als 4.000 €	1.427 €

Alles eine Frage des Geldes

-  Der Erfolg des Roboter-Autos hängt nicht nur von der Technik, sondern letztendlich vor allem vom Preis ab: Drei Viertel der befragten Autokäufer sind allerdings nicht dazu bereit, einen Aufpreis für die entsprechenden Features zu zahlen.
-  23 Prozent zeigen sich dagegen zahlungsbereit und würden im Durchschnitt einen Aufpreis von 1.348 Euro akzeptieren. Während potenzielle Autokäufer bis 30 Jahre 1.597 Euro für autonome Fahrfunktionen ausgeben würden, wären die Befragten in der Gehaltsklasse 3.000 bis 4.000 Euro sogar dazu bereit 1.625 Euro drauf zu legen.