

AWA 2016

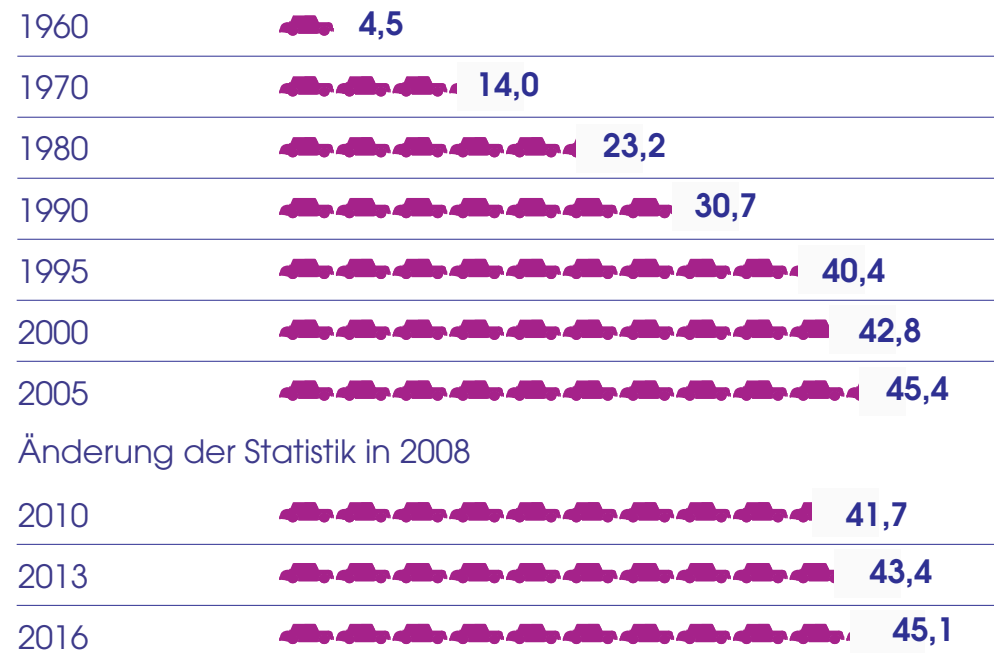
Das Auto – nicht mehr des Deutschen
liebstes Kind?

Michael Sommer

Institut für Demoskopie Allensbach

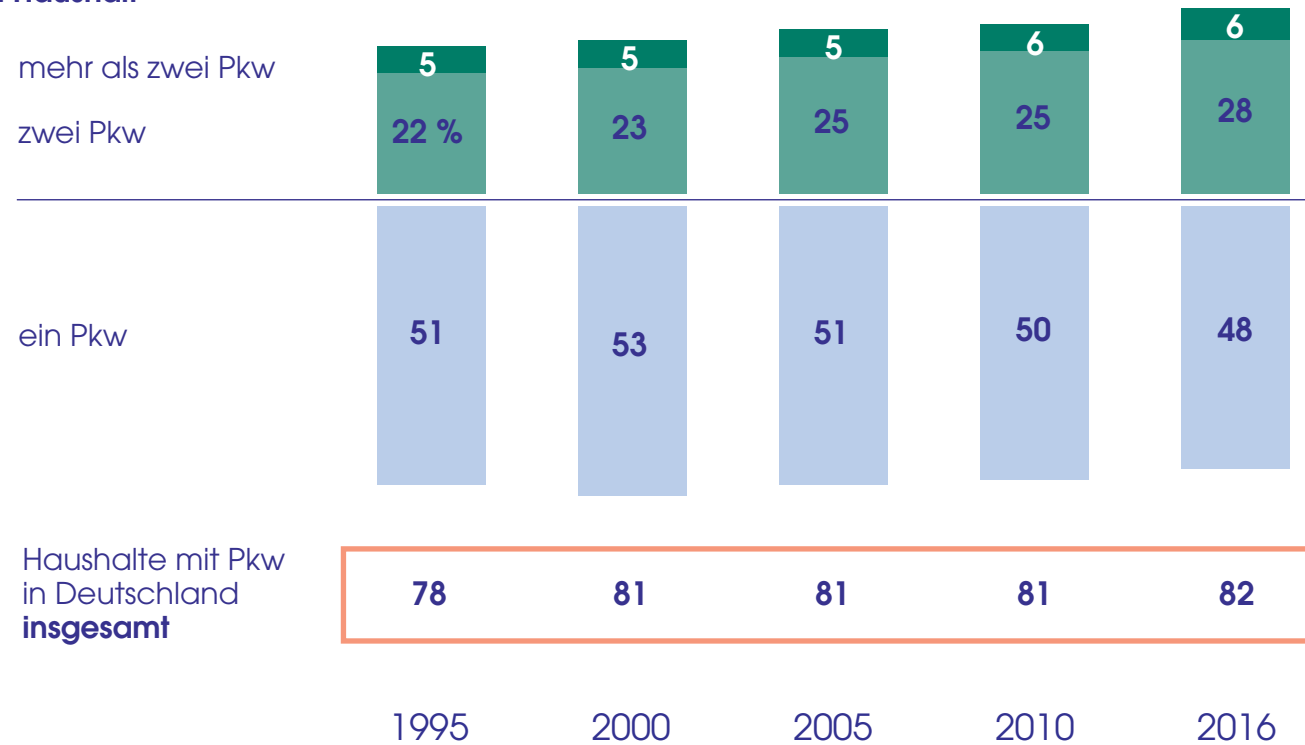
Seit 1960 hat sich der Pkw-Bestand in Deutschland verzehnfacht

Pkw-Bestand in Deutschland in Mio.

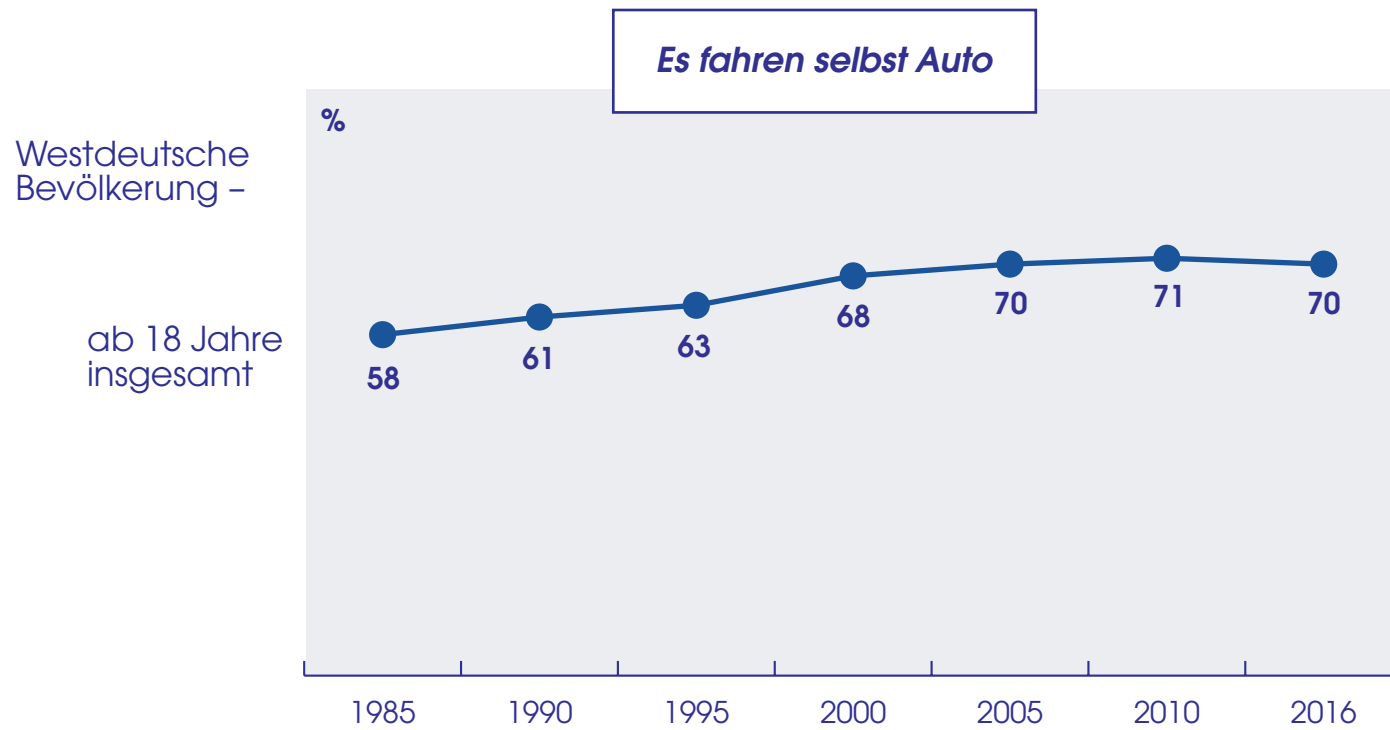


Mehr Zweitwagen

Anzahl der Pkw im Haushalt -



Langfristig deutlich mehr Autofahrer

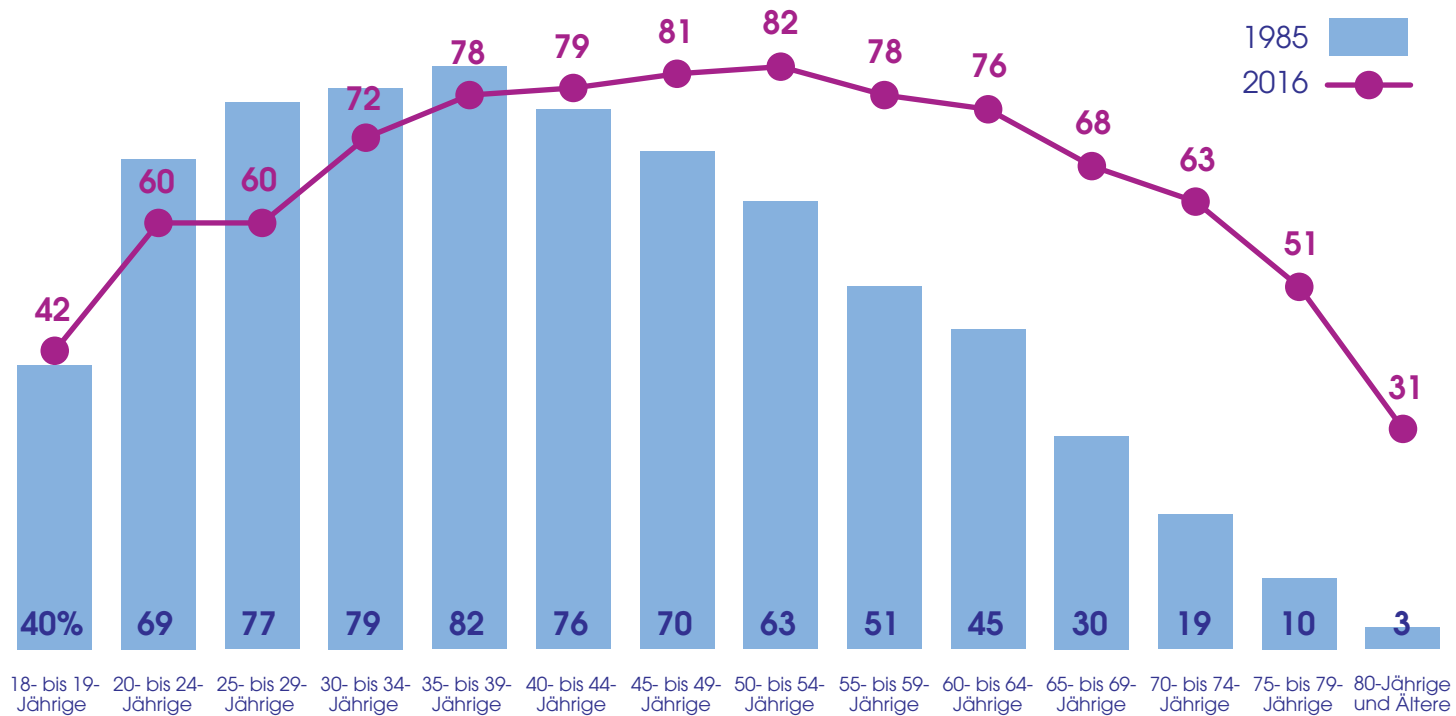


Basis: Westdeutschland, Bevölkerung ab 18 Jahre

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, AWA 1985 bis 2016

Der Anteil der unter 40-jährigen Autofahrer ist langfristig rückläufig

Anteil der Personen, die selbst Auto fahren und einen Pkw im Haushalt haben



Basis: Westdeutschland, Bevölkerung ab 18 Jahre

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, AWA 1985 und 2016

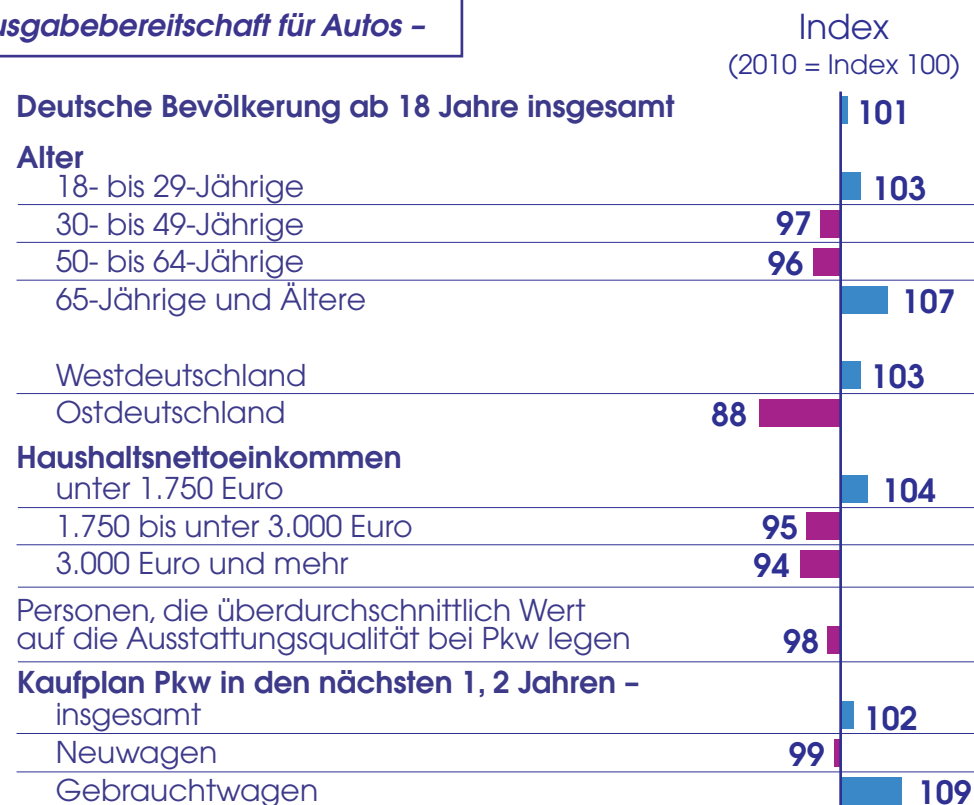
Ausgabebereitschaft für Autos stagniert

<i>Es sind bereit, viel auszugeben für -</i>	2010 %	2016 %	Index (2010 = Index 100)
Reisen	44	52	119
Kleidung	41	47	115
Hobbys	36	41	112
Gute Ernährung, gutes Essen	51	55	108
Technische Geräte wie Computer, Fernseher	26	28	107
Gesundheit, Wellness	34	36	106
Versicherungen	20	21	105
Einrichtungsgegenstände, Möbel	58	59	102
➤ Autos	24	24	101
Altersvorsorge	31	30	99
Bücher	26	25	95

Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutsche Bevölkerung ab 18 Jahre
 Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, AWA 2010 und 2016

Höhere Ausgabebereitschaft vor allem für Gebrauchte

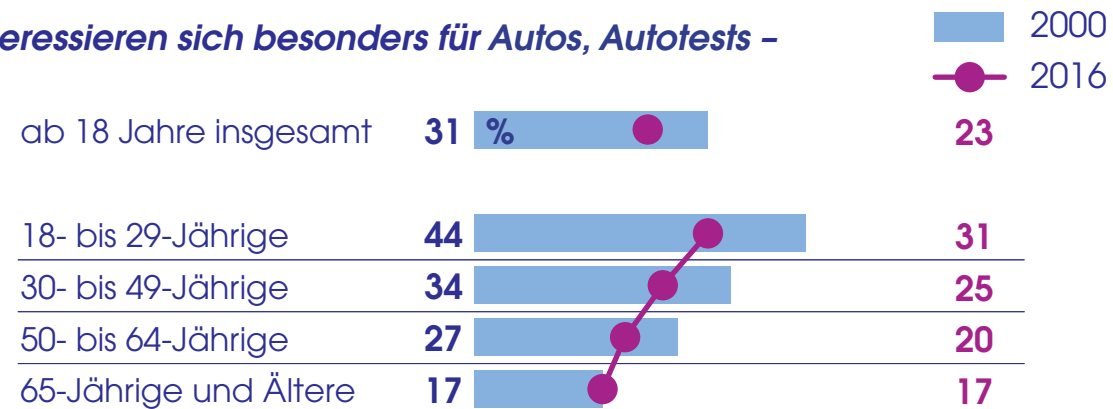
Hohe Ausgabebereitschaft für Autos -



Deutlich rückläufiges Interesse am Thema Auto bei Männern fast aller Generationen

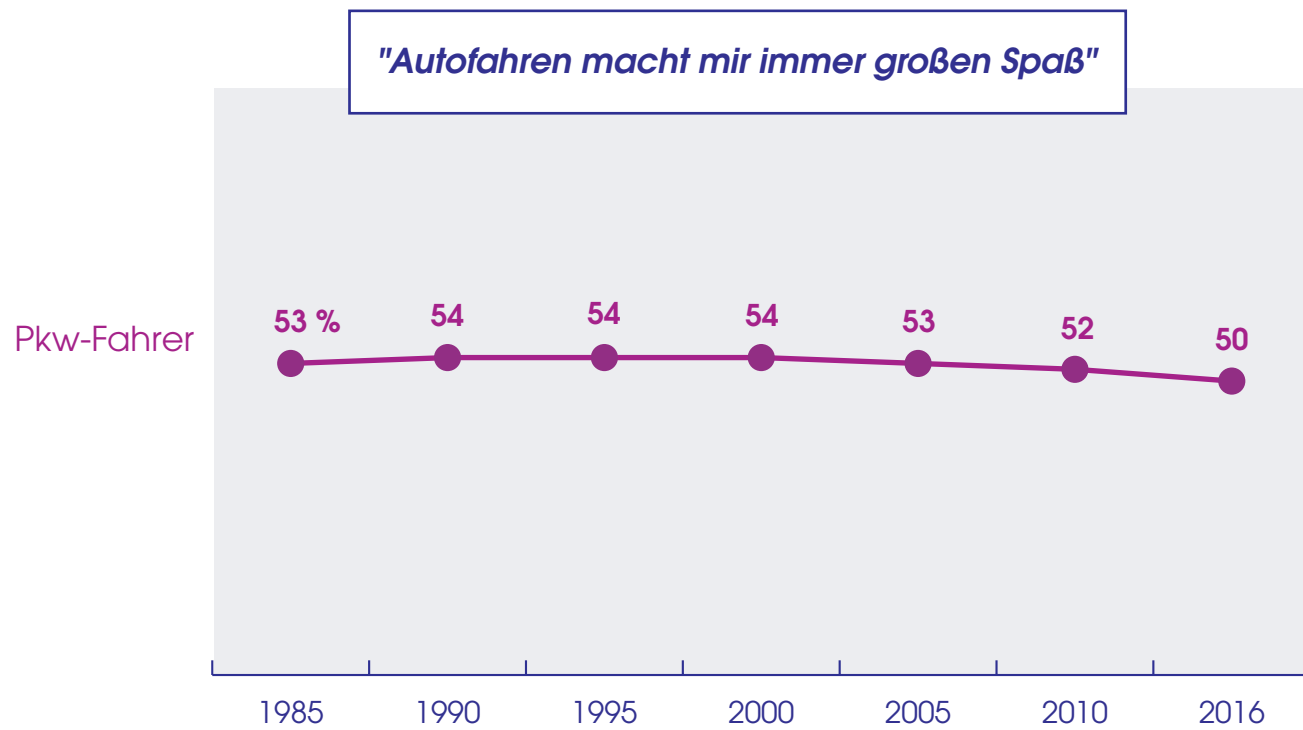
Männer ab 18 Jahre

Es interessieren sich besonders für Autos, Autotests -



Der Anteil von Frauen, die sich besonders für Autos interessieren, ist im gleichen Zeitraum von 4 auf 3 Prozent zurückgegangen

Weniger Freude am Fahren?

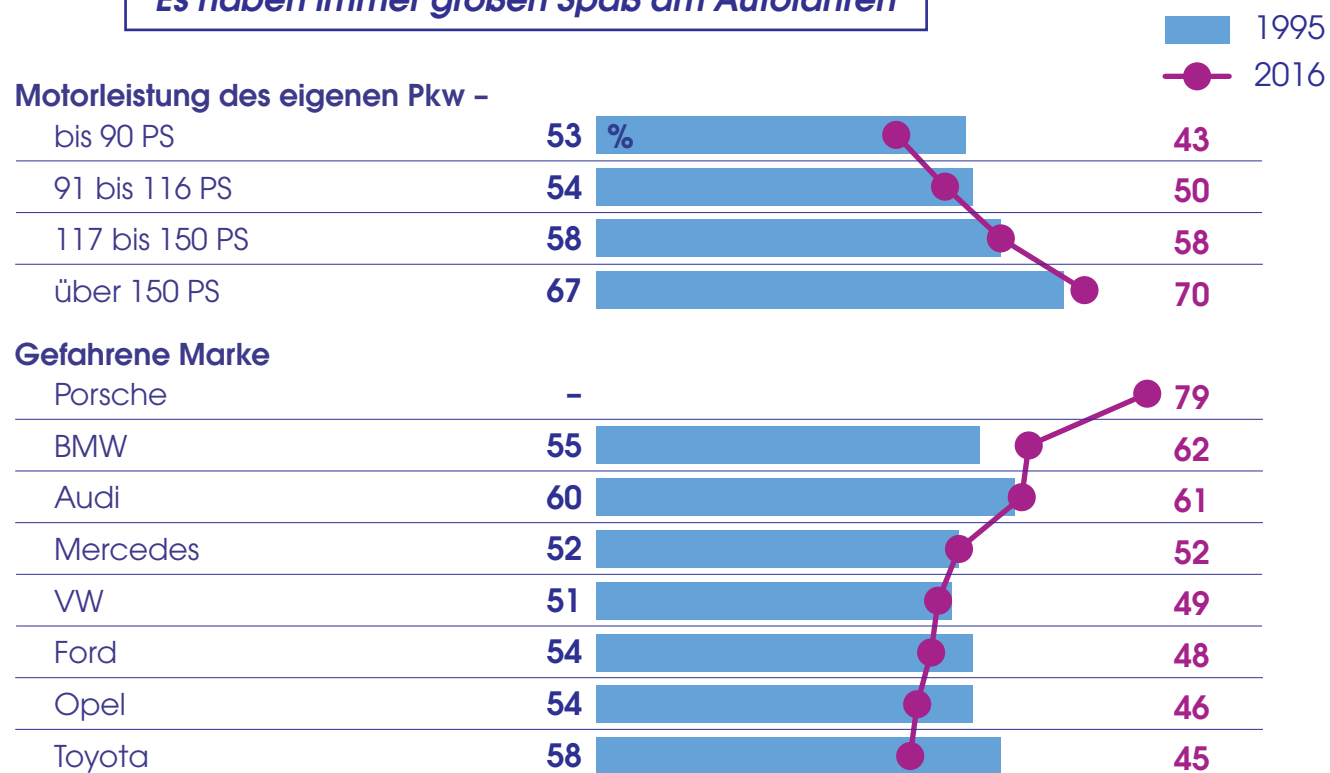


Basis: Bundesrepublik Deutschland, Pkw-Fahrer

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, AWA 1985 bis 2016

Ich geb' Gas – ich will Spaß

Es haben immer großen Spaß am Autofahren



- = 1995 nicht erhoben

Basis: Bundesrepublik Deutschland, Pkw-Fahrer mit Pkw im Haushalt
 Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, AWA 1995 und 2016

Steile Zunahme älterer Pkw in Privathaushalten ...

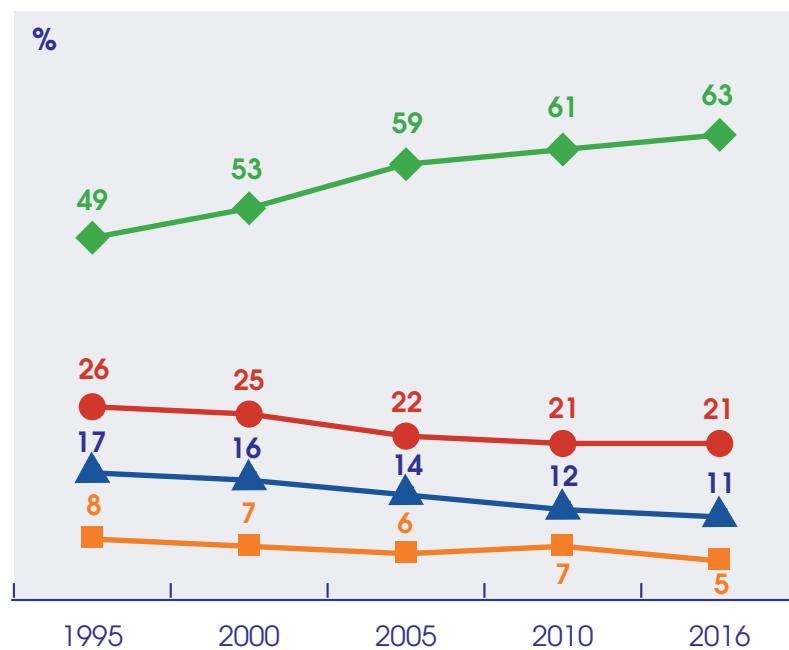
Alter des privat genutzten
Pkw im Haushalt -

Älter als vier Jahre

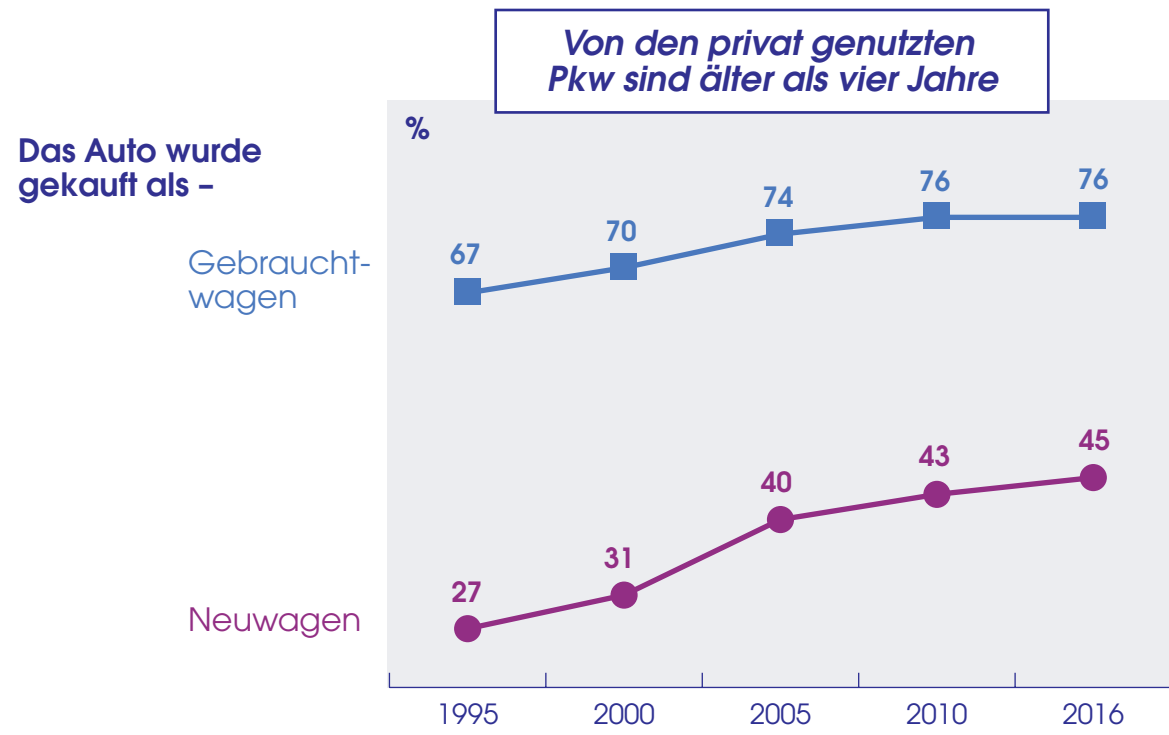
Drei bis vier Jahre

Ein bis zwei Jahre

Jünger als ein Jahr



... bei Neuwagen und Gebrauchtwagen gleichermaßen



Der Abstand zwischen den Pkw-Käufen wird größer



Keine Unterschiede im Trend bei Neuwagen und Gebrauchtwagen!

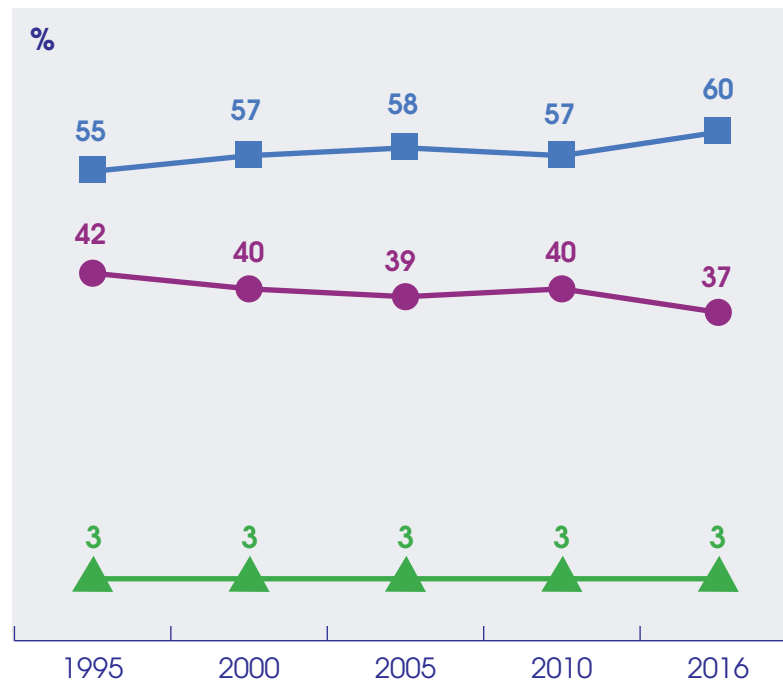
Im Langzeittrend: weniger Neuwagen

Der privat genutzte Pkw wurde gekauft -

als Gebrauchtwagen

als Neuwagen

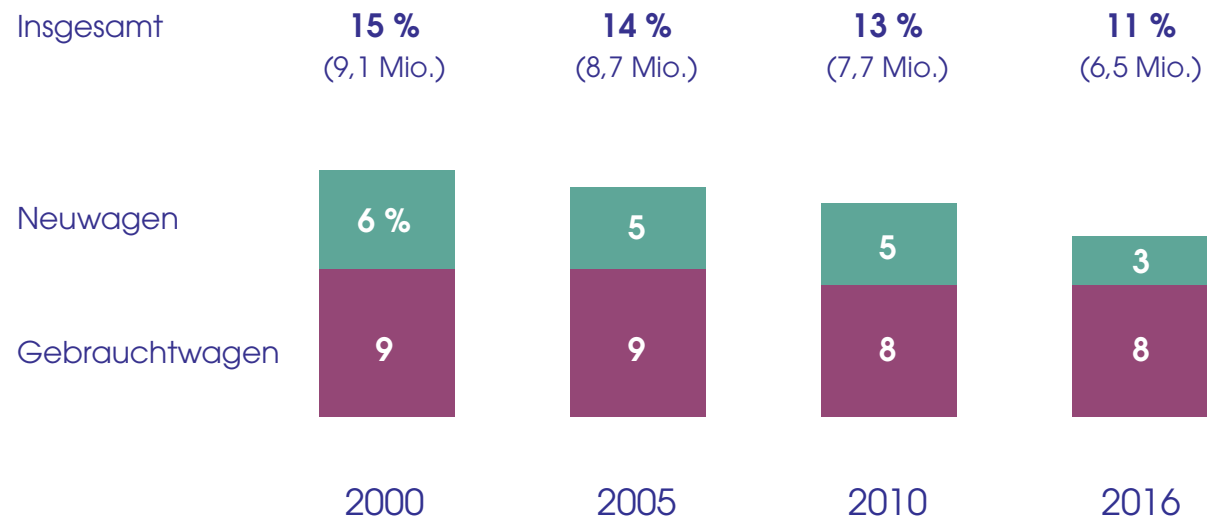
mit Leasingvertrag



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Pkw-Fahrer mit privat genutztem Pkw im Haushalt
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, AWA 1995 bis 2016

Kauf-Unlust

*Es planen in den nächsten
1, 2 Jahren einen Pkw-Kauf –*

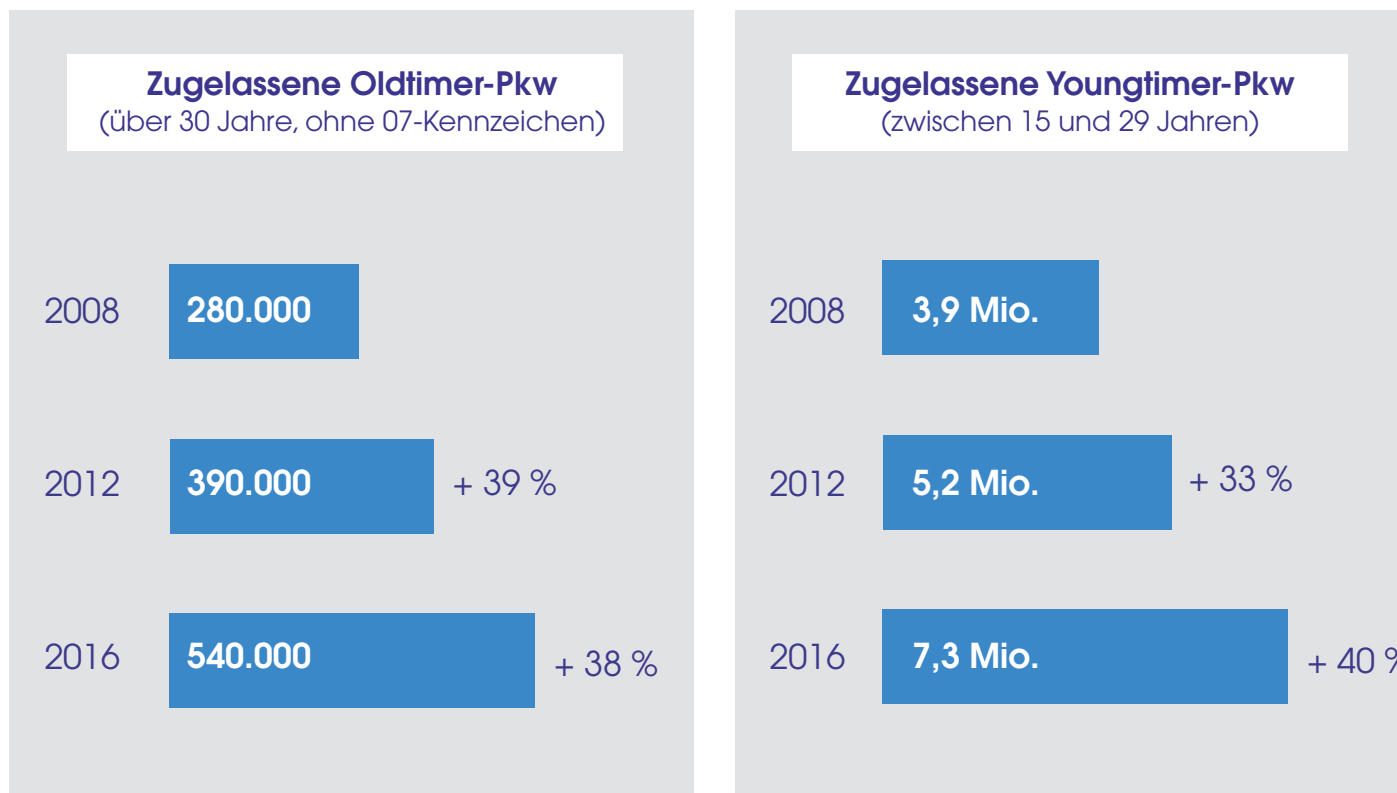


Alternde Autos

Durchschnittsalter der Pkw in Deutschland -
(in Jahren)



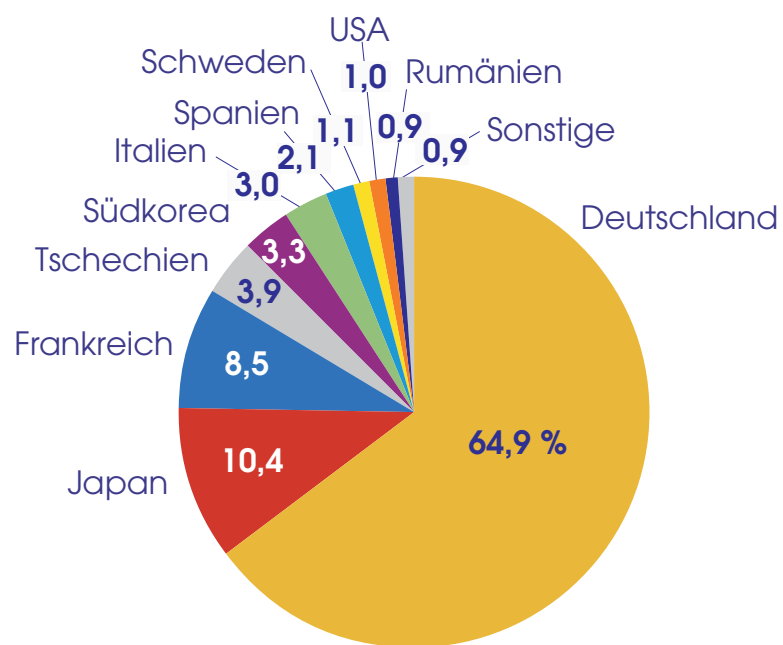
Alte Liebe rostet nicht: Der Oldtimer-Markt wächst sehr dynamisch



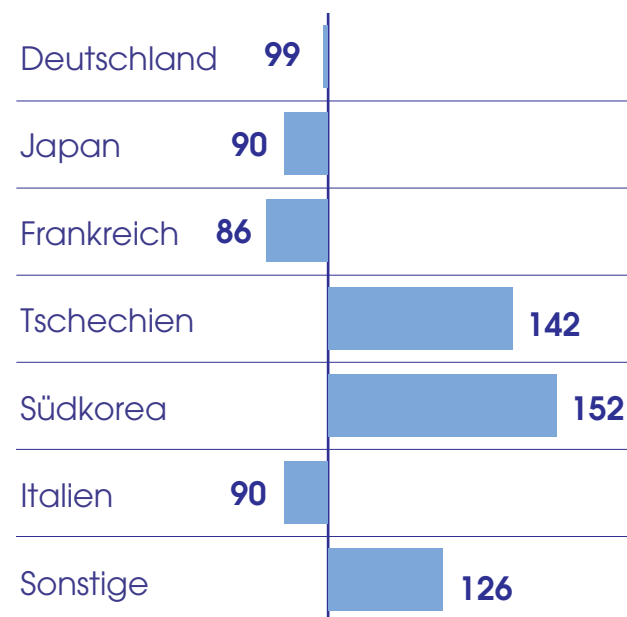
Made in Germany bevorzugt

Pkw-Bestand in Deutschland nach Herkunftsländern

Stand 1. Januar 2016

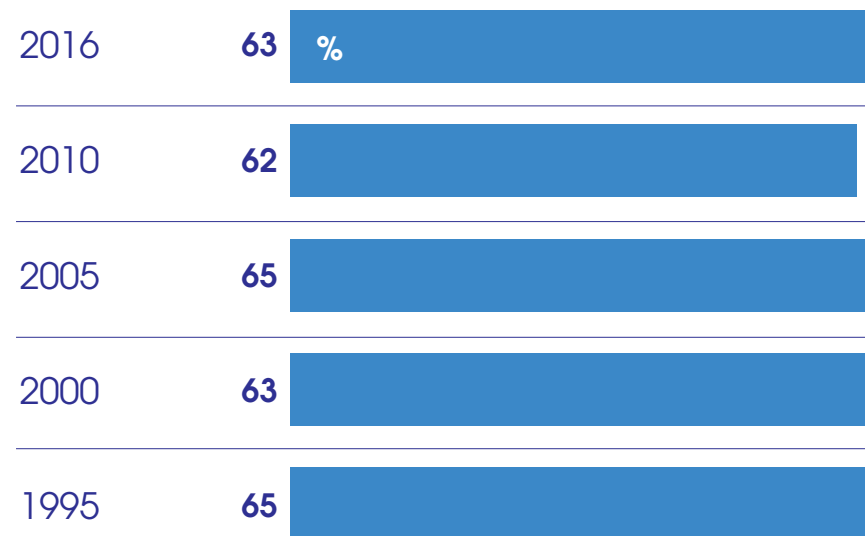


Veränderungen gegenüber 2011 (2011 = Index 100)

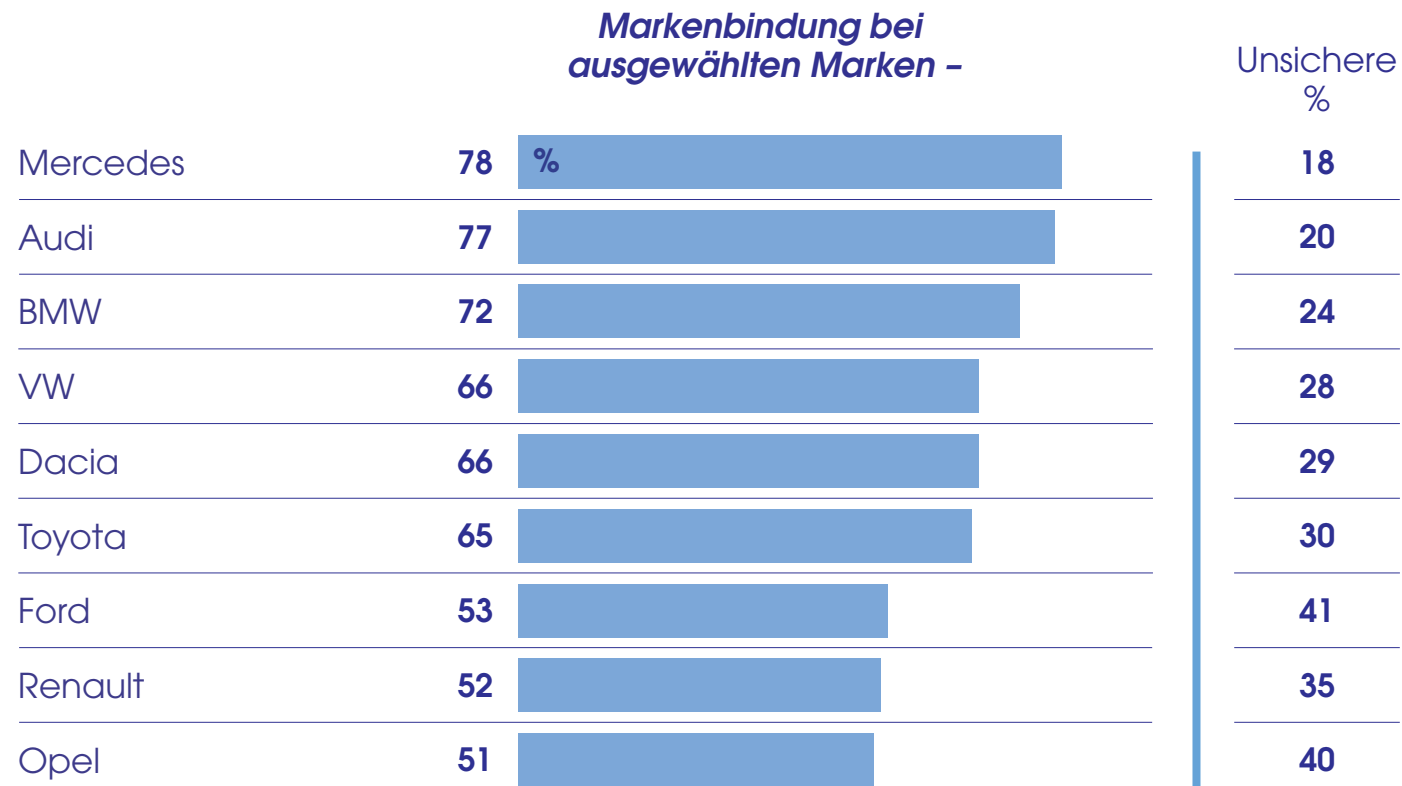


Stabile Markenbindung

Von den Pkw-Besitzern würden wieder die gleiche Marke kaufen



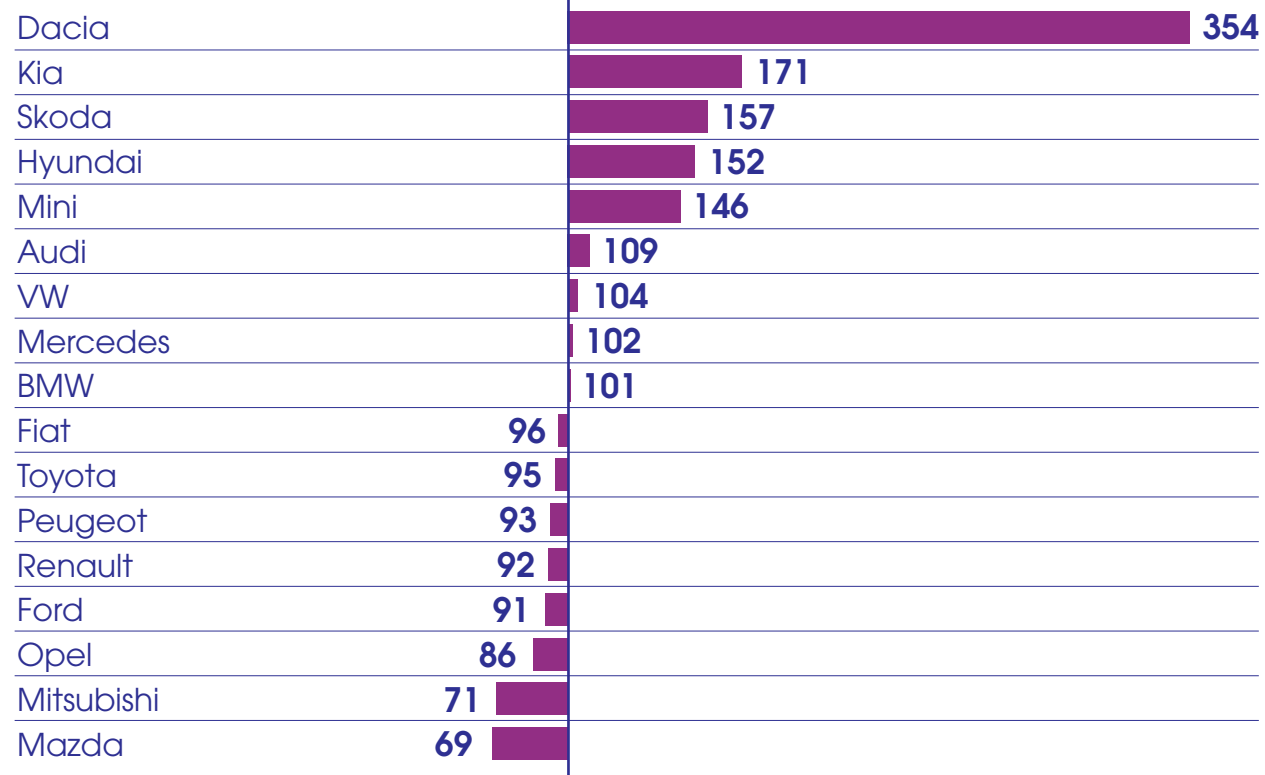
Aber deutliche Unterschiede in der Bindungskraft von Marken



Das Ende vom Auto als Statussymbol?

**Marke des meist gefahrenen
Pkw im Haushalt -**

Index
(2011 = Index 100)



Statusprobleme haben die anderen: Porträt der Dacia-Fahrer

Dacia-Fahrer:

- sind überdurchschnittlich häufig 65 Jahre und älter, in Ostdeutschland sowie im ländlichen Raum zu Hause und verfügen zumeist nur über ein unterdurchschnittliches Einkommen
- weisen in nahezu allen Produktbereichen eine weit unterdurchschnittliche Markenaffinität auf, sind oft preisbewusst und nicht besonders innovationsfreudig

Beim Pkw:

- legen sie nur geringen Wert auf eine gute und umfassende Ausstattung
- ist Vernetzung kein Thema und die Motorleistung unterdurchschnittlich
- spielt Nachhaltigkeit beim Kauf keine Rolle
- zeigen sie eine durchschnittliche Markenbindung und persönliche Kilometerleistung
- bevorzugen sie überproportional den Kauf eines Neuwagens

Status ist out? Be Mini

Porträt der Mini-Fahrer:

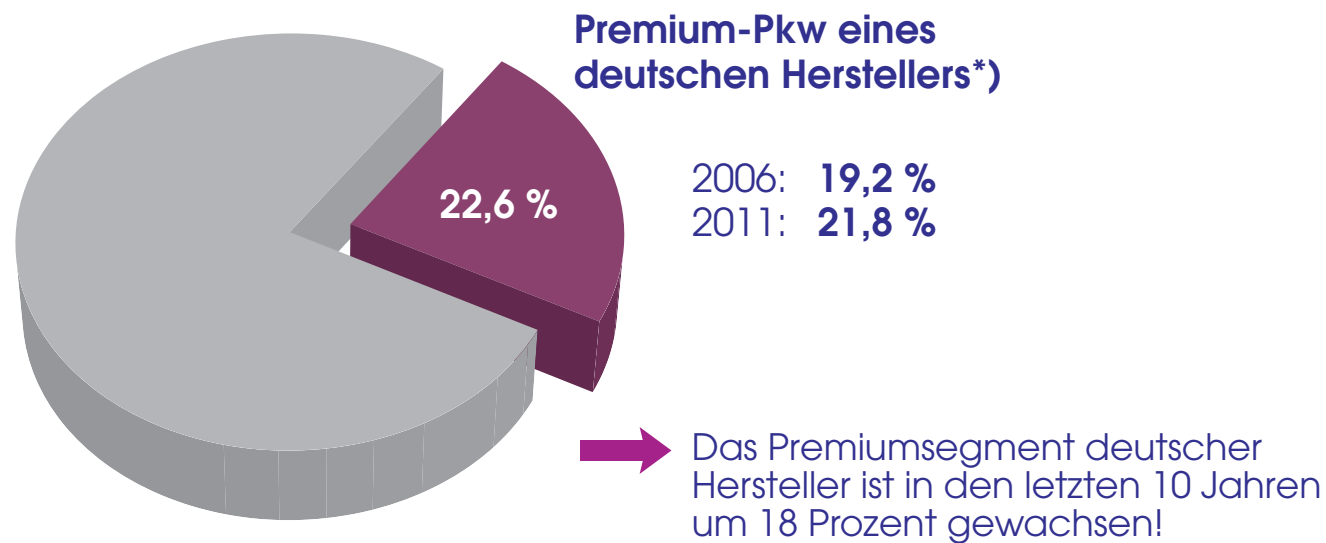
- Mini-Fahrer sind überdurchschnittlich oft jung (unter 30 Jahre), weiblich, verfügen zumeist über eine höhere Schulbildung sowie ein überdurchschnittliches Einkommen und leben häufig in Großstädten
- sind überdurchschnittlich markenaffin, auch in Bezug auf Luxusmarken, sind sehr modebewusst, Neuem gegenüber überproportional aufgeschlossen und sehr innovationsfreudig

Beim Pkw:

- ist Vernetzung für sie ein sehr wichtiges Thema
- legen sie besonderen Wert auf eine hochwertige Soundanlage, sportliches Zubehör sowie eine fest eingebaute Internetverbindung
- haben sie das Motto "Freude am Fahren" meist verinnerlicht
- spielen Umweltaspekte beim Fahrzeugkauf eine weit untergeordnete Rolle

Eine deutsche Besonderheit: der Premium-automobilmarkt

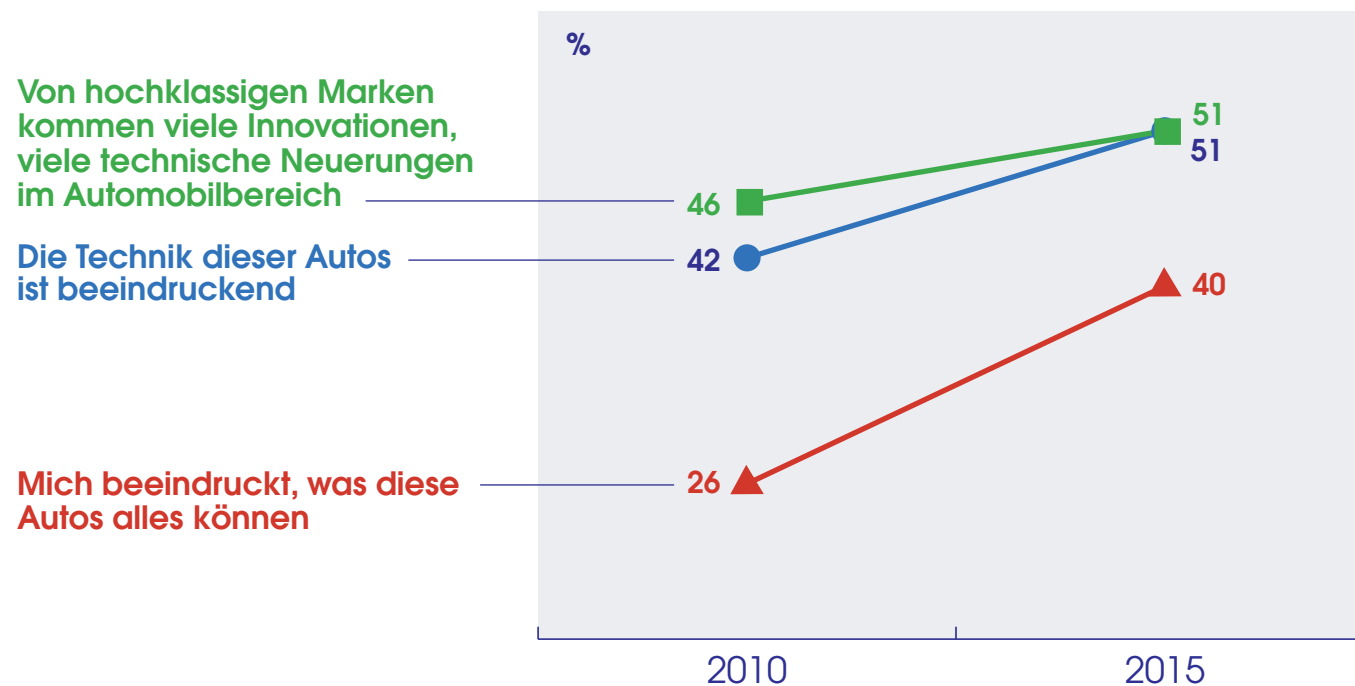
*Der meist gefahrene Pkw
im Haushalt ist ein -*



*) Marken: Audi, BMW, Mercedes, Porsche, Mini, Smart

Beeindruckt von der Innovationskraft

Frage: "Hier auf dieser Liste steht Verschiedenes, was uns andere über hochklassige Automarken gesagt haben. Was davon würden auch Sie sagen?"



Vernetztes Auto: großes Interesse an Connectivity

*"Mir ist es wichtig, dass ich über mein Auto vernetzt bin,
also z.B. mein Smartphone mit dem Auto verbinden
kann oder auch über das Auto ins Internet gehen kann"*

Pkw-Fahrer –

insgesamt

8,1 %  = 3,71 Mio.

Männer

10,7



Frauen

5,1



18- bis 29-Jährige

13,1



30- bis 49-Jährige

10,4



50- bis 64-Jährige

6,9



65-Jährige und Ältere

2,2



die überdurchschnittlich Wert auf die
Ausstattungsqualität beim Pkw legen

18,6



mit Kaufplan in den nächsten 1, 2 Jahren

12,8

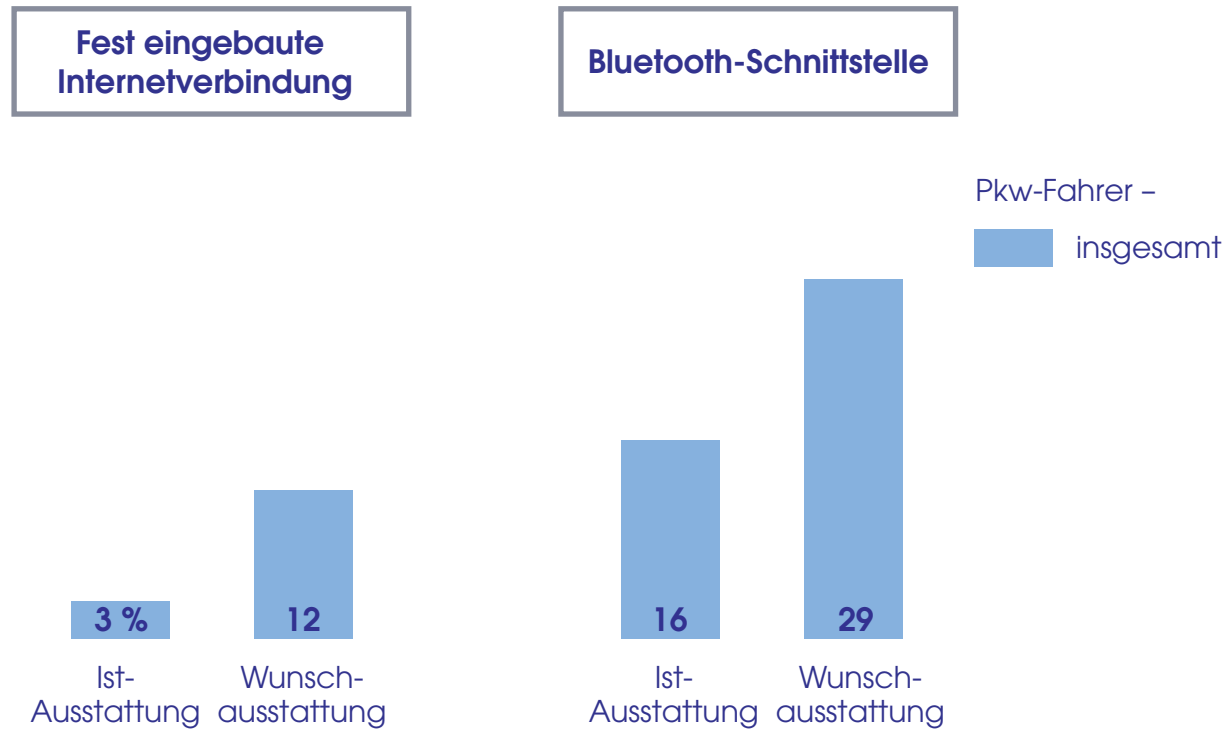


die beruflich viel unterwegs sind

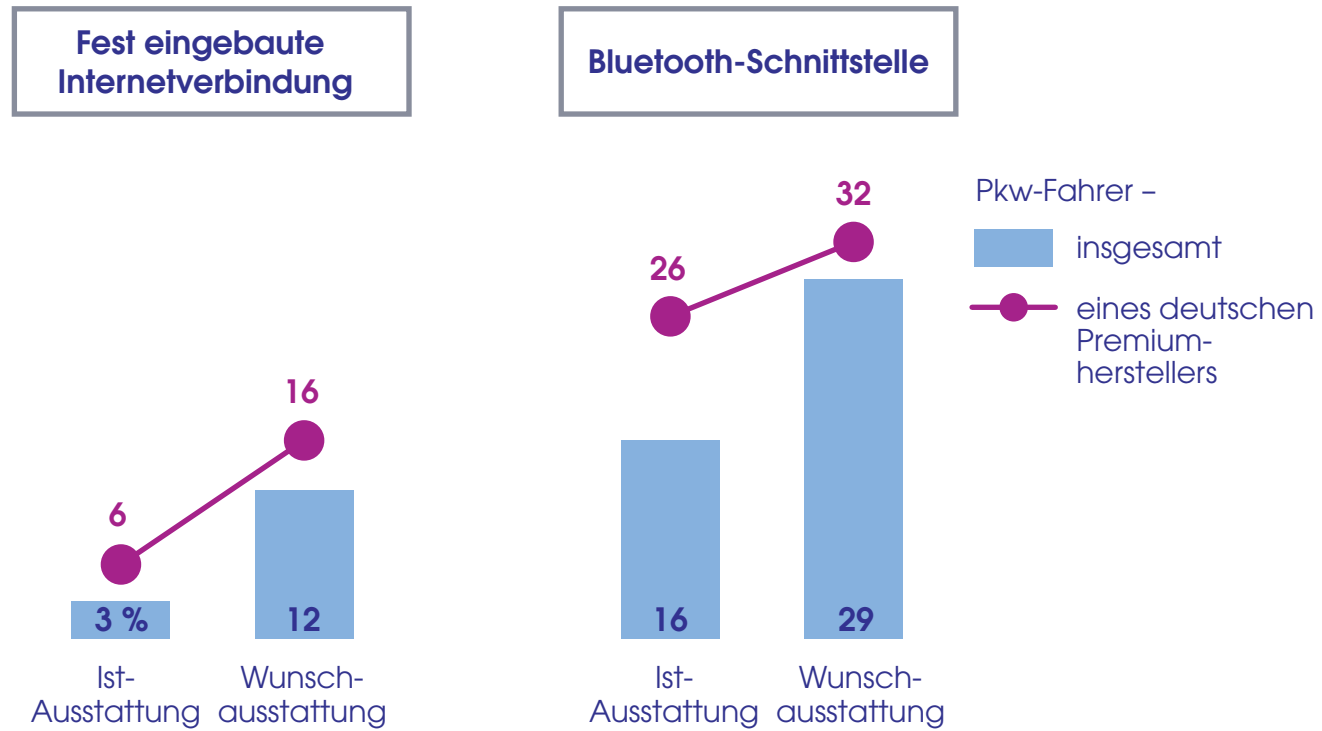
20,1



Vernetztes Auto: Ist- und Wunschausstattung

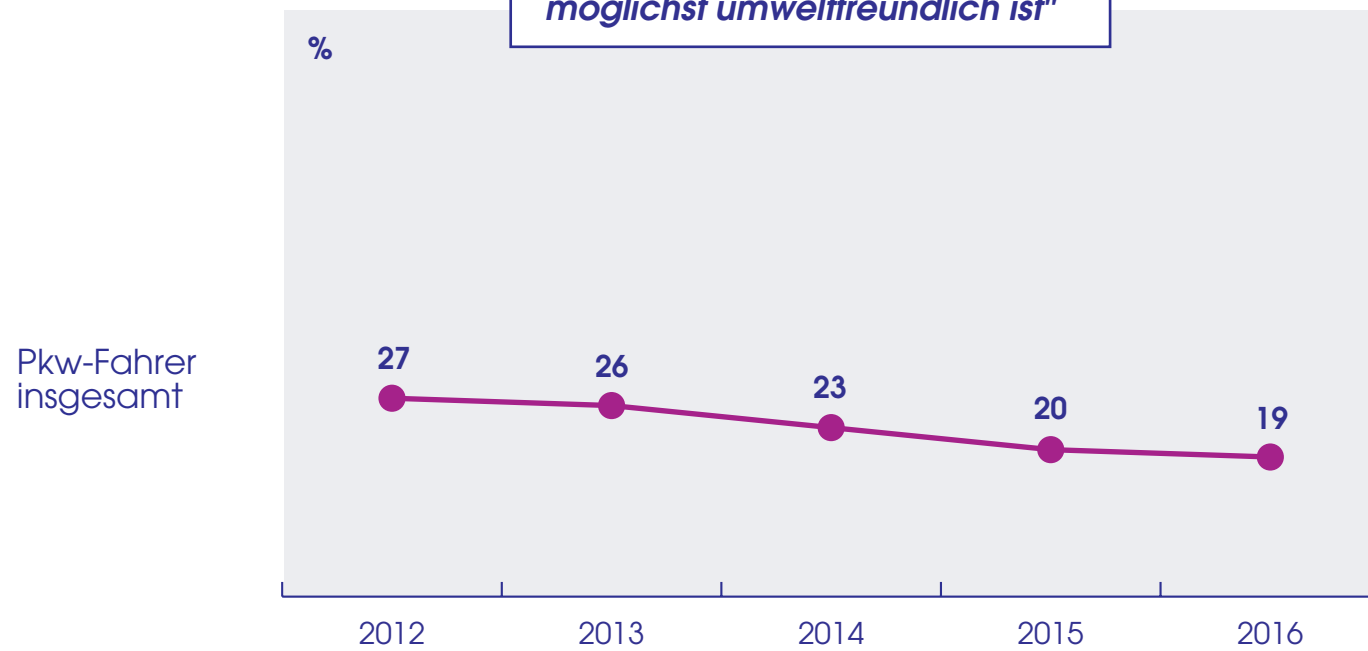


Premiummarkt als Avantgarde

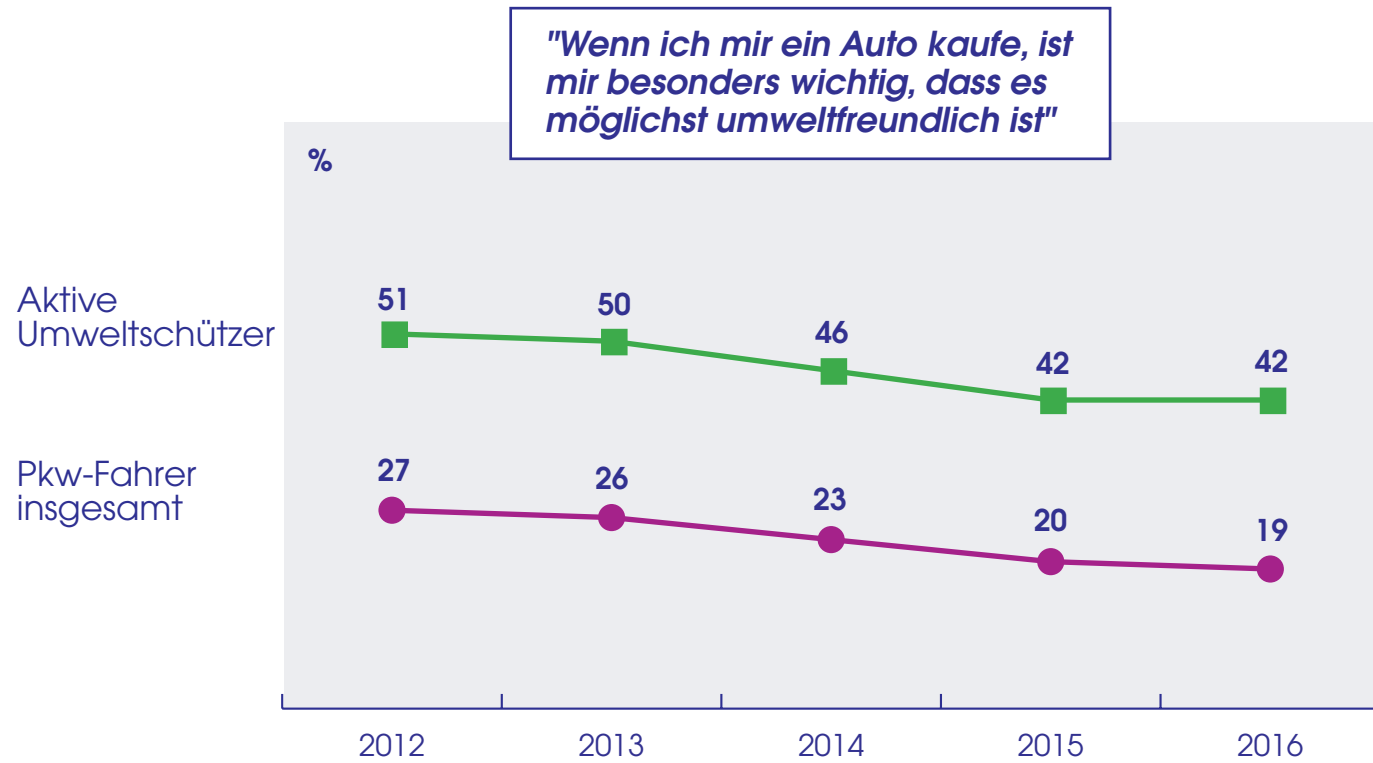


Umweltschutzaspekte beim Autokauf verlieren an Bedeutung ...

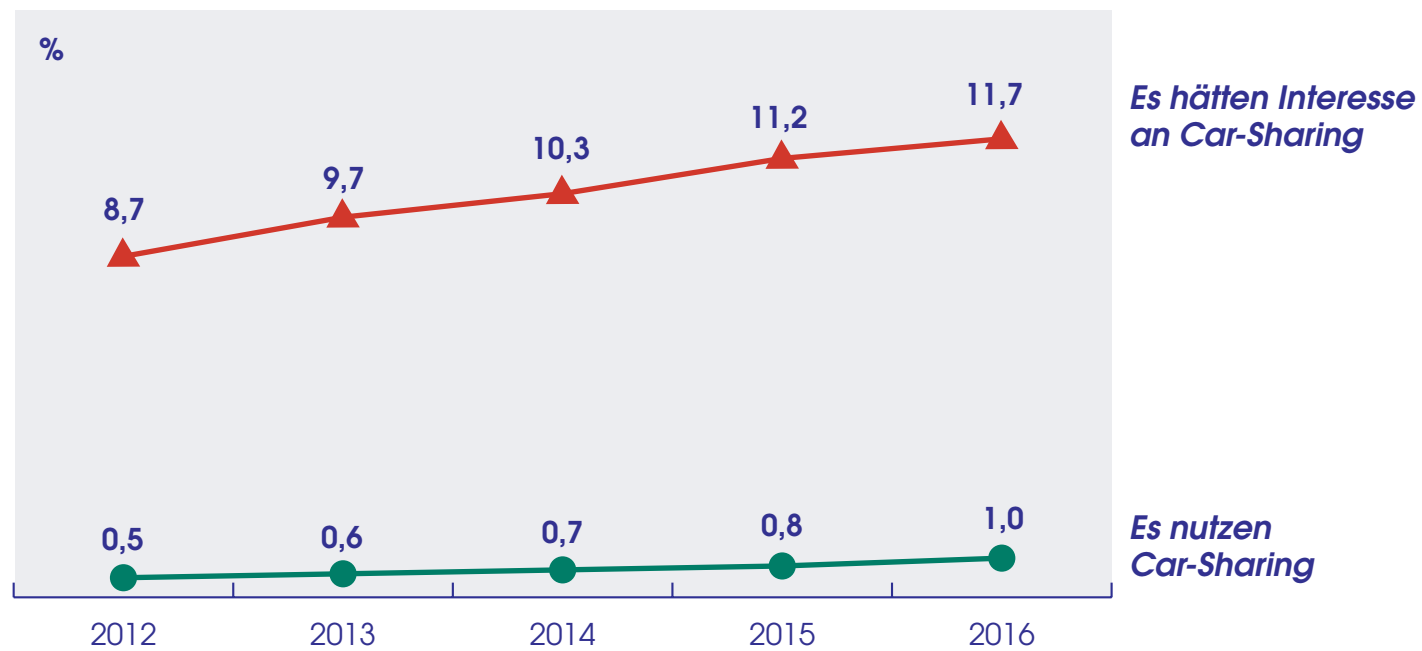
"Wenn ich mir ein Auto kaufe, ist mir besonders wichtig, dass es möglichst umweltfreundlich ist"



... auch in der Kernzielgruppe



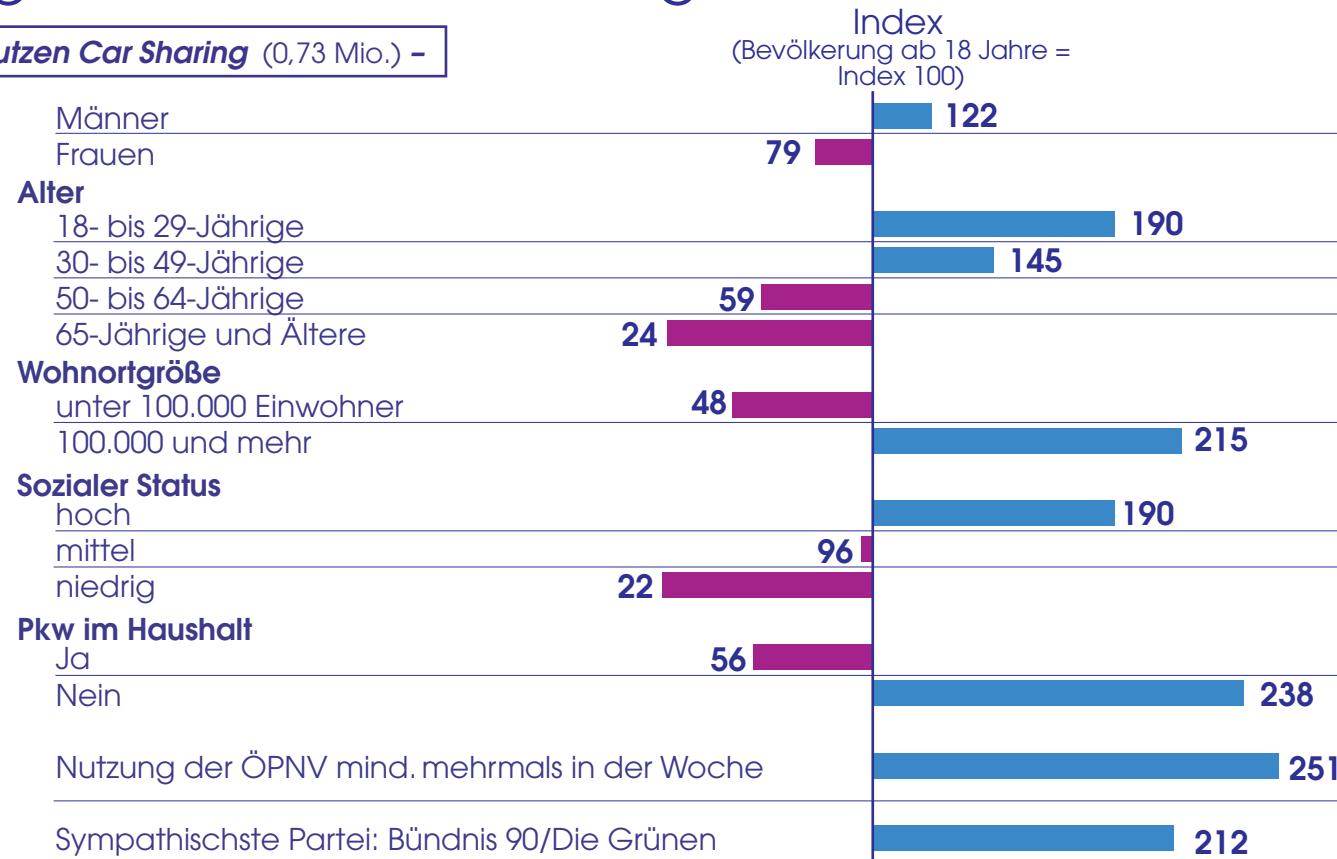
Teilen statt Besitzen: steigendes Interesse an Car-Sharing



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, AWA 2012 bis 2016

Car Sharing: größte Nachfrage vor allem in der jüngeren urbanen Bildungselite

Es nutzen Car Sharing (0,73 Mio.) -

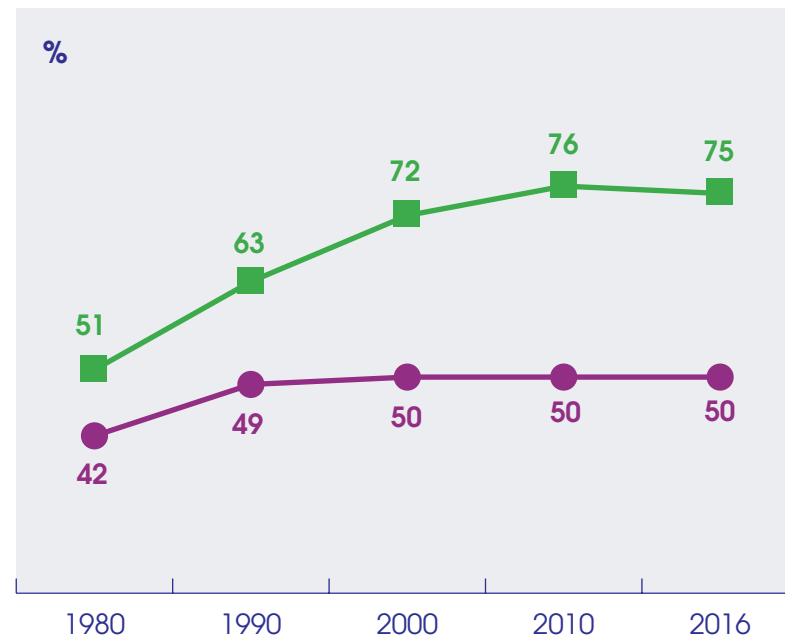


Mobilität in Stadt und Land

Pkw-Fahrer mit eigenem Pkw im Haushalt -

in Orten mit weniger als 20.000 Einwohnern

in Großstädten mit über 500.000 Einwohnern



Selbst ist der Autofahrer

Frage: "Ingenieure arbeiten zurzeit an einem Auto, das sich selbst steuert, das man also nicht mehr selbst fahren muss. Finden Sie ein solches Auto reizvoll, oder wäre das eher nichts für Sie?"

Ein selbst fahrendes Auto -

