



Trend im Internet: Kunden kaufen deutlich mehr Klein- und Kleinwagen

Neuwagen Markt Report Q2 2011: VW Polo verdoppelt Marktanteil im Internet Fiat erstmals in den Top 10 der Marken

(ddp direct) Internetkunden interessieren sich immer häufiger für Klein- und Kleinwagen das geht aus dem aktuellen Neuwagen Markt Report des Internetportals MeinAuto.de hervor. Im zweiten Quartal 2011 erreichten die Kleinwagen im Internet erstmals einen Marktanteil von 20,31 Prozent (Q2 2010: 15,15%). Die Kleinwagen rücken damit ganz nah an den bisherigen Branchenprimus, die Kompaktklasse heran (22,35 % Marktanteil in Q2 2011). Auch die Kleinwagen (Minis) konnten den Marktanteil im Internet ausbauen und durchbrechen mit 5,63 % Marktanteil zum ersten Mal die fünf Prozent Marke. Neue und attraktive Modelle heimischer Marken werden zusätzliche Käufer für Klein- und Kleinwagen anlocken und den Wettbewerb anheizen. Verbraucher können sich freuen denn mehr Wettbewerb bedeutet meist auch höhere Nachlässe., analysiert Marktexperte Alexander Bugge vom Neuwagenportal MeinAuto.de.

VW Polo verdoppelt seinen Marktanteil im Netz

Der VW Polo ist der größte Gewinner des zweiten Quartals. Der Kleinwagen hat seinen Marktanteil in Q2 in den Top 30 der beliebtesten Modelle im Internet gegenüber dem Vorjahr von 3,62% auf 6,88% nahezu verdoppelt. Kein anderes Modell konnte in ähnlicher Form Marktanteile gewinnen. Damit hat sich der Kleinwagen aus Wolfsburg hinter seinen großen Bruder Golf auf Platz zwei geschoben und den Nissan Qashqai auf Rang drei verdrängt (6,70% Marktanteil).

Volumenmarken Ford und Fiat legen zu

Die Marke VW baut ihre überlegene Spitzenposition in Deutschland auch im Internet aus: Der Wolfsburger Konzern verbesserte seinen Marktanteil in Q2 auf 18,18% und liegt nun 9,61 Prozentpunkte vor Ford (Platz 2: 8,57% Marktanteil) und Skoda (Platz 3: 7,73% Marktanteil). Ford machte gegenüber dem Vorjahresquartal einen Sprung von Platz fünf auf Platz zwei und steigerte seinen Marktanteil im Internet um bemerkenswerte 3,42%. Neben Ford ist mit Fiat noch eine weitere volumenstarke Importmarke unter den Gewinnern in Q2 2011. Die Italiener steigerten ihren Marktanteil um 1,05 Prozentpunkte und verbesserten sich von Platz 16 erstmals in die Top 10 der beliebtesten Marken im Internet (Platz 10).

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/sk09tf>

Permanenlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://www.themenportal.de/kfz-markt/trend-im-internet-kunden-kaufen-deutlich-mehr-kleinst-und-kleinwagen-71364>

=== Experte Alexander Bugge, Geschäftsführer MeinAuto.de (Bild) ===

Alexander Bugge ist Gründer und Geschäftsführer vom Neuwagenportal MeinAuto.de.

Der Neuwagen Markt Report erscheint quartalsweise und wird von der MeinAuto GmbH veröffentlicht. Dabei wird der Gesamtmarkt mit der Nachfrage nach Neuwagen im Internet verglichen. Der Report zeigt zudem die spezifischen Eigenschaften der Online-Neuwagenkäufer auf. Die Untersuchung auf Segment-, Marken-, und Modellebene zeigt regelmäßig, dass im wachsenden Online-Markt für Neuwagen vielfach ein anderes Nachfrageverhalten herrscht als im Gesamtmarkt.

Shortlink:
<http://shortpr.com/vhg4si>

Permanenlink:
<http://www.themenportal.de/bilder/experte-alexander-bugge-geschaeftsfuehrer-meinauto-de>

=== Trend im Internet: Kunden kaufen deutlich mehr Klein- und Kleinwagen (Infografik) ===

Internetkunden interessieren sich immer häufiger für Klein- und Kleinwagen das geht aus dem aktuellen Neuwagen Markt Report des Internetportals MeinAuto.de hervor. Im zweiten Quartal 2011 erreichten die Kleinwagen im Internet erstmals einen Marktanteil von 20,31 Prozent (Q2 2010: 15,15%). Die Kleinwagen rücken damit ganz nah an den bisherigen Branchenprimus, die Kompaktklasse heran (22,35 % Marktanteil in Q2 2011). Auch die Kleinwagen (Minis) konnten den Marktanteil im Internet ausbauen und durchbrechen mit 5,63 % Marktanteil zum ersten Mal die fünf Prozent Marke. Neue und attraktive Modelle heimischer Marken werden zusätzliche Käufer für Klein- und Kleinwagen anlocken und den Wettbewerb anheizen. Verbraucher können sich freuen denn mehr Wettbewerb bedeutet meist auch höhere Nachlässe., analysiert Marktexperte Alexander Bugge vom Neuwagenportal MeinAuto.de.

Shortlink:
<http://shortpr.com/cryv6q>

Permanenlink:
<http://www.themenportal.de/infografiken/trend-im-internet-kunden-kaufen-deutlich-mehr-kleinst-und-kleinwagen>

=== Der Neuwagen Markt Report Q2 2011 (Dokument) ===

Der Neuwagen Markt Report erscheint quartalsweise und wird von der MeinAuto GmbH veröffentlicht. Dabei wird der Gesamtmarkt mit der Nachfrage nach Neuwagen im Internet verglichen. Der Report zeigt zudem die spezifischen Eigenschaften der Online-Neuwagenkäufer auf. Die Untersuchung auf Segment-, Marken-, und Modellebene zeigt regelmäßig, dass im wachsenden Online-Markt für Neuwagen vielfach ein anderes Nachfrageverhalten herrscht als im Gesamtmarkt.

Shortlink:
<http://shortpr.com/p6tsz5>

Permanently link:
<http://www.themenportal.de/dokumente/der-neuwagen-markt-report-q2-2011>

Pressekontakt

MeinAuto GmbH

Herr Andreas Partz
Venloer Straße 151
50672 Köln

partz@meinauto.de

Firmenkontakt

MeinAuto GmbH

Herr Andreas Partz
Venloer Straße 151
50672 Köln

meinauto.de
partz@meinauto.de

=== Über MeinAuto.de ===

MeinAuto.de ist mit über 1 Millionen Nutzern monatlich einer der Marktführer unter den Neuwagenvermittlern im Internet. Der Kunde kann im Internet nahezu jedes auf dem deutschen Markt lieferbare Neufahrzeug konfigurieren und erhält direkt einen Endpreis. MeinAuto.de verhandelt mit Partnerhändlern Nachlässe für Neuwagen. Kunden bekommen ihren Neuwagen so zu sehr guten Konditionen, ohne dafür mühsam verhandeln zu müssen. Der Vermittler wird von seinen Partnerhändlern vergütet, für die MeinAuto.de den Internetvertrieb effizient organisiert.

Anlage: Bild

