



Studie: Neuwagen Markt Report Q3|2011

Großraum-Boliden werden zum Nischenprodukt | Internetkunden zeigen Vorliebe für kompakte SUV Modelle | Trend zu Kleinst- und Kleinwagen bestätigt sich

(ddp direct)Der Neuwagen Markt Report Q3 | 2011 zeigt, mehr als jeder fünfte Internetkunde wählt mittlerweile einen geländegängigen Neuwagen (21,36 % Marktanteil). Der Grund ist die starke Nachfrage nach Kompakt-SUV. Unter den Top 10 SUV im Internet befinden sich in Q3 2011 ausschließlich kompakte Modelle. Im Gesamtmarkt sind bis auf die Ausreißer BMW X5 (Platz 8) und VW Touareg (Platz 10) ebenfalls nur Kompakt-SUV in den Top 10 gelistet. Von aktuell 68 Modellen im gesamten SUV-Segment sind 42 Kompakt-SUV. Das entspricht einem Anteil von 61,8 %. Der 5-Jahresvergleich veranschaulicht die Entwicklung der SUV-Modelle: Während die Zahl der Großraum-SUV rückläufig ist, legten die Kompakt-SUV stark zu (11 Modelle 2001 / 42 Modelle 2011).

Großraum-SUV sind out und werden zukünftig zum Nischenprodukt mutieren, den Kompakt-SUV winkt dagegen längst ein Massenmarkt., prophezeit der Marktexperte Alexander Bugge vom Neuwagenportal MeinAuto.de.

Neben dem SUV-Segment (+2,25 %) legen auch die Kleinst- Klein- und Kompaktwagen (+2,12 %) weiter zu. Insgesamt bilden diese vier volumenstarken Segmente nun 66,57 % des Internetmarktes bei MeinAuto.de ab. (Q3 | 2010 62,2 % Marktanteil). Im Gesamtmarkt sind es 61,03% Marktdeckung (Q3 | 2010 61,73 % Marktanteil).

Modelle: Tiguan ist trotz langer Lieferzeiten Nr. 1 SUV

Der VW Tiguan gilt im Gesamtmarkt (11,18 %-Marktanteil) und im Internet (16,39 %-Marktanteil) als beliebtester SUV. Kontraste im Kaufverhalten zwischen Online-Kunden und Gesamtmarkt-Kunden spiegeln sich auf Platz 2 und 3 wider: 8,18 % der SUV-Kunden im Internet fragten in Q3 2011 den Kia Sportage nach (Platz 2) und 6,54 % den Skoda Yeti (Platz 3). Im Gesamtmarkt hingegen belegen die bayrischen Premiummodelle X1 (10,52 %-Marktanteil) und X3 (7,01 %-Marktanteil) von BMW die übrigen Podiumsplätze. Der Tiguan hat hier im BMW X1 einen echten Konkurrenten gefunden. Trotz erheblicher Lieferzeiten von teilweise bis zu einem Jahr konnte der VW Tiguan seine Spitzenposition im Internet ausbauen, während das Kompakt-SUV im Gesamtmarkt 2,05 % verloren hat. Internetkunden scheinen auf lange Lieferzeiten weniger sensibel zu reagieren als Kunden im Gesamtmarkt., schätzt der Experte Alexander Bugge vom Neuwagenportal MeinAuto.de die Entwicklung im Markt ein.

Kleinstwagen Ford Ka verdoppelt Marktanteil im Internet

Außerdem sticht im Neuwagen Markt Report Q3 | 2011 der Kleinstwagen Ford Ka hervor. Das Modell steigert seinen Marktanteil im Segment online von 4,03% auf 9,54 % und schafft damit den Sprung aufs Treppchen der Top 3 Kleinstwagen (Platz 1: Fiat Panda 17,35% Marktanteil, Platz 2 Fiat 500 16,07% Marktanteil).

Marken: Enges Rennen um Marktanteile im jungen Internetmarkt

Die beliebtesten zehn Marken im Internet decken in Q3|2011 67,36 % des Marktes ab. Zwischen Platz 3 (Skoda: 6,63 %-Marktanteil) und Platz 10 KIA (4,48 %-Marktanteil) befinden sich gerade einmal 2,15 Prozentpunkte Unterschied. Im Gesamtmarkt machen die Top 10 der Marken dagegen einen Marktanteil von 75,69 % aus. Das sind über 8 % mehr Marktdeckung gegenüber dem Internetmarkt. Mit Skoda (Platz 3) und Ford (Platz 2) schaffen es in Q3|2011 im Internetmarkt auch erneut zwei Hersteller mit ausländischen Wurzeln unter die Top 3. Davon ist im Gesamtmarkt in Q3|2011 noch keine Spur: Platz 1 VW, 22,12 % Marktanteil, Platz 2 Mercedes, 9,38% Marktanteil, Platz 3 Opel, 8,05% Marktanteil. Der Internetmarkt ist besonders heiß umkämpft, heimische Marken verfügen online, mit Ausnahme von VW, über keinerlei Vormachtstellung. Ganz im Gegenteil: Importmarken wie Peugeot, Citroen und KIA ziehen immer mehr Kunden an und sind im Internet deutlich besser positioniert als im Gesamtmarkt., erklärt der Experte Alexander Bugge von MeinAuto.de.

Weiterführendes Material

Video: Interview mit Alexander Bugge: Neuwagen Markt Report Q3| 2011

www.meinauto.de/presse/neuwagen-markt-report/5-neuwagen-markt-report-q3-2011#interview

Blog-Artikel: <http://blog.meinauto.de/neuwagen-blog/12137/neuwagen-markt-im-internet-suvs-greifen-kompaktklasse-an>

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/xtqmt9>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/kfz-markt/studie-neuwagen-markt-report-q3-2011-82089>

=== Studie: Neuwagen Markt Report Q3|2011 / Großraum-Boliden werden zum Nischenprodukt | Internetkunden zeigen Vorliebe für kompakte SUV Modelle | Trend zu (Dokument) ===

Der Neuwagen Markt Report Q3 | 2011 zeigt, mehr als jeder fünfte Internetkunde wählt mittlerweile einen geländegängigen Neuwagen (21,36 % Marktanteil). Der Grund ist die starke Nachfrage nach Kompakt-SUV. Unter den Top 10 SUV im Internet befinden sich in Q3 2011 ausschließlich kompakte Modelle. Im Gesamtmarkt sind bis auf die Ausreißer BMW X5 (Platz 8) und VW Touareg (Platz 10) ebenfalls nur Kompakt-SUV in den Top 10 gelistet. Von aktuell 68 Modellen im gesamten SUV-Segment sind 42 Kompakt-SUV. Das entspricht einem Anteil von 61,8 %. Der 5-Jahresvergleich veranschaulicht die Entwicklung der SUV-Modelle: Während die Zahl der Großraum-SUV rückläufig ist, legten die Kompakt-SUV stark zu (11 Modelle 2001 / 42 Modelle 2011).

Shortlink:

<http://shortpr.com/b3ij2o>

Permanentlink:

<http://www.themenportal.de/dokumente/studie-neuwagen-markt-report-q3-2011-grossraum-boliden-werden-zum-nischenprodukt-internetkunden-zeigen-vorliebe-fuer-kompakte-suv-modelle-trend-z>

[de/dokumente/studie-neuwagen-markt-report-q3-2011-grossraum-boliden-werden-zum-nischenprodukt-internetkunden-zeigen-vorliebe-fuer-kompakte-suv-modelle-trend-z](http://www.themenportal.de/dokumente/studie-neuwagen-markt-report-q3-2011-grossraum-boliden-werden-zum-nischenprodukt-internetkunden-zeigen-vorliebe-fuer-kompakte-suv-modelle-trend-z)

Pressekontakt

MeinAuto GmbH

Herr Andreas Partz
Venloer Straße 151
50672 Köln

Andreas.Partz@meinauto.de

Firmenkontakt

MeinAuto GmbH

Herr Andreas Partz
Venloer Straße 151
50672 Köln

meinauto.de
Andreas.Partz@meinauto.de

MeinAuto.de ist Experte für den Neuwagenkauf im Internet. Kunden wählen bei MeinAuto.de ihren Wunschneuwagen aus 35 Marken (über 500 Modelle) aus, erhalten eine persönliche Kaufberatung und kaufen zum Internetpreis. Das Portal wurde vom heutigen Geschäftsführer Alexander Bugge mitgegründet und ging am 22.1.2007 erstmals online mittlerweile hat die Firma 74 Mitarbeiter (Stand: Nov. 2011). Durch mehrere Millionen Neuwagen-Konfigurationen im Jahr sowie durch Kontakte zu Händlern und Herstellern verfügt MeinAuto.de über Brancheninformationen, Datenmaterial und Statistiken rund um das Thema Neuwagenkauf im Internet. Lieferbereit stehen Experteneinschätzungen zu Nachfrageverhalten und Trends beim Neuwagenkauf oder zur aktuellen Nachlasssituation im deutschen Markt. Besuchen Sie dazu: <http://www.meinauto.de/presse/>