



MeinAuto.de Marktreport 2014 (Teil 1): Kaufverhalten im Internet nach Altersklassen

Bis zu 6.000 Euro Differenz zwischen Listen- und tatsächlichen Kaufpreisen je nach Alter; Jüngste und älteste Neuwagen-Käufergruppe im Internet wächst.

(Mynewsdesk) Welche Altersgruppe bestellt den Wunschneuwagen am häufigsten im Internet und wer gibt am meisten Geld aus? Diesen und anderen Fragen geht der erste Teil des MeinAuto.de Marktreports auf den Grund: Dabei zeigt sich unter anderem eine große Differenz zwischen den herstellerseitig festgelegten Listen- und den tatsächlichen Kaufpreisen: Mehr als 6.000 Euro liegen je nach Altersklasse dazwischen.

Neuwagenkauf im Internet geht immer stärker in die Breite - nicht nur die ganz jungen, auch die älteren Käufergruppen vertrauen dem Internet als Kaufkanal immer mehr?, erklärt Alexander Bugge, Marktexperte und Geschäftsführer von MeinAuto.de.

Tatsächliche Kaufpreise: Senioren geben am meisten Geld aus und legen am wenigsten Wert auf Rabatte

Die ältesten Kunden kaufen die teuersten Autos: Ebenso wie im Vorjahr ist der durchschnittliche Kaufpreis der Käufergruppe 60 bis 80+ mit 22.389 Euro im Vergleich aller Altersgruppen am höchsten (2012: 22.046 Euro). Dabei legen die Senioren unter den Neuwagenkäufern scheinbar am wenigsten Wert auf hohe Nachlässe: mit einem Durchschnittsrabatt von 21,7 Prozent ist dieser zwar gegenüber 2012 um 0,1 Prozent gestiegen, dennoch im Vergleich aller Altersklassen am geringsten. Zum Vergleich: 40 bis 49-jährige erzielten mit durchschnittlich 23,3 Prozent den höchsten Nachlass. Die Ersparnis der Käufergruppe 60 bis 80+ liegt dem Nachlass entsprechend umgerechnet bei 6.044 Euro gegenüber dem Listenpreis (2012: 5.899 ?).

Unter 30-jährige geben mehr als 4.300 Euro weniger aus, als die Käuferschaft im Alter von 60 bis 80+

Je nach Alter wird online sehr unterschiedlich viel Geld für das neue Auto ausgegeben. Auffällig ist die hohe Differenz von 4.322 Euro zwischen dem Durchschnittskaufpreis der ältesten und der jüngsten Käufergruppe. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Wert erneut angestiegen (2012: 4.151 ?). Mit einem durchschnittlichen Kaufpreis von 18.067 Euro, bei einem Durchschnittsrabatt von 23,1 Prozent und einer durchschnittlichen Ersparnis von 5.340 Euro, geben die 18 bis 29-jährigen von Januar bis Dezember 2013 am wenigsten für das Neufahrzeug im Internet aus. Gegenüber 2012 bedeutet dies 0,6 Prozent mehr Nachlass. Die Ältesten hingegen zahlen online 22.389 Euro ? 4.322 Euro mehr.

Jüngste und älteste Käufergruppe wächst, während der Anteil 40 bis 49-jähriger Käufer um 2,3 Prozent sinkt

8,2 Prozent der Neuwagenkäufer gehören der jüngsten Altersklasse der 18 bis 29-jährigen an, 2012 waren es noch 7,6 Prozent. Noch ein bisschen stärker ist der Anteil in der Altersgruppe 60 bis 80+ angestiegen: 2013 war erstmals mehr als jeder fünfte (20,3 % Marktanteil | 2012: 19,4 %) Neuwagenkäufer aus dem Kreis der ältesten Kundengruppe. Die mittige Altersgruppe (40 bis 49 Jahre) verliert hingegen 2,3 Prozent Marktanteil im Vergleich zum Vorjahr (2012: 30,0 %).

5.000 Euro liegen zwischen dem Durchschnittslistenpreis der Jüngsten und Ältesten

Die Deutschen kaufen immer teurere Autos. Die ältesten Käufer zeigen dabei die höchste Investitionsbereitschaft beim Neuwagenkauf im Internet: Der Durchschnittslistenpreis liegt in dieser Käufergruppe bei 28.432 Euro (2012: 27.945 ?). Zum Vergleich: Die ganz jungen Neuwagenkäufer zwischen 18 und 29 Jahren wählen dagegen Neuwagen mit 23.407 Euro Durchschnittslistenpreis. Somit klafft eine Lücke von 5.025 Euro zwischen diesen beiden Altersklassen. Im Vergleich zum Vorjahr ist die jüngste Käuferschaft dennoch bereit, mehr in ihren Neuwagen zu investieren (2012: 23.105 ?).

Auswertungsdetails:

Berücksichtigt wurden alle Neuwagenvermittlungen von Privat- und Geschäftskunden im Jahr 2012 und 2013.

Über den MeinAuto.de Marktreport

Der MeinAuto.de Marktreport erscheint jährlich im ersten Quartal eines Jahres und wird von der MeinAuto GmbH veröffentlicht. Auf Segment-, Marken-, und Modellebene werden Eigenschaften, Kauf- und Nachfrageverhalten von Käufern, die ihr Wunschfahrzeug über das Internet bestellen, ausgewertet. Als Basis für die Auswertung des Internetmarktes dienen die Anfragen- und Vermittlungsauftragszahlen für Marken und Modelle auf MeinAuto.de.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/fftr8>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/kfz-markt/meinauto-de-marktreport-2014-teil-1-kaufverhalten-im-internet-nach-altersklassen-47885>

=== 2012 und 2013: Vergleich der Durchschnittskaufpreise nach Altersklasse (Bild) ===

Welche Altersgruppe bestellt den Wunschneuwagen am häufigsten im Internet und wer gibt am meisten Geld aus? Diesen und anderen Fragen geht der erste Teil des MeinAuto.de Marktreports auf den Grund: Dabei zeigt sich unter anderem eine große Differenz zwischen den herstellerseitig festgelegten Listen- und den tatsächlichen Kaufpreisen: Mehr als 6.000 Euro liegen je nach Altersklasse dazwischen.

Shortlink:

<http://shortpr.com/f629s2>

Permanentlink:

<http://www.themenportal.de/bilder/2012-und-2013-vergleich-der-durchschnittskaufpreise-nach-altersklasse>

=== Übersicht 2013 (Infografik) ===

Welche Altersgruppe bestellt den Wunschneuwagen am häufigsten im Internet und wer gibt am meisten Geld aus? Diesen und anderen Fragen geht der erste Teil des MeinAuto.de Marktreports auf den Grund: Dabei zeigt sich unter anderem eine große Differenz zwischen den herstellerseitig festgelegten Listen- und den tatsächlichen Kaufpreisen: Mehr als 6.000 Euro liegen je nach Altersklasse dazwischen.

Shortlink:
<http://shortpr.com/lf2sp2>

Permanentlink:
<http://www.themenportal.de/infografiken/uebersicht-2013>

=== Übersicht 2012 (Infografik) ===

Welche Altersgruppe bestellt den Wunschneuwagen am häufigsten im Internet und wer gibt am meisten Geld aus? Diesen und anderen Fragen geht der erste Teil des MeinAuto.de Marktreports auf den Grund: Dabei zeigt sich unter anderem eine große Differenz zwischen den herstellerseitig festgelegten Listen- und den tatsächlichen Kaufpreisen: Mehr als 6.000 Euro liegen je nach Altersklasse dazwischen.

Shortlink:
<http://shortpr.com/63zykg>

Permanentlink:
<http://www.themenportal.de/infografiken/uebersicht-2012>

=== 2012 und 2013: Vergleich des Durchschnittslistenpreises nach Altersklasse (Infografik) ===

Welche Altersgruppe bestellt den Wunschneuwagen am häufigsten im Internet und wer gibt am meisten Geld aus? Diesen und anderen Fragen geht der erste Teil des MeinAuto.de Marktreports auf den Grund: Dabei zeigt sich unter anderem eine große Differenz zwischen den herstellerseitig festgelegten Listen- und den tatsächlichen Kaufpreisen: Mehr als 6.000 Euro liegen je nach Altersklasse dazwischen.

Shortlink:
<http://shortpr.com/h56bhn>

Permanentlink:
<http://www.themenportal.de/infografiken/2012-und-2013-vergleich-des-durchschnittslistenpreises-nach-altersklasse>

=== Neuwagenkauf im Internet 2012 und 2013: Vergleich der Marktanteile nach Altersklasse (Infografik) ===

Welche Altersgruppe bestellt den Wunschneuwagen am häufigsten im Internet und wer gibt am meisten Geld aus? Diesen und anderen Fragen geht der erste Teil des MeinAuto.de Marktreports auf den Grund: Dabei zeigt sich unter anderem eine große Differenz zwischen den herstellerseitig festgelegten Listen- und den tatsächlichen Kaufpreisen: Mehr als 6.000 Euro liegen je nach Altersklasse dazwischen.

Shortlink:
<http://shortpr.com/3861ft>

Permanentlink:
<http://www.themenportal.de/infografiken/neuwagenkauf-im-internet-2012-und-2013-vergleich-der-marktanteile-nach-altersklasse>

=== 2012 und 2013: Vergleich des Durchschnittsrabattes in Prozent nach Altersklasse (Infografik) ===

Welche Altersgruppe bestellt den Wunschneuwagen am häufigsten im Internet und wer gibt am meisten Geld aus? Diesen und anderen Fragen geht der erste Teil des MeinAuto.de Marktreports auf den Grund: Dabei zeigt sich unter anderem eine große Differenz zwischen den herstellerseitig festgelegten Listen- und den tatsächlichen Kaufpreisen: Mehr als 6.000 Euro liegen je nach Altersklasse dazwischen.

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

Permanentlink:
<http://www.themenportal.de/infografiken/2012-und-2013-vergleich-des-durchschnittsrabattes-in-prozent-nach-altersklasse>

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

Mit monatlich einer Million Besucher und jährlich rund 15.000 Vermittlungen ist das Kölner Unternehmen MeinAuto.de Marktführer unter den Internetvermittlern von Neuwagen. Interessenten können markenübergreifend aus 35 Herstellern und Importeuren sowie über 500 Modellen wählen. Verbraucher erhalten, ausgehend von ihren persönlichen Kaufbedürfnissen passende Modelle, konfigurieren ihr individuelles Neufahrzeug und können es zum Internetpreis bei einem von über 300 deutschen Vertragshändlern erwerben. Der Service und die unabhängige Beratung von MeinAuto.de sind für Kunden kostenlos.

Weitere Daten und Fakten über MeinAuto.de unter <http://www.meinauto.de/presse/>

Für Journalisten/Medien

Die Presseabteilung bei MeinAuto.de bietet kostenlos fundierte Datenanalysen und Markteinschätzungen auf Basis mehrerer Millionen Neuwagenkonfigurationen und ca. 15.000 Kaufvermittlungen von Verbrauchern jährlich. Dazu gehören beispielsweise Rabattübersichten, Auswertungen von lokalen, regionalem und bundesweiten Kaufverhalten, Lieferzeiten, demographischen Käuferanalysen oder ähnliches - auf Wunsch in Verbindung mit einem Expertenkommentar von MeinAuto.de Geschäftsführer Alexander Bugge.