



MeinAuto.de Marktreport (Teil 3): Die beliebtesten Modelle im Internet 2013

VW Golf verteidigt Platz 1; erstmals durchschnittlich über 10.000 Euro Rabatt auf Top 3 Modell Seat Alhambra

(Mynewsdesk) Auch 2013 sind im Internet Modelle aus dem Volkswagen-Konzern der Deutschen liebste Neuwagen - allein unter den Top 10 der beliebtesten Modelle kommen online acht aus dem VW-Konzern. An der Spitze thront der neue VW Golf 7 mit einem Gesamtmarktanteil von 7,36 Prozent und damit einem Zuwachs von 1,71 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2012: 5,65 %). Das ist eines der Ergebnisse einer aktuellen Auswertung des MeinAuto.de Marktreports 2014.

Durchschnittlich 10.048 Euro Ersparnis auf Großraum-Van Alhambra

Das größte Sparpotential in der Auswertung der beliebtesten Modelle im Internet nach Marktanteilen bot 2013 mit Abstand der familientaugliche Großraum-Van des Importeurs Seat. Durchschnittlich 25,67 Prozent auf einen Listenpreis von 39.139 Euro im Mittel und damit eine Ersparnis von satten 10.048 Euro lockten Neuwageninteressenten zum Kauf im Netz (Ø Kaufpreis 2013: 29.090 €). Damit platziert sich das Modell auf Rang 3 in der Beliebtheitskala.

Hinsichtlich des durchschnittlichen Rabatts und der damit verbundenen Ersparnis muss sich auch Opels beliebtes Familienauto Zafira nicht verstecken: Rund 29,68 Prozent Rabatt im Jahres-Durchschnitt, bescherten Neuwagenkäufern eine Ersparnis von 9.211 Euro im Mittel.

Aufsteiger-Modell 2013: Seat Leon macht Sprung von Platz 15 auf Platz 2, VW-Konzern dominiert

Hinter dem einsamen Marktführer VW Golf herrscht im Internet ein enger Kampf um die Gunst der Kunden: Ebenfalls aufs Treppchen schaffen es die Konzern-Geschwister-Modelle Leon und Alhambra des spanischen Autobauers Seat. Insbesondere der Leon ist in der Käufergunst im Vergleich zum Vorjahr stark gestiegen ? mit einem Marktanteilszugewinn von 3,86 Prozent ist das Modell der Aufsteiger des Jahres 2013: Resultat ist ein Sprung von Platz 15 in 2012 auf Rang 2 in der Auswertung der beliebtesten Modelle 2013. Gleichzeitig verzeichnen VW Tiguan (-1,72%) und VW Touran (-0,49%) im Internet Marktanteilsverluste.

Die Berg und Talfahrt bei der Beliebtheit vieler Modelle sowie deren Durchschnittsrabatte im Internet zeigen einmal mehr wie groß der Konkurrenzkampf um die Gunst der Kunden im Netz ist?, erklärt Branchenexperte Alexander Bugge, Geschäftsführer von MeinAuto.de.

Mazda CX-5 als einziger Japaner auf Platz 18

Das einzige Modell eines japanischen Herstellers findet sich auf Rang 18: Der CX-5 aus dem Hause Mazda reiht sich mit einem Anteil am Internetmarkt von 1,76 Prozent hinter den Segment-Konkurrenten Yeti (3,02%) von Skoda und Kuga (1,91%) von Ford ein. Im Vergleich zum Vorjahr hat das Modell damit deutlich an Beliebtheit bei den Internetkäufern eingebüßt, während Fords SUV-Modell Kuga mit einem Aufstieg von Platz 33 auf 15 in der Gunst steigen konnte.

Auswertungsdetails:

Berücksichtigt wurden alle Neuwagen-Vermittlungen des Jahres 2013 (1.Januar-31.Dezember 2013) der Internetplattform MeinAuto.de.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/ljhj19>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/kfz-markt/meinauto-de-marktreport-teil-3-die-beliebtesten-modelle-im-internet-2013-79113>

=== Neuwagen: Beliebteste Modelle 2013 im Internet (Infografik) ===

Auch 2013 sind im Internet Modelle aus dem Volkswagen-Konzern der Deutschen liebste Neuwagen - allein unter den Top 10 der beliebtesten Modelle kommen online acht aus dem VW-Konzern. An der Spitze thront der neue VW Golf 7 mit einem Gesamtmarktanteil von 7,36 Prozent und damit einem Zuwachs von 1,71 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2012: 5,65 %). Das ist eines der Ergebnisse einer aktuellen Auswertung des MeinAuto.de Marktreports 2014.

Shortlink:

<http://shortpr.com/gjfkex>

Permanentlink:

<http://www.themenportal.de/infografiken/neuwagen-beliebteste-modelle-2013-im-internet>

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 jährlich über 13 Millionen Besuchern 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.