

# Mobilitäts *TRENDS* 2015

**- Sonderthema Pkw-Kauf / 4. Untersuchungswelle Januar 2015 -**

Bonn, März 2015

**Verantwortlich:**

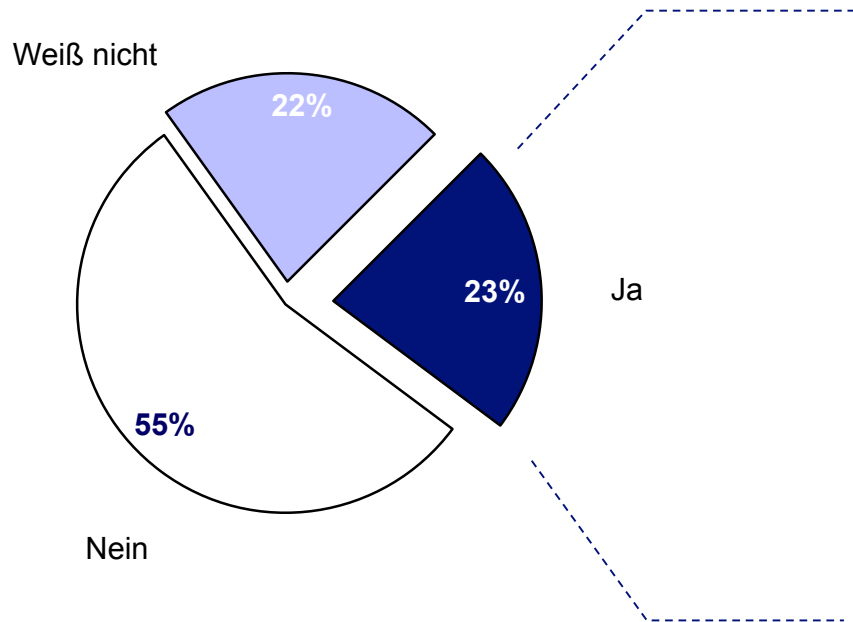
Prof. Dr. Andreas Krämer  
**exeo** Strategic Consulting AG  
Wittelsbacherring 24, D-53115 Bonn  
Tel: ++49 (0) 178 256 22 41  
Fax: ++49 (0) 228 629 78 51  
andreas.kraemer@exeo-consulting.com  
[www.exeo-consulting.com](http://www.exeo-consulting.com)

Johannes Hercher  
**Rogator AG**  
Emmericher Straße 17, D-90411 Nürnberg  
Tel: ++49 (0) 911 8100550  
Fax: ++49 (0) 911 8100570  
j.hercher@rogator.de  
[www.rogator.de](http://www.rogator.de)

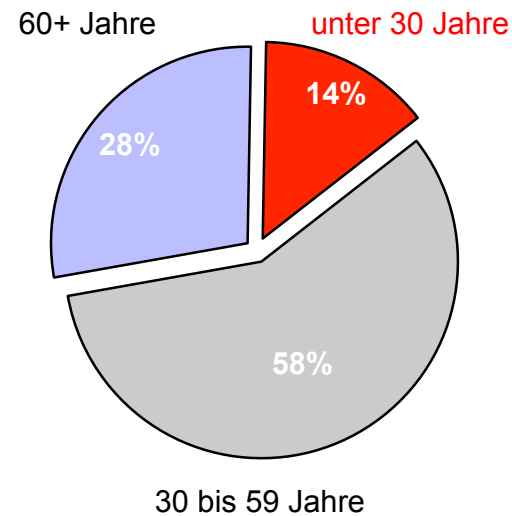
# D-A-CH-Region: 23 % der mobilen Bevölkerung beabsichtigen, in den nächsten beiden Jahren einen Neuwagen zu kaufen

## Neuwagenkauf (D-A-CH-Region): Potenzielle Käufer und Struktur der Altersverteilung [% der Befragten]

Käuferwägung in den nächsten beiden Jahren  
(% der Befragten)<sup>1)</sup>



Altersklasse  
(% der Befragten)<sup>2)</sup>

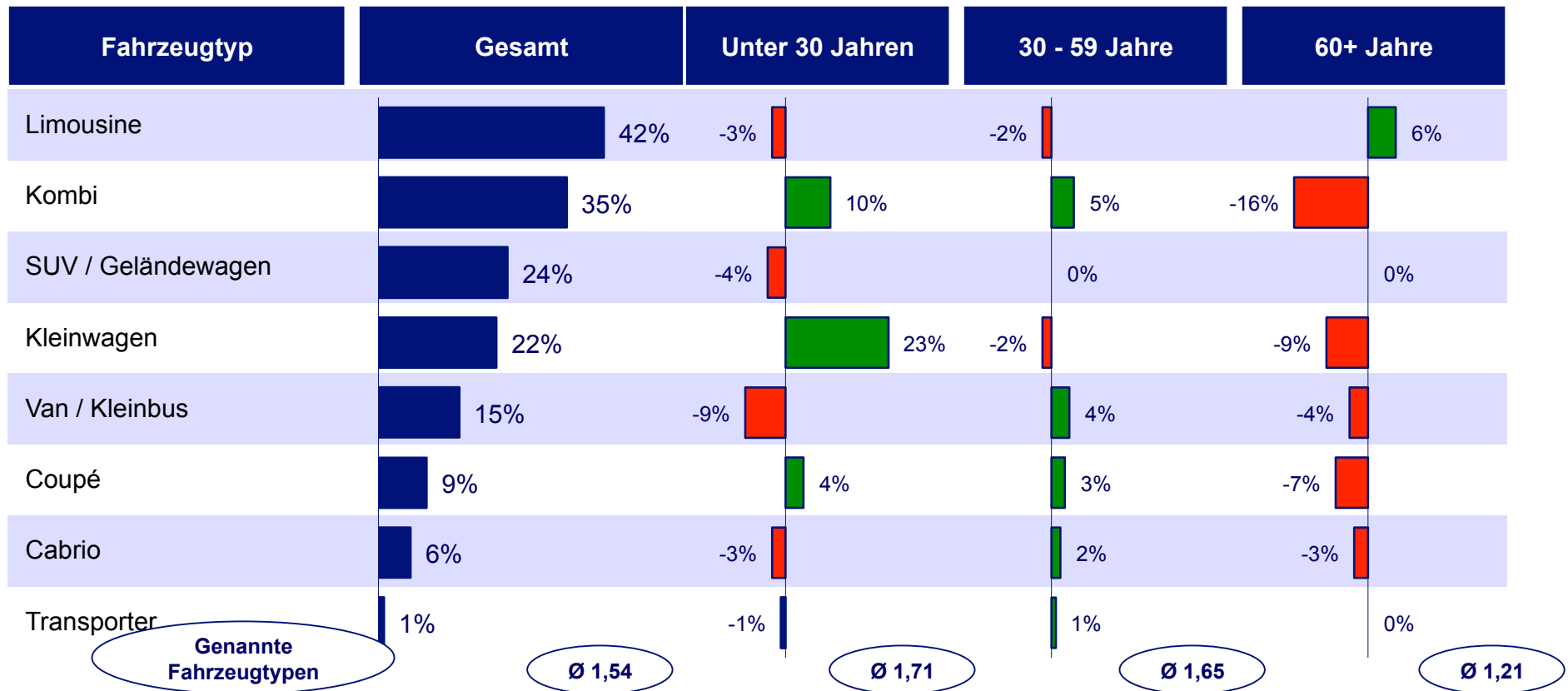


- 1) Beabsichtigen Sie, innerhalb der nächsten 2 Jahre einen Neuwagen (Pkw, inkl. Jahreswagen) zu kaufen
- 2) Wie alt sind Sie?

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG

# 42 % der Käuferwäger berücksichtigen den Fahrzeugtyp Limousine – SUV/Geländewagen erreichen 24 % Erwägeranteil

D-A-CH: Relevante Fahrzeugtypen beim Neuwagenkauf (Personen mit Kaufabsicht)<sup>1)</sup>

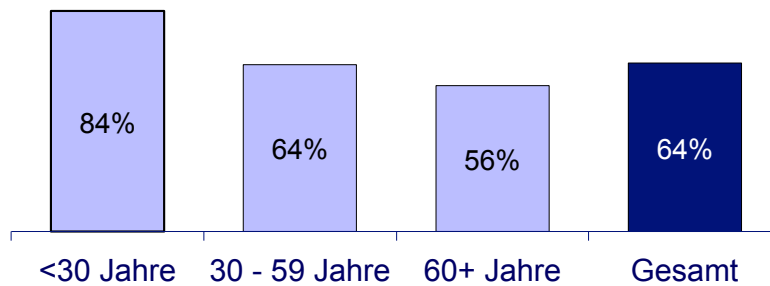


1) Welcher Fahrzeugtyp kommt für Sie in Frage? (Mehrfachantworten zulässig)

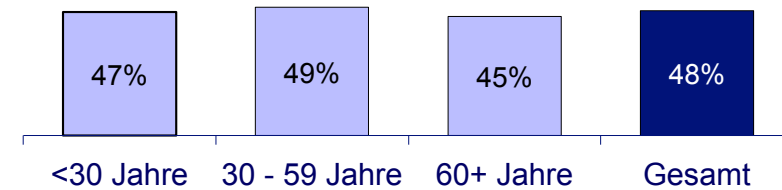
# Das Internet hat eine große Bedeutung im Entscheidungsprozess – einen Fahrzeugkauf online haben aber nur die wenigsten Entscheider geplant

## D-A-CH: Bewertung von Aussagen zum Relevanz des Internets beim geplanten Pkw-Kauf (% top-2-Werte)<sup>1)</sup>

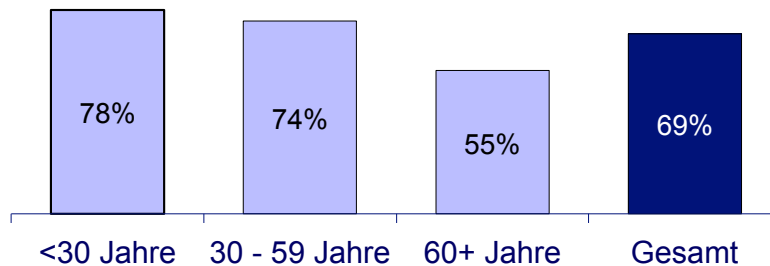
Ich suche im Internet nach **Testergebnissen** und **Vergleichstests**



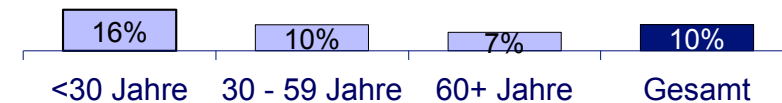
Ich benutze einen **Fahrzeug-Konfigurator**, um mein Wunsch-Pkw zusammenzustellen



Ich informiere mich **über Preise** über **Onlineportale**



Ich werde das Fahrzeug **online kaufen**



1) Welche Rolle spielt bei Ihnen das Internet beim geplanten Neuwagenkauf? Skala: 1 = „Trifft voll und ganz zu“ bis 6 = „Trifft überhaupt nicht zu“.

# Neun von zehn potenziellen Neuwagenkäufern halten Sicherheitselemente für wichtig – Frauen legen mehr Wert auf Sicherheitselemente

Neuwagenkauf D-A-CH: Wichtigkeit von Sicherheitselemente nach Geschlecht [% der Befragten]<sup>1)</sup>

