



Automobilbarometer 2009

Ergebnisse einer Verbraucherbefragung
Januar 2009

Design der Studie

- ▶ Telefonische Befragung durch ein unabhängiges Marktforschungsinstitut (Valid Research, Bielefeld) im Januar 2009
- ▶ Befragung von 1.039 Verbrauchern (über 18 Jahre) in Deutschland
- ▶ Zum Teil Vergleichbarkeit mit einer Ernst & Young-Umfrage aus dem Jahr 2007

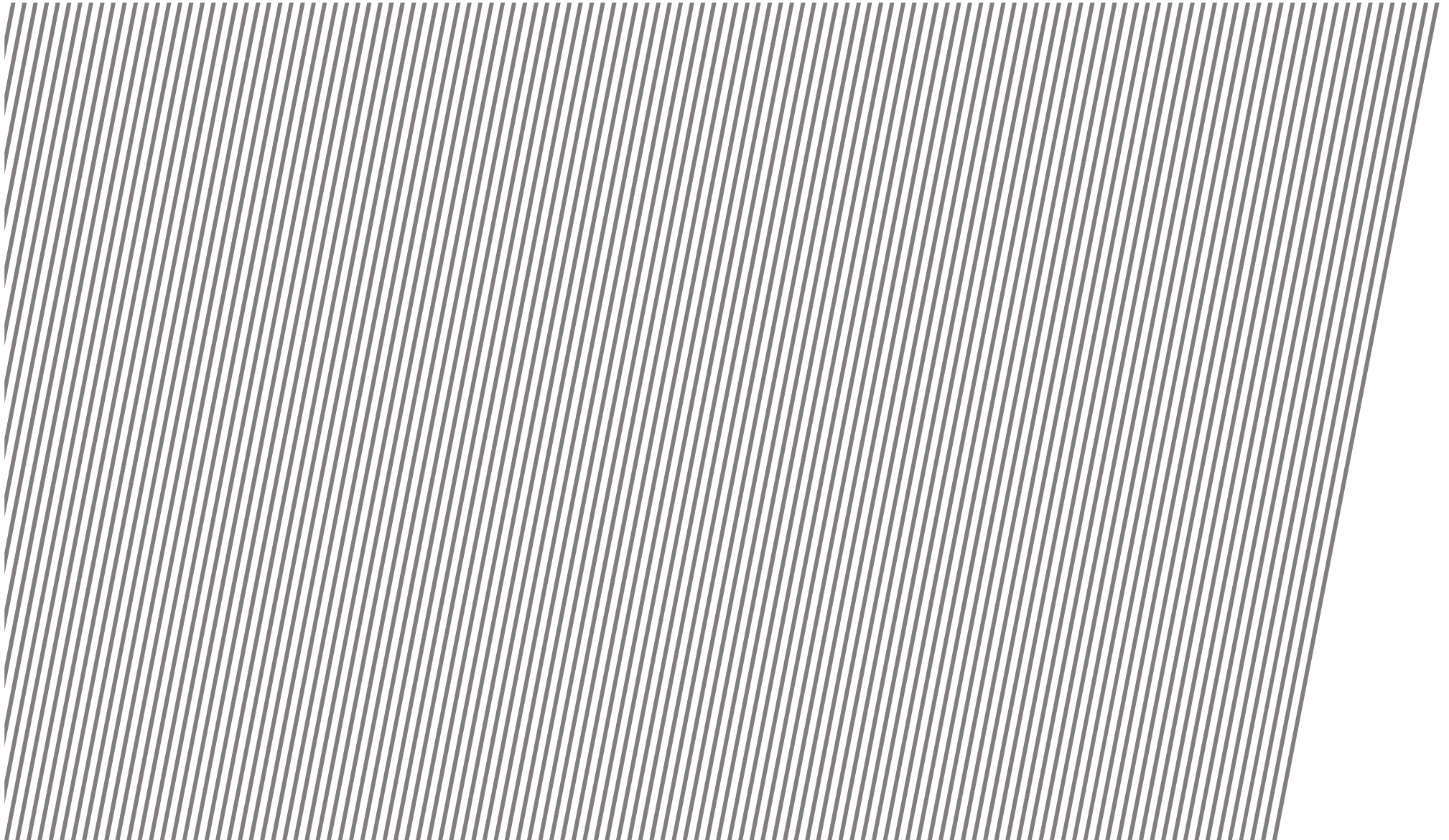
Ihr Ansprechpartner:

Peter Fuß
Ernst & Young AG

Mergenthalerallee 10-12
65760 Eschborn
Telefon +49 6196 996 27412
peter.fuss@de.ey.com



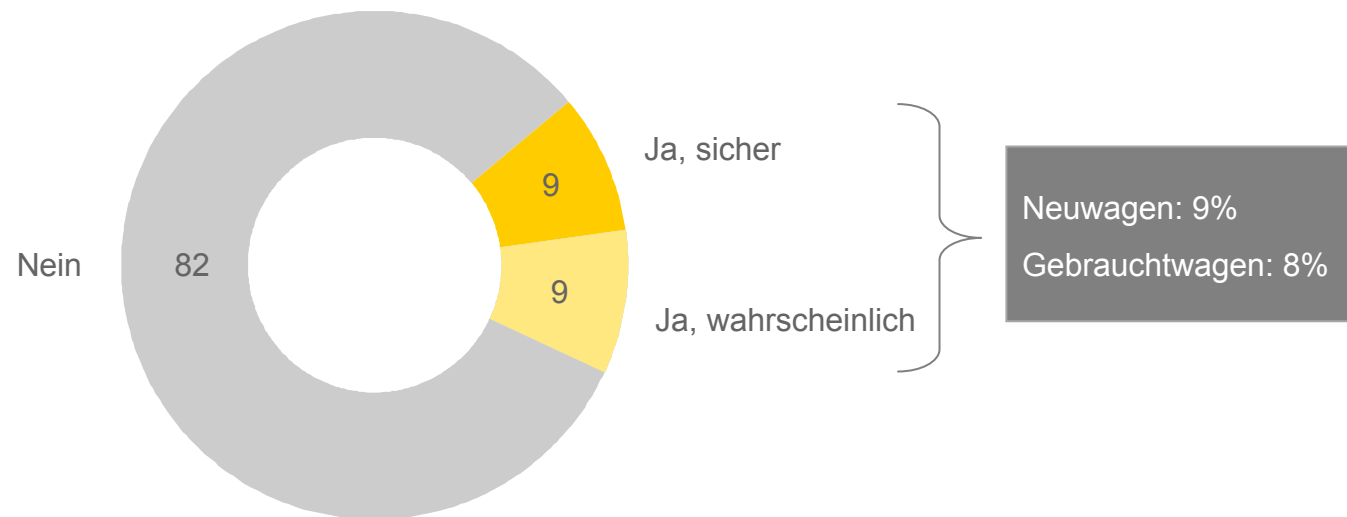
Umfrageergebnisse



Jeder elfte plant Neuwagenkauf

„Planen Sie, im Jahr 2009 ein Auto (gebraucht oder neu*) zu kaufen?“

Angaben in Prozent



- ▶ 18 Prozent der Befragten planen, 2009 ein Auto zu kaufen – 9 Prozent wollen einen Neuwagen und 8 Prozent einen Gebrauchtwagen erwerben

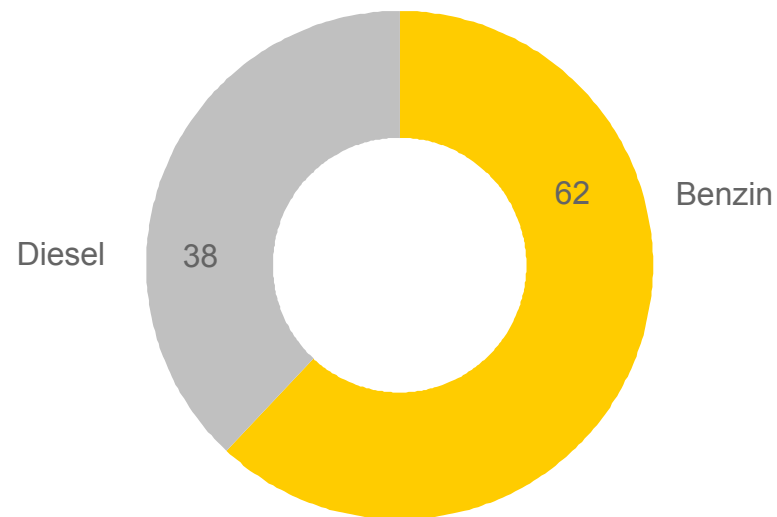
*Neuwagen oder Tageszulassung

Diesel-Boom vor dem Ende

"Mit welchem Kraftstoff wird Ihr nächster Wagen voraussichtlich betrieben?"

Angaben in Prozent

Grundgesamtheit: Neuwagenkäufer



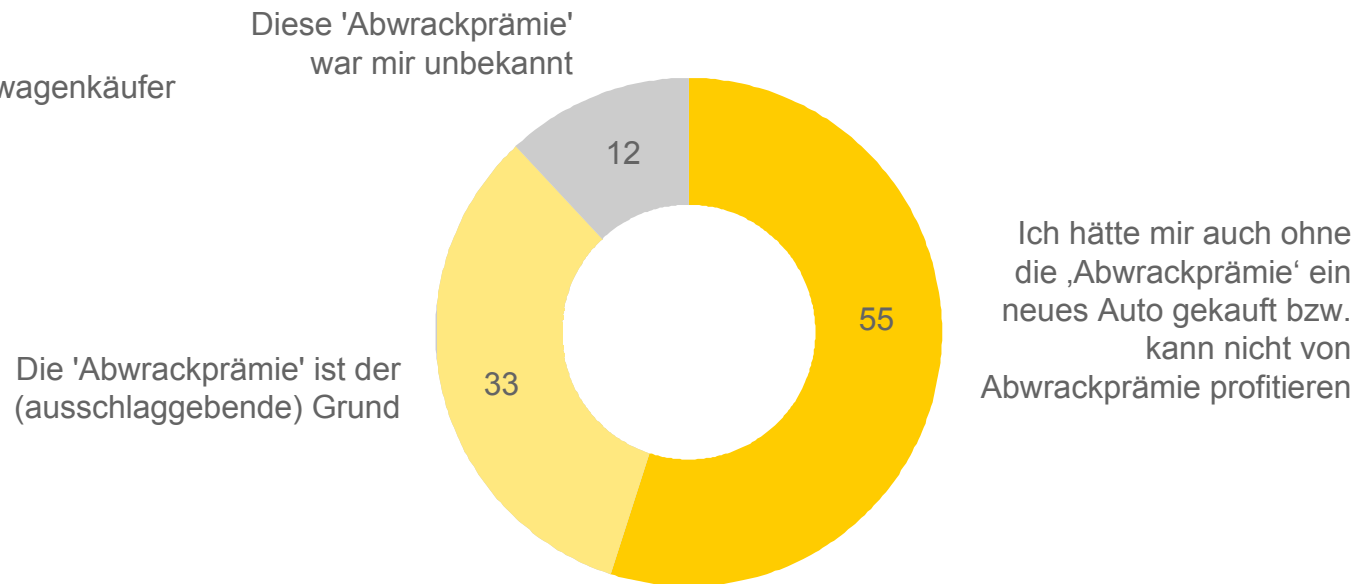
- ▶ Der Diesel-Boom scheint zu Ende zu sein: die große Mehrheit der Neuwagenkäufer planen den Erwerb eines Autos mit Benzinmotor

„Abwrackprämie“ führt zu mehr Neuwagenkäufen

„Welche Rolle spielt beim geplanten Autokauf die so genannte 'Abwrackprämie'?“

Angaben in Prozent

Grundgesamtheit: Neuwagenkäufer



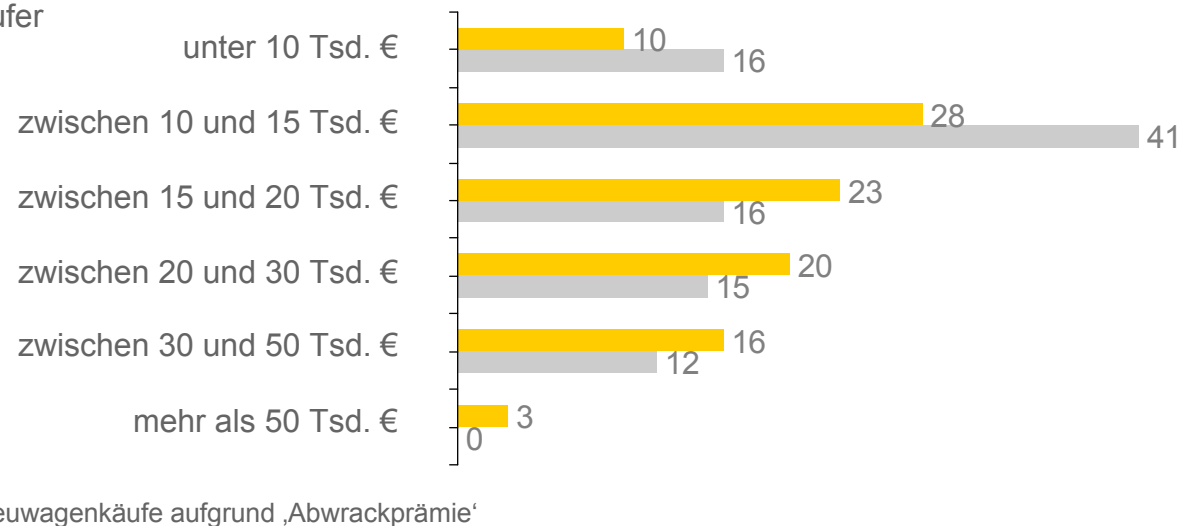
- ▶ Jeder dritte geplante Neuwagenkauf ist auf die Einführung der ‚Abwrackprämie‘ zurückzuführen

Kleinwagensegment profitiert von ‚Abwrackprämie‘

„Wie viel Geld planen Sie, beim Autokauf zu investieren?“

Angaben in Prozent

Grundgesamtheit: Neuwagenkäufer

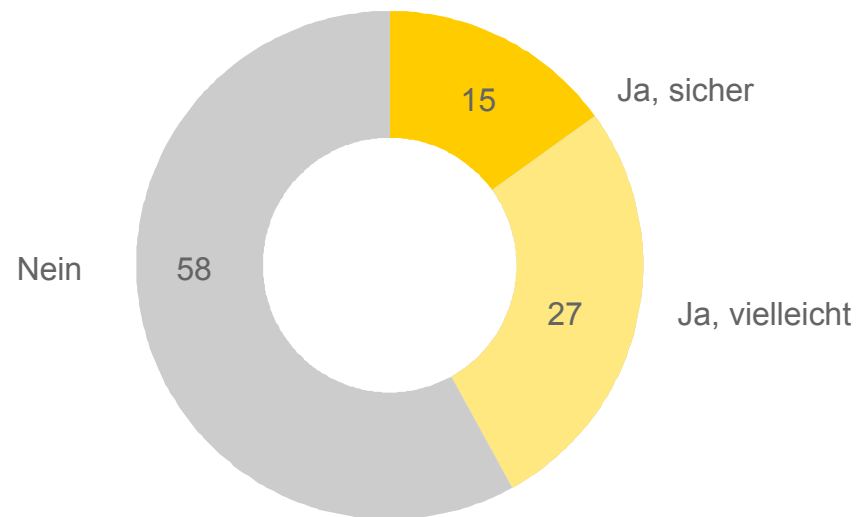


- ▶ 38 Prozent der Neuwagenkäufer wollen maximal 15.000 Euro ausgeben. Bei den durch die Einführung der Abwrackprämie initiierten Neuwagenkäufen liegt der Anteil mit 58 Prozent deutlich höher

Mehrheit zweifelt am Erfolg der ‚Abwrackprämie‘

„Gehen Sie davon aus, dass die 'Abwrackprämie' dazu führen wird, dass mehr Menschen in Deutschland ein neues Auto kaufen werden?“

Angaben in Prozent

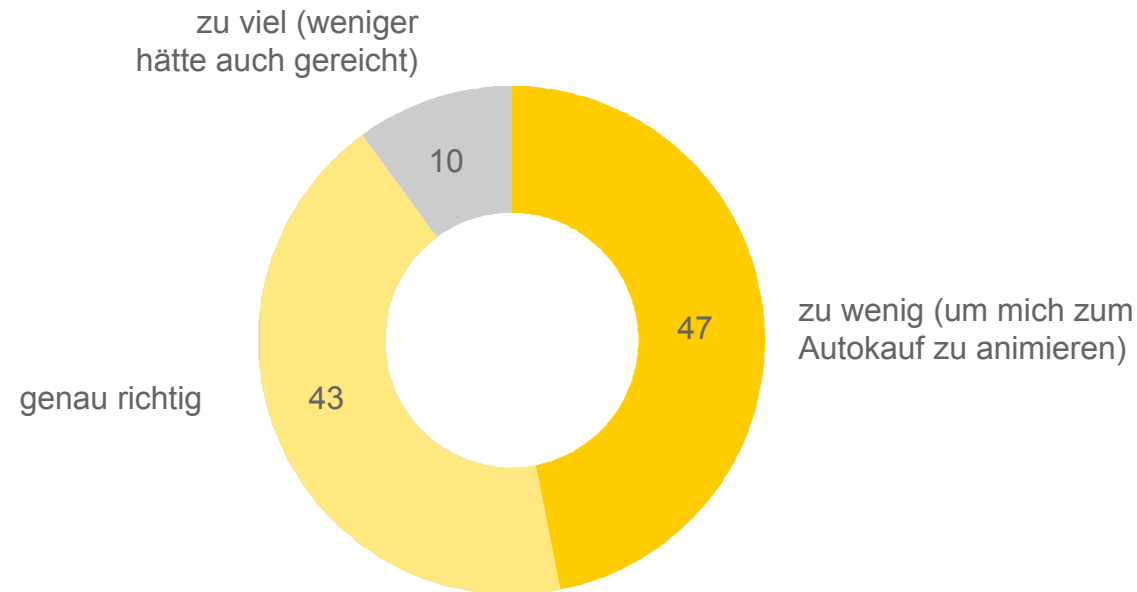


- ▶ Die Mehrheit der Deutschen bezweifelt, dass die Einführung der ‚Abwrackprämie‘ ihr Ziel erreicht und zu mehr Neuwagenkäufen führen wird

Fast jeder zweite hält Prämie für zu niedrig

„Wie bewerten Sie die 'Abwrackprämie' für sich persönlich? Sind die 2.500 Euro aus Ihrer Sicht...“

Angaben in Prozent

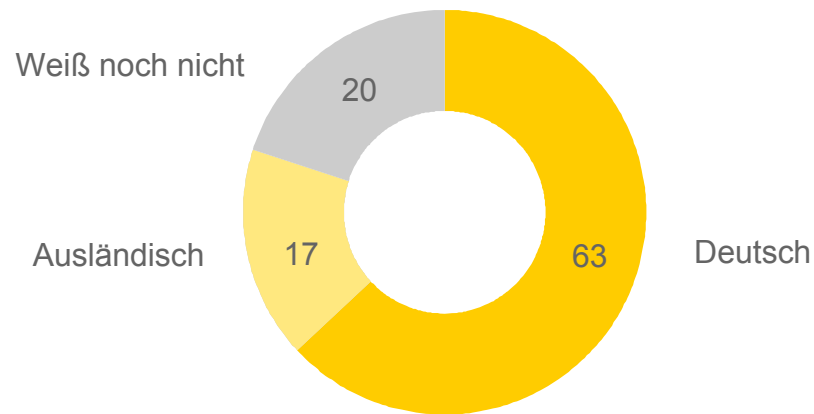


- ▶ Fast jeder zweite Befragte findet, dass die ‚Abwrackprämie‘ höher hätte ausfallen sollen; immerhin 43 Prozent halten die Höhe der Prämie für angemessen

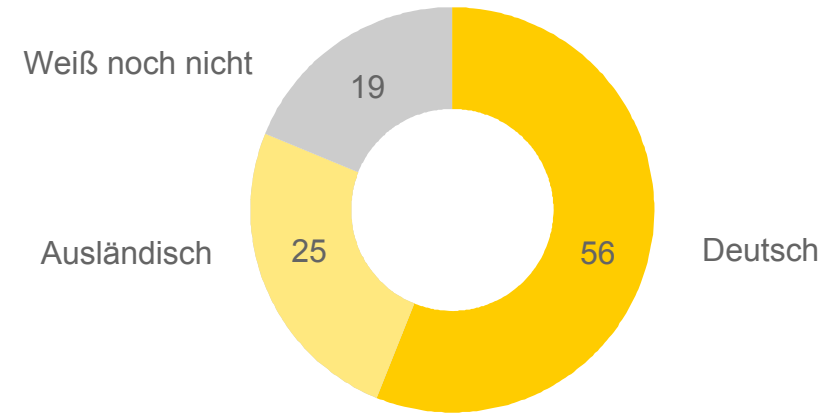
Deutsche Herstellern profitieren von ‚Abwrackprämie‘

„Planen Sie ein Auto eines deutschen oder ausländischen Herstellers zu kaufen?“

Alle Neuwagenkäufe



Neuwagenkäufe aufgrund ‚Abwrackprämie‘

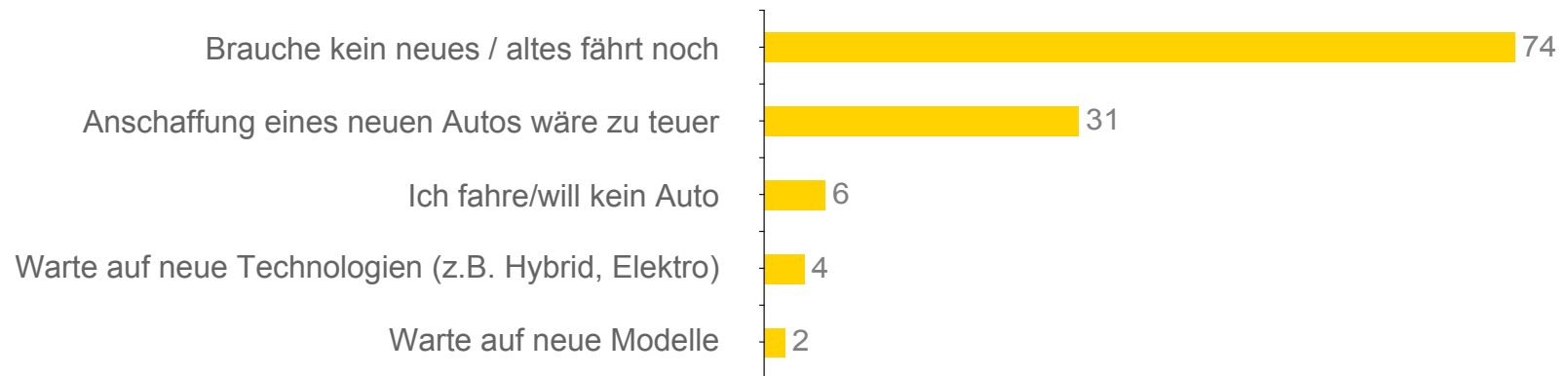


Angaben in Prozent

- ▶ Die Mehrheit der Neuwagenkäufer plant den Erwerb eines „deutschen“ Fabrikats. Das ist auch bei den Verbrauchern so, die sich erst aufgrund der Abwrackprämie für den Neuwagenkauf entschieden haben.

Mehrheit braucht kein neues Auto

„Was hält Sie davon ab, ein neues Auto zu kaufen?“



Angaben in Prozent

Mehrfachnennungen möglich

Grundgesamtheit: „Nichtkäufer“

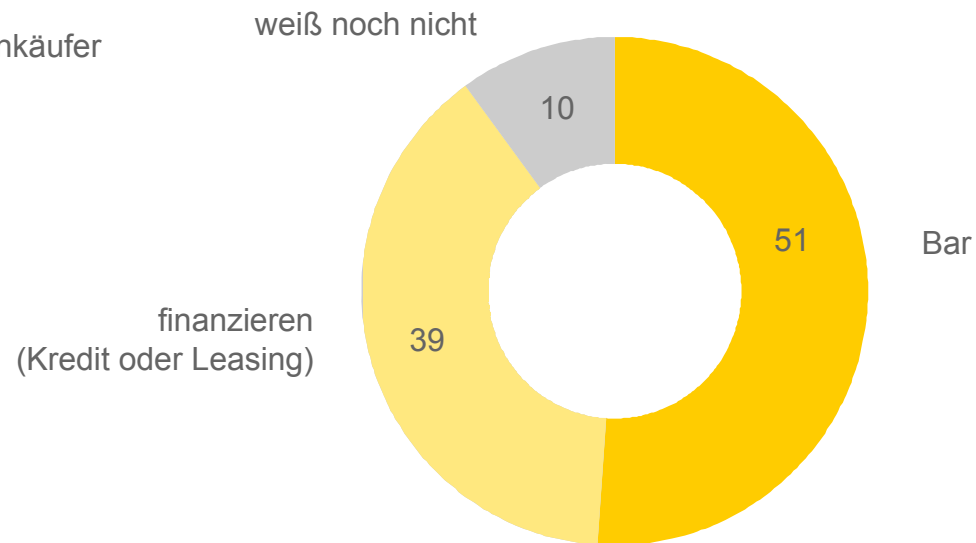
- ▶ Die große Mehrheit der „Nichtkäufer“ gibt an, keinen Bedarf zu haben. Fast jeder Dritte benennt finanzielle Gründe. Auf neue Modelle oder neue Technologien wartet nur eine kleine Minderheit

Jeder zweite zahlt bar

„Werden Sie das neue Auto voraussichtlich bar bezahlen oder finanzieren?“

Angaben in Prozent

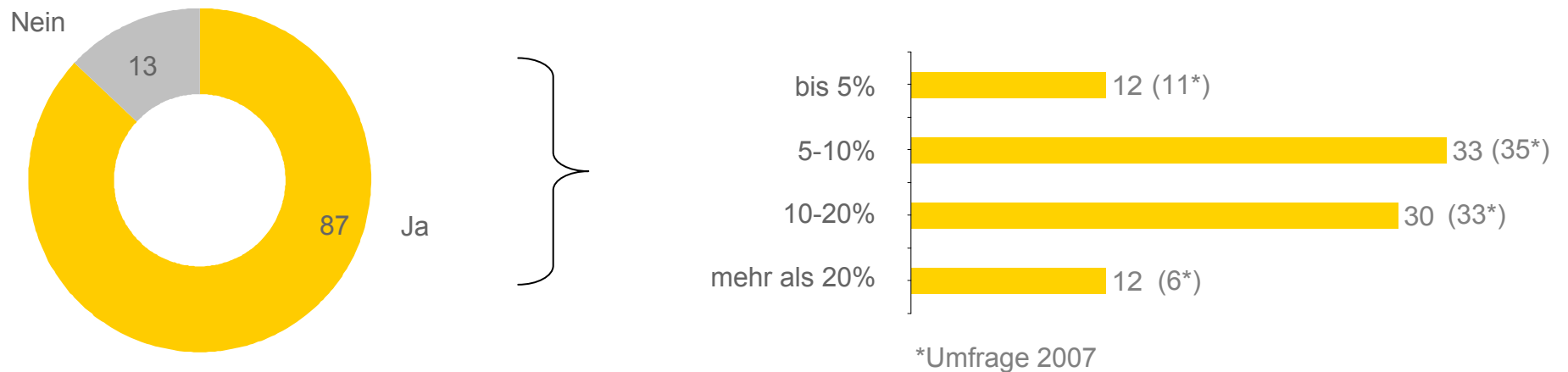
Grundgesamtheit: Neuwagenkäufer



- ▶ Etwa jeder zweite Neuwagenkäufer plant, bar zu zahlen

Ohne Rabatt geht (fast) nichts

„Erwarten Sie einen Preisnachlass auf den vom Händler angegebenen Preis?“



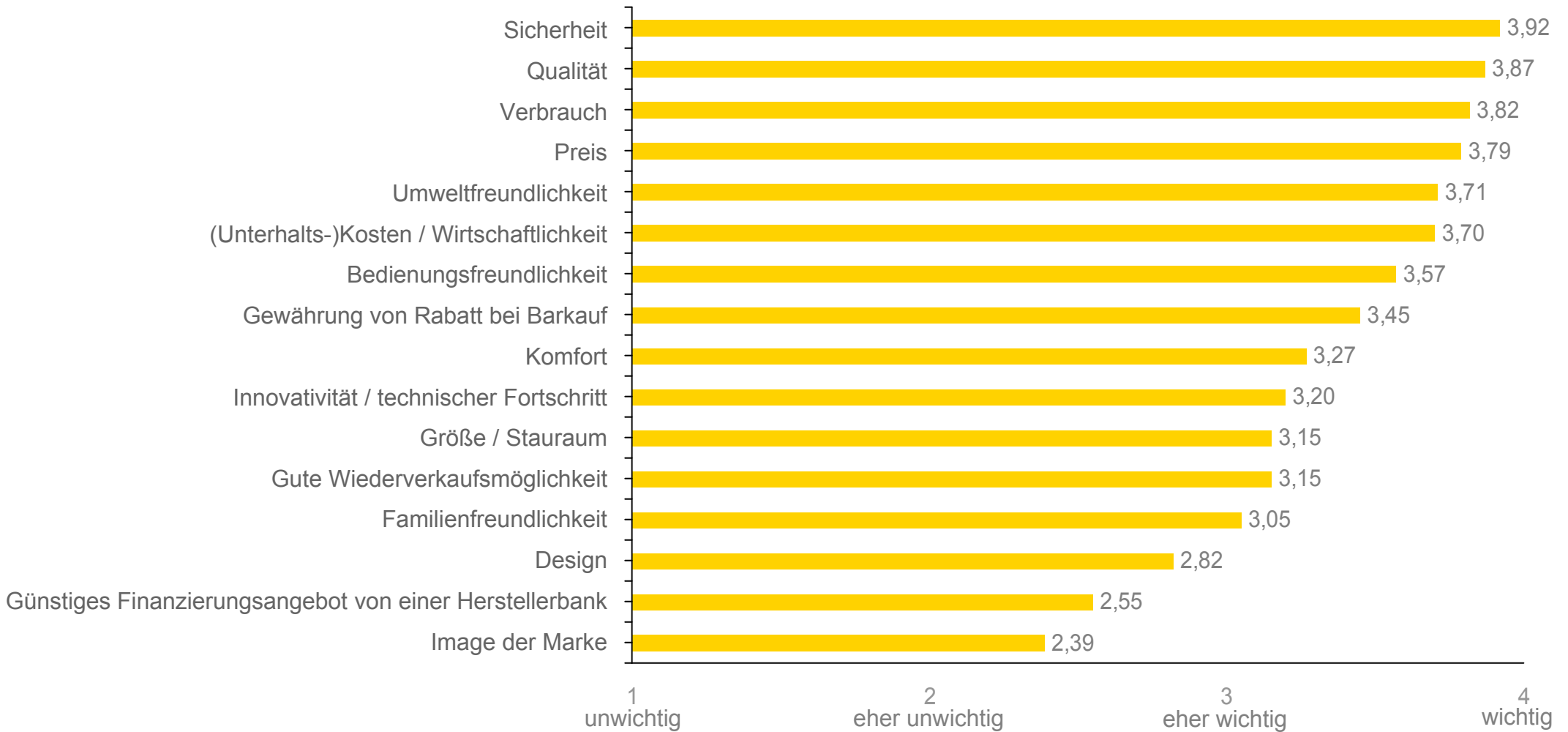
Angaben in Prozent

Grundgesamtheit: Neuwagenkäufer

- ▶ Die große Mehrheit der Neuwagenkäufer erwartet die Gewährung eines Rabattes. 42 Prozent der Neuwagenkäufer erwarten sogar einen Rabatt von mindestens 10 Prozent.

Besonders wichtig beim Autokauf: Sicherheit und Qualität

„Wie wichtig sind folgende Faktoren beim Autokauf?“



Verbraucher achten verstärkt auf Umweltaspekte

„Wie wichtig sind folgende Faktoren beim Autokauf?“

- Die Faktoren Umweltfreundlichkeit, Verbrauch und Finanzierung haben an Bedeutung gewonnen, während die Verbraucher heute weniger Wert auf Design, Größe und Komfort legen als noch vor zwei Jahren

	2009	2007	Entwicklung 07-09
Sicherheit	3,92	3,95	-
Qualität	3,87	3,90	-
Verbrauch	3,82	3,76	+
Preis	3,79	3,77	+
(Unterhalts-)Kosten / Wirtschaftlichkeit	3,70	3,66	+
Umweltfreundlichkeit	3,71	3,51	++
Bedienungsfreundlichkeit	3,57	3,57	=
Gewährung von Rabatt bei Barkauf	3,45	3,52	-
Komfort	3,27	3,37	--
Innovativität / technischer Fortschritt	3,20	3,20	=
Größe / Stauraum	3,15	3,27	--
Gute Wiederverkaufsmöglichkeit	3,15	3,08	+
Familienfreundlichkeit	3,05	2,97	+
Design	2,82	3,23	--
Günstiges Finanzierungsangebot von einer Herstellerbank	2,55	2,42	++
Image der Marke	2,39	2,43	-

Ernst & Young

Assurance | Tax | Transactions | Advisory

Ernst & Young in Deutschland Ernst & Young ist einer der Marktführer in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Transaktionsberatung sowie Risiko- und Managementberatung. Unsere über 6.000 Mitarbeiter sind durch gemeinsame Werte und unseren hohen Qualitätsanspruch verbunden. Gemeinsam mit den 130.000 Kollegen der internationalen Ernst & Young-Organisation betreuen wir unsere Mandanten überall auf der Welt. Das gemeinsame Ziel aller Mitarbeiter ist es, unter Einsatz all ihrer Fähigkeiten, das Potenzial unserer Mandanten zu entfalten.

Weitere Informationen finden Sie unter
www.de.ey.com

© 2009

Ernst & Young AG

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Steuerberatungsgesellschaft

Diese Analyse ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, auch die der Übersetzung, des Nachdrucks und der Vervielfältigung, sind vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung der Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Die Inhalte der vorliegenden Studie wurden mit größter Sorgfalt erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte können wir jedoch keine Gewähr übernehmen.