



# CAM-NEWSLETTER

Januar 2012

## Präferenzen von Auto-Interessenten in Deutschland

### Marken, Kaufkriterien und das „vernetzte Auto“ im Vergleich der Generationen

in Kooperation mit



- Die automobilen Präferenzen und Verhaltensmuster verändern sich derzeit rasant, wobei sich gerade die jungen von den älteren Autokäufern in vieler Hinsicht klar unterscheiden.
- Das Autokäuferpotential in Deutschland könnte noch deutlich effizienter genutzt werden, wenn auf die unterschiedlichen Wünsche der jeweiligen Altersgruppen Rücksicht genommen wird. Das zeigt eine empirische Studie des **Center of Automotive Management (CAM)** in Bergisch Gladbach, die in Kooperation mit **mobile.international GmbH** in Dreilinden entstanden ist.
- "Die Markenpräferenzen der jungen Generation haben für die künftige Automobilnachfrage generell eine enorm wichtige Bedeutung", so Stefan Bratzel, Direktor des **Center of Automotive Management** in Bergisch Gladbach. "Marken-Einstellungen sind in hohem Maße prägend für die weiteren Kaufentscheidungen und wirken sich entsprechend auf den weiteren Customer Lifetime Value aus."
- "Wir sehen auf mobile.de, dass sich die Suche nach einem neuen Auto nicht konsequent auf eine Marke fokussiert, sondern rund die Hälfte der mobile.de Nutzer bis zu drei Marken in ihre Suche einbeziehen. Die Autohersteller müssen sich daher verstärkt auf die Bedürfnisse der neuen Kaufgenerationen einstellen, um am Markt zu bestehen", so Malte Krüger, Geschäftsleiter von Deutschlands größtem Fahrzeugmarkt **mobile.de**.

## EDITORIAL



Liebe  
Leserinnen  
und Leser!

Hiermit möchte ich Sie auf die neue Studie **AutomotiveMARKETS 2012: Präferenzen von Auto-Interessenten in Deutschland: Marken, Kaufkriterien und das „vernetzte Auto“** im Vergleich der Generationen aufmerksam machen.

Über 1000 Autokäufer bzw. Autointeressenten zwischen 17 und 70 Jahren in Deutschland wurden in einer Online-Umfrage zu ihren automobilen Markenpräferenzen, Kaufkriterien und zum vernetzten Auto befragt.

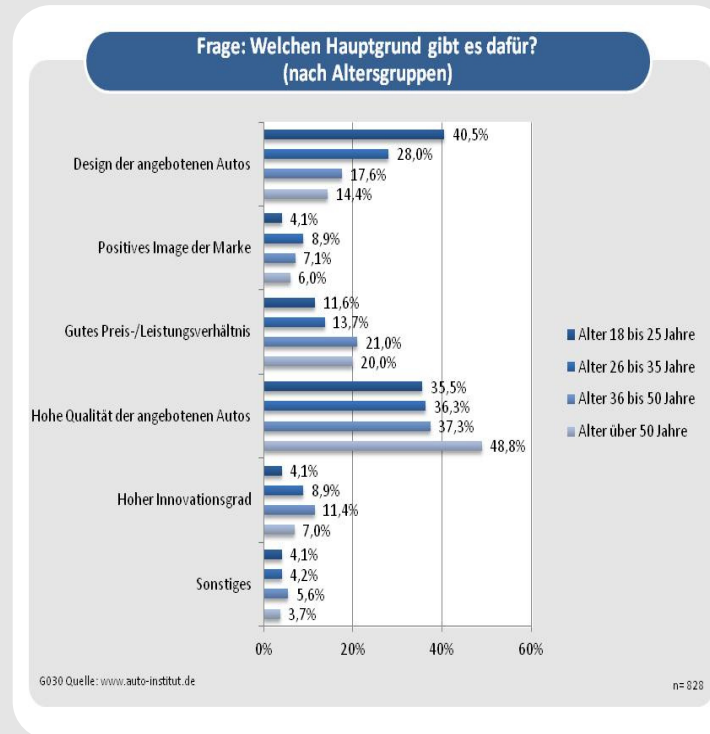
Viel Spaß beim Lesen wünscht

**Prof. Dr.  
Stefan Bratzel**

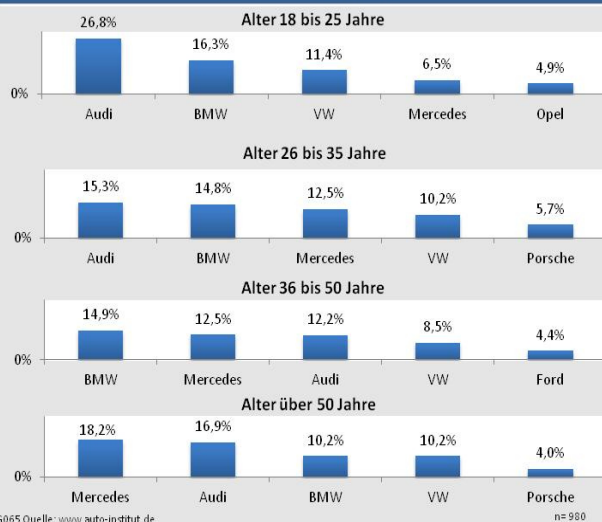
Für Automobilhersteller von besonderer Relevanz ist die Attraktivität und Begehrlichkeit der Automarken, die erhebliche Unterschiede zwischen den Altersgruppen offenbart (vgl. Abb. 1):

- Die **50plus Generation** nennt mehrheitlich Mercedes als „besonders interessante Automarke“ (18,2%) gefolgt von Audi und BMW.
- Dagegen liegt bei der **mittleren Generation** der 36-50 Jährigen BMW (14,9%) deutlich vor Mercedes und Audi.
- Bei der **jungen Generation** der 18-25-Jährigen Auto-Interessenten ist dagegen Audi (26,8%) mit sehr großem Abstand die präferierte Automarke vor BMW und Volkswagen, während Mercedes stark abfällt und nur knapp vor Opel landet.

Die Gründe für die Attraktivität von Marken unterscheiden sich nach Altersgruppen erheblich (vgl. Abb. 2):



Frage\*: Nennen Sie bitte eine Automarke, die Sie besonders interessant finden. (nach Altersgruppen)



Während für die **junge Generation** „Design“ mit über 40 Prozent der wichtigste Grund für die Attraktivität der Marke ist, liegt die Bedeutung dieses Faktors bei der Altersgruppe **50plus** nur bei 14 Prozent.

Für die über **50-Jährigen** ist dagegen zu 49 Prozent die hohe „Qualität“ der Hauptgrund für die Markenbegehrlichkeit, wogegen nur 36-37 Prozent der anderen Altersgruppen diesen Grund angeben.

## AutomotiveMARKETS 2012

AutomotiveMARKETS 2012: Präferenzen von Auto-Interessenten in Deutschland  
Marken, Kaufkriterien und das „vernetzte Auto“ im Vergleich der Generationen.

Center of Automotive Management (CAM)

Prof. Dr. Stefan Bratzel  
M.Sc. B.Sc. Volkmar-Dirk Neubert  
Dipl.-Kfm. Ralf Teller mann

www.auto-institut.de

Arbeitspapier Nr. 2012-01  
Schriftenreihe des CAM –  
Center of Automotive Management

### Autoren:

Prof. Dr. Stefan Bratzel  
M.Sc. B.Sc. Volkmar Neubert  
Dipl.-Kfm. Ralf Teller mann

### Umfang der Studie:

Ca. 40 kommentierte PowerPoint-Charts, inkl. ca. 25 Tabellen und farbige Abbildungen.

### Preise:

199 € (zzgl. MwSt.) als gedrucktes Buch  
249 € (zzgl. MwSt.) als PDF:

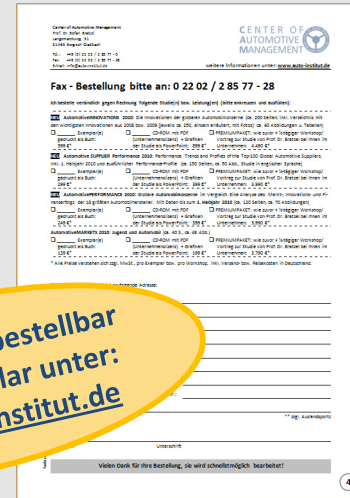
Unternehmenslizenz, inkl.  
PowerPoint-Präsentation mit  
sämtlichen Charts, Abbildungen und  
Tabellen der Studie

bestellbar per Faxformular: siehe letzte Seite und unter [www.auto-institut.de](http://www.auto-institut.de)

Ein erstaunliches Ergebnis fördert der Vergleich der Altersgruppen auf die Frage nach der **Auto-Marke Apple** oder **Google** zutage:

Fast 27,5 Prozent der über 50 Jährigen Auto-Interessenten können sich bereits heute vorstellen ein Auto von Google oder Apple zu kaufen. Damit ist der Vertrauensvorschuss in die Internet- und Handymarken für den Autobau sogar höher als bei den jüngeren.

Bei den 18-25 Jährigen können sich immerhin noch 23 Prozent der befragten Auto-Interessenten vorstellen ein Apple-Auto zu kaufen, während die Gruppe der 26-35 Jährigen noch etwas skeptischer ist (19%). Bei den 36-50 Jährigen liegt das Automotive-Vertrauen in die Internetmarken sogar bei 27,9 Prozent.



Die Studie ist bestellbar per Faxformular unter: [www.auto-institut.de](http://www.auto-institut.de)

## Inhaltsübersicht:

Automotive**MARKETS**: Präferenzen von Auto-Interessenten in Deutschland


1. Einleitung und methodisches Vorgehen
2. Automarken und Zufriedenheit
3. Präferenzen für neue Autos
  - 3.1 Besonders interessante Automarken und Hauptgründe
  - 3.2 Besonders uninteressante Automarken und Hauptgründe
  - 3.3 Kaufkriterien beim Neukauf eines Autos
4. Das vernetzte Auto
  - 4.1 Einstellung zu Handy und Internet
  - 4.2 Telematik- und Internetdienste
  - 4.3 Innovation und Zukunft des Automobils
5. Fazit

**Kontakt:**  
**Center of Automotive Management (CAM) – Das Auto-Institut**

Direktor:  
 Prof. Dr. Stefan Bratzel

Büroadresse:  
 Langemarckweg 31  
 51465 Bergisch Gladbach  
 Germany

Telefon: +49 (0) 22 02 / 2 85 77 – 0  
 Telefax: +49 (0) 22 02 / 2 85 77 – 28

E-Mail: [info@auto-institut.de](mailto:info@auto-institut.de)  
 Web: [www.auto-institut.de](http://www.auto-institut.de)  
 [www.facebook.com/autoinstitut](http://www.facebook.com/autoinstitut)

## AutomotiveMARKETS 2012

CENTER OF AUTOMOTIVE MANAGEMENT 

Automotive**MARKETS** 2012:  
 Präferenzen von Auto-Interessenten in Deutschland

Marken, Kaufkriterien und das „vernetzte Auto“ im Vergleich der Generationen.

Center of Automotive Management (CAM)

Prof. Dr. Stefan Bratzel  
 M.Sc. B.Sc. Volkmar-Dirk Neubert  
 Dipl.-Kfm. Ralf Tellermann

[www.auto-institut.de](http://www.auto-institut.de)

Arbeitspapier Nr. 2012-01  
 Schriftenreihe des CAM –  
 Center of Automotive Management

### Autoren:

Prof. Dr. Stefan Bratzel  
 Dipl.-Kfm. Ralf Tellermann  
 M.Sc. B.Sc. Volkmar Neubert

### Umfang der Studie:

Ca. 40 kommentierte PowerPoint-Charts, inkl. ca. 25 Tabellen und farbige Abbildungen.

### Preise:

199 € (zzgl. MwSt.) als gedrucktes Buch  
 249 € (zzgl. MwSt.) als PDF:

Unternehmenslizenz, inkl. PowerPoint-Präsentation mit sämtlichen Charts, Abbildungen und Tabellen der Studie

bestellbar per Faxformular: siehe letzte Seite und unter [www.auto-institut.de](http://www.auto-institut.de)

## Fax - Bestellung bitte an: 0 22 02 / 2 85 77 - 28

Ich bestelle verbindlich gegen Rechnung folgende Studie(n) bzw. Leistung(en) (bitte ankreuzen und ausfüllen):

**AutomotiveMARKETS 2012: Präferenzen von Auto-Interessenten in Deutschland** (ca. 40 kommentierte Charts, ca. 25 Abb.)

\_\_\_\_\_ Exemplar(e)       \_\_\_\_\_ CD-ROM mit PDF (Un-       PREMIUMPAKET: wie zuvor + ½-tägiger Workshop/  
gedruckt als Buch: 199 €\*      ternehmensliz.) + PPT-Präs.: 249 €\*      Vortrag von Prof. Dr. Bratzel zur Studie: 3.890 €\*  
-----

**AutomotiveINNOVATIONS 2011:** Die Innovationen der globalen Automobilkonzerne. **NEU: Inkl. Special „Antrieb“.** (ca. 215 kommentierte Charts mit ca. 100 Tabellen und farbigen Abb., inkl. Verzeichnis mit über 600 einzeln erläuterten Innovationen 2010/11)

\_\_\_\_\_ Exemplar(e)       \_\_\_\_\_ CD-ROM mit PDF (Un-       PREMIUMPAKET: wie zuvor + ½-tägiger Workshop/  
gedruckt als Buch: 599 €\*      ternehmensliz.) + PPT-Präs.: 899 €\*      Vortrag von Prof. Dr. Bratzel zur Studie: 4.490 €\*  
-----

**AutomotivePERFORMANCE 2011:** Eine Analyse der Leistungskraft der größten **Automobilhersteller** und **Automobilzulieferer**.

Mit Daten bis zum **1. Halbjahr 2011** und **Prognose für 2012** (ca. 140 kommentierte Charts, ca. 80 Abb.)

\_\_\_\_\_ Exemplar(e)       \_\_\_\_\_ CD-ROM mit PDF (Un-       PREMIUMPAKET: wie zuvor + ½-tägiger Workshop/  
gedruckt als Buch: 249 €\*      ternehmensliz.) + PPT-Präs.: 399 €\*      Vortrag von Prof. Dr. Bratzel zur Studie: 3.990 €\*  
-----

**AutomotiveMARKETS 2011: i-Car - Die junge Generation und das vernetzte Auto** (ca. 70 kommentierte Charts, ca. 45 Abb.)

\_\_\_\_\_ Exemplar(e)       \_\_\_\_\_ CD-ROM mit PDF (Un-       PREMIUMPAKET: wie zuvor + ½-tägiger Workshop/  
gedruckt als Buch: 199 €\*      ternehmensliz.) + PPT-Präs.: 249 €\*      Vortrag von Prof. Dr. Bratzel zur Studie: 3.890 €\*  
-----

**Automotive SUPPLIER Performance 2010:** Performance Trends and Profiles of the Top-100 Global Automotive Suppliers. Inkl. 1. Halbjahr 2010 und ausführlicher Performance-Profile (ca. 150 Seiten, ca. 50 Abb., Studie in englischer Sprache)

\_\_\_\_\_ Exemplar(e)       \_\_\_\_\_ CD-ROM mit PDF (Un-       PREMIUMPAKET: wie zuvor + ½-tägiger Workshop/  
gedruckt als Buch: 299 €\*      ternehmensliz.) + PPT-Präs.: 399 €\*      Vortrag von Prof. Dr. Bratzel zur Studie: 3.990 €\*  
-----

**AutomotiveMARKETS 2010: Jugend und Automobil** (ca. 40 Seiten, ca. 48 Abb.)

\_\_\_\_\_ Exemplar(e)       \_\_\_\_\_ CD-ROM mit PDF (Un-       PREMIUMPAKET: wie zuvor + ½-tägiger Workshop/  
gedruckt als Buch: 139 €\*      ternehmensliz.) + PPT-Präs.: 199 €\*      Vortrag von Prof. Dr. Bratzel zur Studie: 3.790 €\*  
-----

\* Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt., pro Exemplar bzw. pro Workshop, inkl. Versand- bzw. Reisekosten in Deutschland.

Bitte liefern Sie die Studie(n) an folgende Adresse:

Firma (mit Rechtsform): \_\_\_\_\_

Vorname: \_\_\_\_\_

Nachname (ggf. Titel): \_\_\_\_\_

Funktion / Abteilung: \_\_\_\_\_

Straße / Postfach: \_\_\_\_\_

PLZ, Ort: \_\_\_\_\_

Land:  Deutschland  anderes\*\* : \_\_\_\_\_

falls anderes, Umsatzsteuer-ID-Nr.: \_\_\_\_\_

E-Mail-Adresse: \_\_\_\_\_

\*\* zzgl. Auslandsporto

Ort, Datum

Unterschrift

**Vielen Dank für Ihre Bestellung, sie wird schnellstmöglich bearbeitet!**