

{ DER NEUWAGEN MARKT REPORT }

Q3/2010



- Entwicklung im Markt
- Trends im Internet
- Preis- und Nachlass-Entwicklung

{ Schwerpunkt } Abwrackprämie – Der 3-Jahresvergleich

Inhaltsverzeichnis

Vorwort: Der Neuwagen Markt Report	1
Autokauf unter dem Einfluss der Abwrackprämie	3
▪ Verschiebungen zwischen den Marktsegmenten	3
▪ Fördergelder hauptsächlich für tiefpreisige Fahrzeuge genutzt	3
Der 3-Jahresvergleich	4
▪ Gewinner von 2009 sind die großen Verlierer von 2010	4
▪ Abwrackprämie hat den Markt künstlich verzerrt	4
Fahrzeugbestand: Abwrackprämie bringt Import-Marken kurzfristig nach vorn	4
▪ Gold für Tschechien, Silber für Rumänien, Bronze für Südkorea	4
▪ Fast 200.000 weniger deutsche Fabrikate auf deutschen Straßen	4
Abwrackprämie hat einzelne Modelle gefördert	6
▪ Top-Modelle 2009 erleben Absatzkrise 2010	6
▪ Absatzzahlen jetzt teilweise schlechter als vor der Abwrackprämie	6
▪ Kleinwagen und Minis in der Krise	6
Internetvertrieb zu Zeiten der Abwrackprämie	8
▪ Deutsche Marken gewinnen Marktanteile	8
▪ Durchschnittlicher Nachlass weiter steigend – auch nach dem Ende der Abwrackprämie	8
Fazit der Abwrackprämie: zwiespältig	10
▪ Absatzvolumen kurzfristig gestiegen	10
▪ Deutsche Hersteller verlieren Marktanteile	10
▪ Rabatterwartungen der Verbraucher steigen	10
MeinAuto.de	11
Impressum	11

Vorwort: Der Neuwagen Markt Report

Ausgabe 09/2010

Abwrackprämie – der 3-Jahresvergleich

Dieses ist der erste Neuwagen Markt Report von MeinAuto.de. Mit dem Wissen des führenden Neuwagenvermittlers im Internet haben wir uns vorgenommen, den Neuwagenmarkt in Deutschland regelmäßig für Sie zu analysieren. Dafür steht uns eine besonders breite Datenbasis zur Verfügung – einer der am meisten genutzten herstellerunabhängigen Autokonfiguratoren in Deutschland. Aktuell stehen uns jeden Monat über eine halbe Millionen echte Konfigurationsergebnisse mit Endpreisangeboten zur Verfügung. Sie geben Aufschluss über die Präferenzen der Autokäufer und die Preis- und Nachlassentwicklung am Markt. Vor diesem Hintergrund werden wir von jetzt an quartalsweise analysieren:

- **Entwicklungen im gesamten Neuwagenmarkt**
- **Neuwagenhandel im Internet - Trends bei den Käuferwünschen**
- **Preis- und Rabattentwicklungen**

In jeder Ausgabe werden wir einen Schwerpunkt setzen. Das Sonderthema dieser Erstausgabe des Neuwagen Markt Reports ist die Abwrackprämie, deren Auslaufen am 2. September ein Jahr zurückliegt. Selten hat eine Subvention mehr Gemüter bewegt und einen größeren Volkskaufrausch ausgelöst: Die „Abwrackprämie“ - das Wort des Jahres 2009 - umschreibt den Versuch der großen Koalition, den Konjunkturunbruch in Deutschland als Folge der Finanzkrise abzuschwächen und der Automobilbranche zu helfen. Dafür stellte die Bundesregierung ab dem 27. Januar 2009 einen zunächst auf 1,5 Milliarden begrenzten und später auf 5 Milliarden Euro aufgestockten Fördertopf zur Verfügung.

Einzigste Voraussetzung für die Förderung in Höhe von 2.500 Euro war die Verschrottung eines mindestens 9 Jahre alten PKW. Die Deutschen versetzte der Zuschuss in einen beispiellosen Autokaufrausch: Denn wann hat der Staat schon einmal etwas zu verschenken? Knapp 2 Millionen Menschen nutzten die Ausnahmesituation für den Kauf der förderberechtigten Neu- oder Jahreswagen. Bei insgesamt 3,8 Millionen neu zugelassenen Fahrzeugen 2009 entspricht das einem Anteil von knapp 53 Prozent.

Autohäuser und Hersteller volumenstarker Marken rieben sich die Hände und konnten leere Kassen wieder auffüllen. Hersteller und Händler hochpreisiger Fahrzeuge erzielten durch die Abwrackprämie kaum zusätzliche Verkäufe, mussten sogar Umsatzeinbußen und Verluste in Kauf nehmen. Und auch Verbraucher bezahlten einen zu hohen Preis für ihren Neu- oder Jahreswagen. Denn Viele vergaßen, Preise und Bezugsquellen zu vergleichen oder clever zu verhandeln - im festen Glauben, durch die staatliche Förderung ohnehin so günstig wie nie ein Auto zu kaufen.

Dieser Neuwagen Markt Report mit dem Sonderthema „Abwrackprämie“ beleuchtet und vergleicht das Ausnahmejahr 2009, das vermeintliche Krisenjahr 2010 und das Jahr 2008. Dabei werden insbesondere die Auswirkungen der Abwrackprämie für Hersteller, Händler, Internetvermittler und Verbraucher näher betrachtet.

Basis der Analyse sind die offiziellen Zahlen des Kraftfahrt-Bundesamtes (KBA) zur Anzahl von zugelassenen Neu- und Jahreswagen, die Statistiken verschrotteter Altfahrzeuge (Basis 1,3 Mio. Fahrzeuge) sowie die Datenbank des Internetvermittlers MeinAuto.de mit derzeit ca. 7 Millionen Fahrzeugkonfigurationen und zugehörigen Preisvergleichen jährlich.

Die Abwrackprämie hat den Markt kräftig durcheinandergewirbelt. Wenn Sie zu einem Thema weiterführende Informationen benötigen, rufen Sie mich an oder schreiben Sie mir eine Mail.

Alexander Bugge
Geschäftsführer MeinAuto.de

Autokauf unter dem Einfluss der Abwrackprämie

- **Verschiebungen zwischen den Marktsegmenten**
- **Fördergelder hauptsächlich für tiefpreisige Fahrzeuge genutzt**

Hersteller wie Händler von volumenstarken Marken konnten sich den größten Anteil aus dem Prämientopf sichern. Im Vergleich zu 2008 stehen bei den Minis und Kleinwagen beindruckende Wachstumswerte von 126,9 bzw. 77,5 Prozent. Auf dem 3. Rang liegt die Kompaktklasse mit 29,3 Prozent mehr Zulassungen. Die höherpreisigen Segmente Mittelklasse (-6,9 Prozent), Obere Mittelklasse (-19 Prozent) und Oberklasse (-22 Prozent) erlebten 2009 ein noch schlechteres Jahr als 2008. Diese Segmente sind klar die Verlierer der Abwrackprämie.

Zulassungen in den Segmenten: 3-Jahresvergleich der Monate Januar-Juli

Segment	Jan-Juli 2008	Jan-Juli 2009	Veränderung in % zu 2008	Jan-Juli 2010	Veränderung in % zu 2009
Minis	106.430	241.539	126,9%	120.898	-49,9%
Kleinwagen	342.411	607.746	77,5%	322.821	-46,9%
Kompaktklasse	512.809	662.855	29,3%	472.779	-28,7%
Mittelklasse	321.637	299.586	-6,9%	248.898	-16,9%
Obere Mittelklasse	94.505	76.510	-19,0%	79.811	4,3%
Oberklasse	17.615	13.710	-22,2%	13.823	0,8%
Geländewagen	137.403	145.679	6,0%	156.752	7,6%
Sportwagen	37.299	26.156	-29,9%	30.421	16,3%
Mini-Vans	120.067	116.343	-3,1%	98.294	-15,5%
Großraum-Vans	101.635	93.617	-7,9%	67.311	-28,1%
Vans insgesamt	221.702	209.960	-5,3%	165.605	-21,1%
Utilities	83.354	96.829	16,2%	75.533	-22,0%
Wohnmobile	16.598	13.623	-17,9%	14.255	4,6%
Sonstige	3.940	5.188	31,7%	4.623	-10,9%
GESAMT	1.895.703	2.399.381	26,6%	1.706.219	-28,9%

Quelle: Zulassungszahlen laut Kraftfahrt-Bundesamt

Der 3-Jahresvergleich

- **Gewinner von 2009 sind die großen Verlierer von 2010**
- **Abwrackprämie hat den Markt künstlich verzerrt**

Im 3-Jahresvergleich fällt für das laufende Jahr 2010 zunächst der erwartete Zulassungsrückgang in nahezu allen Fahrzeugklassen auf. Besonders hart trifft es in diesem Jahr die hochgejubelten Gewinner der Abwrackprämie 2009. Die Nachfrage in den Segmenten Kleinwagen (-46,9 Prozent) und Minis (-49,9 Prozent) ist stark eingebrochen.

Leichte Zugewinne bei den Zulassungen verbuchen 2010 dagegen die Verlierer der Abwrackprämie, die Segmente Obere Mittelklasse (+4,3 Prozent), Oberklasse (+0,8 Prozent) und Sportwagen (+16,3 Prozent). Auffällig: Einzig und allein das Segment Geländewagen verzeichnet in 2010 (+7,6 Prozent) und 2009 (+ 6,0 Prozent) zwei Jahre in Folge Zuwächse. Der positive Dauertrend für SUV's hält weiter an, wobei Kunden heute bevorzugt kleinmotorige Kompakt-SUV's, Mini SUV's und Cross-Over SUV's kaufen.

„Der Langzeitvergleich zeigt anschaulich, wie die Abwrackprämie den Markt künstlich verzerrt hat“, sagt Alexander Bugge, Geschäftsführer der MeinAuto GmbH.

„Händler und Hersteller von Fahrzeugen aus tieferpreisigen Segmenten spüren die Auswirkungen der Abwrackprämie 2010 mit voller Wucht. Diesen Bumerangeffekt werden einige Händler nicht überleben.“

Fahrzeugbestand: Abwrackprämie bringt Import-Marken kurzfristig nach vorn

- **Gold für Tschechien, Silber für Rumänien, Bronze für Südkorea**
- **Fast 200.000 weniger deutsche Fabrikate auf deutschen Straßen**

Betrachtet man lediglich die Zulassungszahlen des Kraftfahrt-Bundesamtes, so profitierten VW (262.252 Fahrzeuge) und Opel (147.131 Fahrzeuge) am meisten von der Abwrackprämie. Anders sieht es bei einer Betrachtung des reinen Fahrzeugbestandes aus. Verrechnet man die Anzahl subventionierter Fahrzeuge mit der Anzahl verschrotteter Altfahrzeuge, so haben VW (-13.800 Fahrzeuge) und besonders Opel (-104.753 Fahrzeuge) Marktanteile abgegeben. Beim Zuwachs von Marktanteilen im Fahrzeugbestand auf Deutschlands Straßen liegen ausschließlich ausländische Marken auf den ersten 5 Plätzen. Skoda ist unterm Strich größter Gewinner. Die tschechische VW –Tochter hat durch die Abwrackprämie fast 85.000 Fahrzeuge mehr im deutschen Markt. Mit mehr als 48.500 Neuzulassungen und nicht einem einzigem verschrotteten Altfahrzeug geht der 2. Platz an die rumänische Marke Dacia. Auf Platz 3 folgt der südkoreanische Hersteller Hyundai mit etwas mehr als 42.700 zusätzlichen Autos im deutschen Markt.

Fahrzeugbestand: Top 10 Gewinner der Abwrackprämie nach Marken

	Gesamt Subventionierte Fahrzeuge (Neu- und Jahreswagen)	Verschrottete Altfahrzeuge	Saldo
VW	262.252	276.052	-13.800
Opel	147.131	251.884	-104.753
Ford	96.473	163.797	-67.324
Skoda	94.352	9.410	84.942
Fiat	92.802	61.500	31.302
Toyota	55.312	25.193	30.119
Hyundai	52.651	9.927	42.724
Peugeot	50.554	38.432	12.122
Renault	48.689	88.146	-39.457
Dacia	48.551	0	48.551

Quelle: Zulassungszahlen laut Kraftfahrt-Bundesamt

Sortiert man die Zulassungszahlen der einzelnen Marken nach der nationalen Herkunft, so zeigt sich, dass die deutschen Autobauer -was den reinen Fahrzeugbestand betrifft- die mit Abstand größten Verlierer der Abwrackprämie sind. Deutsche Marken haben insgesamt 197.413 Autos weniger im deutschen Markt als vorher. Oder anders ausgedrückt: In einem wachsenden Markt sind durch die Abwrackprämie fast 200.000 Kunden von deutschen Autobauern zu ausländischen Marken gewechselt. Diese Kunden müssen nun zurückerobert werden. Marktanteile gewinnen konnten nicht-deutsche Fabrikate aus Europa und die asiatischen Autobauer.

Subventionierte Neuzulassungen vs. Verschrottete Altfahrzeuge

Marke	Verschrottete Altfahrzeuge	Subventionierte Fahrzeuge	Differenz Käufe/Verschrottung
Deutsche Fabrikate	772.799	575.386	-197.413
Sonstige europäische Fabrikate	260.162	419.678	159.516
Asiatische Fabrikate	169.837	246.434	76.597
Sonstige Fabrikate	104.332	65.641	-38.691

Quelle: Zulassungszahlen laut Kraftfahrt-Bundesamt

Abwrackprämie hat einzelne Modelle gefördert

- **Top-Modelle 2009 erleben Absatzkrise 2010**
- **Absatzzahlen jetzt teilweise schlechter als vor der Abwrackprämie**
- **Kleinwagen und Minis in der Krise**

Die aktuellen KBA-Zulassungszahlen der Top 10 Modelle von 2009 zeigen den Absatzeinbruch, den die Hersteller und Händler in diesem Jahr verkraften müssen. Besonders betroffen sind die Kleinwagen Skoda Fabia (2009: Rang 6) und Ford Fiesta - der Absatz ist von Januar bis Juli im Vergleich zu 2009 um mehr als die Hälfte eingebrochen (Skoda Fabia: -56,76 Prozent; Ford Fiesta: -50,74 Prozent). Teilweise liegen die Zulassungszahlen 2010 für die Erfolgsmodelle der Abwrackprämie sogar noch deutlich unter denen des Krisenjahres 2008.

Zulassungen der Top-Modelle 2009: 3-Jahresvergleich der Monate Januar-Juli

Rang 2009	Modell	Jan-Juli 2008	Jan-Juli 2009	Veränderung 2009 zu 2008	Jan-Juli 2010	Veränderung 2010 zu 2009	Veränderung 2010 zu 2008
1	VW GOLF, JETTA	144.766	206.121	42%	153.156	-25,70%	5,80%
2	VW POLO	44.877	71.544	59%	58.790	-17,83%	31,00%
3	OPEL ASTRA	49.569	67.440	36%	42.417	-37,10%	-14,43%
4	FORD FIESTA	25.251	67.085	166%	33.045	-50,74%	30,87%
5	OPEL CORSA	42.696	66.814	56%	38.164	-42,88%	-10,61%
6	SKODA FABIA	33.375	66.046	98%	28.561	-56,76%	-14,42%
7	VW PASSAT	56.412	53.785	-5%	43.006	-20,04%	-23,76%
8	AUDI A4, S4	56.071	48.432	-14%	36.478	-24,68%	-34,94%
9	BMW 1ER	48.286	46.335	-4%	35.415	-23,57%	-26,66%
10	MERCEDES C-KLASSE	60.941	45.620	-25%	37.742	-17,27%	-38,07%

Quelle: Zulassungszahlen laut Kraftfahrt-Bundesamt

Besonders hart trifft es die Hersteller und Händler von Kleinwagen und sogenannten Minis. Um die Fahrzeuge an den Kunden zu bringen, gibt es heute oftmals höhere Nachlässe als die aus Steuergeldern finanzierte 2.500 Euro Abwrackprämie von 2009. Über Internetvermittler kann man derzeit deutlich mehr Geld sparen. So bietet der Internetvermittler MeinAuto.de beispielsweise den Honda Jazz (1.2 Liter, 90 PS) derzeit mit 3.497 Euro Rabatt auf den Listenpreis an. Ein Zusammenhang zwischen dem hohen Nachlass auf den Japaner und die im Vergleich zum Vorjahr um 46 Prozent eingebrochene Nachfrage ist nahe liegend.

Top 5 Rabatte Kleinwagen

Marke / Modell	Motor	Ausstattungsline	Zulassungen lt. KBA Jan - Jul '09	Zulassungen lt. KBA Jan- Juli 2010	Veränderung in %	Listenpreis ab	Aktueller MA-Preis	Nachlass	
Honda Jazz	1.2l i-VTEC (90PS)	Trend/ Comfort	13.466	7.314	-46%	14.890 €	11.392,65 €	-23,49%	-3.497 €
Peugeot 207	1.4 (73PS)	Filou	44.467	14.974	-66%	12.250 €	8.927,50 €	-27,12%	-3.323 €
Toyota Yaris	1.0 (69PS)	Basis	28.506	10.256	-64%	11.675 €	8.865,38 €	-24,07%	-2.810 €
Fiat Punto Evo	1.2 (65PS)	Dynamic	38.951	9.596	-75%	13.000 €	9.945,00 €	-23,50%	-3.055 €
Hyundai i20	1.2 (77PS)	Classic	7.141	4.676	-35%	11.500 €	8.507,50 €	-26,02%	-2.993 €

Quelle: MeinAuto.de

Internetvertrieb zu Zeiten der Abwrackprämie

- **Deutsche Marken gewinnen Marktanteile**
- **Durchschnittlicher Nachlass weiter steigend – auch nach dem Ende der Abwrackprämie**

Ein etwas anderes Bild zeigte sich 2009 beim internetgestützten Neuwagenvertrieb. Deutsche Fabrikate konnten ihre Position während der Abwrackprämie verbessern. Waren beim Marktführer MeinAuto.de von Januar bis September 2008 41,2 Prozent aller konfigurierten Neuwagen von deutschen Herstellern, so war es im gleichen Zeitraum 2009 während der Abwrackprämie fast jeder 2. Preisvergleich (49,5 Prozent). Damit scheint sich der Internethandel als Stütze deutscher Automarken zu etablieren.

Internet-Preisvergleiche bei MeinAuto.de nach Herkunft

Herkunft	Preisvergleiche Jan-Sep 2008	Anteilig Verteilung nach Herkunft	Preisvergleiche Jan-Sep 2009	Anteilig Verteilung nach Herkunft	Veränderung 2008 / 2009
Deutsche Fabrikate	711.905	41,2%	2.859.003	49,5%	8,3%
Europäische Fabrikate	654.888	37,9%	1.818.369	31,5%	-6,4%
Asiatische Fabrikate	232.931	13,5%	798.178	13,8%	0,3%
Sonstige Fabrikate	127.301	7,4%	301.317	5,2%	-2,2%
Gesamt	1.727.025	100,0%	5.776.867	100,0%	

Quelle: MeinAuto.de

Der beispiellose Anstieg der Preisvergleiche zeigt: Die Abwrackprämie hat dem Autokauf im Internet zum Durchbruch verholfen. Sprunghafte Anstiege im Jahr 2009 werden im laufenden Jahr bestätigt durch weiteres Wachstum in den meisten wesentlichen Segmenten - nur die Kleinwagen und Minis verzeichnen aktuell, wie der Gesamtmarkt auch, einen Rückgang gegenüber 2009.

Internet-Preisvergleiche bei MeinAuto.de nach Segmenten: 3-Jahresvergleich

	2008	2009		2010	
Segment	Preisvergleiche Jan-Juli	Preisvergleiche Jan-Juli	Veränderung zum Vorjahr	Preisvergleiche Jan-Juli	Veränderung zum Vorjahr
Geländewagen	102.317	296.674	190%	808.350	172%
Kleinwagen	149.922	1.251.116	735%	609.250	-51%
Kompaktklasse	259.048	824.439	218%	832.842	1%
Mini	40.987	361.265	781%	186.262	-48%
Mittelklasse	172.830	372.348	115%	520.268	40%
Obere Mittelklasse	11.852	46.119	289%	159.596	246%
Oberklasse	2.469	9.137	270%	19.159	110%
Sportwagen	9.876	82.070	731%	20.048	-76%
Utilities	45.530	396.224	770%	175.981	-56%
Van	95.599	289.861	203%	256.381	-12%

Quelle: MeinAuto.de

Entgegen dem Negativtrend im Gesamtmarkt ist das Interesse, höherpreisige Neuwagen über das Internet zu beziehen, in den letzten 3 Jahren kontinuierlich gestiegen. Einige Segmente wachsen sogar 2010 erneut dreistellig: Obere Mittelklasse (+246 Prozent), Oberklasse (+110 Prozent) und Geländewagen (+172 Prozent). Demnach bevorzugen vor allem Gutverdiener das Internet beim Kauf von Neuwagen.

Die Abwrackprämie hat einen Trend zum Neuwagenkauf im Internet ausgelöst - Autokäufer wollen in allen Fahrzeugklassen volle Markttransparenz. Und die Erkenntnis wächst: Es braucht keine Abwrackprämie, um günstig ein Auto zu kaufen. Die durchschnittlichen Rabatte, die beim Autokauf im Internet erzielt werden können, sind höher als vor einem Jahr - und zugleich steigt der Wert der im Internet gekauften Neuwagen.

Lag der durchschnittliche Listenpreis der beim Online-Portal MeinAuto.de vermittelten Neuwagen 2009 noch bei 23.731 Euro, so waren es im gleichen Zeitraum 2010 bereits 28.656 Euro. Das entspricht einer Steigerung von 20,75 Prozent. Der durchschnittlich bezahlte Kaufpreis für Neuwagen lag zwischen Januar und Juli 2009 bei 19.779 Euro und im gleichen Zeitraum 2010 bei 23.198 Euro. Eine Steigerung von 17,29 Prozent.

Der durchschnittlich erzielte Nachlass hat sich in dieser Zeit von 16,6 Prozent auf 19 Prozent erhöht, damit sind die Rabatte um 2,4 Prozentpunkte gestiegen - und das, obwohl es keine Abwrackprämie mehr gibt.

Preis- und Nachlassentwicklung im Internet

Internetvermittler MeinAuto.de	Jan -Juli 2009	Jan-Juli 2010	Veränderung
Listenpreis Durchschnitt	23.731 €	28.656 €	+ 20,75%
Kaufpreis Durchschnitt	19.779 €	23.198 €	+ 17,29%
Durchschnittlicher Nachlass in Prozent / Euro	16,6% / 3.952 €	19,0% / 5.458 €	+ 2,4 % / + 1.506 €

Quelle: MeinAuto.de

Fazit der Abwrackprämie: zwiespältig

- **Absatzvolumen kurzfristig gestiegen**
- **Deutsche Hersteller verlieren Marktanteile**
- **Rabatterwartungen der Verbraucher steigen**

Die Abwrackprämie hatte sicher einen wichtigen psychologischen Effekt, nämlich in einer Krise den Konsum anzukurbeln. Allerdings hat die Abwrackprämie die reale Marktsituation künstlich verzerrt.

„Der klassische Autohandel nutzte den blinden Kaufrausch der Kunden aus, die auf die Abwrackprämie gesetzt haben“, sagt Alexander Bugge, Geschäftsführer von MeinAuto.de. „Wie sonst ist es zu erklären, dass die Rabatte für viele Autos heute ohne Abwrackprämie höher sind als vor einem Jahr mit Abwrackprämie?“

Gerade Internetvermittler bieten derzeit zum Teil höhere Nachlässe auf Neuwagen wie 2009. Dahinter steht die Tatsache, dass durch die Abwrackprämie und die Nachlässe im letzten Jahr die Rabatterwartungen der Verbraucher gestiegen sind. Händler führen jetzt im ohnehin margenschwachen Neuwagengeschäft einen noch härteren Preiskampf. Insbesondere Kleinwagenhersteller konnten ihre Absatzzahlen 2009 steigern, heute - 1 Jahr nach der Abwrackprämie - ist der Abverkaufsdruck in den tiefpreisigen Segmenten höher denn je. Gerade Händler von Massenherstellern erleben 2010 aufgrund der vielen vorgezogenen Abwrackkäufe starke Umsatzeinbußen und bieten teilweise Nachlässe von 40 Prozent.

Deutsche Marken konnten unterm Strich nicht von der Abwrackprämie profitieren. Betrachtet man den reinen Fahrzeugbestand in Deutschland, so haben inländische Autobauer insgesamt Marktanteile an Importeurs-Marken verloren. Ob diese Kunden beim nächsten Autokauf zu deutschen Fabrikaten zurückkehren oder langfristig an ausländische Autobauer verloren sind, wird sich in den kommenden Jahren zeigen.

Internetvermittler geraten verstärkt in den Fokus der Verbraucher, da sie den Kunden den Wunsch nach Markt- und Preistransparenz erfüllen und dabei helfen, Geld zu sparen. Der Trend geht dahin, auch hochpreisige Produkte wie Neuwagen über das Internet zu beziehen.

MeinAuto.de

MeinAuto.de ist der Marktführer unter den Neuwagenvermittlern im Internet. Der Kunde kann im Internet nahezu jedes auf dem deutschen Markt lieferbare Neufahrzeug konfigurieren und erhält direkt einen Endpreis. Internetvermittler verhandeln mit ihren Partnerhändlern Nachlässe für Neuwagen. Kunden bekommen ihren Neuwagen so zu sehr guten Konditionen, ohne dafür mühsam verhandeln zu müssen. Dabei bieten Vermittler neben einem guten Preis-Leistungsverhältnis auch Testberichte und Fahrzeugvideos sowie umfangreiche Service- und Beratungsdienstleistung. In einer vom TÜV Saarland durchgeführten Kundenbefragung im Juli 2010 überzeugte der Internetvermittler MeinAuto.de besonders in den Kategorien Beratungsqualität (Note 1,3), Freundlichkeit (Note 1,2) und Fachkompetenz (Note 1,5). Alle Servicedienstleistungen der Vermittler sind für Verbraucher kostenlos. Vermittler werden von den Partnerhändlern bezahlt. Die Händler profitieren von dem zusätzlichen Absatzkanal, erhöhen ihr Absatzvolumen und erreichen so leichter die hohen Ziele der Hersteller.

Impressum

Der Neuwagen Markt Report wird veröffentlicht von:

MeinAuto GmbH

Venloer Straße 151-153
50672 Köln

Geschäftsführer: Alexander Bugge

Pressekontakt:

Andreas Partz
Telefon: 0221 – 29 28 31-12
E-Mail: partz@meinauto.de