

Neuwagenmarkt: SUV-Boom hält an

Einer von drei in Deutschland über das Internet nachgefragten Neuwagen ist ein SUV oder Geländewagen. In deutschen Großstädten sind sie fest etabliert.

Köln, 25. März 2019 – Die beliebtesten Neuwagen in Deutschland sind SUV und Geländewagen. Jeder dritte Pkw, der über das Internet nachgefragt wird, ist einem dieser beiden Segmente zuzuordnen. Eine Erfolgsgeschichte, die zunehmend auch auf die steigende Nachfrage in Großstädten zurückzuführen ist. Urbane Regionen und Geländewagen scheinen zwar auf den ersten Blick nicht ganz passend. Ob ein Modell dem SUV- oder Geländewagensegment zugeordnet wird, spielt bei der Analyse jedoch eine eher untergeordnete Rolle – denn: Das Gros der Hersteller und Importeure verzichtet bei der Mehrheit der angebotenen Modelle weitgehend auf echte Geländetauglichkeit. Optisch sind beispielsweise ein KIA Sportage, Ford Edge oder der beliebte Seat Ateca, die vom Kraftfahrt-Bundesamt (KBA) als SUV geführt werden, nicht von Modellen wie dem VW Tiguan, Skoda Kodiaq oder BMW X3, die als Geländewagen gelistet sind, zu unterscheiden. Für die meisten Kaufinteressenten ist die Eignung fürs Gelände überdies kein entscheidendes Kaufkriterium. Sie unterscheiden die beiden Segmente nicht, weshalb nahezu alle Modelle des SUV- und Geländewagensegments insbesondere „wegen der hohen Sitzposition“ und der deshalb „guten Übersicht“ als trendig, urbane Lifestyle Fahrzeuge wahrgenommen und nachgefragt werden.

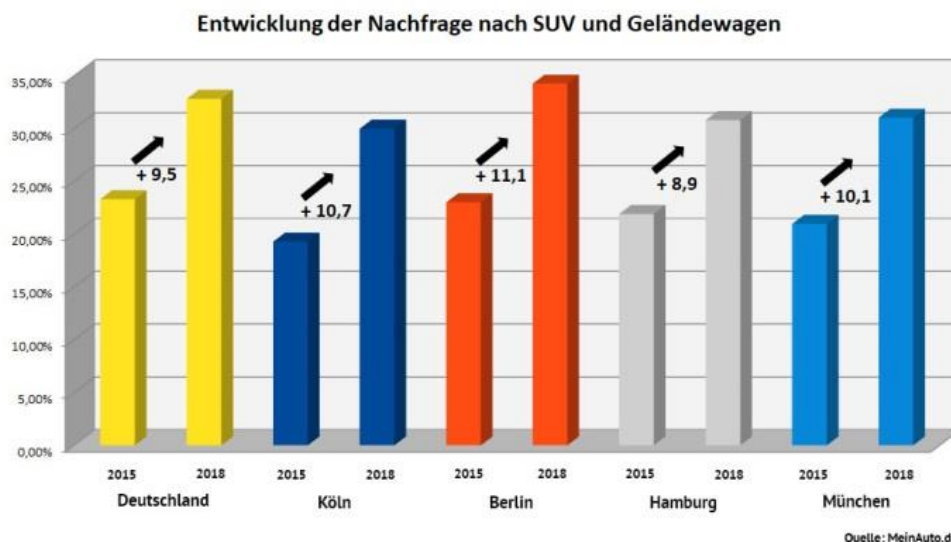
„Das wachsende Modellangebot im SUV-Segment führt dazu, dass viele Kaufinteressenten bereits während der Informationsphase mindestens eine SUV-Alternative in Betracht ziehen“, weiß Alexander Bugge, Gründer und Geschäftsführer von MeinAuto.de.

Ein Trend, der statistisch vor allem zu Lasten wendiger Stadtflitzer aus dem Kleinst- und Kleinwagensegment sowie der Kompaktklasse verläuft. Die Nachfrage nach Modellen dieser Segmente ist im gleichen Zeitraum stark rückläufig. Welche Segmente Kaufinteressenten aktuell wie stark nachfragen, grundlegende Entwicklungen sowie Trends in deutschen Großstädten hat der Neuwagenvermittler MeinAuto.de analysiert.

Jeder Dritte Berliner will ein SUV

Fahrzeuge aus dem SUV- und Geländewagensegment sind mit 32,8 Prozent die am stärksten nachgefragten Neuwagen in Deutschland. Fragte in 2015 noch knapp ein Viertel der über das Internet gewonnenen Kaufinteressenten ein Modell dieser Segmente nach, war dies im vergangenen Jahr bereits jeder Dritte – ein Anstieg gegenüber 2015 von 9,5 Prozentpunkten. Erobert wurden insbesondere Kunden aus dem Kleinst- und Kleinwagensegment sowie der Kompaktklasse. Doch nicht nur die deutschlandweite

Verschiebung zwischen den Segmenten fällt auf. Eine Analyse der Nachfrage urbaner Räume zeigt, dass der Siegeszug des SUV nicht zuletzt auf seine steigende Beliebtheit in deutschen Städten – für die exemplarisch vier deutsche Großstädte betrachtet wurden – zurückzuführen ist. Allen voran die Bewohner der Hauptstadt, fragen mit einem Anteil von 34,24 Prozent überdurchschnittlich häufig SUV und Geländewagen nach – ein Anstieg gegenüber 2015 von über 11 Prozentpunkten. So wird deutlich, dass der Boom von Kuga, Tiguan und Co auch mit der Begeisterung der Städter für die hochgelegten Autos einhergeht. Die praktischen Vorzüge wendiger Kleinst- und Kleinwagen sorgen dagegen immer seltener für starke Absatzzahlen. Die wuchtigen Platzhirsche, die zumindest noch optisch an einen Geländewagen erinnern, erfreuen sich großer Beliebtheit und sorgen zudem für höhere Renditen der Autokonzerne.



Über MeinAuto.de

Mit jährlich über 17 Millionen Website-Besuchern ist MeinAuto.de Marktführer unter den Internetvermittlern von Neuwagen. Interessenten können markenübergreifend aus über 600 Modellen von mehr als 40 Herstellern und Importeuren wählen. Verbraucher erhalten, ausgehend von ihren persönlichen Kaufbedürfnissen mithilfe des Neuwagenkonfigurators passende Modelle, konfigurieren ihr individuelles Neufahrzeug und können es zum Internetpreis bei einem deutschen Automobilhändler erwerben. Der Vermittlungsservice und die unabhängige Beratung von MeinAuto.de sind für Kunden kostenlos. Die MeinAuto GmbH betreibt neben ihrem Kernprodukt MeinAuto.de das Händlerprodukt MeinAuto local sowie den B2B-Geschäftsbereich Pro-Neuwagen. Über diese Produkt- und Geschäftsbereiche kooperiert die MeinAuto GmbH mit über 9.000 Partnern im deutschen Automobilhandel.

Weitere Daten und Fakten über MeinAuto.de unter <https://www.meinauto.de/presse/>

Für Journalisten/Medien

Die Presseabteilung von MeinAuto.de bietet fundierte Datenanalysen und Markteinschätzungen auf Basis von mehr als 8 Millionen Neuwagenkonfigurationen und

über einer halben Millionen Kaufanfragen von Verbrauchern jährlich. Dazu gehören beispielsweise Rabattübersichten, Auswertungen von lokalem, regionalem und bundesweitem Kaufverhalten, Lieferzeiten, demographische Käuferanalysen oder Ähnliches - auf Wunsch in Verbindung mit einem Expertenkommentar von Alexander Bugge, Gründer und Geschäftsführer von MeinAuto.de.