

IMAS Report

Marktforschung | Research | Demoskopie
Aktuelle Umfragen zu Wirtschaft und Gesellschaft

Treiber und Trends beim Autokauf

Basis: Österreichische Bevölkerung ab 16 Jahre

Nr. 05

2013

16% der Österreicher planen einen Autokauf in den nächsten 1-2 Jahren durchzuführen. Entscheidende Kauffaktoren sind vor allem das gute Preis-Leistungsverhältnis bzw. der Anschaffungspreis. Obwohl z.B. der Elektroantrieb als wichtigster Trend gesehen wird, lehnen 45% der Autokaufplaner in Österreich einen Mehrpreis für einen umweltverträglicheren Antrieb ab. Die wichtigste Informationsquelle bei der Kaufvorbereitung ist der Händlerbesuch.

Die derzeitige Schwäche des europäischen Pkw-Neuzulassungsmarktes ist auch in Österreich angekommen, auch wenn im letzten Jahr noch das zweithöchste jemals erhobene Gesamtjahresergebnis erreicht wurde, so ist laut Statistik Austria insgesamt ein Rückgang um 5,7% im Vergleich zu 2011 zu verzeichnen. Doch was plant der Österreicher in Punkto Autokauf, welche Gründe sind beim Autokauf entscheidend, wie informiert er sich im Vorfeld und welche Trends sieht er zukünftig in der Pkw-Entwicklung als relevant an? Diesen Fragen ist das IMAS Institut im Jänner 2013 auf den Grund gegangen.

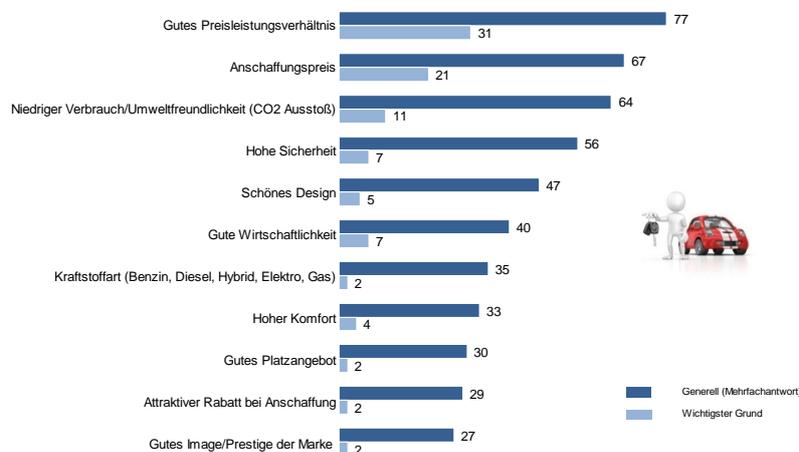
Laut der Österreichischen Verbraucheranalyse (ÖVA) 2012 des IMAS Institutes kommt für gut jeden sechsten Österreicher (16%) der Autokauf in den nächsten ein bis zwei Jahren in Betracht. Dabei ist die Top-Markenpräferenz ident mit den tatsächlichen Verkaufszahlen aus 2012: VW hat die höchsten Zustimmungswerte. Danach

folgen die deutschen Premiumhersteller Audi und BMW (die beiden befinden sich jedoch nicht unter den Top 5 Herstellern in 2012, Quelle: Statistik Austria).

Entscheidungsgründe für den Autokauf

Basis: Autokaufplaner

Frage: "Was sind die Gründe, die zur Entscheidung für Ihren nächsten Autokauf für Sie wichtig sind?", bzw. "Und welcher Grund ist für Ihren nächsten Autokauf nach heutiger Sicht am wichtigsten?"



IMAS
International

Österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren, Jänner 2013

Eine aktuelle IMAS-Studie vom Jänner 2013 zeigt die relevanten Entscheidungskriterien beim Autokauf: Wenn es um die Entscheidung für oder gegen eine bestimmte Automarke oder ein bestimmtes Modell

geht, sehen 31% der Österreicher, die sich mit dem Thema Autokauf beschäftigen, das Preis-Leistungsverhältnis als wichtigsten Kaufgrund an (grundsätzlich wichtig für

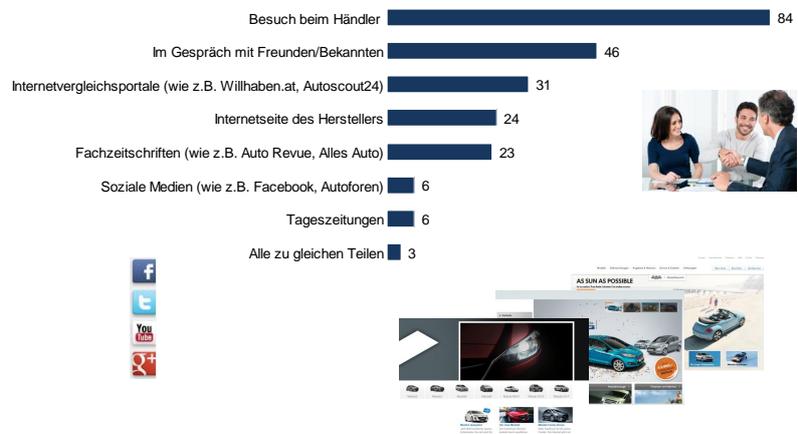
77%), gefolgt vom (diesen Grund maßgeblich beeinflussenden) Anschaffungspreis (für 21% am wichtigsten, grundsätzlich wichtig für 67%). Ist vor allem der Altersgruppe der 30-49-Jährigen das Preis-Leistungsverhältnis sehr wichtig, so ist der Anschaffungspreis eher für die 16-29-Jährigen von besonderer Relevanz. Mit deutlichem Abstand folgt erst die Umweltverträglichkeit (für 11% am wichtigsten, grundsätzlich wichtig für 64%) sowie hohe Sicherheit bzw. gute Wirtschaftlichkeit (für je 7% am wichtigsten, grundsätzlich wichtig für 56% bzw. 40%). Auch modellbezogene Themen wie schönes Design (für 5% am wichtigsten, grundsätzlich wichtig für 47%), hoher Komfort (für 4% am wichtigsten, grundsätzlich wichtig für 33%) und gutes Platzangebot (für 2% am wichtigsten, grundsätzlich wichtig für 30%) sind von nachrangiger Bedeutung. Attraktiver Rabatt, gutes Markenimage und die Kraftstoffart spielen keine wesentliche Rolle bei der Entscheidung (für je 2% am wichtigsten), auch wenn es für zwischen 27% und 35% der Befragten grundsätzlich wichtig ist.

Wenn ein Autokauf konkret geplant wird, so informiert man sich über das neue Auto am ehesten beim Händler mit einem Besuch vor Ort (84%), was vor allem weibliche Käufer verstärkt machen (91%). Etwa jeder Zweite spricht auch mit Freunden und Bekannten über das geplante Auto (46%). Etwa ein Drittel der Autokaufplaner nutzt Vergleichsportale im Internet wie z.B. Autoscout24.at, gebrauchtwagen.at oder willhaben.at, hier sind es vor allem die jüngeren Kaufplaner im Alter von 16-29 Jahren (40%). Auch die Internetseiten der Hersteller, die generell von 24% der Kaufplaner genutzt werden, werden eher von den Jüngeren zur Informationsbeschaffung über das geplante Modell aufgesucht (31% in der Altersgruppe der 16-29-Jährigen). Immerhin 23% nutzen auch Fachzeitschriften zur Infosuche (hier vor allem Männer mit 32%), soziale Medien und Tageszeitungen werden dagegen fast gar nicht genutzt (je 6%).

Informationskanäle vor dem Kauf

Basis: Autokaufplaner

Frage: "Wenn Sie sich konkret über ein neues Auto informieren möchten, über welchen Kanal machen Sie das? Bitte nennen Sie maximal drei Kanäle."



IMAS International

Österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren, Jänner 2013

Bei der Wahl des zukünftigen Kraftstoffes liegen die konventionellen Arten Benzin und Diesel nahezu gleich auf (32% bzw. 34%). Moderne, alternative Antriebe wie Hybrid oder (rein) elektrisch werden aber noch sehr selten geplant (6% bzw. 2%). Ein Hybridantrieb ist jedoch besonders für Personen mit höherem Bildungsabschluss von Interesse (12%). Gasantriebe sind nur für 1% vorstellbar, ein Viertel ist sich noch gänzlich unschlüssig.

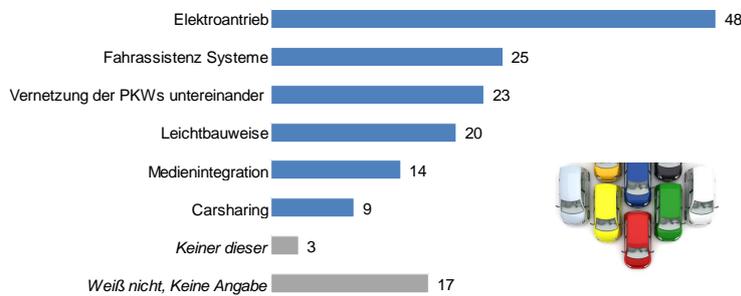
Für umweltverträglichere Antriebe auch Mehrkosten in Kauf zu nehmen, wären 45% der Befragten nicht bereit, hier vor allem Personen mit niedrigerem Bildungsabschluss. Wenn Bereitschaft besteht, dann bis maximal 2.000 € (26%), insbesondere bei Personen mit Matura oder Universitätsabschluss ist dies der Fall (32%); nur mehr eine kleine Gruppe ist bereit, 2.000 bis 5.000 € oder sogar noch mehr zu bezahlen (5% bzw. 1%). Auch hier will etwa ein Viertel der Befragten keine Aussage treffen.

Als wichtigster Trend in der Pkw-Entwicklung in den kommenden 5 bis 10 Jahren wird der Elektroantrieb gesehen (48%). Fahrassistenzsysteme (z.B. Auto fährt selbst, Leuchtweite passt sich Geschwindigkeit an) und die Vernetzung der Pkws untereinander (zur Stauvermeidung, Geschwindigkeitsregelung o.ä.) folgen mit Abstand (25% bzw. 23%). Die Leichtbauweise, wie sie beispielsweise BMW mit dem Verbundwerkstoff Karbon plant, wird von einem Fünftel der Befragten als zukunftsweisend genannt. Die multimediale Vernetzung des Autos mit dem Internet sehen nur 14% als trendig an, wahrscheinlich auch deswegen, weil Internetnut-

Trends in den nächsten 5 bis 10 Jahren

Basis: Autokaufplaner

Frage: "Welche dieser Trends wird Ihrer Meinung nach in den nächsten 5-10 Jahren die Pkw-Entwicklung am meisten beeinflussen? Bitte nennen Sie maximal zwei Trends."



IMAS International Österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren, Jänner 2013

zungsmöglichkeiten (vor allem) in Premiumfahrzeugen schon erhältlich sind. Carsharing, ein Trend, den verschiedene Autohersteller bereits vor allem in Großstädten anbieten, wird nach Ansicht der Befragten keine große Bedeutung in Österreich erhalten (9%). Etwa 20% der Befragten wollen keinen dieser Trends bestätigen.

einander (zur Stauvermeidung, Geschwindigkeitsregelung o.ä.) folgen mit Abstand (25% bzw. 23%). Die Leichtbauweise, wie sie beispielsweise BMW mit dem Verbundwerkstoff Karbon plant, wird von einem Fünftel der Befragten als zukunftsweisend genannt. Die multimediale Vernetzung des Autos mit dem Internet sehen nur 14% als trendig an, wahrscheinlich auch deswegen, weil Internetnut-

Dokumentation	
Zeitraum der Umfragen:	ÖVA: September 2011 bis Juni 2012 <i>Mehrthemenumfrage</i> : 17.01. bis 01.02.2013
Samples:	ÖVA: n=8.000 Personen / Umfrage, statistisch repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren, Quotaauswahl, face-to-face <i>Mehrthemenumfrage</i> : n=1.004 Personen, statistisch repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren, Quotaauswahl, face-to-face
Archiv-Nr. der Umfragen:	ÖVA: 912001 <i>Mehrthemenumfrage</i> : 013011

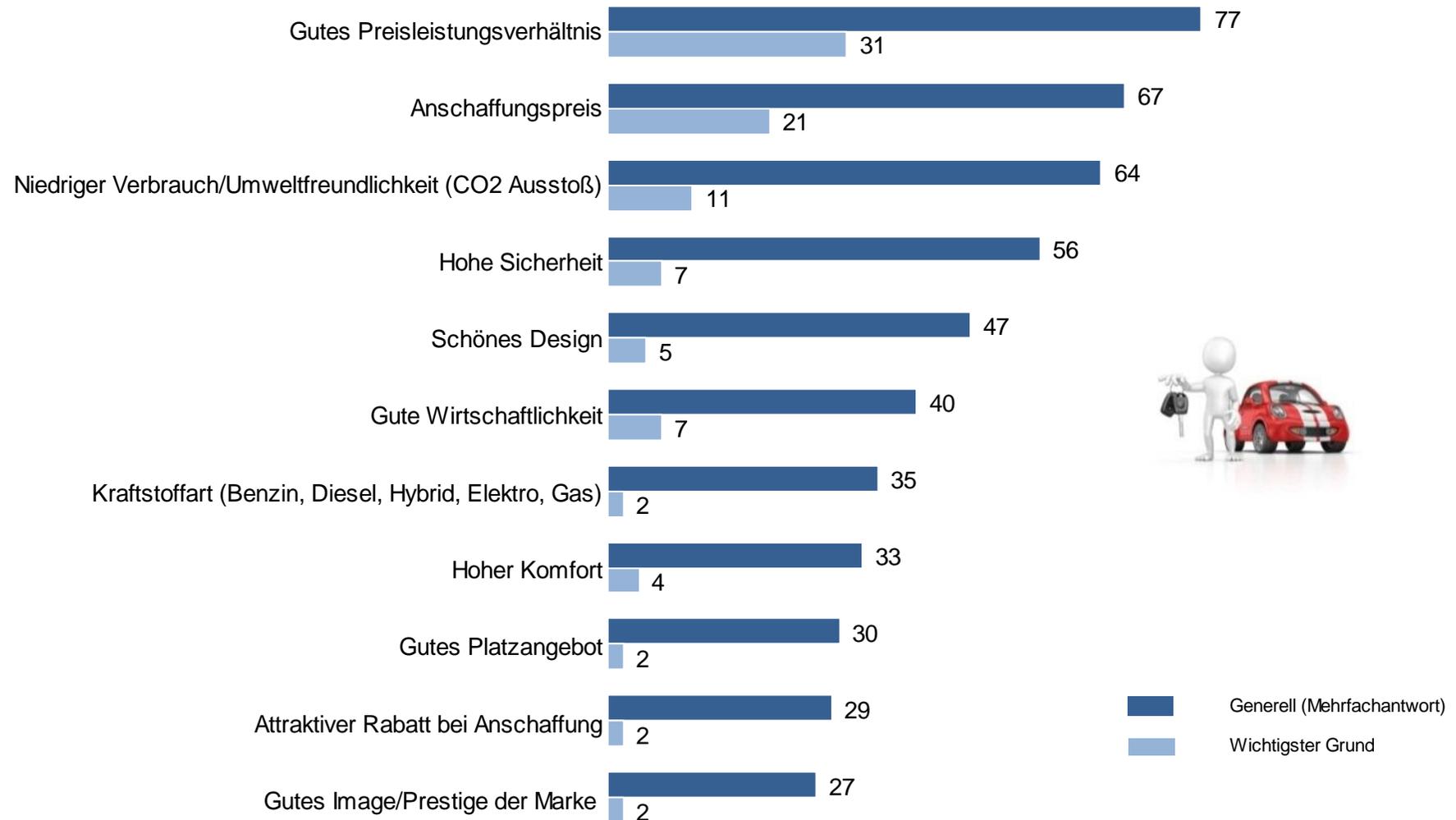
IMPRESSUM:

Informationsdienst der Markt- und Meinungsforschung. Medieninhaber, Herausgeber und Hersteller: IMAS-International – Institut für Markt- und Sozialanalysen GmbH, A-4020 Linz, Gruberstraße 2-6, Tel.: 0732/77 22 55-0, Fax: 0732/77 22 55-5, E-Mail: office@imas.at

Entscheidungsgründe für den Autokauf

Basis: Autokaufplaner

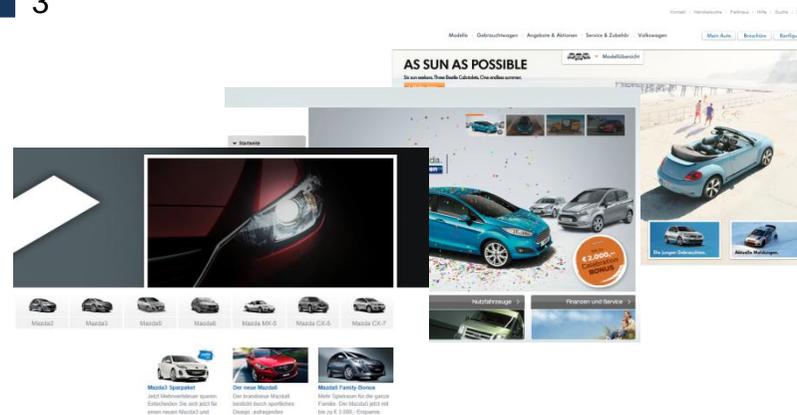
Frage: "Was sind die Gründe, die zur Entscheidung für Ihren nächsten Autokauf für Sie wichtig sind?," bzw. "Und welcher Grund ist für Ihren nächsten Autokauf nach heutiger Sicht am wichtigsten?"



Informationskanäle vor dem Kauf

Basis: Autokaufplaner

Frage: "Wenn Sie sich konkret über ein neues Auto informieren möchten, über welchen Kanal machen Sie das? Bitte nennen Sie maximal drei Kanäle."



Trends in den nächsten 5 bis 10 Jahren

Basis: Autokaufplaner

Frage: "Welche dieser Trends wird Ihrer Meinung nach in den nächsten 5-10 Jahren die Pkw-Entwicklung am meisten beeinflussen? Bitte nennen Sie maximal zwei Trends."

