

12.05.2015,

Junge Deutsche können oder wollen sich keinen Neuwagen mehr leisten



Seltenheitswert, nicht nur in Deutschland: Junge Neuwagenkäuferin. / Bild: (c)

Deutschlands **Neuwagenkäufer** werden immer älter. Drei Viertel älter als 45 Jahre.

Duisburg. Wer sich dieses Jahr in Deutschland zwischen Anfang Jänner und Ende März ein neues **Fahrzeug** angeschafft hat, war im Schnitt 53 Jahre alt, wie eine am Dienstag veröffentlichte Studie des CAR-Center Automotive Research an der Universität Duisburg-Essen ergab.

"Damit hat sich der Altersprozess im neuen Jahr deutlich beschleunigt", sagte Institutsleiter Ferdinand Dudenhöffer. Inzwischen werde nur noch jeder Vierte privat gekaufte Neuwagen von Menschen erworben, die jünger als 45 Jahre sind: "Im deutschen Automarkt gibt es wieder einen Altersrekord."

Zum Vergleich: 1995 hatte der Altersschnitt noch bei 46,1 Jahren gelegen, fast die Hälfte (48,1 Prozent) aller von Privatkunden gekauften Neuwagen seien damals von unter 45-Jährigen gekauft worden, betonte Dudenhöffer. "Die jungen Kunden bleiben dem

Neuwagenkauf fern. Echte Neuwagen sind nur noch was für die Älteren." Mittlerweile seien 35 Prozent aller Neuwagenkäufer 60 Jahre und älter.

"Auto hat wesentlich an Emotion verloren"

Dieser "Methusalem-Effekt" gehe nicht nur auf den demografischen Wandel zurück. Zudem sorgten Autobauer mit ihren hohen Anteilen an taktischen Zulassungen dafür, dass junge Käufer günstigere "junge Gebrauchtwagen" erwerben, sagte der Experte. Und: Besonders in Großstädten werde das Auto als Statussymbol für junge Menschen immer unbedeutender: "Das Auto hat für Großstadtbewohner wesentlich an Emotion verloren."

(dpa)

Handelsblatt

BMW, AUDI, PORSCHE

Autokäufer werden immer älter

Autor: Lukas Bay

Datum: 12.05.2015

Der „Methusalem-Effekt“ hat die Autohäuser erreicht: Der durchschnittliche Autokäufer wird immer älter. Das zeigt eine neue Studie. An der Entwicklung sind die Autobauer nicht unschuldig.



Alte Autokäufer

Wie alt sind die Käufer eines Audis durchschnittlich? Ferdinand Dudenhöffer hat eine Studie dazu geschrieben. (Foto: dpa)

Düsseldorf Wer in Deutschland einen Neuwagen kauft, ist im Schnitt 53 Jahre alt - und damit deutlich älter als die Gesamtbevölkerung. Das zeigt eine neue Studie des

CAR-Instituts der Universität Duisburg-Essen. Nur noch einer von vier Neuwagen wird überhaupt an Kunden verkauft, die jünger sind als 45 Jahre. Vor 20 Jahren war es noch jeder Zweite. Im Autohaus sind die Alten die besten Kunden.

Denn die jungen Käufer greifen meist zum Schnäppchen. Mit Tageszulassungen und jungen Gebrauchten polieren die Autobauer ihre Zulassungsstatistik auf. Doch die Tricks hinterlassen auch Spuren in der Altersstruktur. „Die Autobauer in Deutschland trainieren ihre Kunden auf Tageszulassungen, Jungwagen, Schnäppchen“, sagt Studienautor Ferdinand Dudenhöffer.

Der deutsche Autobauer Opel, der in den vergangenen Monaten auf einen vergleichsweise hohen Anteil an Eigenzulassungen gesetzt hat, kommt in der Studie des CAR-Instituts auf den branchenweit zweithöchsten Altersdurchschnitt. Ein Opel-Käufer ist im Schnitt 55,5 Jahre alt. Konkurrent Ford, der die Eigenzulassungen zuletzt zurückgefahren hat, konnte den Altersschnitt auf 51,5 Jahre senken. Wer einen Ford kaufen will, muss wieder zum „echten Neuwagen“ greifen.

Aber auch der Preis hält junge Autokäufer fern: Porsche und Mercedes rangieren in der Altersrangliste auf den vorderen Plätzen. „Der Porsche Neuwagen ist eher was für Opas“, lästert Studienautor Dudenhöffer. Und auch ein anderer Trend macht den Autobauern zu schaffen. Besonders in den Großstädten verzichten junge Autofahrer oft ganz auf ein eigenes Auto und setzen auf alternative Verkehrskonzepte. Gerade in urbanen Regionen hält der Trend zum Carsharing ungebrochen an.



12.05.2015

Neuwagenkäufer werden immer älter

Neuwagenkäufer in Deutschland werden immer älter. Im ersten Quartal 2015 war der Käufer eines neuen Autos im Schnitt 53 Jahre alt, wie der Autoforscher Ferdinand Dudenhöffer in Duisburg mitteilte.

Neuwagenkäufer in Deutschland werden immer älter. Im ersten Quartal 2015 war der Käufer eines neuen Autos im Schnitt 53 Jahre alt, wie der Autoforscher Ferdinand Dudenhöffer in Duisburg mitteilte. Vor 20 Jahren seien Neuwagenkäufer dagegen mit durchschnittlich 46,1 Jahren noch deutlich jünger gewesen.

Wurden 1995 noch 48,1 Prozent aller von Privatkunden gekauften Neuwagen von der Altersgruppe unter 45 Jahren gekauft, waren es im ersten Quartal 2015 demnach nur noch 25 Prozent. "Die jungen Kunden bleiben dem Neuwagenkauf fern", teilte Dudenhöffer mit.



Neuwagenkäufer in Deutschland werden immer älter. Im ersten Quartal 2015 war der Käufer eines neuen Autos im Schnitt 53 Jahre alt, wie der Autoforscher Ferdinand Dudenhöffer in Duisburg mitteilte.

Als Gründe für das Fehlen junger Kunden im Automarkt macht der Forscher drei Tendenzen verantwortlich: Erstens mache der demografische Wandel in Deutschland auch vor dem Automarkt nicht Halt. Zweitens würden die Autobauer junge Käufer zu "Schnäppchen-Jägern" trainieren - zum Beispiel mit günstigeren Tageszulassungen. Darunter werden Autos verstanden, die lediglich einen "Scheinbesitzer" hatten, etwa auf das Autohaus zugelassen waren und im Grunde Neuwagen sind. Als dritten Grund macht Dudenhöffer einen Trend unter jungen Großstädtern aus, für die das Auto als Statussymbol unbedeutender werde.

Duisburg (AFP)



Neuwagenkäufer werden immer älter

Von: amv

Letzte Aktualisierung: 13. Mai 2015,



Das Alter von Neuwagenkäufer steigt kontinuierlich. Foto: dpa

DUISBURG. Die Autoindustrie plagt ein Problem. Das Alter von Neuwagenkäufer steigt kontinuierlich. Im Durchschnitt 53 Jahre alt ist, wer den Kaufvertrag eines

Neufahrzeugs unterschreibt. Dies ist die Quintessenz einer Marktuntersuchung des CAR-Center Automotive Research in Duisburg.

Im Vergleich zu vorangegangenen Erhebungen hat sich der Altersprozess deutlich beschleunigt. Noch offensichtlicher wird der Trend, wenn man sich die Altersgruppe der „unter 45-Jährigen“ anschaut. Nur noch 25 Prozent aller privaten Neuwagenkäufer sind unter 45 Jahre. Gleichzeitig stellt aber die Gruppe der 18 bis 45-jährigen 40 Prozent der erwachsenen Bevölkerung in Deutschland.

In Summe sind drei Gründe für das Fehlen der jungen Käufer verantwortlich, sagt CAR-Leiter Ferdinand Dudenhöffer: „Erstens, der demographische Wandel spiegelt sich im Neuwagenmarkt. Zweitens, die Autobauer lenken mit ihren hohen Anteilen an taktischen Zulassungen junge Käufer auf junge Gebrauchtwagen. Der dritte Grund: In Großstädten wird das Auto als Statussymbol für junge Menschen unbedeutender.“ Das Auto habe für Großstadtbewohner „wesentlich an Emotion und Notwendigkeit verloren“.

Interessant in diesem Zusammenhang die Altersstruktur der Neuwagenkäufer der deutschen Autobauer im ersten Quartal. Mit 56,1 Jahre hat Porsche die ältesten Kunden. Nicht viel jünger sind laut der Marktanalyse die Opel- und VW-Neuwagenkäufer. Für Ford liegt der Wert bei 51,5 Jahren. Laut Dudenhöffer entscheiden sich jüngere Käufer mehr und mehr für Tageszulassungen, Vorfürwagen oder junge Gebrauchtwagen. Ein Großteil solcher Fahrzeuge wird mit Rabatten von 25 Prozent und mehr gegenüber dem Listenpreis auf die Händlerhöfe gestellt.

„Autobauer trainieren die jungen Käufer zu Schnäppchenjägern“, schildert der Branchenkenner seine Beobachtungen. Ein problematischer Effekt, meint er. Für die Autobauer habe dies langfristige Ertragsfolgen, denn es werde sehr schwer werden, die zufriedenen Tageszulassungskäufer auf rabattärmere Original-Neuwagen wieder umzupolen. „Der einzige Unterschied ist der Preis und wer zum Schnäppchen-Jäger trainiert wurde, ist schwer zu bekehren“, befürchtet der Branchenexperte.

Zudem spiele der Preis noch eine weitere Rolle. Der Durchschnitts-Neuwagen kommt heute auf 25.000 Euro. Gleichzeitig hat insbesondere bei jungen Menschen das Auto durch neue konkurrierende Angebote anderer Produkte - wie Urlaube, Trendsportarten, Internet-Devices wie Smart-Phones in den letzten Jahren deutlich zugenommen. Dudenhöffer Fazit: „Der Neuwagen hat seinen früheren Stellenwert eingebüßt. Bei hohen und steigenden Preisen für Neuwagen flacht das Interesse ab und springt zu anderen Produkten.“



Neuwagenkäufer immer älter

Nein, es ist nicht Mercedes: Diese Automarke hat die ältesten Kunden

Mittwoch, 13.05.2015,

Neuwagen sind nur noch was für ältere Herrschaften. Aber daran ist nicht nur der demographische Wandel schuld, wie eine Studie nun postuliert. Auch die Hersteller selbst sorgen für ein steigendes Durchschnittsalter.

Das Durchschnittsalter der deutschen Neuwagenkäufer hat einen neuen Rekordwert erreicht. Im ersten Quartal des Jahres lag er bei 53 Jahren, wie das Center of Automotive Research (CAR) an der Universität Duisburg-Essen ermittelt hat. Im Gesamtjahr 2014 war der deutsche Neuwagenkäufer noch im Schnitt 52,1 Jahre alt, vor 20 Jahren sogar lediglich 46,1 Jahre.

Porsche-Kunden sind die ältesten

- **Am ältesten waren der Studie zufolge im ersten Quartal 2015 die Kunden von Porsche mit durchschnittlich 56,1 Jahren.**
- Opel folgte mit 55,5 Jahren, Mercedes mit 55,1 Jahren.
- Marktführer VW kam auf 54,9 Jahre.
- **Etwas jünger ist die Kundschaft der sportlicher positionierten Premiummarken BMW (53,3 Jahre) und Audi (52,6 Jahre).**
- Fast schon jugendlich mutet der durchschnittliche Ford-Kunde mit 51,5 Jahren an.

Allein der demographische Wandel kann laut den Wissenschaftlern um Professor Dudenhöffer das Alterungs-Phänomen nicht erklären. Ein weiterer Grund liegt den Experten zufolge in der Preispolitik von Herstellern und Handel. So haben sie einen Zusammenhang von Durchschnittsalter und der Eigenzulassungsquote entdeckt. Letztere beschreibt den Anteil von Fahrzeugen, die nicht auf private oder gewerbliche Käufer zugelassen sind, sondern auf Handel oder Hersteller selbst. Dieser Wert steigt seit Jahren an, zuletzt im Gleichschritt mit dem Durchschnittsalter.

Künstlich Gebrauchtwagen erzeugt

Das Manöver mit den „Scheinbesitzern“ dient dazu, die Autos künstlich zu Gebrauchtwagen zu machen und so hohe Rabatte geben zu können – ohne das Preisgefüge der Marke durcheinander zu bringen. Vor allem die jungen Käufer passen der Studie zufolge ihr Kaufverhalten an und verzichten auf „echte Neuwagen“. Bei den Autoherstellern senkt das langfristig den Ertrag, warnt Dudenhöffer.

Als weiteren Grund für den Methusalem-Effekt haben die Wissenschaftler die schwindende Bedeutung des Autos, vor allem bei jungen Großstadtbewohnern ausgemacht. Zum einen gewinnen neue Alternativen zum Autobesitz wie etwa Carsharing an Beliebtheit, zum anderen konkurrierten beim Konsum neue Produkte wie Mobiltelefone oder Trendsportarten mit dem Auto.



MÜNCHEN ▾ BAYERN SPORT ▾ STARS REISE ▾ **AUTO** ▾ LUST ▾ ABO ▾ MEHR ▾



Auto

Studie: Neuwagen-Käufer werden immer älter

Methusalem-Effekt?

Ü50: Neuwagen-Käufer waren noch nie so alt

Aktualisiert: 12.05.15 - 12:58



Auf dem deutschen Automarkt gibt es einen neuen Altersrekord. Deutschlands Neuwagenkäufer werden immer älter. An der steigenden Lebenserwartung liegt es, laut Experten, aber nicht.

Wer sich dieses Jahr zwischen Anfang Januar und Ende März ein neues Fahrzeug angeschafft hat, war im Schnitt 53 Jahre alt, wie eine am Dienstag veröffentlichte Studie des CAR-Center Automotive Research an der Universität Duisburg-Essen ergab.

„Damit hat sich der Altersprozess im neuen Jahr deutlich beschleunigt“, sagte Institutsleiter Ferdinand Dudenhöffer. Inzwischen werde nur noch jeder Vierte privat gekaufte Neuwagen von Menschen erworben, die jünger als 45 Jahre sind: „Im deutschen Automarkt gibt es wieder einen Altersrekord.“

1995 kauften 45-Jährige noch Neuwagen

Zum Vergleich: 1995 hatte der Altersschnitt noch bei 46,1 Jahren gelegen, fast die Hälfte (48,1 Prozent) aller von Privatkunden gekauften Neuwagen seien damals von unter 45-Jährigen gekauft worden, betonte Dudenhöffer. „Die jungen Kunden bleiben

dem Neuwagenkauf fern. Echte Neuwagen sind nur noch was für die Älteren.“
Mittlerweile seien 35 Prozent aller Neuwagenkäufer 60 Jahre und älter.

Demographischer Wandel

Dieser „Methusalem-Effekt“ gehe nicht nur auf den demographischen Wandel zurück. Zudem sorgten Autobauer mit ihren hohen Anteilen an taktischen Zulassungen dafür, dass junge Käufer günstigere „junge Gebrauchtwagen“ erwerben, sagte der Experte. Und: Besonders in Großstädten werde das Auto als Statussymbol für junge Menschen immer unbedeutender: „Das Auto hat für Großstadtbewohner wesentlich an Emotion verloren.“

DIE WELT

[Motor](#)

Hausgemachter Methusalem-Effekt

12.05.15

Neuwagenkäufer immer älter

Neuwagen sind nur noch was für ältere Herrschaften. Aber daran ist nicht nur der demographische Wandel schuld, wie eine Studie nun postuliert. Auch die Hersteller selbst sorgen für ein steigendes Durchschnittsalter.



Foto: DVR

Die Neuwagenkäufer in Deutschland werden immer älter

Das Durchschnittsalter der deutschen Neuwagenkäufer hat einen neuen Rekordwert erreicht. Im ersten Quartal des Jahres lag er bei 53 Jahren, wie das Center of Automotive Research (CAR) an der Universität Duisburg-Essen ermittelt hat. Im Gesamtjahr 2014 war der deutsche Neuwagenkäufer noch im Schnitt 52,1 Jahre alt, vor 20 Jahren sogar lediglich 46,1 Jahre.

Am ältesten waren der Studie zufolge im ersten Quartal 2015 die Kunden von Porsche mit durchschnittlich 56,1 Jahren. Opel folgte mit 55,5 Jahren, Mercedes mit 55,1 Jahren. Marktführer VW kam auf 54,9 Jahre. Ewas jünger ist die Kundschaft der sportlicher positionierten Premiummarken BMW (53,3 Jahre) und Audi (52,6 Jahre). Fast schon jugendlich mutet der durchschnittliche Ford-Kunde mit 51,5 Jahren an.

Allein der demographische Wandel kann laut den Wissenschaftlern um Professor Ferdinand Dudenhöffer das Alterungs-Phänomen nicht erklären. Ein weiterer Grund liegt den Experten zufolge in der Preispolitik von Herstellern und Handel. So haben sie einen Zusammenhang von Durchschnittsalter und der Eigenzulassungsquote entdeckt. Letztere beschreibt den Anteil von Fahrzeugen, die nicht auf private oder gewerbliche Käufer zugelassen sind, sondern auf Handel oder Hersteller selbst. Dieser Wert steigt seit Jahren an, zuletzt im Gleichschritt mit dem Durchschnittsalter.

Das Manöver mit den "Scheinbesitzern" dient dazu, die Autos künstlich zu Gebrauchtwagen zu machen und so hohe Rabatte geben zu können – ohne das Preisgefüge der Marke durcheinander zu bringen. Vor allem die jungen Käufer passen der Studie zufolge ihr Kaufverhalten an und verzichten auf "echte Neuwagen". Bei den Autoherstellern senkt das langfristig den Ertrag, warnt Dudenhöffer.

Als weiteren Grund für den Methusalem-Effekt haben die Wissenschaftler die schwindende Bedeutung des Autos, vor allem bei jungen Großstadtbewohnern ausgemacht. Zum einen gewinnen neue Alternativen zum Autobesitz wie etwa Carsharing an Beliebtheit, zum anderen konkurrierten beim Konsum neue Produkte wie Mobiltelefone oder Trendsportarten mit dem Auto.