

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/22036/587018/studie-autofahren-in-deutschland-2004-erosion-der-klassischen-segmente-im-automobilmarkt-haelt-an> abgerufen werden.



Studie 'Autofahren in Deutschland 2004': Erosion der klassischen Segmente im Automobilmarkt hält an

18.08.2004 - 13:08 Uhr, Motor Presse Stuttgart

Stuttgart (ots) - - Querverweis: Bild ist unter <http://www.presseportal.de/galerie.htx?type=obs> abrufbar - Weitere Trends: Trotz stagnierender Märkte bleibt Auto-Faszination auf hohem Niveau / Diesel-Boom weiter ungebremst / Margenverzerrende Rabattschlacht erhöht Kostendruck auf Branche / Impulsgeber Automobilindustrie: jeder dritte in Deutschland investierte F+E-Euro kommt aus dieser Branche Die klassischen Pkw-Marktsegmente lassen sich nicht mehr so klar unterscheiden, wie das noch vor einigen Jahren der Fall war. Dies ist eines der Ergebnisse der Studie "Autofahren in Deutschland 2004", die die Motor-Presse Stuttgart am 20. August veröffentlicht. Zurückzuführen ist diese Entwicklung auf die innovative Modellpolitik der Hersteller und Importeure. Gehörte 1998 noch jedes dritte neu zugelassene Auto der Kompaktklasse (32,2 Prozent) und jedes vierte der Mittelklasse (25,7 Prozent) an, so lagen die Marktanteile 2003 ,nur' noch bei 24,8 beziehungsweise 21,5 Prozent. Besonders die Vans und Geländewagen mit ihren erfolgreichen SUVs (Sport Utility Vehicles) machen den etablierten Marktsegmenten Marktanteile streitig. Das 420 Seiten umfassende Branchenkompendium legt in seiner sechsten Auflage weitere spektakuläre Trends in der Automobilindustrie offen. Demnach stieg der Anteil der Diesel-Pkw an den Neuzulassungen im ersten Halbjahr 2004 auf knapp 42 Prozent - der Absatz benzinbetriebener Neuwagen hingegen geht kontinuierlich zurück. Im Osten ist der Marktanteil der ausländischen Hersteller im gleichen Zeitraum auf 52 Prozent angestiegen. Kräftige Preisanstiege bei Benzin und Diesel erweisen sich als Bremsklotz für die deutsche Automobilkonjunktur und verunsichern zusätzlich den potenziellen Autokäufer. Trotz weiterhin stagnierender Zulassungszahlen ist die Faszination am Automobil ungebrochen. Dies hat der Besucherrekord von 1 Million Besuchern auf der IAA im letzten Jahr erneut bestätigt. Mehr als 33 Millionen Deutsche interessieren sich für Autos und Autotests. Das Durchschnittsalter eines Autos von mittlerweile 7,6 Jahren macht zudem deutlich, dass der Ersatzbedarf nach Jahren der Kaufzurückhaltung ebenso vorhanden ist, wie die notwendige Kaufkraft. Aber auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten bleibt die Automobilindustrie eine Branche mit gesamtwirtschaftlicher Tragfähigkeit. Jeder dritte in Deutschland investierte F+E-Euro (Forschung und Entwicklung) stammt von den Herstellern oder Zulieferern. Neue und innovative Produkte sorgen daher auch künftig für hohen Beratungsbedarf und erhöhen damit den Wunsch nach kompetenter und objektiver Information. "Autofahren in Deutschland 2004" enthüllt außerdem die margenverzerrenden Rabattschlachten der Autoindustrie und analysiert deren antizyklisches Werbeverhalten. Markus Eiberger, Leiter des Markt- und Mediaservices im Geschäftsbereich Anzeigen: "Der hohe journalistische Anspruch, den wir für unsere Automobilzeitschriften wie auto motor und sport voraussetzen, ist auch Maßstab für "Autofahren in Deutschland 2004". Ergänzt um die aktuellste Markt- und Mediaforschung ist dieses Jahr wieder eine umfangreiche Studie über die Automobilindustrie entstanden, die ihresgleichen in Deutschland sucht." Die Studie ist gegen eine Schutzgebühr von 180,- EUR erhältlich bei Andrea Dürr, Tel.: 0711/182-1159, email:aduerr@motorpresse.de. Für Geschäftspartner der Motor-Presse Stuttgart ist die Studie kostenfrei. Nachdruck und photomechanische Wiedergabe, auch auszugsweise, nur mit Quellenangabe "Autofahren in Deutschland" - Motor-Presse Stuttgart. ots Originaltext: Motor-Presse Stuttgart Im Internet recherchierbar: <http://www.presseportal.de> Für Rückfragen: Anja Glässing Unternehmenskommunikation Telefon: 0711 / 182-1289 Fax: 0711 / 182-11 55 Mobil: 0172 / 762 79 89 E-Mail:ajglaessing@motorpresse.de

Originaltext:

Motor Presse Stuttgart

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/22036/motor-presse-stuttgart>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_22036.rss2