

For Better Decisions

Autokauf 60+

*Anforderungen und Bedürfnisse der
"Best Ager" beim Autokauf*

Das bietet Ihnen die Studie „Autokauf 60+“:

- ⇒ Auswertungen auf Basis von **1.017 mindestens 60 Jahre alten Befragten, die einen Autokauf planen.**
- ⇒ **60+ Potenziale** für Händler, Hersteller, Finanzdienstleister, ...
- ⇒ Der Fahrzeugkauf 60+, z.B. gesuchtes Modell, präferierte Ausstattung und Preisklasse, geplante Finanzierung u.v.m.
- ⇒ **Präferenzen** und **Bedürfnisse**, z.B. bezogen auf Händler, Werkstatt/Service, u.v.m.
- ⇒ **Exklusiver Expertenkommentar** von Dr. Konrad Weßner: Tendenzen und Empfehlungen

Die Studie „Autokauf 60+“ kann **ab sofort** zum Preis von **€ 249,-** zzgl. MwSt. **bestellt werden** - Abonnenten des **ACI-Trendletter** erhalten die Studie zum vergünstigten Preis von **€ 199,-** zzgl. MwSt.

Zur Bestellung und weiteren Informationen können Sie dieses Antwortfax nutzen oder uns direkt kontaktieren:

puls GmbH
Stefan Reiser
Röthenbacher Str. 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

reiser@puls-navigation.de
www.puls-navigation.de
Tel.: +49 (0)911 / 95 35 400
Durchwahl: +49 (0)911 / 95 35 424

Antwortfax

Ja, ich bin interessiert an der Studie „Autokauf 60+“.

- Bitte kontaktieren Sie mich für weitere Informationen zur Studie!
- Ich bestelle hiermit verbindlich _____ Studienexemplar(e) zum Einzelpreis von **€ 249,-** zzgl. MwSt.
- Ich bin Abonnent des **ACI Trendletter** und bestelle verbindlich _____ Studienexemplar(e) zum Einzelpreis von **€ 199,-** zzgl. MwSt.

Fax: +49 (0)911 / 95 35 404

Name: _____

Firma: _____

Anschrift: _____

E-Mail: _____

Telefon: _____

Studieninhalt

Vorwort

- 1) Expertenkommentar/ Fazit
- 2) Zielsetzung und Methodik der Stichprobe
- 3) Der Fahrzeugkauf 60+
 - a. Fahrzeugmarken und Modelle
 - b. Sales Driver
 - c. Ausgabenbereitschaft
 - d. Ausstattungen
 - e. Antriebe und Baujahr
 - f. Kaufanreize/ Incentives
 - g. Verkäufer/ Händler
 - h. Werkstatt/ Service
 - i. Finanzdienstleistungen/ Garantie
 - j. Reifenhersteller
 - k. Tankstellennutzung
- 4) Anhang

Hintergrund zur Studie "Autokauf 60+":

Stichprobe: 1.017 Autokäufer im Alter von mindestens 60 Jahren; Gesamtstichprobe im Umfang von über 22.000 Autokäufern

Methode: Online-Befragung im Rahmen des ACI Trendmonitors

Befragte Zielgruppe: Personen, die einen Autokauf planen

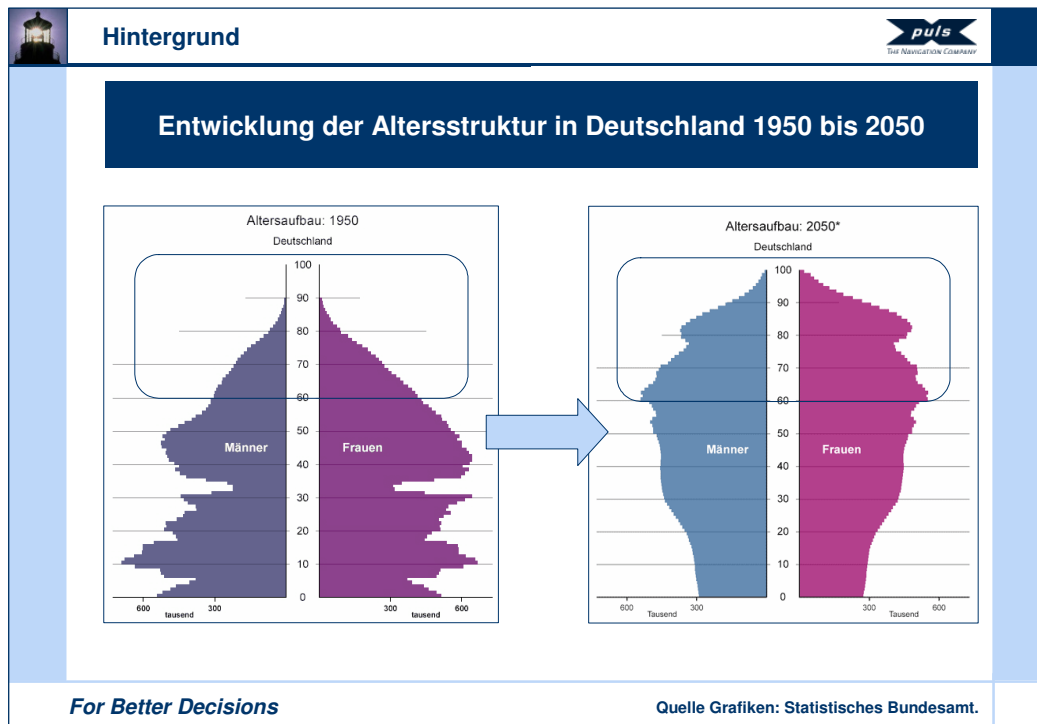
Studien-Format: Print-Version (Umfang: ca. 70 Seiten)

Ihre Investition: € 249,-- bzw. € 199,-- je Studienexemplar

Weitere Infos: <http://www.puls-navigation.de>

Ihr Ansprechpartner: Stefan Reiser
reiser@puls-navigation.de
Tel.: +49 (0) 911/ 95 35 424

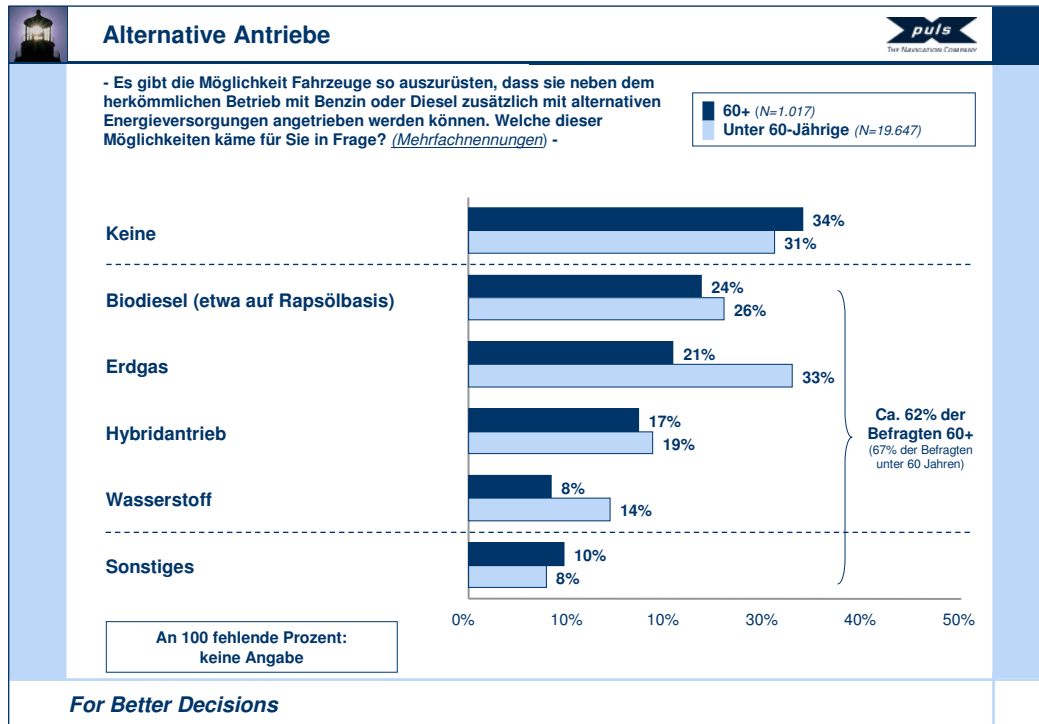
Auszug (1/3)



Altersstruktur in Deutschland

1970 lag der Anteil der Personen im Alter von mindestens 60 Jahren in Deutschland noch bei etwa 20 Prozent. Nach Schätzungen des statistischen Bundesamtes wird 2050 schon jeder Dritte 60 Jahre oder älter sein (vgl. rechte Grafik). Die Zielgruppe 60+ gewinnt damit massiv an Bedeutung. Es besteht allerdings noch Unklarheit zu den Bedürfnissen und Präferenzen dieser Personen, beispielsweise beim Thema Autokauf. So blieben zentrale Fragen, wie z.B. „**Was macht den deutschen Autokäufer 60+ aus?**“, „**Welche Marken bevorzugt er beim Fahrzeugkauf?**“ oder kurz „**Wie tickt er?**“, bislang unbeantwortet. Auf derartige Fragen soll diese Studie Antworten geben. Der Fokus liegt dabei ausschließlich auf dem Automobilbereich. Der Fahrzeugkauf 60+ selbst, aber auch damit verbundene Entscheidungen, wie z.B. Reifenkauf, Versicherung, Finanzierungs- und Versicherungspräferenzen, Anforderungen an Händler, etc., werden genauer unter die Lupe genommen. Aus den Ergebnissen lassen sich dann fundierte Empfehlungen für Automobilhersteller und -händler, Versicherungs- und Finanzierungsanbieter, Reifenhersteller und viele weitere Anbieter ableiten.

Auszug (2/3)

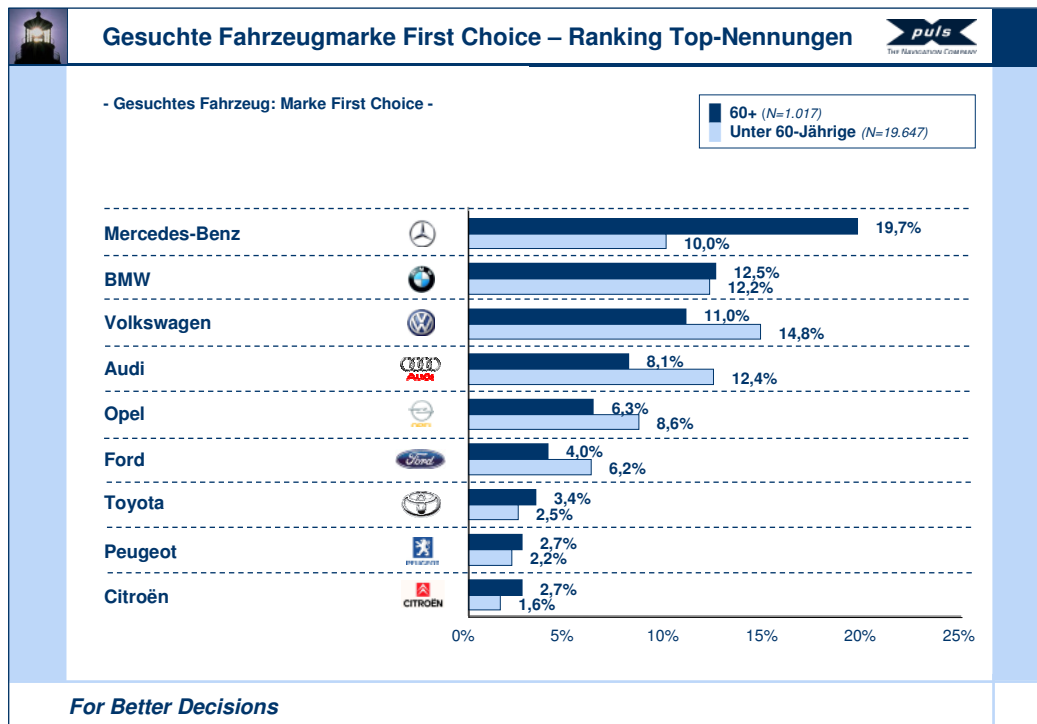


Unterdurchschnittliches Interesse an alternativen Fahrzeugantrieben bei 60+

Im Segment 60+ besteht unterdurchschnittliches Interesse an alternativen Antrieben. So geben 34% von 1.017 Autokäufern aus diesem Alterssegment an, dass kein alternativer Antrieb für sie in Frage kommt (Unter 60-Jährige: 31%). Im Gegenzug dazu geben etwa 62% der Befragten einen oder mehrere alternative Antriebsmöglichkeiten als Präferenz an (Unter 60-Jährige: 67%). Top-Alternativantrieb im Segment 60+ ist dabei Biodiesel gefolgt von Erdgas. Der Hybridantrieb, der erst im Laufe der Erhebung in die Schlagzeilen kam, liegt mit 17% auf Rang drei der alternativen Antriebe. Wasserstoff spielt bei 60+ eine weniger wichtige Rolle.

Im Vergleich zu den unter 60-Jährigen sind gerade Erdgas und Wasserstoff für die Zielgruppe 60+ von deutlich geringerem Interesse.

Auszug (3/3)



Mercedes-Benz ist erste Wahl bei 60+

Mercedes-Benz ist nicht nur die meist gefahrenere, sondern auch die meist gesuchte Marke (First Choice) für den bevorstehenden Autokauf. Für nahezu jeden Fünften Autokäufer aus dem Segment 60+ ist Mercedes-Benz erste Wahl (Unter 60-Jährige: 10,0%). In der Verfolgergruppe liegen BMW mit 12,5% (12,2%) und Audi mit 8,1% (Unter 60-Jährige: 12,4%) – die beiden weiteren deutschen Premium-Hersteller.

Volkswagen wird von 11,0% der 60+ Autokäufer präferiert und kommt damit auf Rang drei (Unter 60-Jährige: Rang 1 mit 14,8%). Opel – ebenfalls im Verfolgerfeld – wird von 6,3% bevorzugt (Rang fünf). Ford folgt auf Rang sechs. Weitere 3,4% planen, sich einen Toyota zuzulegen. Die beiden französischen Hersteller Citroën und Peugeot liegen mit jeweils 2,7% gemeinsam auf Rang acht.

Ähnlich der aktuell gefahrenen Marke sind unterdurchschnittliche Anteile 60+ bei Volkswagen, Opel und Ford zu verzeichnen. Auch Audi wird von 60+ deutlich seltener präferiert als dies bei den unter 60-Jährigen der Fall ist.