



Aral Studie

Trends beim Autokauf 2007



Inhalt

Vorwort	4
Kaufabsicht in den nächsten 18 Monaten	6
Bezahlungsart beim nächsten Wagen	7
Marke des nächsten Pkw	8
Gründe für den neuen Pkw	10
Rabatt beim Fahrzeugkauf	12
Karosserieform	13
Farbe des nächsten Wagens	14
Gewünschte Ausstattung des nächsten Wagens	15

Antriebsenergie des nächsten Wagens	16
Bedeutung des CO ₂ beim Neuwagenkauf	17
CO ₂ -Ausstoß des eigenen Pkw	18
Geplante CO ₂ -Grenzwerte der EU	19
Maßnahmen zur Schadstoffreduktion	20
Eigenes Verhalten zur Schadstoffreduktion	21
Kraftstoffe und Umweltschutz	22
Umweltimage	23
Antriebsenergien bei Neuzulassungen	24
Zusammenfassung	25

Vorwort

Die aktuelle Aral Studie „Trends beim Autokauf 2007“ zeigt – nach den Befragungen in den Jahren 2003 und 2005 – zum dritten Mal wichtige Trends der privaten Pkw-Nutzung in Deutschland auf.

Die Studie gibt Auskunft darüber, welche Anforderungen KaufinteressentInnen für Neu- oder Jahreswagen innerhalb der kommenden 18 Monate an ihr nächstes Fahrzeug stellen. Die Antworten zu Markentreue, Karosserieform, Ausstattungsmerkmalen, der bevorzugten Zahlungsart und erwarteten Rabatten bei der Preisverhandlung geben interessante Einblicke in die Grundlagen der Entscheidungsfindung beim Fahrzeugkauf. Neu aufgenommen wurden Fragen zum aktuellen Themenfeld „Auto und Umwelt“. Die Antworten rund um den CO₂-Ausstoß und mögliche Vermeidungsstrategien vermitteln wichtige Erkenntnisse über den Wissensstand, die Einschätzungen und die Verhaltensweisen deutscher AutofahrerInnen.



Methodik In der Zeit vom 21. Mai bis 7. Juni 2007 wurden im Rahmen der Aral Studie insgesamt 1.169 telefonische Interviews durchgeführt.

Die Auswahl der Zielpersonen erfolgte als repräsentative Stichprobe von Pkw-FahrerInnen bundesweit nach PLZ-Gebieten. Für die aktuelle Befragung wurden wie 2005 gezielt 150 angehende NeuwagenkäuferInnen zusätzlich in die Untersuchung aufgenommen, so dass die Basis jetzt rund 300 NeuwagenkäuferInnen bilden.

Insgesamt wurden 30 Fragen zu den Themen Fahrzeugnutzung, Zufriedenheit, Ansprüche und Kaufabsichten gestellt. Die Studie gibt in erster Linie das Meinungsbild der Befragten wieder und analysiert die dahinterliegenden Motive. Der Themenblock „Auto und Umwelt“ beinhaltet 7 Fragen und befasst sich unter anderem mit CO₂-Emissionen und der Beurteilung von Lösungsansätzen zur Schadstoffreduktion.

Mit der Durchführung der Befragung und der Auswertung der Ergebnisse wurde wie bereits in den Vorjahren das IfA – Institut für Automobil-Marktforschung – beauftragt.

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick Die Neigung, einen Neu- oder Gebrauchtwagen zu kaufen, ist unter Deutschlands AutofahrerInnen erneut weiter rückläufig. Der Ratenkauf wird erstmals häufiger gewählt als

Barzahlung. Gleichzeitig steigen die Erwartung an hohe Rabatte beim Neuwagenkauf und die Bereitschaft zum Markenwechsel, wenn sich die Verhandlungen nicht wie gewünscht gestalten.

Eine gute Komfort- und Sicherheitsausstattung wird von den KaufinteressentInnen als selbstverständlich vorausgesetzt. Darüber hinaus spielen das Preis-Leistungs-Verhältnis sowie Wirtschaftlichkeit und Verbrauch die ausschlaggebenden Rollen bei der Kaufentscheidung. Bei den Kraftstoffarten gewinnen Dieselmotoren wieder mehr AnhängerInnen. Aber auch alternative Antriebsenergien und Antriebskonzepte wie der Hybridmotor rücken bei den KaufinteressentInnen erstmals verstärkt ins Blickfeld.

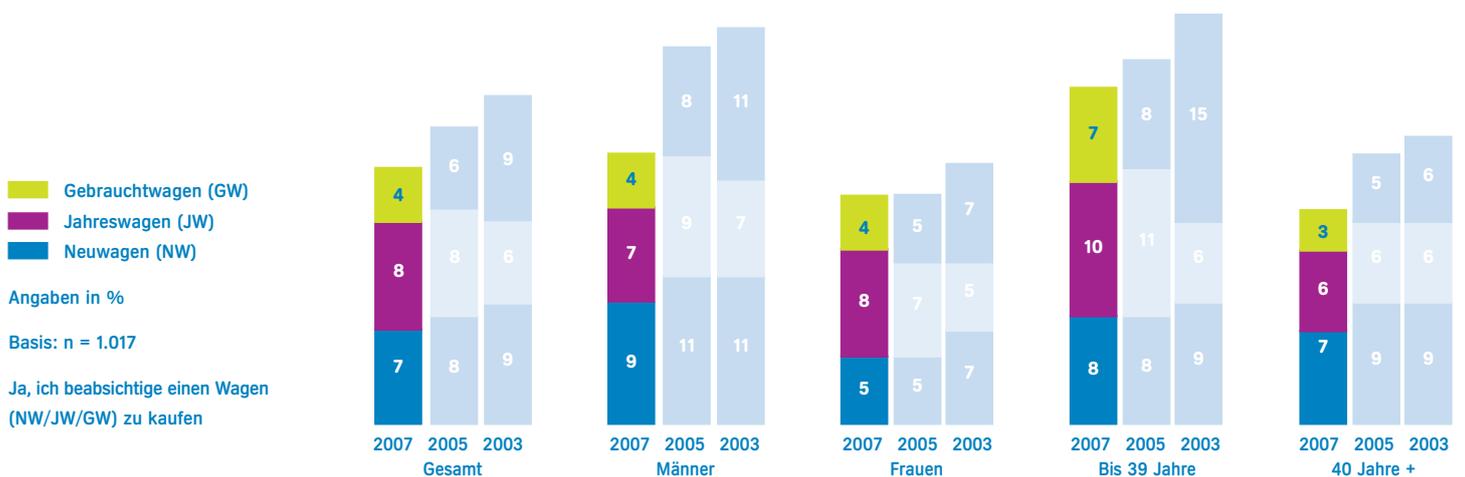
Trotz der anhaltenden Umweltdebatte über die CO₂-Emissionen ist der Kenntnisstand der AutofahrerInnen auffallend niedrig. Gleichwohl misst eine Mehrheit der KaufinteressentInnen bei der Wahl des nächsten Wagens einem niedrigen CO₂-Ausstoß eine große Bedeutung zu und wäre sogar bereit dafür einen Aufpreis zu bezahlen. Eine Änderung des Fahrverhaltens oder gewisse Einschränkungen für die Vermeidung des Schadstoff- bzw. Kohlendioxidausstoßes werden von vielen AutofahrerInnen als sinnvoll angesehen – drastische Maßnahmen wie beispielsweise Fahrverbote oder Steuererhöhungen jedoch eindeutig nicht.

Kaufabsicht in den nächsten 18 Monaten

Erstmals liegen Jahreswagen bei Neuanschaffungen vor Neuwagen – Gebrauchtwagen stehen unter Druck



Fragestellung:
Beabsichtigen Sie, in den kommenden 18 Monaten einen Pkw zu kaufen? Wenn ja, um was für ein Fahrzeug handelt es sich (Neu-, Jahres- oder Gebrauchtwagen)?



Trotz der positiven Wirtschaftsentwicklung in Deutschland setzt sich der seit 2003 rückläufige Trend, einen Neu-, Jahres- oder Gebrauchtwagen zu kaufen, weiter fort. Nur noch 19% aller Befragten planen innerhalb der nächsten 18 Monate den Kauf eines Pkw. Das sind erneut 3 Prozentpunkte weniger als vor 2 Jahren.

Vor allem Gebrauchtwagen haben deutlich an Attraktivität verloren. Die Neigung, ein gebrauchtes Auto zu erwerben, ist seit 2003 um mehr als die Hälfte auf 4% gesunken. Diese Entwicklung zeigt nicht zuletzt die Befürchtungen der Befragten, ein technisch veraltetes Fahrzeug zu erwerben, das schon in wenigen Jahren aufgrund steigender Umweltauflagen nicht mehr uneingeschränkt genutzt werden könnte. Denkbare Steuerbenachteiligungen für ältere und wenig umweltschonende Pkw würde auch deren

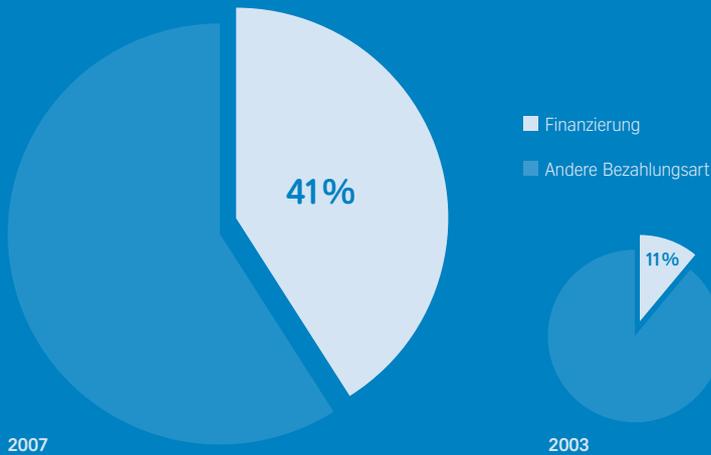
Wirtschaftlichkeit beeinträchtigen. Für die Gebrauchtwagenbranche bedeutet das zusätzlichen Druck auf die Preise.

Während auch das Interesse an Neufahrzeugen auf 7% leicht sinkt (-1 Prozentpunkt), können Jahreswagen und Tageszulassungen mit 8% ihr Niveau von 2005 halten. Sie bilden damit bei den Anschaffungsplänen erstmals die größte Gruppe.

Das Interesse an Jahres- und Gebrauchtwagen ist in der Altersgruppe der 18- bis 39-Jährigen am stärksten ausgeprägt. Dies ist ein Beleg für das Wirtschaftlichkeitsdenken und die knapperen verfügbaren finanziellen Mittel in dieser Gruppe. Erstmals seit 2003 nimmt die Neigung zu Pkw-Neuanschaffungen in der wirtschaftlich potenten Zielgruppe der über 40-jährigen ab (-2 Prozentpunkte).

Bezahlungsart beim nächsten Wagen

Günstige Finanzierung als Absatzförderung –
Ratenkauf ist erstmals die bevorzugte Zahlungsweise



Mit einem Plus von 12 Prozentpunkten gegenüber der Befragung vor 2 Jahren hat sich die Finanzierung erstmals als bevorzugte Zahlungsweise mit 41 % knapp vor der Barzahlung (40%) etabliert. Der Anteil der BarzahlerInnen geht nochmals sehr deutlich um 9 Prozentpunkte zurück.

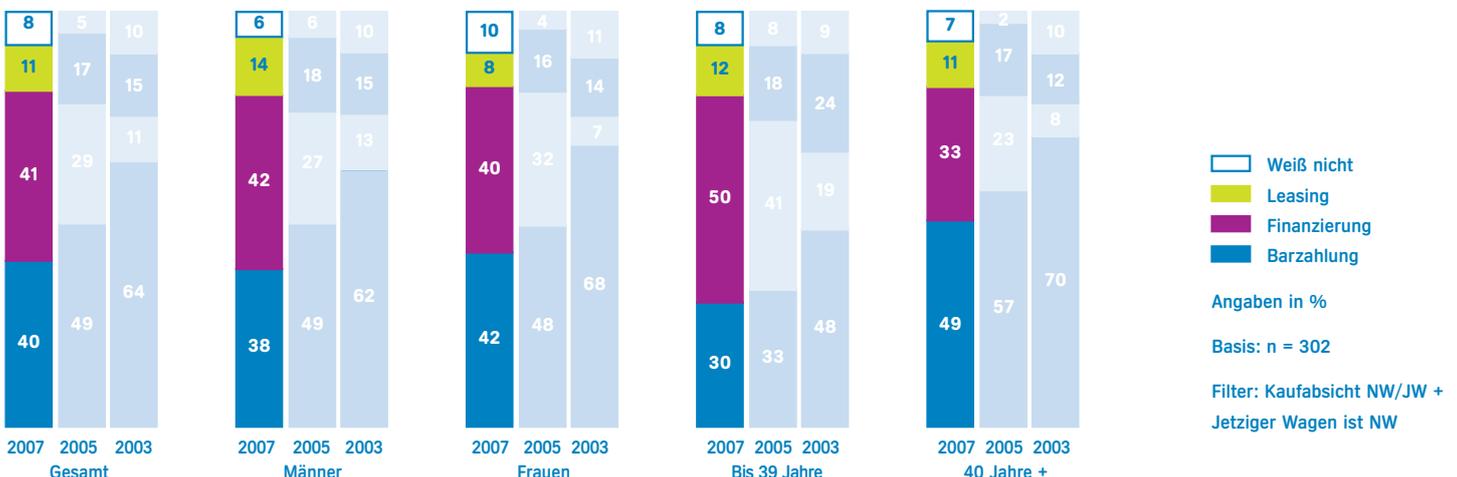
Heute will bereits die Hälfte der bis 39-jährigen ihren nächsten Wagen finanzieren. Auch in der eher konservativen Gruppe der über 40-jährigen KaufinteressentInnen nimmt die Neigung, den nächsten Wagen zu finanzieren, auf 33% zu. Dennoch will knapp die Hälfte in dieser Altersgruppe das nächste Fahrzeug noch bar bezahlen.

Das private Leasing – vor 2 Jahren noch von 17 % der KaufinteressentInnen geplant – kann von dieser Entwicklung jedoch nicht profitieren und ist als Bezahlungsart um 6 Prozentpunkte zurückgefallen.

Vor dem Hintergrund wachsender Ansprüche an die Ausstattung der Fahrzeuge und gestiegener Neuwagenpreise hat die Voll- und Teilfinanzierung des Autokaufs allgemein weiter an Akzeptanz unter den Autofahrern gewonnen. Pkw-Hersteller und -Händler haben diesen Trend erkannt und nutzen Finanzierungsangebote zunehmend als Marketinginstrumente, um KundInnen an sich zu binden. Das ermöglicht ihnen, die Verkaufspreise zu stabilisieren. Zugleich schaffen sie über die herstellereigenen Leasing- und Finanzierungsgesellschaften neue ertragreiche Geschäftsfelder.

Fragestellung:

Werden Sie Ihren neuen Pkw voraussichtlich bar bezahlen, finanzieren oder leasen?



Marke des nächsten Pkw

Deutsche Hersteller gewinnen an Beliebtheit



Fragestellung:
Von welcher Marke wird Ihr
nächster Wagen voraussichtlich sein?

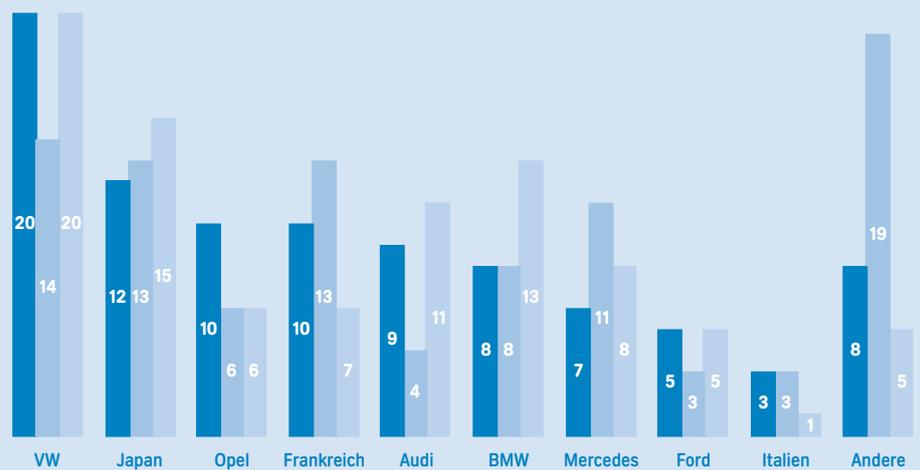
■ 2007
■ 2005
■ 2003

Angaben in %

Basis: n = 302 – nächster Wagen NW/JW

Weiß noch nicht:

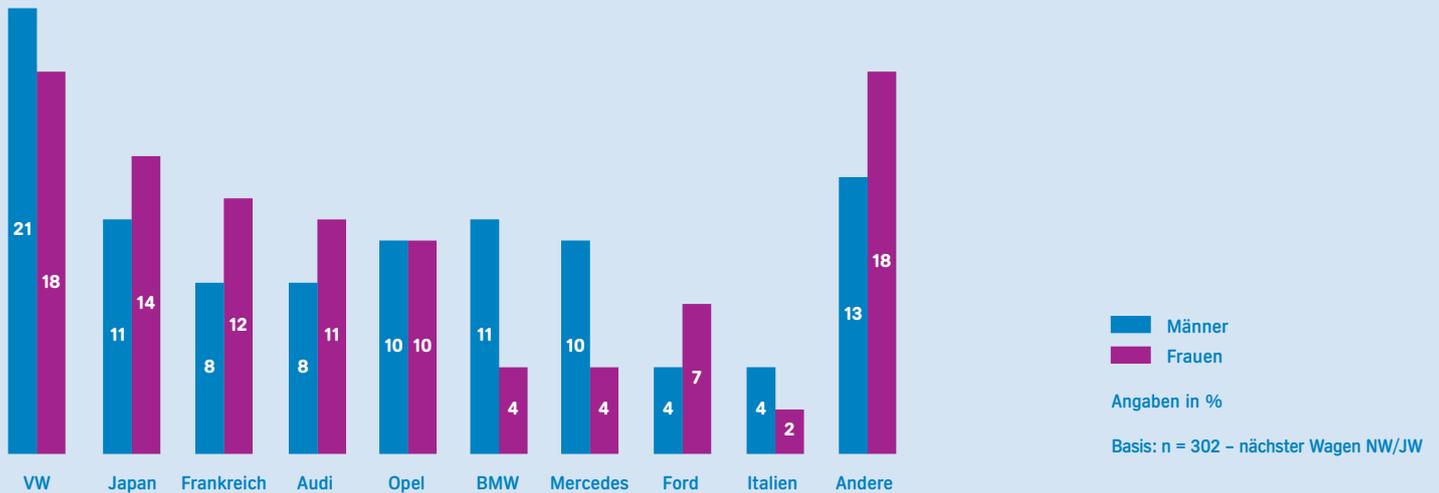
2007 = 8%; 2005 = 6%; 2003 = 9%



+6% für VW

Deutsche Fahrzeuge stehen in der Gunst der KaufinteressentInnen wieder ganz oben. VW (+6 Prozentpunkte), Audi (+5 Prozentpunkte) und Opel (+4 Prozentpunkte) konnten sich gegenüber 2005 deutlich steigern. BMW hat sich auf dem Wert von 2005 stabilisiert. Lediglich Mercedes musste deutliche Abstriche (-4 Prozentpunkte) hinnehmen. Hier wirken möglicherweise längst vergessen geglaubte Qualitätsprobleme doch länger nach. Leicht verbessern konnte sich Ford (+2 Prozentpunkte). Japanische (-1 Prozentpunkt) und französische Marken (-3 Prozentpunkte) haben dagegen leicht verloren.

Die gewachsene Attraktivität deutscher Fahrzeugmarken bei den KaufinteressentInnen deutet darauf hin, dass die deutschen Autobauer bei der Fahrzeugqualität, der erwarteten Serienausstattung und der Umweltthematik gegenüber dem Wettbewerb zugelegt haben.



VW – als Favorit der KaufinteressentInnen 2007 – wird von Männern stärker geschätzt als von Frauen. Mit einem Plus von 8 Prozentpunkten gab es bei Männern im Vergleich zu 2005 die größte Veränderung. Die Vorliebe für VW wird aber auch von den weiblichen Kaufinteressenten mit 18% der Nennungen geteilt.

Trotz eines Rückgangs gegenüber 2005 stehen japanische (14%) und französische Pkw-Marken (12%) mit ihrem Angebot an wirtschaftlichen, kleineren Fahrzeugen bei Frauen nach wie vor hoch im Kurs. Überraschend deutlich kann aber Audi bei der weiblichen Kundschaft punkten. Im Zweijahresvergleich legte die Marke von 3% auf 11% zu. Auch Opel verzeichnet im gleichen Zeitraum einen Anstieg von 4% auf 10%.

Mit einem Minus von 5 Prozentpunkten sind französische Fahrzeuge bei Männern im Vergleich zu 2005 stark gesunken. BMW (11%) und Mercedes (10%) hingegen bleiben für die männlichen Kaufinteressenten attraktiv.

Fragestellung:
Von welcher Marke wird Ihr nächster Wagen voraussichtlich sein?

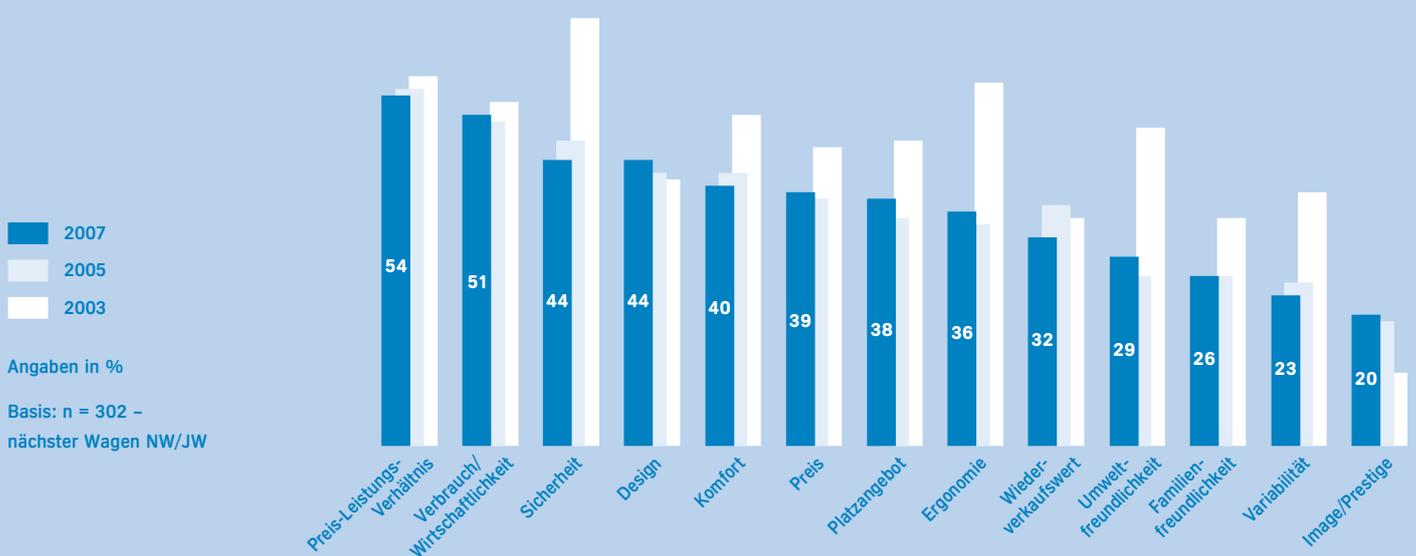
Gründe für den neuen Pkw

Preis-Leistungs-Verhältnis und Wirtschaftlichkeit stehen an erster Stelle



Fragestellung:

Was sind die Gründe, die in erster Linie zu der Entscheidung für Ihren neuen Pkw beitragen?



Das Preis-Leistungs-Verhältnis (54%) sowie Wirtschaftlichkeit und Verbrauch (51%) sind unter den KaufinteressentInnen die entscheidenden Kriterien beim Erwerb eines neuen Fahrzeugs. Damit bestätigte sich der Trend von 2005. Im Gegensatz dazu standen 2003 noch Sicherheit, Ergonomie und Umweltfreundlichkeit im Vordergrund.

Danach folgen mit 44% die Kriterien Sicherheit und Design – vor Komfort, Preis, Platzangebot und Ergonomie. Die Umweltfreundlichkeit (29%) hat gegenüber 2005 leicht gewonnen, liegt aber dennoch erst auf Rang 10. Nur Familienfreundlichkeit, Variabilität und Prestige haben geringere Bedeutung für die Kaufentscheidung.

Im Geschlechtervergleich legen Frauen größeren Wert auf das Preis-Leistungs-Verhältnis und den Preis des gewünschten Fahrzeugs. Überraschend deutlich gegenüber 2005 ist unter den weiblichen Kauf-

interessenten aber die Bedeutung von Verbrauch und Wirtschaftlichkeit sowie Wiederverkaufswert, Sicherheit und Umweltfreundlichkeit zurückgegangen. All diesen Kriterien schenken Männer jetzt eine stärkere Beachtung. Verbrauch und Wirtschaftlichkeit sind für Männer noch vor dem Preis-Leistungs-Verhältnis die wichtigsten Entscheidungsgründe beim nächsten Fahrzeugkauf.

Unverändert im Vergleich zu 2005 bleiben die Präferenzen hinsichtlich des Alters: Jüngere KaufinteressentInnen (bis 39 Jahre) lassen sich gegenüber der älteren Zielgruppe (40 Jahre und mehr) in ihrer Kaufentscheidung stärker von Design, Familienfreundlichkeit sowie Image und Prestige beeinflussen.



Rabatt beim Fahrzeugkauf

Eher wird die Marke gewechselt als auf den Rabatt verzichtet



Fragestellung:
Würden Sie auch eine andere Pkw-Marke kaufen, wenn Sie dafür mehr Rabatt bekämen? Würden Sie evtl. auf den Kauf verzichten, wenn Sie nur einen geringeren Rabatt bekämen?

Rund 55% aller Befragten, die für die nächsten 18 Monate einen Neuwagenkauf planen, würden den Kauf verschieben oder sich sogar einer anderen Herstellermarke zuwenden, wenn die erwarteten Preisnachlässe bei den Kaufverhandlungen nicht erreicht werden können.

Die zahlreichen Preis- und Rabattaktionen der Hersteller und Händler werden dabei intensiv beobachtet und bilden den Maßstab für die teilweise hochgesteckten Erwartungen. Durchschnittlich erwarten die KaufinteressentInnen bei Neuwagen 13% Nachlass auf den

Listenpreis. Gegenüber der letzten Befragung stieg die Rabatterwartung um einen Prozentpunkt an.

Insgesamt wächst gegenüber 2005 die Neigung, einen Markenwechsel in Betracht zu ziehen. Nur noch 13% der Befragten würden hingegen zugunsten einer längeren Nutzung des vorhandenen Fahrzeugs auf den Kauf verzichten.

Im Unterschied zu den jüngeren KaufinteressentInnen (bis 39 Jahre) neigt die Altersgruppe (40 Jahre und mehr) stärker zum Kaufverzicht.

Anteil „Weiß nicht“ an Gesamt:

Markenwechsel 16,9 %
 Kaufverzicht 12,6 %

■ Kaufverzicht
■ Markenwechsel

Angaben in %

Basis: n = 302

Filter: Kaufabsicht NW/JW +
 Jetziger Wagen ist NW

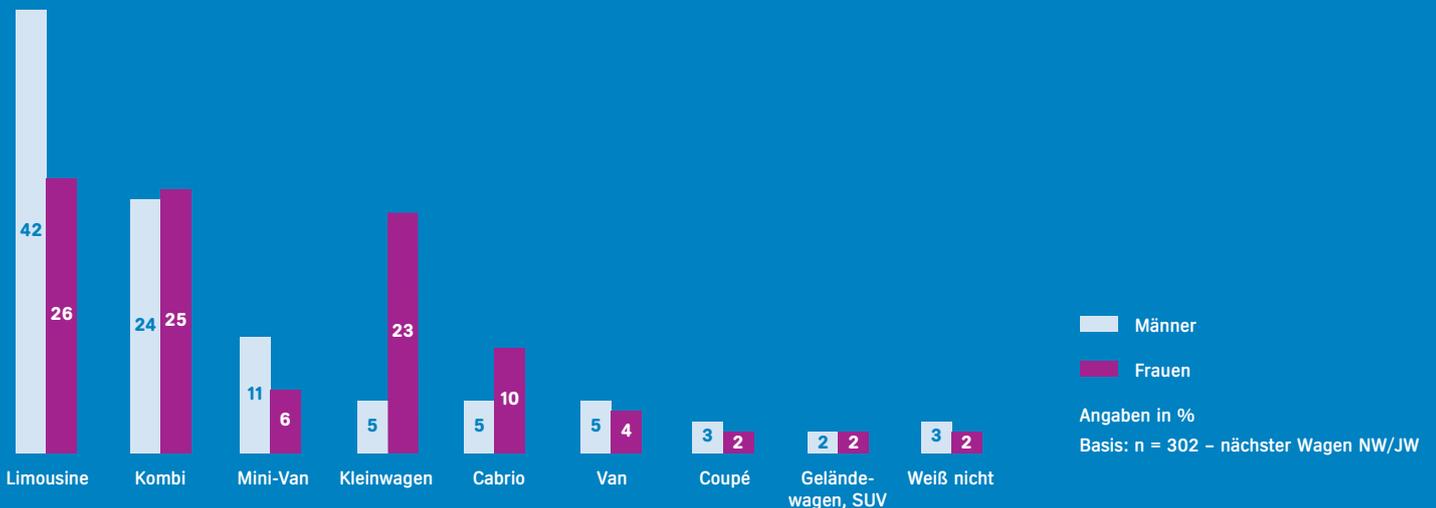


Karosserieform

Limousine und Kombi bleiben die Favoriten in Deutschland

Fragestellung:

Welche Karosserieform wird Ihr nächster Wagen voraussichtlich haben?



Trotz der zunehmenden Vielfalt bei den Karosserieformen liegen Limousinen (34 %) und Kombis (25 %) gefolgt von Kleinwagen (13 %) seit 2003 nahezu unverändert ganz oben in der Käufergunst. Mini-Vans (9%) haben gegenüber 2005 in der Beliebtheit um 3 Prozentpunkte zugelegt und rangieren jetzt vor Cabrios (7%) auf Platz 4. Zusammengefasst liegen Mini-Vans und Vans (4 %) sogar gleich auf mit Kleinwagen.

Mit einem Plus von 3 Prozentpunkten gegenüber 2005 bevorzugen Männer nach wie vor eindeutig Limousinen (42%) mit klarem Abstand zu Frauen (26%). Nach einem Rückgang von 4 Prozentpunkten bei Männern und einem Plus in der gleichen Höhe bei Frauen liegen Kombis im Vergleich zu 2005 bei beiden Geschlechtern

jetzt nahezu auf gleichem Niveau. Eine überraschende Aufwertung in der Gunst der männlichen Käufer hat der Mini-Van erfahren: Er nahm im Vergleich zu 2005 von 4 % auf 11 % zu und belegt jetzt Platz 3.

Die deutlichsten Unterschiede zeigen sich – wie bereits 2003 – bei dem Wunsch nach einem Kleinwagen. Während mittlerweile 23% der weiblichen Kaufinteressenten sich innerstadtaugliche, preiswerte Kleinwagen wünschen, sprechen sich nur noch 5% der Männer dafür aus. Auch Cabrios mit hohem Spaßfaktor stehen bei Frauen (10%) nach wie vor eindeutig höher im Kurs als bei Männern (5%). Der Mini-Van – 2005 noch hoch in der Gunst bei den Frauen – ist um 3 Prozentpunkte gesunken. Er wird jetzt erstmals stärker von Männern bevorzugt.

Farbe des nächsten Wagens

Schwarz und Silber bleiben bevorzugte Wunschfarben



Schwarz und Silber bleiben weiterhin die Trendfarben für Pkw. 26% aller Befragten wünschen sich ihr nächstes Fahrzeug in Schwarz. Mit einem Plus von 3 Prozentpunkten gegenüber 2005 liegt dieser Farbton erstmals auf Rang 1 in der Käufergunst, knapp vor Silber mit 25%. Die Farbe Blau, die sich 14% für ihren neuen Wagen wünschen, rundet den Trend zu gedeckten Farben ab.

Rot, Grün, Gelb und alle sonstigen Farben konnten gegenüber 2005 zwar leicht zulegen (+2 Prozentpunkte), machen zusammen aber nur 17% aus. Deutlich zurückgegangen ist der Anteil der Metallic-Lacke um 19 Prozentpunkte. Mit 59% werden sie aber nach wie vor von der Mehrheit der KaufinteressentInnen gewünscht.

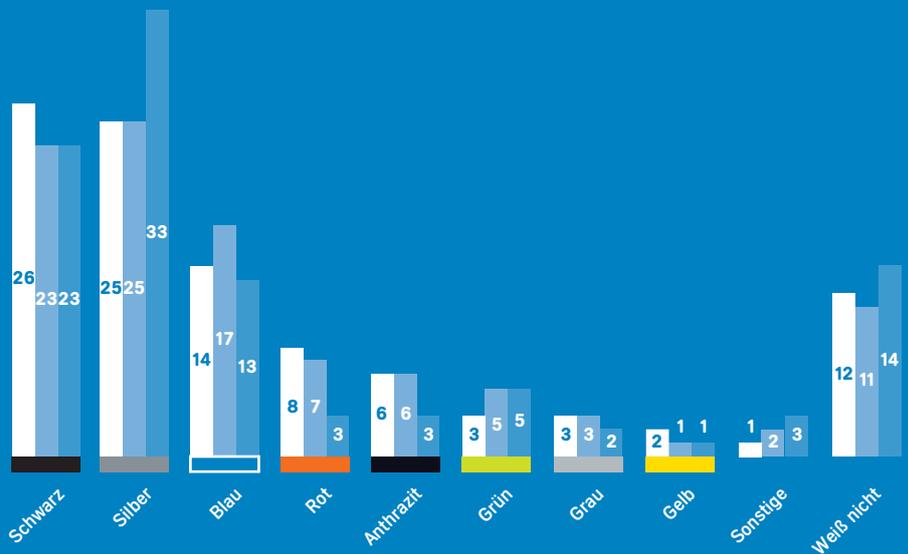
Fragestellung:
Welche Farbe würden Sie für Ihren nächsten Wagen wählen?

2007
2005
2003

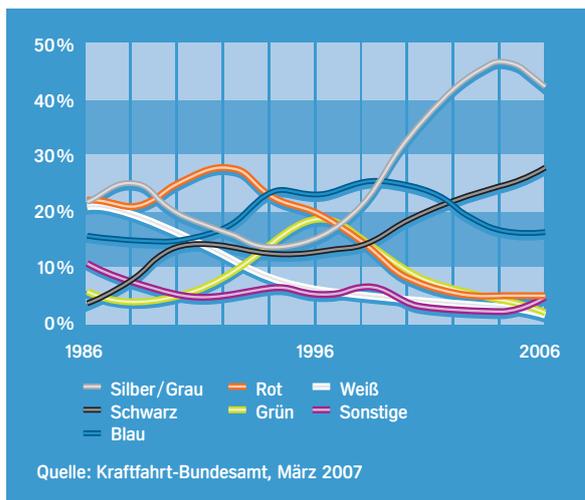
Anteil Metallic-Lack: 59%

Angaben in %

Basis: n = 302 – nächster Wagen NW/JW



Die Vorliebe für Silber ist bei den Älteren sehr ausgeprägt (ab 40 Jahre = 34%, bis 39 Jahre = 14%), während die Jüngeren im umgekehrten Verhältnis (bis 39 Jahre = 36%; ab 40 Jahre = 16%) eindeutig schwarze Fahrzeuge bevorzugen.



Auffällige Unterschiede zwischen den Geschlechtern zeigen sich bei Schwarz und Silber: Frauen favorisieren Schwarz (29%) vor Silber (21%). Männer hingegen geben Silber (27%) den Vorzug vor Schwarz (23%). Gegenüber 2005 bedeutet dies eine Veränderung, denn Silber war mit 25% bei Frauen und Männern noch gleichermaßen beliebt. Die Beliebtheit der Farbe Blau ist im gleichen Zeitraum vor allem bei Frauen gesunken (2005: 21%; 2007: 15%).

Unverändert zu 2005 wird Rot von 10% der Frauen, aber nur von 5% der Männer gewünscht.

Gewünschte Ausstattung des nächsten Wagens

Bei Sicherheit und Komfort werden Sonderausstattungen zum Standard

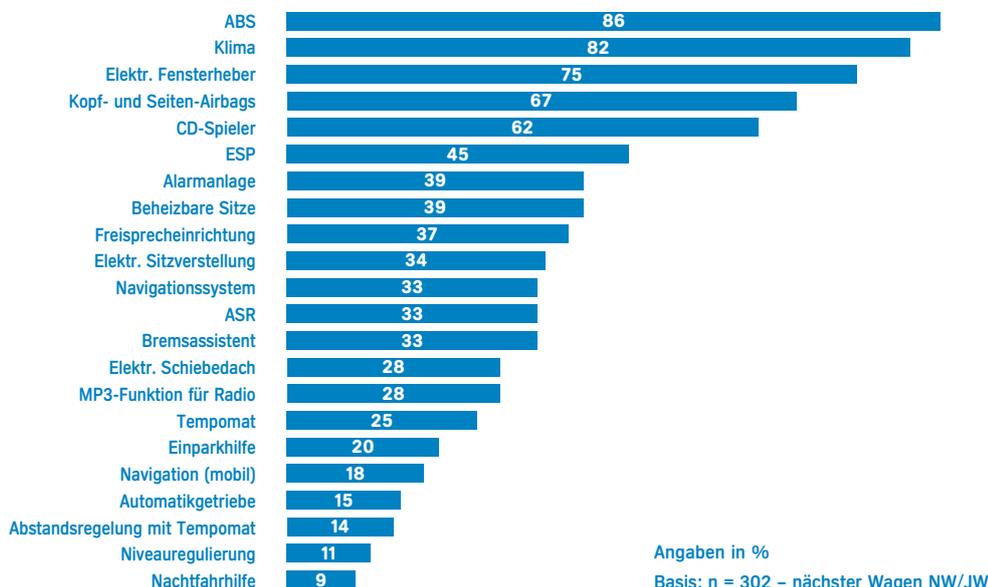
Die Liste der gewünschten Ausstattungsmerkmale im nächsten Fahrzeug wird länger: Ohne ABS (86%), Klimaanlage (82%) und elektrische Fensterheber (75%) kommt der Wunschwagen nicht mehr aus. Damit bestätigt sich ein bereits seit 2003 festgestellter Trend.

Kopf- und Seiten-Airbags, ESP, ASR und ein Bremsassistent stehen in puncto Sicherheit ganz oben auf der Wunschliste. Zum komfortablen Reisen gehören beheizbare Sitze mit elektrischer Sitzverstellung, das Navigationssystem sowie der Tempomat. Mobile oder fest eingebaute Navigationssysteme wünschen sich heute sogar doppelt so viele KaufinteressentInnen wie noch vor 2 Jahren (zusammen 51%).

Selbstverständlich macht die Digitalisierung der Unterhaltungskomponenten auch vor dem Auto nicht halt. Der CD-Spieler gehört mit 62% der Nennungen fast zur Standardausrüstung und ein Radio mit Anschlussmöglichkeit für den MP3-Player ist für gut ein Viertel aller KaufinteressentInnen wichtig.

Im Geschlechtervergleich stellen Männer höhere Ansprüche an die Ausstattung: Sie wünschen sich die genannten Merkmale proportional deutlich häufiger als Frauen – mit Ausnahme von Kopf- und Seiten-Airbags, CD-Spieler und Einparkhilfe. Spitzenreiter bei dieser Betrachtung ist der Tempomat, den doppelt so viele Männer (32%) für notwendig erachten wie Frauen.

Im Vergleich zu 2005 sind allerdings nahezu alle Nennungen um 1 bis 2 Prozentpunkte zurückgegangen. Das lässt darauf schließen, dass die gute bis sehr gute Ausstattung nicht mehr als Unterscheidungskriterium wahrgenommen wird, sondern vielmehr als selbstverständliche Voraussetzung. Die Ansprüche an den nächsten Wagen sind also weiter gestiegen.



Fragestellung:
Welche der folgenden Ausstattungen werden Sie höchstwahrscheinlich für Ihren nächsten Wagen kaufen oder mitbestellen?

Antriebsenergie des nächsten Wagens

Der Dieselantrieb ist wieder stärker gefragt – alternative Energien finden erstmals größere Beachtung



Fragestellung:
Mit welchem Kraftstoff wird Ihr nächster Wagen voraussichtlich betrieben?

Die Attraktivität des Dieselantriebs hat durch die Einführung des Partikelfilters gegenüber 2005 wieder leicht zugenommen: 30% aller KaufinteressentInnen fassen einen Pkw mit Dieselmotor für die Neuanschaffung ins Auge. Vor allem Männer (36%) und jüngere Fahrer bis 39 Jahren (32%) wollen verstärkt Dieselfahrzeuge kaufen. Der Faktor Wirtschaftlichkeit wird dann in erster Linie bei den Vielfahrern unter den Befragten deutlich: 44% derjenigen mit einer jährlichen Fahrleistung von mehr als 20.000 km wollen sich für einen Dieselmotor entscheiden.

Trotz eines Rückgangs um 3 Prozentpunkte im Vergleich zu 2005 favorisiert eine deutliche Mehrheit (60%) beim nächsten Fahrzeugkauf einen Pkw mit Ottomotor. Bei Frauen liegt der Benzinmotor mit 68% der Nennungen unangefochten auf Platz 1. Bei Männern beträgt der Anteil 54%.

Erstmals werden bei den Anschaffungsplänen gegenüber 2005 zusätzlich zum Erdgasantrieb auch Hybridmotoren und Autogasantriebe ernsthaft erwogen. Während sich vor 2 Jahren 3% für den Kauf eines Erdgasfahrzeuges ausgesprochen hatten, können sich jetzt 6% die Nutzung einer der 3 Varianten vorstellen. Der Anteil von Fahrzeugen mit diesen Antriebsformen an den insgesamt 3,5 Mio. Pkw-Neuzulassungen 2006 in Deutschland ist laut Kraftfahrt-Bundesamt mit 21.053 jedoch nach wie vor sehr gering.

Als Beweggründe sind bei Erd- und Autogas vor allem die niedrigen, steuerbegünstigten Treibstoffkosten zu nennen, beim Hybridmotor dominiert die Umweltentlastung durch geringere CO₂-Emissionen. Auto- und Erdgas finden bei Frauen etwas höheren Zuspruch. Ihre Fahrgewohnheiten mit insgesamt kürzeren Strecken und häufigen Fahrten in Ballungsgebieten lassen die geringere Reichweite gasbetriebener Fahrzeuge im Vergleich zu mit herkömmlichen Kraftstoffen betriebenen Autos sowie das relative begrenzte Tankstellennetz weniger bedeutsam erscheinen. Die über 40-jährigen Kaufinteressenten sehen eher im Hybridantrieb eine komfortable und umweltgerechte Lösung.

- Weiß nicht
- Hybrid
- Autogas
- Erdgas
- Diesel
- Benzin

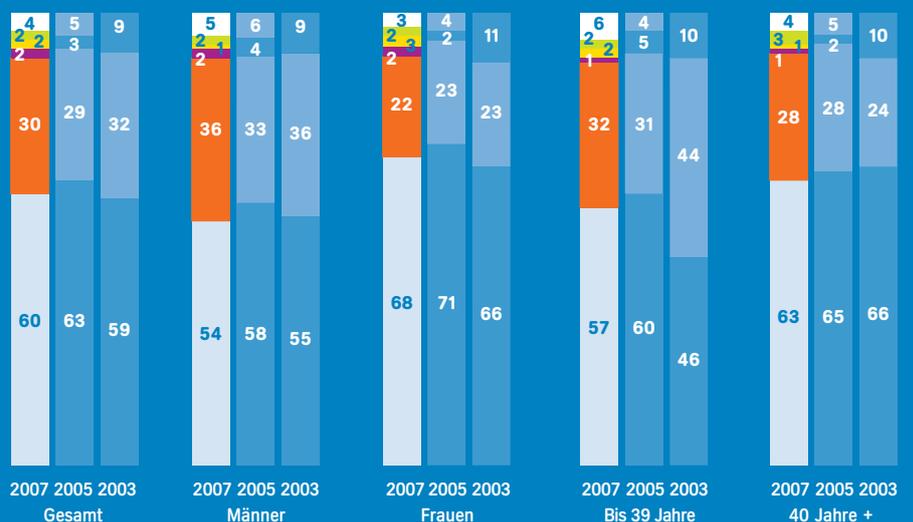
Angaben in %

Basis: n = 302 – nächster Wagen NW/JW

Zur Info:

Befragung von 2003 ohne Erdgas, Autogas, Hybridantrieb

Befragung von 2005 ohne Autogas, Hybridantrieb



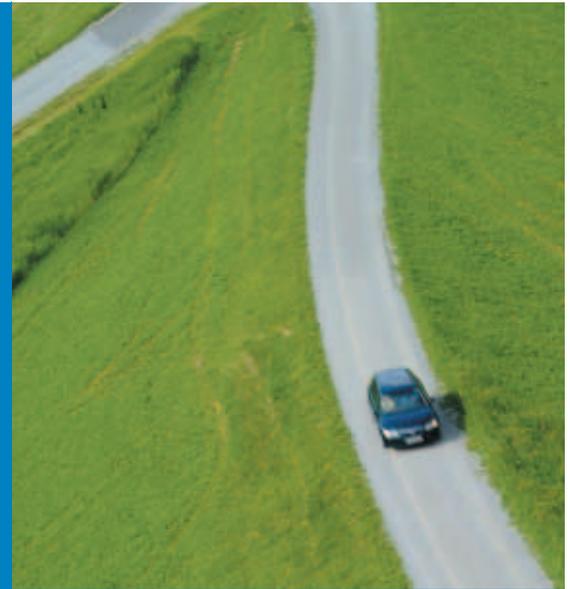
Bedeutung des CO₂ beim Neuwagenkauf

CO₂-Emissionen beeinflussen zukünftige Kaufentscheidung

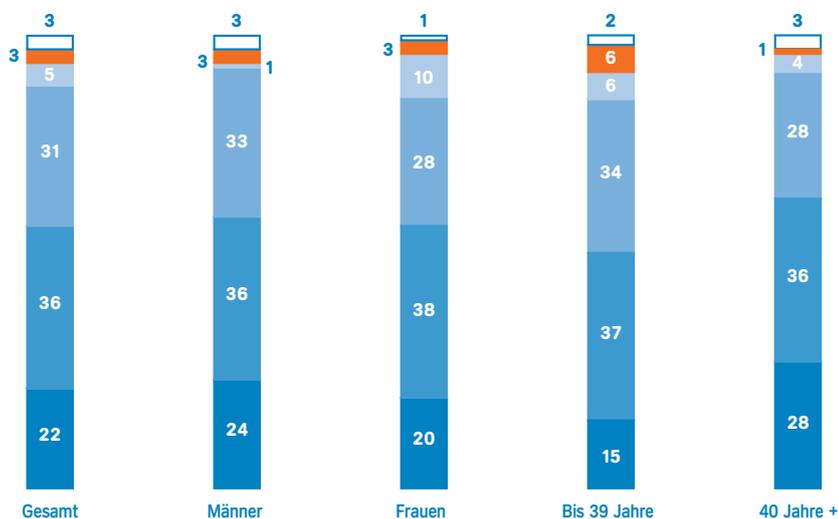
Der CO₂-Ausstoß gewinnt für die Entscheidung beim Neuwagenkauf eine wachsende Bedeutung. Hierzu tragen die anhaltende Treibhausgasdebatte sowie die Kennzeichnungspflicht für CO₂-Emissionen bei Neufahrzeugen bei. Bereits heute geben 58% aller Befragten an, dass ein niedriger CO₂-Ausstoß beim nächsten Autokauf wichtig oder sehr wichtig sein wird. Nur für 8% spielt dieser Aspekt bei der Kaufentscheidung keine oder nur eine sehr untergeordnete Rolle.

Für die kaufkräftigen, älteren InteressentInnen über 40 Jahre sind die CO₂-Emissionen sogar noch bedeutender: 64% betrachten niedrige Emissionswerte als wichtiges oder sehr wichtiges Kaufkriterium. Das bedeutet, Neu- und Jahreswagen mit hohen Kohlendioxid-Emissionswerten werden sich künftig schlechter verkaufen lassen. Darüber hinaus wird auch ihr Wiederverkaufswert als Gebrauchtwagen sinken.

Eine breite Mehrheit der KaufinteressentInnen (64%) will sogar einen Aufpreis für einen geringeren Schadstoffausstoß des nächsten Wunschfahrzeuges bezahlen. Diese Bereitschaft ist bei Männern und in der Altersgruppe ab 40 Jahre besonders ausgeprägt.



Fragestellung:
Wie wichtig ist Ihnen ein niedriger CO₂-Ausstoß beim Kauf des nächsten Neuwagens?



Angaben in %
Basis: n = 302 - nächster Wagen NW/JW

CO₂-Ausstoß des eigenen Pkw

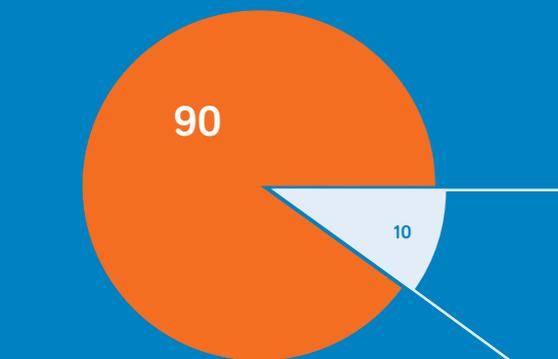
90% kennen die CO₂-Werte ihres jetzigen Fahrzeugs nicht



Trotz der anhaltenden Diskussion um den Klimawandel und die Rolle des Straßenverkehrs bei der Emission des Treibhausgases Kohlendioxid besteht bei den deutschen AutofahrerInnen noch ein auffallend niedriger Kenntnisstand.

90% der befragten AutofahrerInnen wissen nicht, wie hoch der CO₂-Ausstoß des jetzigen Pkw ist. Die verbleibenden 10% (n = 104) ordnen sich – recht realistisch – in 2 große Gruppen mit einem CO₂-Ausstoß zwischen 100 und 150 g/km sowie zwischen 150 und 200 g/km ein.

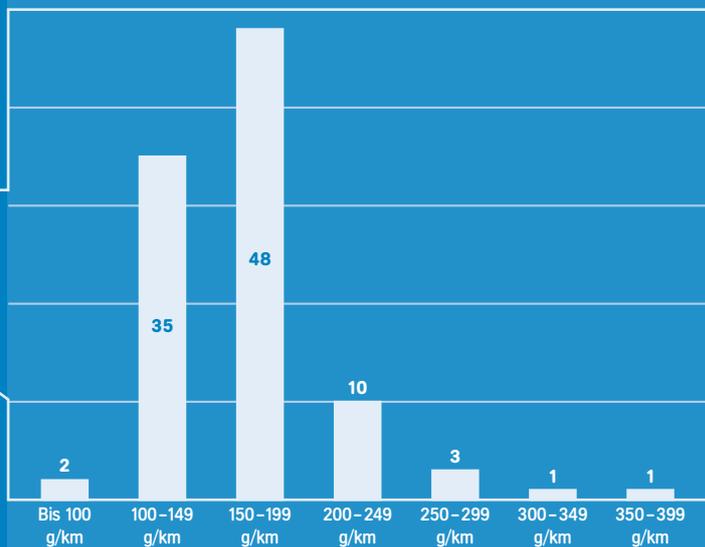
Fragestellung:
Können Sie mir sagen, wie hoch der CO₂-Ausstoß Ihres jetzigen Fahrzeugs ist?



Nein, kenne ich nicht
Ja, ist mir bekannt

Angaben in %
Basis: n = 1.017

Anschlussfrage:
Wie hoch ist der CO₂-Ausstoß Ihres Fahrzeugs?



Geplante CO₂-Grenzwerte der EU

Nur jeder zehnte Autofahrer kennt den Grenzwert von 130 mg/km

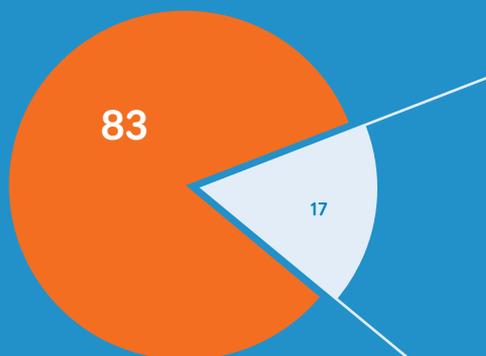
Ebenso deutlich wie bei der Frage nach dem CO₂-Ausstoß des eigenen Wagens herrscht auch bei den angestrebten EU-Grenzwerten eine große Unwissenheit. Über 90 % aller Befragten kennen den angestrebten Grenzwert nicht, der bereits ab dem Jahr 2012 EU-weit gelten soll.

Nur 17 % der befragten AutofahrerInnen gaben an, die angestrebten EU-Grenzwerte für CO₂-Emissionen bei Pkw zu kennen. Bei der nachgeordneten Referenzfrage konnte aber nur rund die Hälfte der Befragten auch den korrekten Grenzwert von 130 mg/km angeben.

Die Antworten werfen ein Schlaglicht auf den niedrigen Kenntnisstand der AutofahrerInnen, wenn es um die CO₂-Emissionen durch Pkw-Nutzung geht.

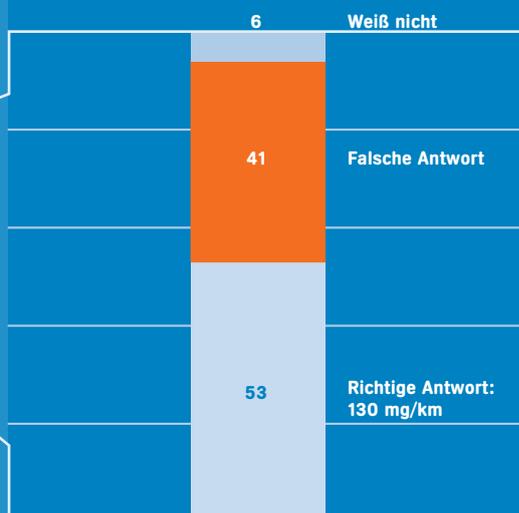


Fragestellung:
Kennen Sie die Höhe des CO₂-Ausstoßes, die von der EU als Ziel für Pkw angestrebt wird?



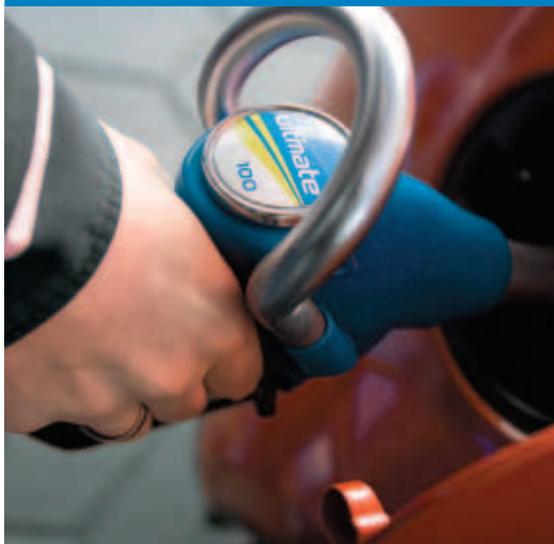
Angaben in %
Basis: n = 1.017
Basis Anschlussfrage: n = 169

Anschlussfrage:
Wie hoch ist der angestrebte CO₂-Ausstoß?



Maßnahmen zur Schadstoffreduktion

Eine Mehrheit findet moderne Kraftstoffe und Tempolimits auf Autobahnen sinnvoll



Für eine Mehrheit von 64% der Befragten ist die Nutzung moderner, verbrauchsmindernder Kraftstoffe sinnvoll, um wirkungsvoll den Schadstoffausstoß von Pkw zu reduzieren. Weitere 16% stehen modernen Kraftstoffen neutral gegenüber.

Auch Tempolimits auf Autobahnen sind für gut die Hälfte der Befragten (52%) sinnvoll, für fast jeden dritten Befragten jedoch nicht.

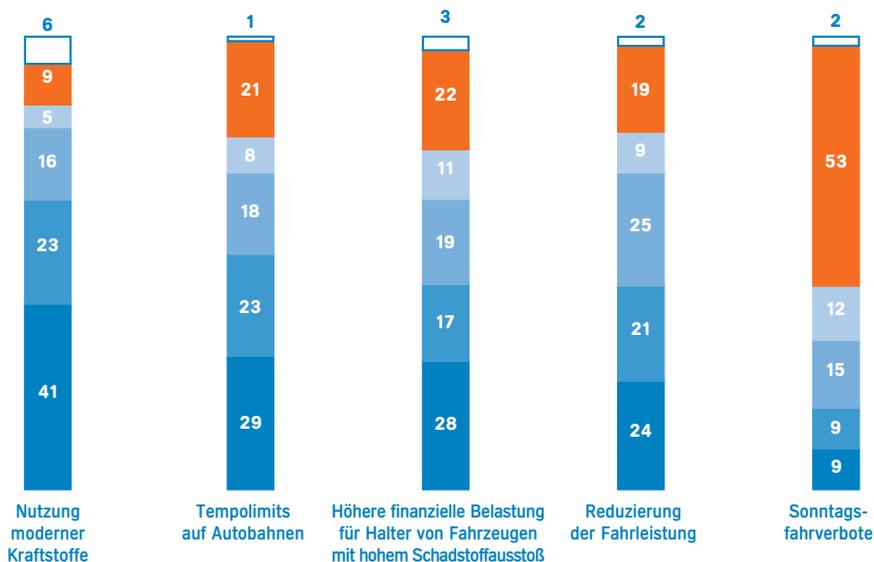
Sogar Maßnahmen, die nur mit Einschränkungen der gewohnten Pkw-Nutzung oder mit höheren Kosten verbunden sind, hält noch ein relativ großer Teil für sinnvoll. Auf gleichem Niveau liegen die Reduzierung der Fahrleistung (45% positiv; 28% negativ) sowie eine stärkere finanzielle Belastung für HalterInnen von Fahrzeugen mit hohem Schadstoffausstoß (45% positiv; 33% negativ).

Ganz und gar nicht sinnvoll erscheinen den Befragten massive staatliche Eingriffe in den privaten Individualverkehr wie zum Beispiel Sonntagsfahrverbote. Nur 18% der befragten AutofahrerInnen sehen darin einen Sinn, um die Schadstoffbelastung der Umwelt zu reduzieren – die eindeutige Mehrheit von 53% aber nicht.

Fragestellung:
Welche der folgenden Maßnahmen halten Sie für die Reduzierung der Schadstoffbelastung durch Autos für sinnvoll?

- Weiß nicht
- 5 - Weniger sinnvoll
- 4
- 3
- 2
- 1 - Sehr sinnvoll

Angaben in %
Basis: n = 1.017



Eigenes Verhalten zur Schadstoffreduktion

Bei höheren Kosten findet das Umweltbewusstsein ein Ende



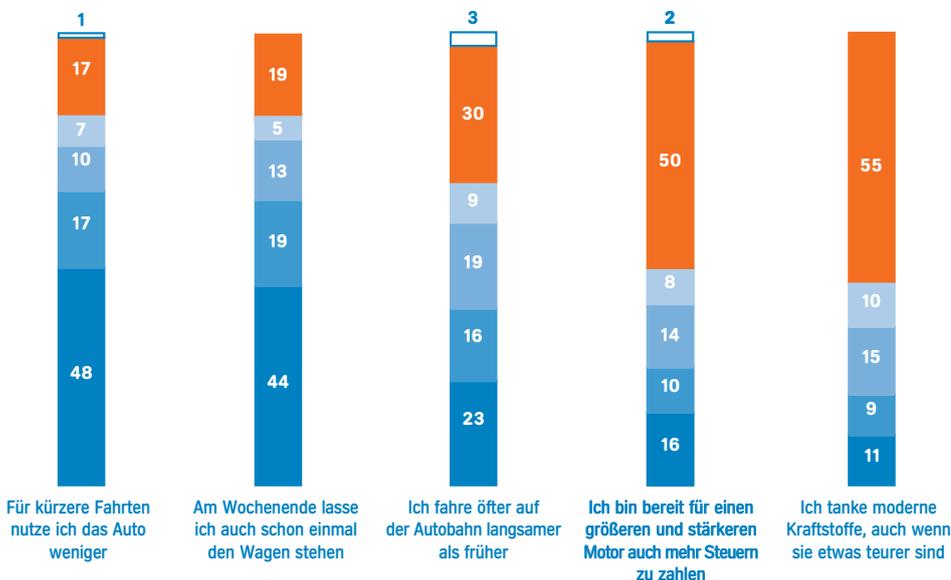
65%
fahren weniger Auto

Wenn weniger Emissionen höhere Kosten verursachen, findet das Umweltbewusstsein bei Deutschlands AutofahrInnen ein Ende. Rund zwei Drittel der Befragten (65%) lehnen es ab, für eine Verringerung des Schadstoffausstoßes moderne Kraftstoffe zu tanken, wenn sie teurer sind als herkömmliche. Mehr als die Hälfte wollen auch für größere, leistungsstärkere Motoren nicht mehr Steuern zahlen.

Jede finanzielle Mehrbelastung wird entschieden abgelehnt, auch wenn es unbestritten ist, dass moderne Kraftstoffe weniger und verbrauchsstarke Fahrzeuge mehr Emissionen verursachen.

Rund zwei Drittel der befragten AutofahrInnen geben allerdings an, für eine Senkung der Schadstoffemissionen häufiger auf kürzere Fahrten zu verzichten (65%) oder am Wochenende ihren Wagen freiwillig stehen zu lassen (63%).

Auf Autobahnen langsamer zu fahren, trifft hingegen auf geteilte Meinungen: Langsamer fahren für die Umwelt kommt für 39% der Befragten nicht in Frage, doch die gleiche Anzahl sieht für sich darin eine effektive Möglichkeit, zur Reduktion der Schadstoffemissionen beizutragen.



Fragestellung:
Welche der folgenden Verhaltensweisen treffen auf Sie zu?



Angaben in %
Basis: n = 1.017

Kraftstoffe und Umweltschutz

Biodiesel, Erdgas und Autogas gelten als sehr umweltfreundlich



100%ige Biodiesel (B100) hat die Nase vorn, wenn es um ein modernes, umweltfreundliches Image geht, obwohl er nur von speziell freigegebenen Dieselfahrzeugen verwendet werden kann.

Auf Rang 2 und 3 folgen Erdgas (CNG) und Autogas (LPG), die als alternative Kraftstoffe mit einem bereits relativ großen Tankstellennetz auch die weiteste Verbreitung aufweisen.

Pkw mit Hybridantrieb betrachten rund 14% der Befragten als besonders umweltfreundlich und modern (Platz 4). Diese Technologie hat angesichts der komfortablen Nutzung und der geringen CO₂-Emissionen das Potential, mehr KäuferInnen zu finden.

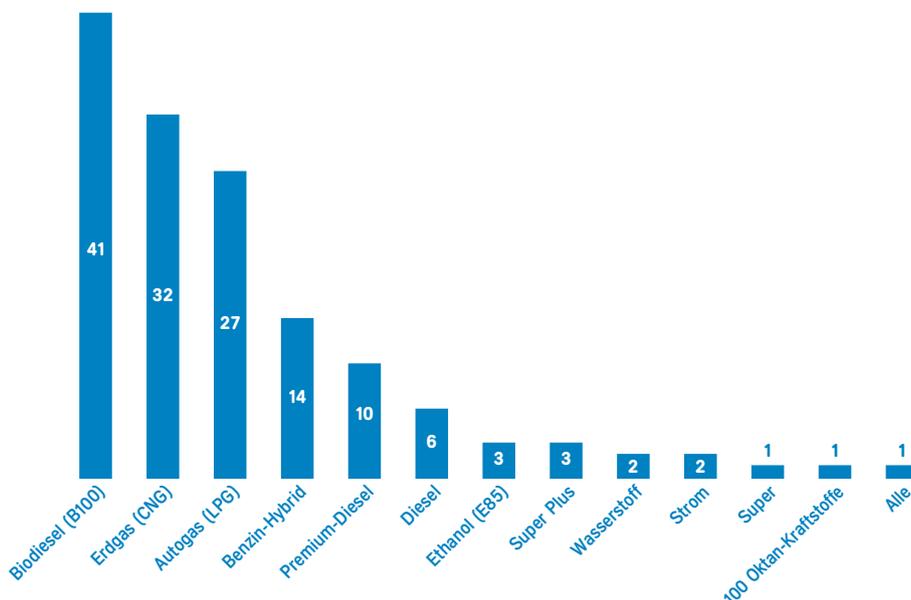
Premium-Diesel und normaler Dieselpowerstoff belegen die Plätze 5 und 6. Beide profitieren sicherlich von den heute überwiegend serienmäßig eingebauten Partikelfiltern und den im Vergleich zu Ottokraftstoff günstigeren durchschnittlichen Verbrauchswerten.

Ethanol (E85) liegt mit 3% der Nennungen auf Platz 7. Alle Ottokraftstoffsorten zusammen kommen nur auf einen Anteil von 5%.

Insgesamt sind von den über 1.000 Befragten lediglich 40% der Meinung, dass es überhaupt besonders moderne und umweltfreundliche Kraftstoffe gibt. Für rund 20% sind alle Kraftstoffe gleich modern.

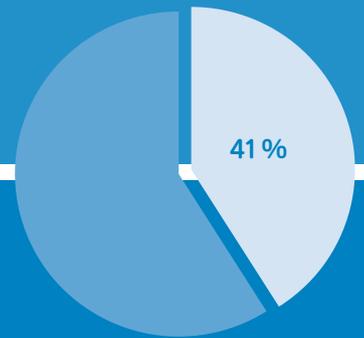
Fragestellung:
Welche Kraftstoffe sind besonders modern?

Angaben in %
Basis: n = 379
Weiß nicht = 2%



Umweltimage

Toyota und VW liegen beim Umweltimage vorn

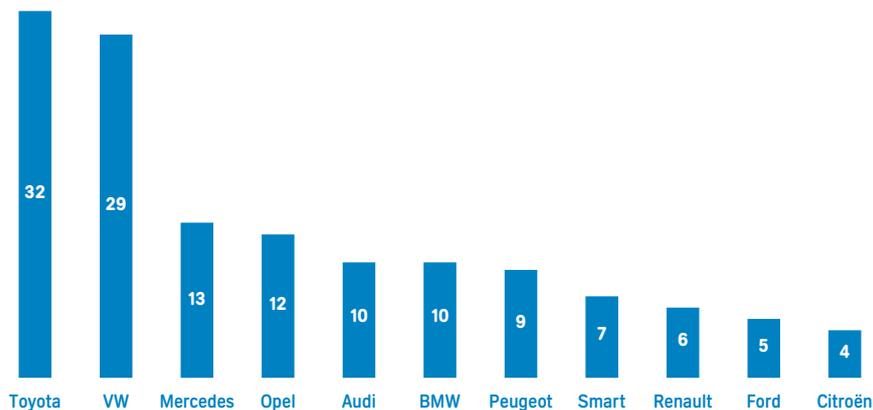


Weniger als die Hälfte der Befragten (41%) ist davon überzeugt, dass es eine oder mehrere Automarken gibt, die als umweltfreundlich bezeichnet werden können.

Mit 32 % liegt Toyota auf Platz 1, gefolgt von VW mit 29%. Dahinter platzieren sich Mercedes (13%), Opel (12%), Audi und BMW (jeweils 10%).

Die erfolgreiche Positionierung als umweltbewusster Autohersteller verdankt Toyota unter anderem der Einführung des weltweit ersten Serienfahrzeugs mit Hybridmotor. VW profitiert von den sehr beliebten verbrauchsarmen Kleinwagen und dem Image des „Volkswagens“.

Der große Abstand zu den übrigen Automarken und hier besonders zu den deutschen Herstellern Mercedes, Audi und BMW ist sicherlich auch auf deren leistungs-, komfort- und sicherheitsorientierte Ausrichtung des Marketing zurückzuführen.



Fragestellung:
Welche Automarken sind Ihrer Meinung nach umweltfreundlich?

Angaben in %
Wichtigste Nennungen
Basis: n = 414

Antriebsenergien bei Neuzulassungen

Fast jeder zweite neue PKW hat einen Dieselmotor

Der Dieselanteil bei Pkw-Neuzulassungen hat nach den Zahlen des Kraftfahrt-Bundesamtes (KBA) seit 1998 drastisch zugenommen. Nach einem spürbaren Rückgang im Jahr 2005 – verursacht durch die Feinstaubdebatte und die zögerliche Ausrüstung mit Rußpartikelfiltern – kletterte er im Jahresdurchschnitt 2006 auf den bisherigen Höchstwert von 44,3%. Im Juli 2007 erreichte er sogar fast die 50%-Marke (49,3%).

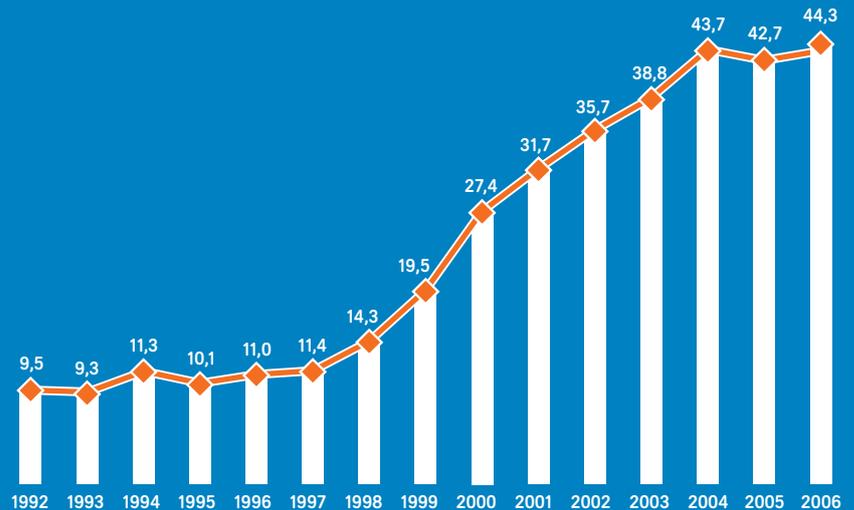
Der Anteil der Dieselfahrzeuge am Pkw-Gesamtbestand von 46,6 Mio. Pkw in Deutschland (2006) beträgt mit rund 11 Mio. Diesel-Pkw bereits mehr als 23%.



 Fabrikneue Zulassungen von Pkw mit Dieselmotor von 1992 bis 2006

Angaben in %

Quelle: Kraftfahrt-Bundesamt



Alternative Antriebsenergien wie Flüssiggas, Erdgas oder Hybridantriebe zeigen im Jahresvergleich vom 1. Januar 2006 zum 1. Januar 2007 zwar ein rasantes prozentuales Wachstum, sie machen aber zusammengenommen weniger als 1% des gesamten Fahrzeugbestandes in Deutschland aus.

	1.1.2006	1.1.2007	Veränderung
Flüssiggas	40.585	98.370	242 %
Erdgas	30.554	42.759	140 %
Hybridantrieb	5.971	11.275	189 %

Zusammenfassung

Zum dritten Mal nach 2003 und 2005 zeigt die Aral-Studie Trends der privaten Pkw-Nutzung in Deutschland auf. Ob die Absichtsbekundungen, die von den AutofahrerInnen bei der Befragung geäußert worden sind, tatsächlich in die Tat umgesetzt werden, das werden die nächsten 18 Monate zeigen.

Nehmen die Befragungsergebnisse das künftige Marktgeschehen exakt vorweg, dann setzt sich trotz der positiven Wirtschaftsentwicklung in Deutschland der seit 2003 rückläufige Trend beim Kauf eines Neu-, Jahres- oder Gebrauchtwagens weiter fort. Nach 25 Prozent in 2003 und 22 Prozent in 2005 planen heute nur noch 19 Prozent aller Befragten innerhalb der nächsten 18 Monate den Kauf eines Fahrzeugs – ein Spiegelbild der relativ gesättigten Märkte in Deutschland. Insbesondere der Gebrauchtwagenkauf hat deutlich an Attraktivität verloren. Offenbar befürchten viele Autofahrer, ein technisch veraltetes Fahrzeug zu erwerben, das schon in wenigen Jahren durch steigende Umwelтанforderungen nicht mehr uneingeschränkt genutzt werden kann.

Dass diese Kaufzurückhaltung nicht alleine an einer Geiz-ist-geil-Mentalität liegen kann, belegt der Trend zu deutschen Automarken. Sie stehen in der Gunst der KaufinteressentInnen wieder ganz oben, während die Konkurrenz aus dem westlichen Nachbarland und aus Fernost abfällt. Dennoch: Mit durchschnittlich 13 Prozent Rabatterwartung, ein Prozent mehr als 2005, steigt der Druck auf die Verkaufspreise. Wichtiger noch: Viele KaufinteressentInnen würden den Kauf verschieben oder sogar die bevorzugte Marke wechseln, wenn sie die erwarteten Preisnachlässe bei den Kaufverhandlungen nicht erreichen können. Die Neigung, einen Markenwechsel vorzunehmen, wächst – insbesondere bei den jüngeren KaufinteressentInnen.

Ein weiteres Ergebnis der Befragung: Der meist genannte Grund für den Kauf eines neuen Autos ist ein angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis, dicht gefolgt von dem Kaufkriterium Wirtschaftlichkeit und Verbrauch.

Offenbar spielen finanzielle Gründe bei der Kaufentscheidung eine immer größere Rolle, während Kriterien wie Sicherheit und Ergonomie, die in der Vergangenheit im Vordergrund standen, in die zweite Reihe rücken.

Die Diskussion um Klimawandel und Treibhausgase ist beim deutschen Autokäufer angekommen. Für die Mehrheit der Befragten ist ein niedriger CO₂-Ausstoß beim nächsten Autokauf wichtig, zwei von drei Käufern würden sogar einen Aufpreis für einen besonders geringen Schadstoffausstoß ihres nächsten Wunschfahrzeugs bezahlen. Allerdings, das zeigt die Befragung, ist der Wissensstand über diese Problematik gering.

Der Trend weg von der Barzahlung hin zur Finanzierung hält ungebrochen an. Erstmals wollen mehr Käufer ihr Fahrzeug finanzieren als bar bezahlen – ein Zeichen für knapper werdende Haushaltsbudgets. Interessant auch: das Leasing hat stark an Reiz verloren.

Bei der Wahl der Antriebsenergie hat der Diesel nach einem leichten Dämpfer in 2005 wieder zugelegt, kann aber an der Dominanz des Ottomotors nicht rütteln. Erstmals werden neben dem Erdgasantrieb auch Hybridfahrzeuge und Autogasantriebe in die engere Wahl genommen. Und bei der Ausstattung stehen ABS, Klimaanlage, elektrische Fensterheber, Kopf- und Seiten-Airbags, CD-Spieler sowie ESP ganz oben auf der Wunschliste.

the fact that the *de novo* mutation rate is very low, the number of mutations that occur in the genome of a cell during its lifetime is small. This is why the *de novo* mutation rate is often considered to be negligible in the context of population genetics.

However, the *de novo* mutation rate is not negligible in the context of molecular evolution. This is because the *de novo* mutation rate is high enough to allow for the accumulation of mutations over time, which can lead to the divergence of species.

For example, the *de novo* mutation rate in humans is estimated to be approximately 1×10^{-8} mutations per site per generation. This means that a human genome of approximately 3×10^9 sites will accumulate approximately 3×10^1 mutations per generation.

Over time, these mutations can accumulate and lead to the divergence of species. This is why the *de novo* mutation rate is often considered to be a major factor in the evolution of species.

In conclusion, the *de novo* mutation rate is a key factor in the evolution of species. It is important to understand the *de novo* mutation rate in order to understand the evolution of species.

References:

1. Kimura M (1981) *The Neutral Theory of Molecular Evolution*. Princeton University Press, Princeton, NJ.

2. Ohta T (1992) *The Evolutionary Significance of Genetic Drift*. Cambridge University Press, Cambridge, UK.

3. Nei M (1987) *Molecular Evolutionary Analysis*. Sinauer Associates, Sunderland, MA.

4. Kimura M (1983) *The Neutral Theory of Molecular Evolution*. Princeton University Press, Princeton, NJ.

5. Ohta T (1992) *The Evolutionary Significance of Genetic Drift*. Cambridge University Press, Cambridge, UK.

6. Nei M (1987) *Molecular Evolutionary Analysis*. Sinauer Associates, Sunderland, MA.

7. Kimura M (1983) *The Neutral Theory of Molecular Evolution*. Princeton University Press, Princeton, NJ.

8. Ohta T (1992) *The Evolutionary Significance of Genetic Drift*. Cambridge University Press, Cambridge, UK.

9. Nei M (1987) *Molecular Evolutionary Analysis*. Sinauer Associates, Sunderland, MA.

10. Kimura M (1983) *The Neutral Theory of Molecular Evolution*. Princeton University Press, Princeton, NJ.

Aral Aktiengesellschaft

Bereich Presse

Wittener Straße 45

44789 Bochum

Ansprechpartner: Detlef Brandenburg

Fon: +49 234 315-2664

Fax: +49 234 315-2319

www.aral-presse.de

Stand: August 2007

