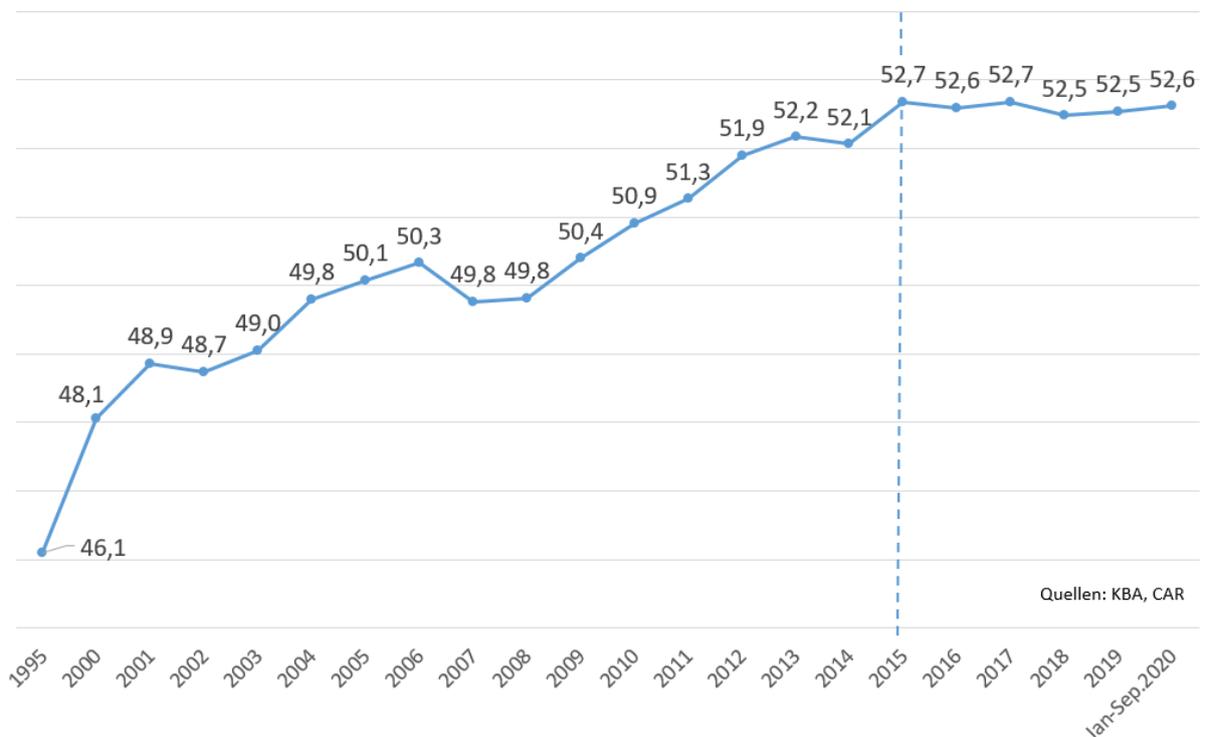


Der Trend zum steigenden Alter bei Neuwagenkäufern gebrochen

Ferdinand Dudenhöffer*

Bis zum Jahre 2015 konnte die Entwicklung der Altersstruktur der privaten Pkw-Neuwagenkäufer in Deutschland nur eine Richtung: Immer älter. Eine Art Methusalem-Effekt hatte sich scheinbar eingestellt. Eine der klassischen Begründungen war, dass junge Menschen keine Autos mehr mögen, mit Bus- und Bahn, dem Fahrrad oder mit Car-Sharing unterwegs sind. Die Auswertung der amtlichen Daten in Abb. 1

Abb. 1: Durchschnittsalter Neuwagenkäufer BRD

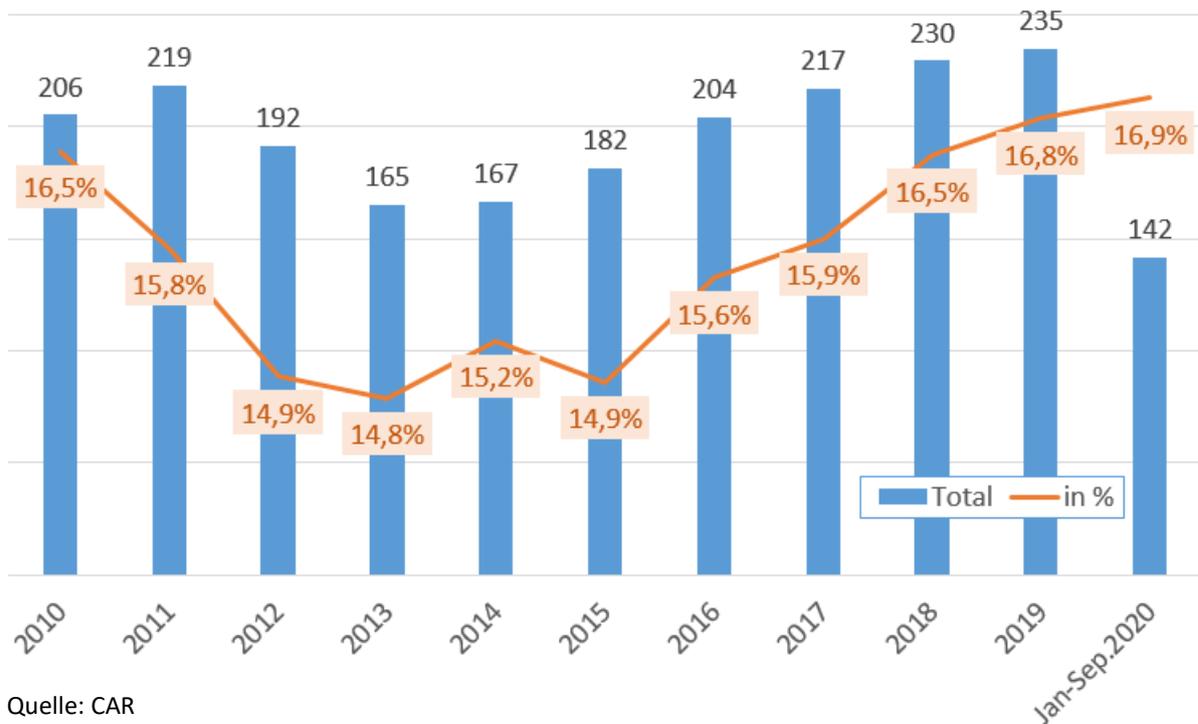


zeigt, dass der Methusalem-Effekt bis zum Jahre 2015 gültig war. Seit fünf Jahren ist der anwachsende Alterseffekt gebrochen. Nicht nur durch Corona hat das individuelle Auto neue Wertschätzung erhalten, sondern scheinbar bereits deutlich vor Corona. Das zeigt ein weiteres Detail der Datenanalyse, die in Abb. 2 dargestellt ist.

* Prof. Dr. Ferdinand Dudenhöffer ist Direktor des CAR-Center Automotive Research, Duisburg ++ www.car-future.com

Abb. 2 zeigt, dass bis zum Jahre 2013, der Anteil der Altersgruppe der 25-35 Jährigen unter den Neuwagenkäufer bis auf 14,8% der Neuwagenkäufer zurückging. Dies gilt beim Anteil als auch bei den absoluten Neuzulassungen, die in der Altersgruppe im Jahre 2013 die Zahl 165.000 erreicht.

Abb.2: Pkw-Neuwagenkäufer in Altersgruppe 25-35 Jahre (in 1.000 und %)



Quelle: CAR

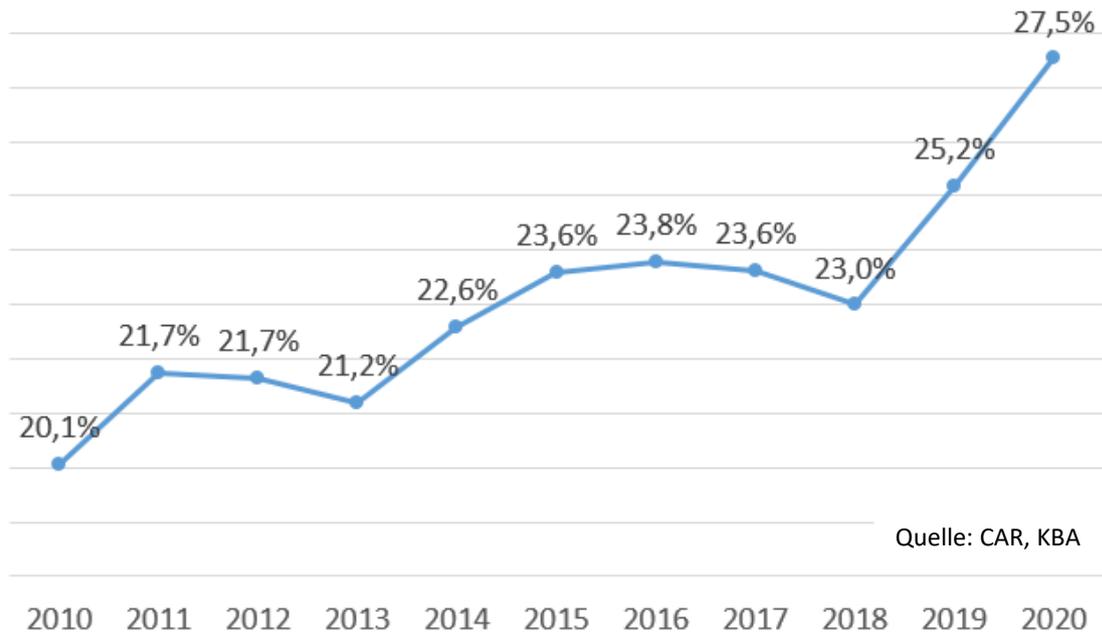
Seit 2014 steigt sowohl der Anteil als auch die absolute Zahl der Neuzulassungen der Altersgruppe 25-35. Ab einem bestimmten Alter, oft wenn man eigene Familie mit Kunden hat steigt der Wunsch nach Autobesitz. Sei es für den Einkauf, sei es für die bei Kindern beliebte Autofahrt zur Kita oder zur Schule, das eigene Auto bringt in dieser Altersgruppe erheblichen Komfort, der oft auch damit verbunden ist, dass man eher geneigt ist, in die Ausbezirke von Städten seinen Wohnort zu verlagern. Wenn man so will ist seit gut 5 Jahren durch diese Altersgruppe ein neuer Wunsch nach Autobesitz entstanden. Auch diese Entwicklung zeigt, dass das Argument, das Auto wird zum Auslaufmodell falsch war und ist.

Neue Formen des Autobesitzes – Firmenwagen mit Privatnutzung

Ein weiterer Effekt der „Verjüngung“ der Neuwagenkäufer ist aus der amtlichen Statistik nicht ersichtlich. Ein großer werdender Teil der leitenden Mitarbeiter in Unternehmen verfügt mittlerweile über persönlich zugeordnete Dienstwagen, die auch privat genutzt werden. Diese Fahrzeuge sind entweder auf die Fuhrpark-Managementgesellschaft oder das Unternehmen des Mitarbeiters zugelassen. Eigentlich ist es eine Art Privatwagen, die nur von der Administration anders behandelt wird.

Abb. 3 zeigt die Entwicklung der Firmenwagen-Neuzulassungen in Deutschland. Im Jahr 2019 wurden 908.000 Pkw-Neuwagen – das entspricht 25,25 aller Pkw-Neuwagen als Firmenwagen zugelassen.

Abb.3: Firmenwagen-Anteil Pkw-Markt BRD



Seit dem Jahr 2010 steigt der Anteil der Firmenwagen kontinuierlich- auch weil die Anzahl der privat zugeordneten Dienstwagen in den letzten Jahren sich deutlich erhöht hat. Nach unserer Einschätzung werden gut 40-50% der Firmenwagen als, zum Teil privatgenutzte Fahrzeuge mit genutzt. Auch dieser Effekt verkleinert deutlich den Anteil der „älteren“ Neuwagenkäufer. Der Wanderungseffekt, der nach der amtlichen Statistik nicht messbar ist, verschiebt also klar die Altersstruktur der Neuwagenkäufer „nach unten“. Die angebliche Bewegung „Weg vom Auto“ ist also auch hier keinesfalls erkennbar. Es gilt das Gegenteil

Auto-Abo-Entwicklung

Eine neue Marktentwicklung ist der langsame beginnende Trend zu den sogenannten Auto-Abos. Im Jahr 2020 werden nach unseren Daten und Recherchen zwischen 30.000 bis 50.000 Auto-Abos verkauft. Das sind Neuwagen, die dann auf den Abo-Anbieter zugelassen sind. In einer Umfrage unter 726 Auto-Abo-Kunden der Plattform Like2Drive haben wir ein Durchschnittsalter von 39 Jahren der Studienteilnehmer ermittelt. Also Auto-Abo-Kunden sind deutlich jünger als der Durchschnitt der Neuwagenkäufer.

Das Segment des Auto-Abo verspricht hohe Zuwachsraten. Ein Großteil der Kunden hatte zuvor einen Gebrauchtwagen. Da diese Kundengruppe preissensitiver ist, wurde in der Vergangenheit der Neuwagen gerne auch als Tageszulassung oder junger Dienstwagen gekauft. Diese „neue“ Kundengruppe hat damit auch einen klaren Effekt auf das Altersprofil der Neuwagen, der amtlich nach heutigen Statistiken nicht messbar ist. Aber er „verjüngt“ und steigert nach Wunsch nach Fahrzeugbesitz

Fazit: Renaissance des eigenen Autos

Nach Corona kann man davon ausgehen, dass der Wunsch nach einem eigenen Auto weiter steigt. Dies dürfte auch von der Angebotsseite gelten, denn für Vermieter, Car-Sharer und öffentliche Verkehrsunternehmen werden mit hoher Wahrscheinlichkeit durch die Corona-bedingten Verluste, Angebote gekürzt. Zusätzlich ist erkennbar, dass in den letzten 5 Jahren verstärkt die Gruppe junger Familien sich dem Auto zugewandt hat. Zusätzlich wird durch das Auto-Abo in den nächsten Jahren der Autobesitz deutlich risikoloser und komfortabel. Die Analyse zeigt, dass in Deutschland in den letzten Jahren der Wunsch nach einem Auto deutlich stärker ausgeprägt war. Autobesitzer werden wieder jünger. Der Methusalem-Effekt hat für die Autobauer seinen Schrecken verloren. Es sieht nach einer Wiederdeckung des eigenen Autos in Deutschland aus – freilich nicht in Form des klassischen Eigentums, sondern durch modernere Formen der Nutzung.