

Eroberung oder Markentreue: Woher kommen Kunden für Macan, X4 und GLA?

Porsche Macan, BMW X4 und Mercedes GLA - die süddeutschen Automobilhersteller lassen sich immer häufiger Modelle einfallen, die sich von den klassischen Geländewagen und sogar SUV unterscheiden und mehr Lifestyle zum Ausdruck bringen. Nicht zuletzt geht es Ihnen darum, die eigene Zielgruppe zu erweitern. Doch woher kommen diese Kunden? Waren sie vorher schon mit der Marke vertraut oder räubern Porsche, BMW und Mercedes mit ihren SUV bei anderen Herstellern?

Um dieser Frage auf den Grund zu gehen, hat „Dataforce“ im Rahmen der dauerhaften Statistik „Private Loyalty“ die drei jungen Modelle unter die Lupe genommen. Anhand der Neuzulassungen werden Wanderungsbewegungen ermittelt, dementsprechend kann neben dem neuen Pkw auch das alte Auto eines Kunden analysiert werden.

Auf Platz eins der drei Modelle steht der Mercedes-Benz GLA, der 2014 von null auf 6817 Neuzulassungen im Privatmarkt kam. Nicht unerwähnt sollte bleiben, dass der GLA auch bereits seit Anfang 2014 erhältlich war und nicht - wie seine beiden Konkurrenten - erst seit Mitte des Jahres. Bereinigt man für die Loyalitätsanalyse die Kunden, die bereits nach ein bis sechs Monaten ihr altes Auto aufgrund von taktischer Zulassung wechselten, können in Private Loyalty 2720 GLA-Fahrer analysiert werden. 65,8 Prozent von ihnen fuhren bereits zuvor die Marke mit dem Stern. 19,2 Prozent davon kommen von der C-Klasse, 13,0 Prozent von der B-Klasse und 11,1 Prozent steigen von der A-Klasse auf. Die Eroberung von anderen Herstellern liegt bei 34,2 Prozent. Auf Platz eins der neuen GLA-Kunden stehen mit 8,1 Prozent die 3er BMW-Fahrer, 7,1 Prozent kommen vom VW Golf und 5,4 Prozent vom Audi A4.

Zum Porsche Macan hingegen wechselten primär Fahrer anderer Marken. Der Kundenkreis kann damit vergrößert werden, ohne dass es markeninterne Verschiebungen gibt. Nur 21,0 Prozent der Macan-Fahrer sattelten innerhalb der Marke Porsche um; analog zieht der Macan 79,0 Prozent von anderen Marken. Dazu zählen mit 8,5 Prozent der Audi Q5, mit sechs Prozent der BMW X3 gefolgt vom 3er BMW. 5,1

Prozent seiner Kunden konnte der höher gelegte Sportflitzer von der Mercedes M-Klasse wegbewegen. Innerhalb der Marke Porsche gewinnt der Macan die meisten Kunden (zehn Prozent) vom Cayenne. Selbst klassische 911er-Fahrer entscheiden sich für den sportlichen Geländewagen (acht Prozent) aus dem Hause Porsche, was die Markenaffinität unterstreicht.

Der Münchner BMW X4, der ebenfalls als Konkurrent des Macan und GLA gilt, ist – wie der GLA – nicht besonders stark in der Eroberung. 77,2 Prozent der X4-Fahrer kommen von BMW, was eine niedrige Eroberungsquote ausmacht. 34,7 Prozent davon wechselten vom X3, 16,8 Prozent vom 5er und 15,5 Prozent seiner Kunden zieht das extrovertierte Fahrzeug vom 3er BMW. Erst der siebte Platz wird von einer anderen Marke belegt. So kommen 2,9 Prozent vom Audi Q5 und je 1,3 Prozent vom A5 sowie von Mini.

Eine ebenfalls sehr interessante Analyse ergibt sich über das Geschlecht und das Alter der „neuen“ SUV-Fahrer/-innen. Während beim BMW X4 noch 84 Prozent seiner Fahrer männlich sind, sind es beim GLA 76 Prozent. Weiter ausgeglichen ist das Verhältnis zwischen Mann und Frau bei den Macan-Fahrern/-innen. 70 Prozent der Macan werden auf männliche Autofahrer zugelassen und immerhin 30 Prozent der Fahrzeuge auf Frauen. Somit ist Porsches SUV im direkten Vergleich das Modell, welches am ehesten von Frauen präferiert wird.

Altersspezifisch springt beim GLA sofort ins Auge, dass er beim Alter der Zielgruppe breiter aufgestellt ist. Er lockt überdurchschnittlich viele junge als auch ältere Fahrer an.
(ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Mercedes-Benz GLA Edition 1.

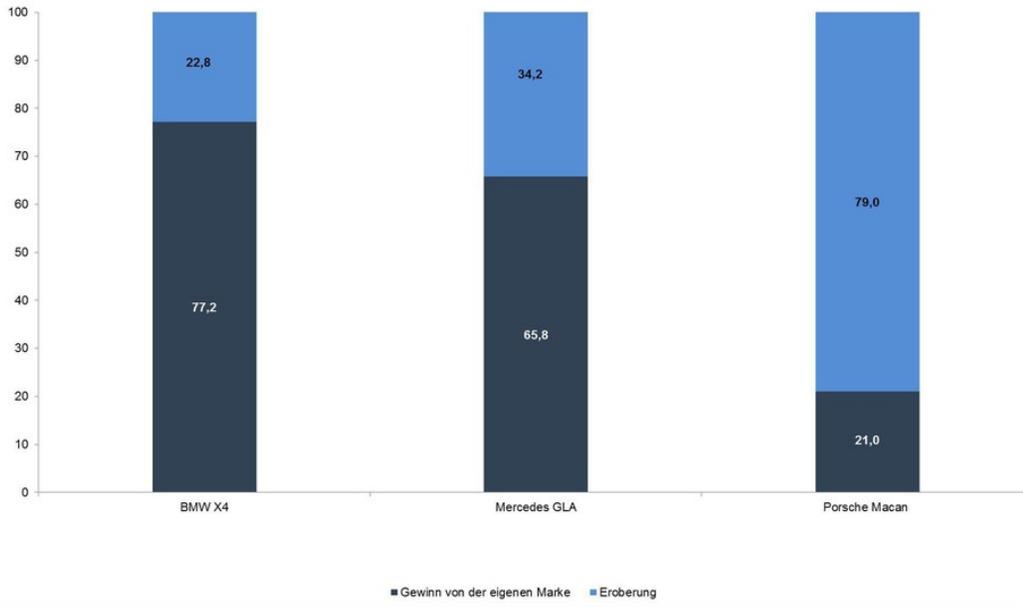


BMW X4 xDrive 35i.



Porsche Macan Turbo.

Eroberungsquoten 2014 (%)



Eroberungsquoten 2014 (%)

