

Eroberungsraten: Der Seat Mii überholt sie alle

Wer ist der Top-Eroberer bei den Kleinstwagen. Dieser Frage ging das Marktforschungs- und Beratungsinstitut „Dataforce“ mit seiner Studie „Private Loyalty“ jetzt nach. Mit 79 Prozent Eroberung von anderen Marken schaffte der Seat Mii den ersten Platz. Dabei kommen unter anderem 19 Prozent der Käufer von der Konzernmutter, neun Prozent von Opel und sieben Prozent von Ford. Dies klingt nach großen Verlusten für die Konkurrenz. Allerdings handelt es sich bei 66 Prozent der Mii-Kunden um Käufer, die davor einen im Schnitt mehr als zehn Jahre alten Gebrauchtwagen gefahren haben. Seat hat sie also vom Neuwagenkauf überzeugt.

Zweiter Gewinner im Ranking ist der Skoda Citigo. Er erobert ebenfalls 79 Prozent seiner Fahrer von der Konkurrenz und auch die restlichen Fakten sind fast eine Kopie der Daten der spanischen Schwester. 21 Prozent der Kunden kommen von VW, neun Prozent von Opel und fünf Prozent von Ford. 56 Prozent der Kunden hatten vorher einen Gebrauchtwagen; das vorherige Fahrzeug im Schnitt 9,7 Jahre alt.

Weitere Gewinner sind der Hyundai i10 mit 77 Prozent Neukundengewinnung von der Konkurrenz, der Fiat 500 mit 71 Prozent und der Opel Adam mit 58 Prozent. Mit diesem Wert ist der Adam das erfolgreichste Modell von Opel. Prozentual gewinnt kein anderes Fahrzeug aus Rüsselsheim so viel von der Konkurrenz.

Volkswagen Up, Opel Adam und Fiat 500 gehören zu einem Fahrzeug-Segment, das sich in den vergangenen Jahren am meisten gewandelt hat. Früher tummelten sich in diesem Bereich günstige Kleinstwagen, die lediglich das Mobilitätsproblem gelöst haben. Heute wird von Lifestyle-Fahrzeugen gesprochen. Erstaunlich ist dabei, dass in Sachen Neukundengewinnung das Mini-Segment am besten dasteht. 55 Prozent der Kunden wurden 2014 von einer anderen Marke geworben. Zum Vergleich: In der Mittelklasse können im Schnitt lediglich 27 Prozent der Kunden von einer anderen Marke überzeugt werden.

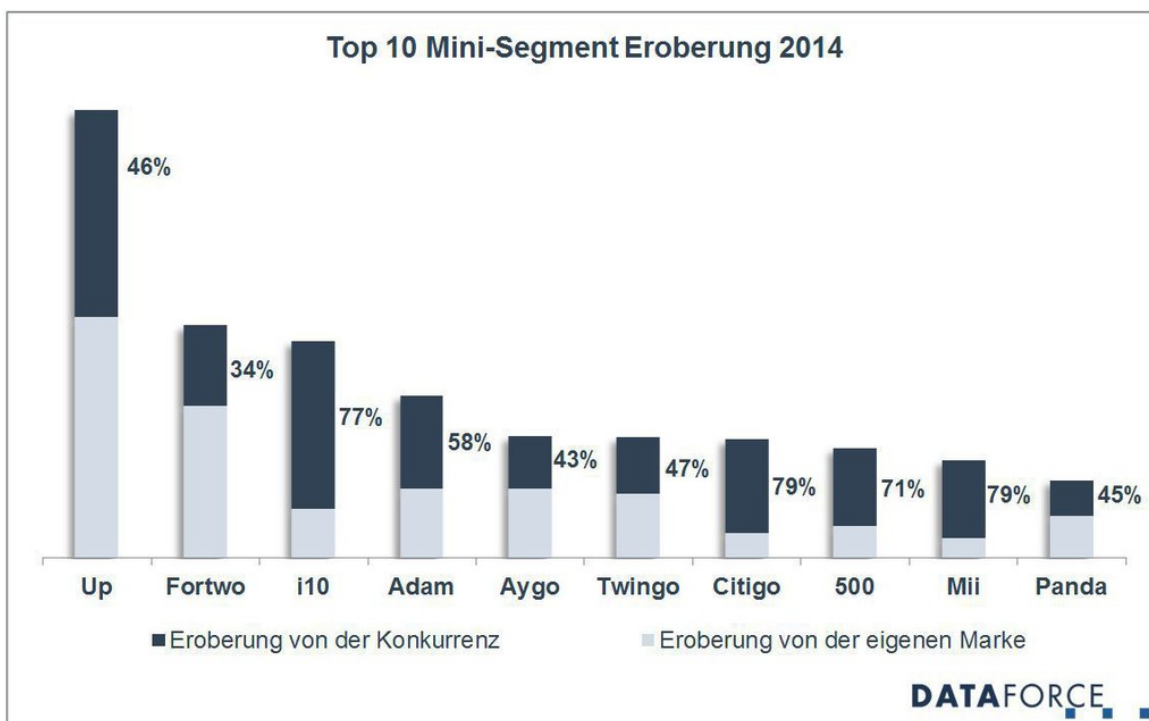
Spitzenreiter nach Neuzulassungen ist der VW Up. Knapp jeder vierte Mini im deutschen

Privatmarkt kam 2014 aus Wolfsburg. Allerdings führen 54 Prozent der Kunden vor dem Up einen größeren oder gleichwertigen VW. Der Smart liegt an zweiter Stelle der Neuzulassungen, rekrutiert aber lediglich 34 Prozent der Neukunden von anderen Marken. Andererseits wählen 49 Prozent nach einem Smart wieder dieses Modell. Mit der Einführung des neuen Modells werden sich diese Zahlen sicher deutlich ändern.
(ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Seat Mii.





Skoda Citigo Monte Carlo.



Skoda Citigo Monte Carlo.



Fiat 500 Cult.



Opel Adam 1.4 Ecoflex (LPG).



Volkswagen Cross-Up.



Volkswagen Cross-Up.
