

## Was hat BMW von hohen Eroberungsraten?

**Der 2er Gran Tourer kann mit 71,3 Prozent im Privatmarkt die höchste Eroberungsrate aller BMW-Modelle vorweisen - und das bei einem seit zehn Jahren rückläufigen Verkauf in Deutschland an Privatleute. Auch dieses Jahr sinkt der Privatmarkt per Oktober wieder um 1,4 Prozent. Starke und innovative Modelle sollen in diesem Umfeld den Erfolg bringen. Das Marktforschungsunternehmen Dataforce hat am Beispiel BMW untersucht, was nach Eroberung und Kanibalisierung am Ende übrig bleibt.**

BMW konnte mit über 2500 zusätzliche Zulassungen per Oktober 2015 im Privatmarkt gut zulegen: 4,5 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. Nicht zuletzt trugen neue Modelle zu diesem Ergebnis bei - zum Beispiel der X4 und der 4er Gran Coupé, der Mitte 2014 eingeführt wurden. Ebenso kamen aus der 2er-Reihe zwei neue Modelle auf den Markt, der 2er Active Tourer und der 2er Gran Tourer. Letzterer hatte erst Mitte diesen Jahres seinen Marktstart und bietet als erster BMW Familien mit sieben Mitgliedern Platz.

Um den Fragen auf den Grund zu gehen, woher die Kunden für diese Fahrzeuge kamen und ob am Ende die Erweiterung der Zielgruppe geklappt hat, nahm Dataforce im Rahmen der dauerhaften Statistik „Private Loyalty“ die vier noch jungen Modelle in der BMW-Familie unter die Lupe. Anhand der Neuzulassungen wurden Wanderungsbewegungen zwischen alten und neuen Pkw ermittelt.

Die meisten Zulassungen im Privatmarkt hatte der 2er Active Tourer mit 9564 Fahrzeugen. 51,6 Prozent seiner Kunden bekommt der Active Tourer von BMW, 48,4 Prozent von anderen Marken, wobei 11,7 Prozent von VW und 11,0 Prozent von Mercedes-Benz kommen. 23,6 Prozent fuhren vorher einen 3er-BMW, 10,3 Prozent einen 1er und 9,1 Prozent einen X1. Von anderen Marken finden ehemalige Fahrer der Modelle Mercedes-Benz B-Klasse, Volkswagen Golf und Golf Plus oder Sportsvan zum Active Tourer.

Der neue 2er Gran Tourer kann mit einer hohen Eroberungs-Rate von 71,3 Prozent die meisten Kunden von anderen Marken gewinnen. Hier kommen 24,7 Prozent von VW, 9,7

Prozent von Opel und 6,7 Prozent von Mercedes. Innerhalb der Marke BMW zieht er die meisten Kunden vom 3er. Die Wechsler von anderen Marken sind stark segmentstreu, sie bleiben also beim gleichen Fahrzeugtyp. So zieht der Familien-Van aus München seine Kunden vom VW Touran, vom Opel Zafira oder eben von der B-Klasse.

Der 4er Gran Coupé, dessen Form der klassischen BMW-Silhouette am nächsten kommt, hat mit 31,6 Prozent die geringste Eroberung. Gerade einmal 9,8 Prozent kommen von Audi und 5,2 Prozent von VW. Die meisten Kunden wechseln intern. Allein ehemalige 3er-Besitzer machen fast ein Viertel der Käufer aus.

Schaut man sich das exklusive Sport-SUV X4 in der Private-Loyalty-Analyse an, bekommt man ein ähnliches Bild. Die Eroberungsquote mit 32 Prozent ist eher schwach. 8,1 Prozent kommen aus Ingolstadt und 6,3 Prozent von der Marke mit dem Stern. Auf Modellebene spielen hier im Vorbesitz X3, 3er, 5er, Audi Q5 und die C-Klasse eine wesentliche Rolle.

Von einem Model – dem 3er – profitieren alle vier untersuchten Fahrzeuge, was die Modellreihe unter Druck setzt. (ampnet/Sm)

## Bilder zum Artikel

---



BMW 2er Gran Tourer.

---