
Mercedes hat die jüngsten Neuwagenkäufer

Welche Bedeutung haben Autos heute noch für jüngere Menschen? Mit dieser Frage hat sich das Nürnberger Marktforschungsunternehmen Puls beschäftigt und dabei Erstaunliches zu Tage gefördert. Grundlage der Studie war eine Sonderauswertung aus dem Autokäufer-Monitor für das erste Halbjahr 2021 bei über 6000 Autokäufern. Und siehe da: Mehrheitliche 58 Prozent der Generation Z (bis 24 Jahre) bekundeten, dass sie gerne Auto fahren, wohingegen für deutlich geringere 25 Prozent Autos eher nur Mittel zum Zweck darstellen.

Fast noch überraschender allerdings die Ergebnisse auf die Frage, wie erfolgreich die einzelnen Automarken bei der Gewinnung junger Neu- und Gebrauchtwagenkäufer sind. Danach hat Mercedes mit einem Durchschnittsalter von 41,4 Jahren die jüngsten Neuwagenkäufer und verdrängt damit Seat, deren Kunden im Schnitt 42,9 Jahre alt sind. Dahinter folgen Citroen (44,7 Jahre), BMW (44,8 Jahre), Audi (44,9 Jahre) und Tesla (45,1 Jahre), die damit alle noch unter dem allgemeinen Durchschnittsalter des Neuwagenkäufers von 47 Jahren rangieren.

Treu bleibt Seat seinem jugendlichen Image bei den Gebrauchtwagen, wo die spanische VW-Tochter (im Verbund mit ihrem Sportabteiler Cupra) mit 33,1 Jahren die mit Abstand jüngsten Käufer anzieht. Danach folgen Audi (36,6 Jahre), BMW (38,2 Jahre), Mini (38,7 Jahre) und Volkswagen (39,3 Jahre). Der durchschnittliche Gebrauchtwagenkäufer ist laut der Puls-Erhebung 41 Jahre alt. Hier rangiert Mercedes-Benz mit 44,7 Jahren weit dahinter – wenn auch nicht so weit wie Konzerntochter Smart, die mit durchschnittlichen 49,6 Jahren die ältesten Kunden aufweist. (aum/fw)

Bilder zum Artikel



Mercedes-AMG A 45 S.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Daimler



Seat Arona.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Seat



Seat Arona und Ibiza.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Seat



Smart Fortwo Electric Drive Cabrio.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Daimler
