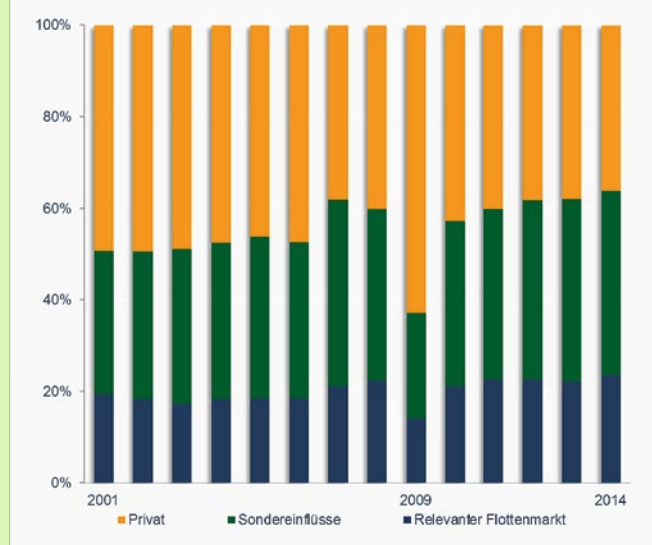


Abb. 1: Neuzulassungen | Flottenmarkt im Aufwind



Quelle: Dataforce (Pkw-Neuzulassungen nach Marktsegmenten 2001 bis 2014 (2001 = 100))

Abb. 2: Marktsegmente | Private auf dem Rückzug



Quelle: Dataforce (Verteilung der Neuzulassungen nach Marktsegmenten 2001 bis 2014 in Prozent)

Erfolgsstory

Flottenmarktentwicklung | Während die privaten Neuzulassungen an Relevanz verlieren, entwickelt sich der Flottenmarkt positiv. Von Veränderungen verschont bleibt aber natürlich auch dieses Marktsegment nicht.

— Beständig ist nur der Wandel. Diese – zu gegebenermaßen mittlerweile abgedroschene, aber dennoch nicht falsche – Weisheit gilt auch für den Flottenmarkt. Dabei ist der Begriff Wandel mit Blick auf den relevanten Flottenmarkt durchaus geeignet, positive Assoziationen zu wecken. Das trifft in der Kurzfristbetrachtung – lag das Zulassungsplus in den ersten beiden Monaten des Jahres doch bei fast zehn Prozent – ebenso zu wie in der langfristigen Rückschau. Denn betrachtet man die Entwicklung der relevanten Flottenzulassungen seit Beginn des neuen Jahrtausends, lässt sich durchaus ein positiver Trend ableiten.

Flottenmarkt immer wichtiger | Das wird besonders deutlich, wenn man die Entwicklung der Pkw-Neuzulassungen an relevante Flotten mit den Zulassungen auf Privatkunden vergleicht. Legt man 2001 als Basisjahr mit einem Index von 100 zugrunde, musste der Privatmarkt deutlich Federn lassen. So stiegen die Flottenneuzulassungen seit Anfang des neuen Jahrtausends laut Dataforce um zehn Prozent – die Neuzulassungen an Privatkunden dagegen lagen 2014

ganze 33 Prozent unter dem Niveau von 2001 (vergleiche auch Abb. 1). Natürlich verlief diese Entwicklung nicht linear: Auch außerhalb des Abwrackprämienjahrs 2009 gab es seit 2001 im einen oder anderen Jahr eine negative Flottenentwicklung. Langfristig gesehen gehen die Trends in den betrachteten Marktsegmenten jedoch in entgegen-

Auch im Flottenmarkt gewinnen SUVs mehr und mehr an Relevanz.

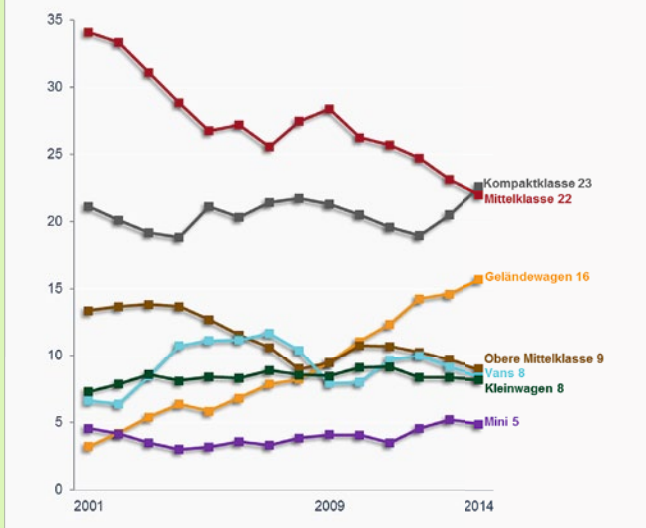
gesetzte Richtungen: aufwärts bei den gewerblichen und abwärts bei den privaten Zulassungen.

Die sinkende Relevanz des Neuwagenverkaufs an Privatleute zeigt sich dabei auch bei der Verteilung der Neuzulassungen auf die einzelnen Marktsegmente. So zeigen die Dataforce-Zahlen in Abbildung 2 deutlich, dass der Anteil der Neuzulassungen an privat seit 2001 deutlich zurückging, während der Anteil der Flottenneuzulassungen de facto konstant blieb. So dominierten die Pri-

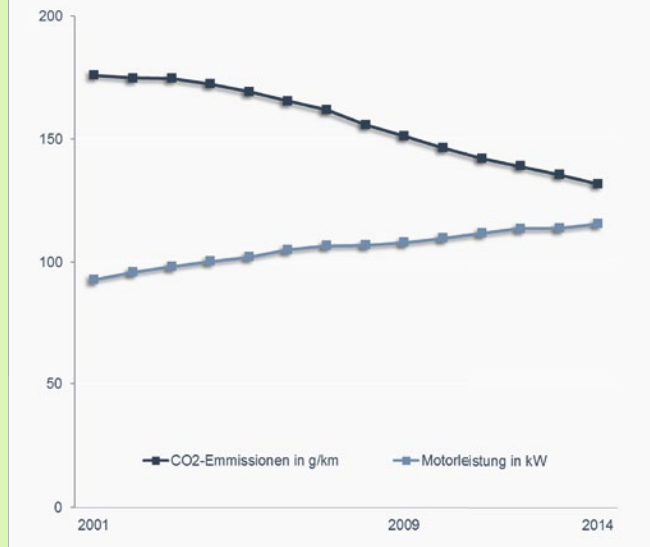
vatverkäufe die Pkw-Neuzulassungen noch kurz nach der Jahrtausendwende mit einem Gesamtanteil von annähernd 50 Prozent. Der Rest verteilte sich mit einem Anteil von rund 20 Prozent auf Flotten und Gewerbekunden sowie mit etwa 30 Prozent Anteil auf Sondereinflüsse, also Eigenzulassungen, Händlerzulassungen oder Verkäufe an Autovermieter. Abgesehen von einem kurzen Zwischenhoch im Abwrackprämienjahr 2009, als der Privatkundenanteil bei über 60 Prozent lag, hat sich dieses Bild heute spürbar gewandelt. Zwar ist der Anteil der Flottenzulassungen am Neuwagenmarkt in Deutschland zwischen 2001 und 2014 nur leicht von knapp unter auf etwas über 20 Prozent gestiegen, deutlich zurückgegangen ist – zum Vorteil der Neuzulassungen auf Hersteller, Händler und Vermieter – aber der Privatkundenanteil: Er sank im Vergleichszeitraum um rund zehn Prozentpunkte.

Wandel auch von innen | Aber nicht nur die Relevanz der Marktsegmente hat sich in den vergangenen eineinhalb Jahrzehnten verschoben, auch bei den Fahrzeugsegmenten haben sich neue Entwicklungen aufge-

Abb. 3: Fahrzeugsegmente | SUVs legen zu



Quelle: Dataforce (Anteil der Fahrzeugsegmente im relevanten Flottenmarkt 2001 bis 2014 in Prozent)

Abb. 4: Leistung und CO₂-Emissionen | Stärker und saubererQuelle: Dataforce (CO₂-Emissionen und Motorleistung im relevanten Flottenmarkt 2001 bis 2014; 1.000 Pkw)

tan (Abb. 3). Zwar spielen Kompakt- und Mittelklassewagen mit einem Gesamtanteil an den Flottenzulassungen von 45 Prozent immer noch die Hauptrolle im Flottenmarkt. Scharfe Konkurrenz haben sie aber von der steigenden Zahl der Geländewagen beziehungsweise SUV bekommen. Denn den Dataforce-Zahlen zufolge sind die Offroader das einzige Segment, das seine Position im Flottenmarkt seit 2001 signifikant ausbauen konnte: Waren 2001 noch weniger als fünf Prozent aller auf Flottenkunden zugelassenen Neuwagen SUVs, hat sich ihr Anteil bis 2014 auf 16 Prozent und damit auf fast ein Fünftel vervielfacht.

Diese Entwicklung bekommen vor allem die Anbieter von Fahrzeugen der Mittelklasse sowie der oberen Mittelklasse zu spüren: Waren 2001 noch über ein Drittel der Flottenfahrzeuge der Mittelklasse und 13 bis 14 Prozent der oberen Mittelklasse zuzuordnen, lagen deren Anteile 2014 nur noch bei 22 respektive neun Prozent. Wenig bis gar nicht verändert hat sich dagegen die Relevanz der Kleinst- und Kleinwagen: Ihr Anteil an den Flottenneuzulassungen blieb Dataforce zufolge zwischen 2001 und 2014 konstant. Auch der Zulassungsanteil der Vans hat sich 2014 im Vergleich zu 2001 kaum verändert – war in der Zwischenzeit allerdings einigen Schwankungen ausgesetzt. So konnten die Großraumfahrzeuge die teilweise über zehn Prozent Marktanteil, die sie in

den Jahren 2004 bis 2008 auf sich vereinten, langfristig nicht halten. So zeigt sich auch im Flottenmarkt deutlich, dass die Vans die Fahne des Trendsegments schon vor längerer Zeit an die SUVs abgeben mussten.

Autos immer sauberer | Seine Position ausbauen konnte laut Dataforce dagegen der Diesel. Wurden 2001 noch rund 400.000 Flotten-Diesels neu zugelassen, waren es 2014 bereits über 500.000 Selbstzünder. Im gleichen Zeitraum sank der Verkauf von benzinbetriebenen Fahrzeugen von etwas über 250.000 auf unter 200.000 Einheiten. De facto unverändert blieb im Flottenmarkt die Nachfrage nach alternativen Antrieben wie

In Kürze | Dataforce

Seit der Gründung im Jahr 1998 hat sich Dataforce laut eigener Aussage zum führenden Marktforschungs- und Beratungsinstitut auf dem deutschen, europäischen und internationalen Flottenmarkt entwickelt. Über 60 Mitarbeiter aus 22 Nationen sorgen am Hauptsitz in Frankfurt am Main dafür, den Flottenmarkt für alle Beteiligten transparent und greifbar zu machen. Für diesen Bereich des Automobilmarktes bietet Dataforce seinen Kunden Informationen, die sie in ihren strategischen Planung und operativen Umsetzung unterstützen sollen. Das Dienstleistungsspektrum reicht von Analyse und Beratung bis zur Leadgenerierung von über 95.000 Fuhrparks.

Elektro- und Hybridautos oder nach Fahrzeugen mit Gasantrieb: Relativ hat sie sich zwischen 2001 und 2014 zwar vervielfacht, spielt absolut gesehen aber weiterhin nur eine untergeordnete Rolle.

Dennoch sinken die CO₂-Emissionen im relevanten Flottenmarkt seit 2001 kontinuierlich (Abb. 4). Lag der Ausstoß zur Jahrtausendwende noch bei 170 bis 180 Gramm pro Kilometer, waren es 2014 deutlich unter 150 Gramm. Und das, obwohl sich die Flottenkunden leistungsmäßig weniger zurückhielten: Lag die Durchschnittsleistung des Flottenfahrzeugs laut Dataforce im letzten Jahr doch bei zirka 115 Kilowatt oder umgerechnet etwa 157 PS. Das bedeutet einen deutlichen Anstieg im Vergleich zu 2001, als Flottenautos im Schnitt noch über weniger als 100 Kilowatt oder 136 PS verfügten.

Hyundai, Kia und Škoda im Aufwind | Veränderungen zeigen sich aber auch mit Blick auf einzelne Marken. So zeigt Dataforce ein signifikantes Flottenplus für Hyundai, Kia und Škoda. Demnach stieg der Flottenabsatz der beiden koreanischen Marken zwischen 2001 und 2014 mindestens um den Faktor neun, bei Škoda um das Fünffache. Aber auch kleinere Marken konnten sich laut Dataforce im Flottenmarkt stark verbessern. Dazu zählen zum Beispiel Maserati und Land Rover, die ihren Flottenabsatz im genannten Zeitraum demzufolge in etwa vervierfachen konnten. | Christian Frederik Merten