

Flottenstars im Rampenlicht

Branchenauszeichnung | Im Rahmen des FuhrparkMonitors zeichnete die Autoflotte erstmals die TopPerformer im Flottenmarkt aus. 17 Modelle und Marken in 15 Kategorien wurden „Autoflotte TopPerformer 2015“.

— Am 13. November startete in Frankfurt am Main der Auflotte FuhrparkMonitor. Zu diesem Anlass wurden erstmals auch die Autoflotte TopPerformer ausgezeichnet. Die Autoflotte TopPerformer sind 17 Automodelle und Marken aus 15 Kategorien, die sich im Flottenmarkt zwischen Oktober 2014 und September 2015 besonders gut entwickelten oder die dort als Neueinsteiger auf besonders große Resonanz stießen.

Grundlage für die Auszeichnung sind immer Daten des Branchendienstleisters Dataforce aus Frankfurt, der auch die Berechnung der relevanten Scores durchgeführt hat. Als generelle Datenbasis diente dabei der relevante Flottenmarkt für Pkw und leichte Nutzfahrzeuge mit bis zu 3,5 Tonnen zulässigem Gesamtgewicht. Berücksichtigt wurden dabei ausschließlich Neuzulassungen

auf Flotten, deren Fahrzeugbestand mindestens drei Pkw und/oder Transporter umfasst.

Ermittlung der Aufsteiger des Jahres |

Mit Ausnahme der drei Neueinsteiger-Preise zeichnet der „Autoflotte TopPerformer 2015“ die Aufsteiger des Jahres aus. Das relevante Berichtsjahr 2015 ist hier der Zeitraum von Oktober 2014 bis September 2015, das Vergleichsjahr 2014 analog dazu der Zeitraum zwischen Oktober 2013 bis September 2014. Der Score zur Ermittlung der Aufsteiger des Jahres setzt sich dabei in unterschiedlicher Gewichtung zusammen aus

- ▶ dem Wachstum des Modells im Vergleich zum vorherigen Berichtsjahr
- ▶ dem Marktanteil des Modells/der Marke im jeweiligen Fahrzeugsegment sowie
- ▶ dem Segmentwachstumsanteil, also dem Anteil des absoluten Wachstums eines

Modells/einer Marke an der Summe der Zuwächse im Segment.

Prämiert wurde hier ausschließlich der erste Platz.

Ermittlung der Neueinsteiger des Jahres |

Das ist bei den Neueinsteigern des Jahres anders: Hier wurden die ersten drei Plätze prämiert. Auch die Methodik zur Siegerermittlung unterscheidet sich hier. So gilt als Wertungsgrundlage in diesem Fall das Zulassungsvolumen im relevanten Flottenmarkt in den ersten sechs Monaten ab Marktstart – der wiederum zwischen Mai 2014 und April 2015 liegen durfte. Und anders als bei der Ermittlung der Aufsteiger des Jahres, für die Pkw und Transporter je nach Kategorie separat betrachtet werden, wird bei den Neueinsteigern diesbezüglich keine Trennung vollzogen. |rs, cfm



Die Gewinner (v.l.) | Ralf Weichselbaum (Audi), Stefan Wieber (Ford), Saban Tekedereli (Toyota), Frank Kemmerer (Daimler), Thomas Mereb (BMW), Dirk Horstkötter (Renault) und Sascha van Gool (Nissan)

Foto: Jörg Schwieder/Autoflotte

Foto: Volkswagen



City Cars | Drei Sieger-Argumente

– Der City-Car-Primus VW Up dominiert nicht nur sein Segment – gut 9.100 Einheiten bedeuten einen Marktanteil im Segment von 31,8 Prozent –, sondern er sorgt auch für das Plus, um genau zu sein, gehen 18,4 Prozent des Segmentwachstums auf sein Konto. Das reicht für einen Scoringwert von 22,5, obwohl die Zweit- und Drittplatzierten Opel Adam und Peugeot 108 im Vergleich zum Vorjahr deutlich stärker wuchsen. Der sehr individuell konfigurierbare Opel Adam verkaufte sich im dritten Jahr seines mobilen Lebens weiterhin sehr gut. So wuchs sein Volumen um 36,1 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Der Drittplatzierte ist eigentlich ein Drilling. Aus dem Kleinwagen-Trio, bestehend aus Citroën C1, Peugeot 108 und Toyota Aygo, setzte sich der Klein-Löwe durch. So sammelte der Peugeot 108 vor allem dank seines Zulassungsplus (79,2 Prozent) 13,3 Scoringpunkte, was ihn fast auf das Niveau des Adams (Scoring: 14,8) bringt.

City Cars

Rang	Marke	Volumen Q4/14-Q3/15	Veränderung zu Q4/13-Q3/14	Segment-Marktanteil	Anteil am Segmentwachstum	Score
1	Volkswagen Up	9.098	5,6 %	31,8 %	18,4 %	22,5
2	Opel Adam	1.735	36,1 %	6,1 %	17,6 %	14,8
3	Peugeot 108	550	79,2 %	1,9 %	9,3 %	13,3
	City Cars	29.591	2,5 %	100,0 %	100,0 %	n/a

Quelle: Dataforce

Kleinwagen | Enges Rennen

– Wirklich klein sind hier nicht die Wagenmaße, sondern vielmehr die Abstände. Der VW Polo fand zwar mehr Käufer als der Zweitplatzierte und der Sieger zusammen, aber Größe ist hier nicht alles. Die Performance muss stimmen und da sind 18,0 Scoringpunkte nicht schlecht, aber im Fotofinish nur gut genug für den dritten Platz. Mit 20,6 Punkten fährt der Ford Fiesta knapp vorher über die Ziellinie. Der Kölner toppte seine Verkaufszahlen deutlich (plus 32 Prozent) und ist der Treiber beim Segmentwachstum (22,7 Prozent Anteil). Dennoch reicht es nur für Silber in der Endwertung. Wahre Helden Geschichten kann der Sieger berichten. „Klio“ ist in der griechischen Mythologie eine der neun Musen und zuständig für die Heldenlieder und die Geschichtsschreibung. Im aktuellen „Helden-Kapitel“ des Renault Clio geht es um den engen Kampf um die Spitze (Scoringwert: 21,8), der auf der eigenen Stärke fußt, nämlich dem Wachstumsplus gegenüber dem Vorjahr von 78,1 Prozent.



Foto: Renault

Kleinwagen

Rang	Marke	Volumen Q4/14-Q3/15	Veränderung zu Q4/13-Q3/14	Segment-Marktanteil	Anteil am Segmentwachstum	Score
1	Renault Clio	3.668	78,1 %	8,0 %	21,6 %	21,8
2	Ford Fiesta	6.967	32,0 %	15,3 %	22,7 %	20,6
3	Volkswagen Polo	11.202	10,5 %	24,5 %	14,3 %	18,0
	Kleinwagen	46.438	11,1 %	100,0 %	100,0 %	n/a

Quelle: Dataforce

Foto: Volkswagen



Kompaktklasse

Rang	Marke	Volumen Q4/14-Q3/15	Veränderung zu Q4/13-Q3/14	Segment-Marktanteil	Anteil am Segmentwachstum	Score
1	Volkswagen Golf	43.713	10,1 %	31,5 %	27,6 %	27,4
2	Škoda Octavia	21.141	10,9 %	15,2 %	14,3 %	14,3
3	Peugeot 308	2.130	96,1 %	1,5 %	7,2 %	13,8
	Kompaktklasse	141.231	10,9 %	100,0 %	100,0 %	n/a

Quelle: Dataforce

Kompaktklasse | Nomen est omen

– Bleiben wir nach der Wertung der Kleinwagen kurz in Griechenland. Denn den Sieger in der Kompaktklasse außerhalb von Wolfsburg zu suchen, kommt dem berühmten „Eulen tragen nach Athen“ gleich. Der siebte Streich des VW Golf bleibt das Maß aller Dinge im „Golf-Segment“, das er deutlich mit anschiebt (27,6 Prozent Anteil am Segmentwachstum). So liegt zwischen dem Scoring des Niedersachsen (27,4) und dem des Zweitplatzierten aus Tschechien (14,3) eine Welt, und das obwohl sich der vor zwei Jahren erneuerte Škoda Octavia einen Tick besser entwickelte (plus 10,9 zu plus 10,1 Prozent). Wie wichtig die eigene Performance ist, zeigt der Drittplatzierte Peugeot 308. Der hochdekorierte Franzose kam komplett überholt im Oktober 2013 auf den Markt und traf einen Nerv. Denn die Zahl der verkauften Einheiten im Flottengeschäft hat sich im Vergleichszeitraum nahezu verdoppelt (96,1 Prozent). Respekt und ein Platz auf dem Stockerl.

Mittelklasse | Die Königsdisziplin

– Ein im positiven Sinn Getriebener ist der Gewinner in der Mittelklasse. Der Sieg in der Königsdisziplin, also dem volumenträchtigen Segment, kann nur über den Gesamtverkaufs-Primus VW Passat gehen. Zumal der Niedersachse seit einem guten Jahr, als mittlerweile achte Generation aufpoliert, im Verkaufsraum anzutreffen ist. Und diese kommt an. Eine Steigerung der Verkäufe von fast 30 Prozent ist immens und folglich der Scoringwert von 34,2 bemerkenswert. Aber wie alle Spitzenreiter kämpft auch der Passat mit dem Fluch des hohen Ausgangsniveaus. Denn wenn plötzlich ein Mitbewerber wie die Mercedes C-Klasse mit hohem Volumen (25.113 Einheiten) seine Verläufe fast verdoppelt (plus 98,1 Prozent), sorgt eben dieser auch für den Segmentschub (Wachstumsanteil 44,7 Prozent). Diese Leistung treibt die C-Klasse auf ein Scoring von 39,0 – was ihr die Krone in der Königsdisziplin verleiht. Das starke Siegerfeld komplettiert der BMW 4er. Er glänzt mit seinem Verkaufsplus (78,9 Prozent).



Foto: Daimler

Mittelklasse

Rang	Marke	Volumen Q4/14-Q3/15	Veränderung zu Q4/13-Q3/14	Segment-Marktanteil	Anteil am Segmentwachstum	Score
1	Mercedes-Benz C-Klasse	25.113	98,1 %	17,1 %	44,7 %	39,0
2	Volkswagen Passat	45.544	29,8 %	31,0 %	37,6 %	34,2
3	BMW 4er	4.695	78,9 %	3,2 %	7,4 %	12,9
	Mittelklasse	147.406	13,3 %	100,0 %	100,0 %	n/a

Quelle: Dataforce

INKLUSIVE PRIVAT SEKRETÄR



Mit **OPEL OnStar**® – Ihrem persönlichen

Online- und Service-Assistenten.

Wer ruft für Sie im Notfall Hilfe? Wer programmiert auf Wunsch Ihr Navi*? Wer bringt Sie schnell ins Internet, egal, wo Sie sich befinden? Wer hat die wichtigsten Daten und Füllstände Ihres Autos im Blick? Opel OnStar**, der persönliche Assistent an Bord. Wenn das mal nicht Oberklasse ist! **Mehr auf Opel.de**

Der neue Astra.

Ärgert die Oberklasse.

*Nur in Verb. mit Infotainment-System Navi 900 IntelliLink. **Optional bzw. in höheren Ausstattungsvarianten verfügbar. OnStar Dienste und WLAN Nutzung bei Ausstattung mit OnStar kostenlos für 12 Monate ab Erstzulassung, danach jährliche Gebühr von derzeit € 99 für OnStar Dienste, zusätzliche Gebühr für WLAN Nutzung. Abb. zeigt Sonderausstattung.

Kraftstoffverbrauch kombiniert 6,1–3,4 l/100 km;
CO₂-Emission kombiniert 141–90 g/km (gemäß
VO (EG) Nr. 715/2007). Effizienzklasse C–A+



Obere Mittelklasse | Einer treibt alle an

— Den deutlichsten Sieg gibt es in der oberen Mittelklasse zu beobachten. In einem Markt, der im Wesentlichen nur drei Protagonisten kennt – nämlich den BMW 5er, den Audi A6 und die Mercedes-Benz E-Klasse. Der Stuttgarter erfährt im kommenden Jahr ebenso eine Neuauflage wie der Münchner Rivale. Die aktuellen Versionen verkaufen sich nicht schlecht, bleiben aber beide jeweils hinter ihren eigenen Vorjahreszahlen zurück. Da nun auch das Gesamtvolumen rückläufig ist (minus 1,6 Prozent), möchte man meinen, dass der Spitzenreiter für den Triumph nur sein Vorjahresniveau halten muss. Als wahrer Champion reicht dies dem Audi A6/S6 aber nicht. Im Bewertungszeitraum startete gerade das aktuelle Facelift und hievte die Verkäufe auf ein Top-Niveau (plus 18,2 Prozent). Kein Wunder also, dass in einem leicht schrumpfenden Segment das Wachstum nahezu komplett auf die Kappe des Ingolstädters ging. Der Fabelwert von 99,5 Prozent Anteil am Segmentwachstum führt zu einem Score von 69,5.



Foto: Audi

Obere Mittelklasse

Rang	Marke	Volumen Q4/14-Q3/15	Veränderung zu Q4/13-Q3/14	Segment-Marktanteil	Anteil am Segmentwachstum	Score
1	Audi A6 / Audi S6	22.270	18,2 %	44,9 %	99,5 %	69,5
2	BMW 5er	15.462	-15,1 %	31,2 %	0,0 %	10,9
3	Mercedes-Benz E-Klasse	10.664	-11,8 %	21,5 %	0,0 %	7,4
Obere Mittelklasse		49.810	-1,6 %	100,0 %	100,0 %	n/a

Quelle: Dataforce

Foto: Audi



Luxusklasse | Flaggschiff als Steuermann

— Das Kunststück, aus einem Kopfschütteln ein Lächeln zu formen, gelingt im Luxussegment nicht allzu oft. Das Model S von Tesla ist hier die Ausnahme, die anschaulich den Widerspruch auflöst, dass Stromer zwar dank des schnell verfügbaren maximalen Drehmoments für Fahrspaß stehen, der aber schnell wieder verfliegt, sobald den Akku der Saft ausgeht. Der Kalifornier kann beides: innerhalb von 3,3 Sekunden von 0 auf 100 km/h vorpreschen und bis zu 480 Kilometer touren. Platz drei gebührt damit der Avantgarde. Hierunter fällt eigentlich auch der Vize. Der Mercedes-Benz CLS etablierte die Idee des viertürigen Coupés und beweist mit dem neuerlichen Facelift (Herbst 2014), dass dieser Weg weiterhin für Erfolg steht. Der Dreiklang aus hohem Segmentmarktanteil (19,4 Prozent), hohem Wachstumsanteil im Segment (52,2 Prozent) und starker Verkaufperformance (plus 79,4 Prozent) macht Audis Flaggschiff Audi A7/S7 zum Steuermann (Score: 41,8) in der Luxusklasse.

Luxusklasse

Rang	Marke	Volumen Q4/14-Q3/15	Veränderung zu Q4/13-Q3/14	Segment-MA	Anteil am Segmentwachstum	Score
1	Audi A7 / Audi S7	1.584	79,4 %	19,4 %	52,2 %	41,8
2	Mercedes-Benz CLS	1.247	53,4 %	15,3 %	32,3 %	27,6
3	Tesla Model S	492	51,9 %	6,0 %	12,5 %	13,9
Luxusklasse		8.296	2,1 %	100,0 %	100,0 %	n/a

Quelle: Dataforce

Foto: Volkswagen



Vans

Rang	Marke	Volumen Q4/14-Q3/15	Veränderung zu Q4/13-Q3/14	Segment-Marktanteil	Anteil am Segmentwachstum	Score
1	Volkswagen Golf Sportsvan	3.077	138,2 %	6,1 %	31,3 %	28,1
2	Renault Scénic	6.995	40,1 %	13,9 %	35,1 %	27,1
3	Volkswagen Sharan	6.198	15,2 %	12,3 %	14,3 %	13,6
	Vans	54.101	10,6 %	100,0 %	100,0 %	n/a

Quelle: Dataforce

Vans | Sieger mit Eigenheiten

– Wer Van hört, hat in den meisten Fällen vermutlich das Bild des Touran vor Augen. Der praktische Niedersachse schaffte es aber nicht unter die Top Drei – im Gegensatz zu seinem großen Bruder. Der Sharan zeigt sich als Top-seller (6.198 Einheiten) mit guten Verkaufswerten (plus 15,2 Prozent) und holt Bronze. Weit über dem Gesamt-Segmentwachstum, das bei 10,6 Prozent liegt, landete der Renault Scénic (40,1 Prozent), was auch schon sein Erfolgsgeheimnis im Ranking der TopPerformer ist. Der Franzose steht für mehr als ein Drittel (35,1 Prozent) des Wachstums im Segment und darf auf einen Scoringwert von 27,1 stolz sein. Einen fast ebenso großen Anteil am Segmentwachstum heimste der VW Golf Sportsvan ein. Zwar fehlt manchem Golf-Fan beim Hochdach-Kompakten etwas die Dynamik, aber er hat eine Menge Fans und konnte seine Verkaufszahlen mehr als verdoppeln (plus 138,2 Prozent) und so um Haaresbreite (Scoring: 28,1) den Sieg nach Wolfsburg holen.

Kleine SUVs | Kleiner Bruder siegt

– Selbst die kleinen Hochbeiner vermitteln das, was man das SUV-Gefühl nennen könnte. Leicht erhöht hebt man sich im Straßenverkehr von der Masse ab. Wobei der Erfolg dieses Segments gerade für das Gegenteil sorgt. Denn die wahre Flut an Sport Utility Vehicles (SUV) relativiert in manchen Innenstädten deren Besonderheit schon wieder, da nun scheinbar jeder höher sitzt. Auf jeden Fall sind sie trendy, auch die kleinen. Hier schaffte es der Peugeot 2008 auf den Bronzerang. Die beiden Top-Platzierten tragen jeweils das Nissan-Logo. Der Umsatzbringer der Japaner schlechthin, der Qashqai, zeigt sich volumen- (3.107 Einheiten) und wachstumsstark (29,7 Prozent Anteil am Segmentwachstum). Noch steiler fiel der Auftrieb beim Facelift im Sommer 2014 und fand zahlreiche neue Fans, wie das beeindruckende Volumenwachstum von 91 Prozent zeigt. So steht es am Ende im Bruderkampf 28,0 zu 21,7 nach Scoringpunkten für den Juke.



Foto: Nissan

Kleine SUVs

Rang	Marke	Volumen Q4/14-Q3/15	Veränderung zu Q4/13-Q3/14	Segment-Marktanteil	Anteil am Segmentwachstum	Score
1	Nissan Juke	1.752	91,1 %	5,3 %	33,6 %	28,0
2	Nissan Qashqai	3.107	31,1 %	9,4 %	29,7 %	21,7
3	Peugeot 2008	826	35,6 %	2,5 %	8,7 %	8,9
	Kleine SUVs	33.126	9,2 %	100,0 %	100,0 %	n/a

Quelle: Dataforce

Große SUVs | Freude am Rhein

– Mit 21 Prozent Wachstum im Gesamtsegment sind die großen SUVs die momentan heißeste Ware auch im relevanten Flottenmarkt. Kein Wunder, dass der Nissan X-Trail (der dem erfolgreichen Weg seiner kleineren Brüder Juke und Qashqai folgt) und der BMW X6 ihre Verkäufe vervierfachen (314,7 respektive 308,8 Prozent Zuwachs im Beobachtungszeitraum). Die relativ geringe Marktdurchdringung (Anteil am Segment von jeweils gut zwei Prozent) verhinderte ein noch besseres Scoring. Im dichtgedrängten Feld der Mitbewerber in diesem trotz so mancher strikter Car Policy ungebrochen wachstumsstarken Bereich triumphierte kein extremes Statussymbol, sondern eher ein vernünftiger Mix aus segmenttypischen Vorteilen und einer Firmenwagenutzer-freundlichen Finanzierung. Der Ford Kuga steht nicht nur für zehn Prozent des Segmentes, sondern sorgte zu einem Fünftel für den Push unter den großen SUVs. Der verdiente Lohn ist der Sieger-Score von 20,2.



Foto: Ford

Große SUVs

Rang	Marke	Volumen Q4/14-Q3/15	Veränderung zu Q4/13-Q3/14	Segment-Marktanteil	Anteil am Segmentwachstum	Score
1	Ford Kuga	4.833	55,0 %	10,4 %	21,1 %	20,2
2	Nissan X-Trail	962	314,7 %	2,1 %	9,0 %	15,3
3	BMW X6	834	308,8 %	1,8 %	7,8 %	14,6
	Große SUVs	50.429	21,0 %	100,0 %	100,0 %	n/a

Quelle: Dataforce

Foto: Ford



Kleine Transporter

Rang	Marke	Volumen Q4/14-Q3/15	Veränderung zu Q4/13-Q3/14	Segment-Marktanteil	Anteil am Segmentwachstum	Score
1	Ford Transit Connect / Ford Tourneo Connect	3.648	90,0 %	9,4 %	45,8 %	35,7
2	Volkswagen Caddy	18.522	4,0 %	47,6 %	18,8 %	28,9
3	Renault Kangoo	3.954	28,8 %	10,2 %	23,5 %	18,7
	Kleine Transporter	40.128	11,6 %	100,0%	100,0%	n/a

Quelle: Dataforce

Kleine Transporter | Caddy, der Gejagte

– Ein gut getimter und vor allem überzeugender Neustart kann für unerwartete Ergebnisse sorgen. So geschehen im Kleintransporter-Segment, die Klasse, die eindeutig vom VW Caddy dominiert wird. Nahezu jeder zweite Verkauf eines Kleintransporters sorgt in Hannover für Freude (47,6 Prozent Anteil am Segment). Aber auch hier fällt es dem Primus schwer, neue Impulse zu setzen. Im Segmentwachstum, das immerhin bei fast zwölf Prozent liegt, wird der Caddy (18,8 Prozent Anteil) vom Renault Kangoo (23,5 Prozent Anteil) und in erster Linie vom Ford Transit Connect/Tourneo Connect (45,8 Prozent Anteil) überflügelt. Die Kölner können vor allem auf eine steile Absatzkurve blicken (plus 90 Prozent). Woran neben dem Transit Connect eben auch die Pkw-Version Tourneo Connect ihren Anteil hat. Am Ende steht für die Rheinländer ein Score von 35,7, was den Caddy (28,9) auf den Vize-Rang schiebt. Dritter wird der Renault Kangoo.

Foto: Ford



Große Transporter | Größe ist nicht alles

– Ähnlich wie bei den Kleintransportern liest sich die Erfolgsgeschichte bei den großen Brüdern. Der reine Verkaufserfolg bringt längst noch nicht die TopPerformer-Krone. Die V-Klasse avanciert zum Bestseller und bringt den Mercedes-Benz-Stern wieder zum Leuchten. Zusammen mit dem Nutzfahrzeugbruder Vito führen die Schwaben in zahlreichen Fuhrparks vor und generieren einen Score von 16,3. Knapp darüber (18,8) liegt der Transit. Ford stellte Anfang 2014 die siebte Generation vor und punktete damit bei den Flottenbetreibern. Mit dem Verkaufsplus von 35,7 Prozent bereiten sich die Rheinländer selbst das schönste Geschenk zum 60. Geburtstag ihres Dauerläufers. Die Krone setzt sich aber die Kompakt-Version, der Transit Custom/Tourneo Custom, auf. Bei etwa gleichen Verkaufszahlen sorgte die Absatzsteigerung von 38,2 Prozent für den Ausschlag oder besser für den Score von 20,2 und damit den Sieg in dieser Klasse der großen Transporter.

Große Transporter

Rang	Marke	Volumen Q4/14-Q3/15	Veränderung zu Q4/13-Q3/14	Segment-Marktanteil	Anteil am Segmentwachstum	Score
1	Ford Transit Custom / Ford Tourneo Custom	6.490	38,2 %	6,5 %	27,6 %	20,2
2	Ford Transit	6.304	35,7 %	6,3 %	25,5 %	18,8
3	Mercedes-Benz Vito, Mercedes-Benz V-Klasse	11.267	13,7 %	11,3 %	20,8 %	16,3
	Große Transporter	100.003	2,8 %	100,0 %	100,0 %	n/a

Quelle: Dataforce

Pick-ups | Kopf-an-Kopf-Rennen

– Das Volumen von gut 2.500 Einheiten beweist, dass Pick-ups vor allem eines haben: eine treue, aber recht kleine Käuferschicht. Zumindest im Flottenmarkt. Nichtsdestotrotz ist es ein Drängeln und Schieben unter den Rivalen, deren Feld sich im nächsten Jahr mit dem Fiat Fullback und einer Mercedes-Benz-Version des Nissan Navara vergrößern wird. Eben jener Japaner eröffnet die Top Drei mit dem Bronzerang und 10,4 Scoringpunkten. Extrem spannend liest sich der Wettstreit der beiden Erstplatzierten. Die im Grunde beide den Sieg verdient hätten, läge nicht die Winzigkeit von 0,1 Punkten zwischen ihnen. Auf der einen Seite steht der VW Amarok. Der Niedersachsen-Gaucht für 40 Prozent des Marktes, sein Herausforderer, der Toyota Hilux, hält mit 23,1 Prozent nur leicht dagegen. Dafür sticht der robuste Japaner beim Wachstum hervor: 21,7 Prozent zu 8,8 Prozent heißt es in dieser Teildisziplin. Das bessere Ende beim Scoring kann damit der Wachstumstreiber Hilux (Score: 37,6) gegenüber dem Volumenkönig Amarok (37,5) verbuchen.



Foto: Toyota

Pick-ups

Rang	Marke	Volumen Q4/14-Q3/15	Veränderung zu Q4/13-Q3/14	Segment-Marktanteil	Anteil am Segmentwachstum	Score
1	Toyota Hilux	578	21,7 %	23,1 %	52,3 %	37,6
2	Volkswagen Amarok	1.005	8,8 %	40,2 %	41,1 %	37,5
3	Nissan Navara	495	1,9 %	19,8 %	4,6 %	10,4
	Pick-ups	2.521	5,5 %	100,0 %	100,0 %	n/a

Quelle: Dataforce

Foto: BMW



Foto: BMW



Foto: Ford



Top-Novizen | Die drei Erstplatzierten haben recht wenig gemeinsam (v.o.n.u.):
 BMW 2er Active Tourer/
 Gran Tourer, BMW X4 und
 Ford Transit Courier/
 Tourneo Courier

Neueinsteiger

Rang	Marke	AL	BJ
1	BMW 2er Active Tourer / BMW 2er Gran Tourer	919	3.570
2	BMW X4	671	1.781
3	Ford Transit Courier / Ford Tourneo Courier	333	1.110

AL = Anlaufzeitraum, BJ = Berichtsjahr; Quelle: Dataforce

Neueinsteiger | Drei neue Konzepte für sehr unterschiedliche Geschmäcker

– Im ersten Jahr der TopPerformer gehört der Ford Transit Courier/Tourneo Courier zu den positiven Überraschungen. Er traf mit seinem Kompakt-Konzept einen Nerv und darf sich zu Recht als einer der Neueinsteiger des Jahres fühlen. Mit seinem dritten Platz bei den Neueinsteigern dürfen sich drei von vier Ford-Transportermodellen „Autoflotte TopPerformer 2015“ nennen. Im Anlaufzeitraum (AL), also den ersten sechs Monaten des Anlaufzyklus, wurden ungefähr ein Drittel der Courier abgesetzt, die Ford im gesamten Berichtsjahr (BJ) an Flottenkunden verkaufte. Auch der Zweit- und Erstplatzierte, die beide aus München kommen, konnten schon in ihrem ersten halben

Jahr Verkaufserfolge einfahren. Als Coupé-Version des X3 steht der X4 für eines: für Fahrspaß. Den scheinen Firmenwagenfahrer beim EdelsUV-Coupé zu finden. Der gerade im Heck eng geschnittene Bayer überzeugte von Anfang an in der Verkaufstatistik. So typisch der X4 für BMW ist, so untypisch ist der 2er Active Tourer. Der Frontriebler mit Platz für bis zu sieben Passagiere (Gran Tourer) beachert gleich zwei neue Felder für den weiß-blauen Hersteller, der traditionell sportlich heckbetonte Limousinen formt. Hier sprechen also nicht die Traditionalisten, sondern schlichtweg der Markt das Urteil: Der Neueinsteiger des Jahres ist der BMW 2er Active Tourer/Gran Tourer.

Hersteller | Köln – Stuttgart – Wolfsburg

– Klare Verhältnisse herrschen in der Wertung der Hersteller. Unter den neun Aspiranten im relevanten Flottenmarkt spielt VW volumenmäßig in einer eigenen Liga. Aber der Reihe nach und damit zunächst der Blick auf den Drittplatzierten: Ford. Unter den Top-Drei-Modellen in den einzelnen Klassen finden sich zahlreiche Kölner wieder und mit dem Connect, Custom sowie dem Kuga stellen die Rheinländer



auch drei Gewinner plus einen Top-Neueinsteiger. Ein Score von 18,0 bedeutet damit Platz drei. Ein Viertel des Wachstums unter den deutschen Autobauern ging auf das Konto von Mercedes-Benz. Dieser starke Wert sorgt in Kombination mit den beiden anderen Teilsommen für einen Score von 20,8. Bis zum Sieger ist es aber noch ein gutes Stück. Denn VW brillierte bei hohem Marktanteil (fast 35,8 Prozent) auch mit einem besonders starken Beitrag zur Segmententwicklung (32,6 Prozent Anteil). In Wolfsburg darf man sich über 31,5 Scoringpunkte und Platz eins freuen.

Hersteller

Rang	Marke	Volumen Q4/14-Q3/15	Veränderung zu Q4/13-Q3/14	Segment-Marktanteil	Anteil am Segmentwachstum	Score
1	Volkswagen	194.839	8,9 %	35,8 %	32,6 %	31,5
2	Mercedes-Benz	88.995	16,2 %	16,4 %	25,3 %	20,8
3	Ford	58.246	23,6 %	10,7 %	22,7 %	18,0
	Hersteller	544.002	9,4 %	100,0 %	100,0 %	n/a

Quelle: Dataforce

Importeure | Der Rhombus als Symbol des Wachstums

– Die Importeure haben es gerade im deutschen Markt schwer. Zwar werden nirgends in Europa mehr Autos verkauft als hier, aber die Ansprüche der Flottenkunden sind nicht immer leicht zu erfüllen. Wie es geht, zeigt beispielsweise Nissan. Vor allem mit ihren SUVs sind die Japaner in den Fuhrparks präsent und werden aufgrund der starken Verkaufperformance (plus 29,2 Prozent) mit Bronze belohnt. Knapp davor geht Seat ins Ziel. Gerade die Kombi-Version des Leon gab der VW-Tochter Auftrieb, was sich am Volumenwachstum (plus 25,7 Prozent) und am Anteil am Gesamtwachstum aller Importeure (16,0 Prozent) festmachen lässt. Noch beeindruckender lesen sich die Zahlen des Siegers. Renault ist besonders mit Clío, Scénic und Kangoo erfolgreich am Markt (16,8 Prozent mehr Verkäufe). Fast 25 Prozent beträgt der Anteil am Gesamtwachstum aller Importeure und 20,9 Punkte das Sieger-Scoring.



Importeure

Rang	Marke	Volumen Q4/14-Q3/15	Veränderung zu Q4/13-Q3/14	Segment-Marktanteil	Anteil am Segmentwachstum	Score
1	Renault	28.522	16,8 %	17,2 %	24,8 %	20,9
2	Seat	12.953	25,7 %	7,8 %	16,0 %	13,7
3	Nissan	9.560	29,2 %	5,8 %	13,0 %	11,7
	Importeure	166.373	9,0 %	100,0 %	100,0 %	n/a

Quelle: Dataforce