

## Idősek a német autóvásárlók

Az újautó-értékesítések egész Európában csökkenő darabszámokat mutatnak. 2013 februárjában 795 482 darab autó talált gazdára Európában, mely a 2011. február havi darabszámhoz képest 10,5%-os visszaesés az ACEA adatai alapján. Ilyen kevés autót még sohase értékesítettek, mint februárban. Ezen belül Németországban a visszaesés az idei január havihoz képest 10,5% volt (Spanyolország 9,8%, Franciaország 12,1%, Olaszország 17,4%).

Ezen adatok tükrében nem meglepő a lapzártakor megjelentetett tanulmány, melyet a Duisburg-Esseni Egyetem CAR-Intézete (Center Automotive Research – Autóipari Kutatási Központ) készített, melyben a német újautó-vásárlók életkorát is elemzik (csak a privát vásárlók adatait vették figyelembe). Ebből kiderül, hogy az autóvásárlók közel egyharmada 60 év feletti. Az átlagéletkor 51,9 év – mely az eddig mért legnagyobb. 1995-ben ez az érték még 46,1 év volt, majd 2000-ben már 48,1 év, 2005-ben 50,1 év, 2010-ben pedig már 50,9 év volt az átlagéletkora az új autót vásárlóknak.

A legidősebbek a Mercedes-Benz vásárlók (56,2 év), őket követik a Jaguar (55,6 év), valamint a Porsche (51,8 év) vásárlók. A legfiatalabbak a SEAT vásárlói (44,1 év).

Az autók kivitele szerinti csoportosításban a legfiatalabbak a kupévásárlók (48,2 év), de itt is a vevők 9%-a 70 év feletti, a 24%-a pedig 60 feletti. A legidősebbek a lépcsőshátú autót vásárlók: itt az átlagéletkor 55,8 év.

A zárószóban a tanulmány készítői kiemelik, hogy „Az autó a fiatalok számára nem létezik”.

A vevők csupán 7%-a 30 év alatti. A szakértők szerint ez az autók árával nem biztos, hogy kapcsolatban van, mivel a legolcsóbb kapható autómárka, a Dacia vásárlóinak átlagéletkora is 50,4 év volt tavaly.

A kutatók két okra vezetik vissza ezt a jelenséget. Az egyik a demográfiai helyzet, azaz a német társadalom öregedése, a másik, hogy a nagyvárosokban élő fiatalok között megszűnt az autó státuszszimbóluma. A tömegközlekedés és a Car-Sharing különböző kedvezményekkel alternatívát jelentenek Ferdinand Dudenhöffer, a kutatás vezetője szerint. „Egy pár plusz lóerő és egy mutatós dizájn nem kielégítő ahhoz, hogy a fiatalokat az autóipar számára megnyerjék”. Dudenhöffer figyelmeztet is: „Az autógyáraknak újra kell alkotniuk gondolataikat. A régi recept, 'több lóerő, szélesebb gumik', nem működik tovább”. Egy helyen az autógyárak azonban jó úton haladnak: a biztonsági funkciók és az aszisztenszisztemek egyre fontosabbá válnak, minél öregebbek az emberek.

Európa öregszik, ez kétségtelen, így a fizetőképes újautó-vásárlók is az idősebb korosztályhoz tartoznak. Bő 10–15 évvel ezelőtt indult el az autógyáraknál, illetve azok marketingesinél, hogy egyik-másik tanulmányt, majd később szériaautót vagy esetleg új kategóriát (pl. SUV) a fiataloknak szánta az adott gyártó. Lépten-nyomon autós műsorokban, autós újságokban, brosúrákban azt lehetett hallani, olvasni, hogy „ezt az autót a fiatalos, lendületes vásárlóknak ajánlja a gyártó”, vagy esetleg „ezt az autót a gyártó olyan fiataloknak ajánlja, akik szeretnek aktívan kikapcsolódni” és még sorolhatnánk. Így történt meg például, hogy a Mercedes-Benz a sportos modelljeit a „hagyományostól” a három részre osztott hűtőrácsban elhelyezett nagyméretű jelvényt különböztette meg. Néhány éve már szinte csak ilyenekkel lehet találkozni – ergo ezek szerint az autót fiatalos, sportos vásárlók veszik nagy számban. A tanulmányban megjelent adatok alapján ez nem így van.

A tanulmány kitér arra is, hogy bár Németországban az átlagéletkor nagyon magas és növekszik is, a jelentősebb Európán kívüli piacokon más a vevők életkor szerinti összetétele.

Például a kínai első autót vásárlók nagy része a 20–30 éves korosztályból kerül ki. Ezen kívül még ott van az USA, Dél-Amerika, Oroszország, India, Indonézia, ahol a gyártók évről évre jelentősen növekvő eladott darabszámokat realizálnak. Így vélhetően a gyártók inkább fejlesztenek a kínai úgazdag rétegnek autót, mint a jómódú német nyugdíjasoknak.

SZARKA JÁNOS

Forrás: Deutschlands Autokäufer sind so alt wie nie, www.focus

# Autótechnika

## Javítás és kereskedelem

Az autójavítás és -vizsgálat, az autógyártás, az autó- és alkatrészkereskedelem műszaki, gazdasági szaklapja

XI. évfolyam, 2013/4. szám

Alapítva: 2002.

A lap a SZAKI (alapítás 1991.), illetve a kiadó AUTÓSZAKI, Karosszéria javítás és -fényezés, AUTÓHÁZ és AUTÓSZAKI-Junior folyóiratainak jogutódja.

HU-ISSN 1588-9858

**Megjelenés:** havonta

Példányszám: 4000

**Kiadó és laptulajdonos:** X-Meditor Lapkiadó, Oktatás- és Rendezvényszervező Kft. 9023 Győr, Csaba u. 21.

**Felelős kiadó:** Pintér-Péntek Imre

**Szerkesztőség:** X-Meditor Kft. Autó Üzletág

(Az AOE és a MAJOSZ pártoló tagja.)

Levélcím: 9002 Győr, Pf. 156.

Telefon: 96/618-074, fax: 96/618-063.

e-mail: auto@xmeditor.hu

web: www.autotechnika.hu • www.facebook.com/autotechnika

**Főszerkesztő:** dr. Nagyszokolyai Iván (Nszi)

(nszi@xmeditor.hu). Mobil: 06-30/3488-545.

**Felelős szerkesztő:** Csütörtöki Tamás, tel.: 96/618-061.

**Szerkesztő:** Sándorné Tamási Rita (auto@xmeditor.hu). Tel.:96/618-074.

**Alkotószervezők:**

Bagi Mihály (szakképzés), Besze Sándor (motorjavítás, diagnosztika), Bogdanovits László (járműalkatrész-gyártás), Bódi Béla (autóelektronika), Csúri György (autóelektronika, informatika), dr. Erőd István (autóipari kutatás-fejlesztés, alternatív hajtások), dr. Frank Tibor (irányítórendszerek), Gál István (világítástechnika), Gablini Gábor (márkakereskedelem), dr. Gellér Józsefné (kerék, gumibroncs), Horváth Tibor (gépjármű- és motorvizsgálat), Huszti Tibor (autóvilamoság), Kertay Nándor (kenéstechnika), dr. Lakatos István (gépjárműdiagnosztika, márkakereskedelem), dr. Lévai Zoltán (folyóirat-szerkesztés), dr. Lukács Pál (újrahasznosítás, recycling), Máthé István (motor-kerékpár-technika), dr. Melegh Gábor (igazságügyi és műszaki szakértés), dr. Merétei Imre Tamás (emissziótechnika), dr. Paár István (emissziótechnika), dr. Palkovics László (menetszabályzó rendszerek), Petrók János (autós innovációk), Ponyiczky László (németországi tudósító), Spindler Tibor (autó-szervizek), Szalai László (dízeltechnika), Szemerédy László (kanadai tudósító), Szénási Róbert (karosszéria-javítás, szakképzés és érdekvédelem), Szilágyi Tamás (karosszéria-javítás és -fényezés), dr. Zöldy Máté (motor-tűzelőanyagok).

**Marketing és reklámszervezés:**

Ódor Eszter (odor.eszter@xmeditor.hu) Tel.: 96/618-064, 06-30/453-7796

**Szedészet és nyomdai előkészítés:**

X-Meditor Lapkiadó, Oktatás- és Rendezvényszervező Kft.

**Nyomdai előállítás:**

Palatia Nyomda és Kiadó Kft.

**Megrendelés és terjesztés:** X-Meditor Kft. (9002 Győr, Pf. 156.)

Stipsits Zsuzsanna, tel.: 96/618-067.

Előfizetési díj 2013. évre: 11 820 Ft.

Az előfizetési díj az áfát és a postaköltséget tartalmazza.

Megrendelhető a szerkesztőség címén, e-mail címén, telefonon vagy a www.autotechnika.hu oldalon.

A kiadó a hirdetések tartalmáért felelősséget nem vállal! Nyersanyagot nem örzünk meg és nem küldünk vissza!

Lapunkat rendszeresen szemlézi Magyarország legnagyobb médiafigyelője az

»OBSERVER«  
BUDAPESTI MÉDIACYÉLŐ KFT.

1084 Budapest, Auróra u. 11.  
Tel.: 303-4738, Fax: 303-4744  
E-mail: marketing@observer.hu  
http://www.observer.hu