

Branchenstudie Autos & Zubehör

Wien, April 2022

im Auftrag von



Highlights

- 55 % der krone.at User besitzen ein Auto im Haushalt, 38 % mindestens zwei (Seite 9).
- **Großes Potential bei Carsharing** – 78 % der Befragten haben dieses noch nie genutzt (Seite 10).
- Diesel und Benzin sind aktuell die klaren Favoriten unter den Antriebsarten, allerdings kann sich **mehr als die Hälfte vorstellen, künftig** (eher) auf ein **Hybrid-Fahrzeug oder Wasserstoff-Antrieb** umzusteigen. Der **Zuspruch zu Elektroantrieb** liegt bei rund 50 % (Seite 11 & 12).
- Für 55 % der Befragten wäre der **Spritpreis Anlass, auf ein Elektroauto umzusteigen**, allerdings kommt das für 45 % nicht in Frage. Für die meisten liegt die Schmerzgrenze bei 2,50 € - 2,99 €, unter krone.at User ist die Toleranzgrenze etwas höher (Seite 13).
- Der Zuspruch zu Benzin und Diesel ist nach wie vor sehr groß – rund drei Viertel der Befragten können sich auch künftig die Anschaffung eines Fahrzeugs mit dieser Antriebsart vorstellen (Seite 14).
- Bei der Anschaffung eines Autos, bevorzugen **krone.at User signifikant häufiger einen Neuwagen im Vergleich zu einem Gebrauchtwagen**. Beim Autokauf sind Sicherheit, Verbrauch und Preis die wichtigsten Faktoren. Bei den Items Fahrspaß, Marke und Händler hebt sich krone.at vom Durchschnitt ab. (Seite 16 & 17).
- **Krone.at User sind tendenziell bereit, mehr für die Anschaffung eines Autos auszugeben** als der österr. Durchschnitt und **legen mehr Wert auf zusätzliche Ausstattung** wie Einparkhilfe, Allrad, Schiebedach, ... (Seite 18 & 19)
- Informationen zu Automarken suchen **krone.at User** häufig direkt bei Autohändlern; überdurchschnittlich wird die **Aufmerksamkeit durch Werbung in österreichischen Online-Tageszeitungen und über Außenwerbung** (Plakat, Citylight, Infoscreen) **geweckt** (Seite 20).

Highlights

- Informationen zu Autozubehör suchen **krone.at** User ebenfalls häufig direkt bei Auto- oder Ersatzhändlern; ihre Aufmerksamkeit wird außerdem überdurchschnittlich durch Werbung im TV, auf Social Media oder in österreichischen Online-Tageszeitungen geweckt (Seite 21).
- Krone.at liegt mit **82 % gestützter Bekanntheit** an erster Stelle noch vor orf.at (Seite 23).
- Rund **40 %** der Befragten, die **krone.at** kennen, nutzen die Webseite mindestens einmal pro Woche, ein Drittel mehrmals wöchentlich (Seite 24). Hohe Aufmerksamkeit bei der Nutzung (Seite 26).
- Werbung auf **krone.at** wird von den Befragten als **gut** auf der Webseite integriert und passend zum Thema empfunden (Seite 28).
- Rund ein Viertel der Befragten hat bereits einmal aufgrund einer Werbeanzeige auf einem Online-Nachrichtenportal ein Produkt **gekauft** oder Service in Anspruch genommen, User von **krone.at** liegen mit **28 %** leicht darüber. (Seite 29).

Studieneckdaten & Beschreibung der Stichprobe

Studieneckdaten & Beschreibung der repräsentativen Stichprobe

Methode

Computer Assisted Web Interviews (CAWI) im TALK Online-Panel

Befragte Zielgruppe

Personen ab 15 Jahren; repräsentativ für die Bevölkerung nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung (mit/ohne Matura)

Stichprobengröße

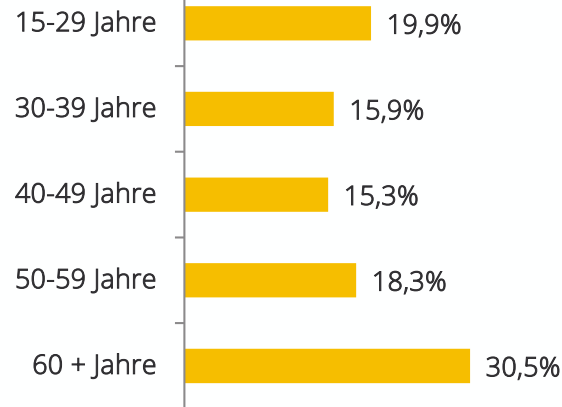
n=502 Netto

Befragungszeitraum

22.03. – 01.04.2022

n= 502

Alter:



Geschlecht:



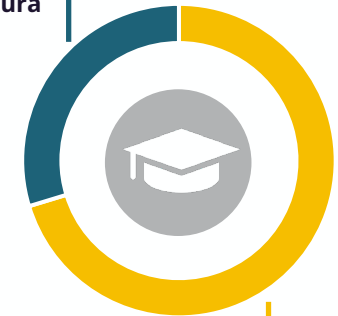
51,2%



48,8%

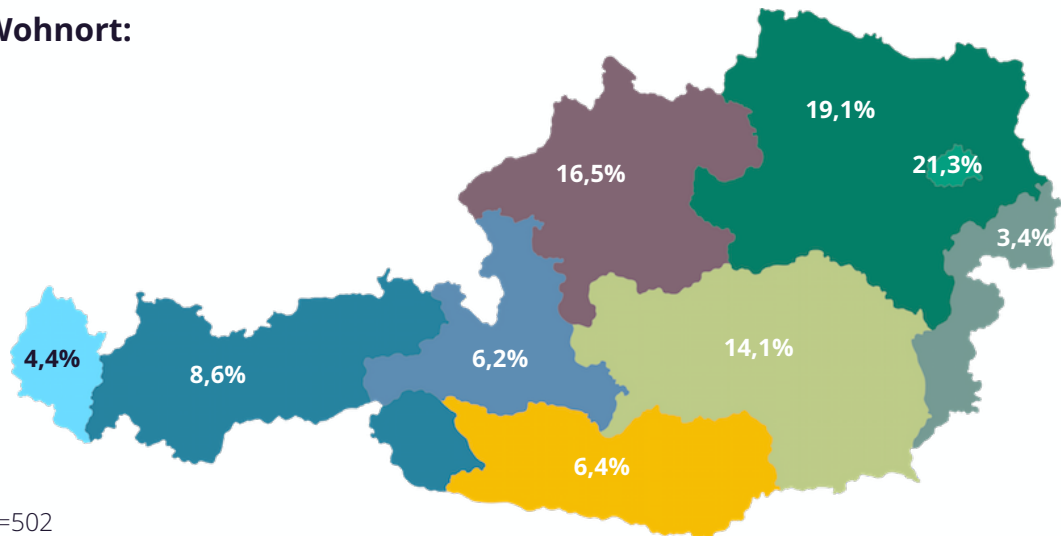
Bildung:

mit Matura
29,7%



ohne Matura
70,3%

Wohnort:



n=502

In %, Einfachantworten, repräsentativ gewichtet gemäß Alter, Geschlecht, Bundesland & Bildung nach Statistik Austria

Legende

Die Ergebnisse werden in Folge nach folgenden 2 Personengruppen analysiert. Es wird dargestellt, wie sich diese Profile hinsichtlich Soziodemographie, Kauf- und Informationsverhalten bei Autos & Autozubehör, Sympathie für Automarken, sowie Bewertung von krone.at verhalten.



Repräsentative Stichprobe: Gesamtbevölkerung, 15+ Jahre



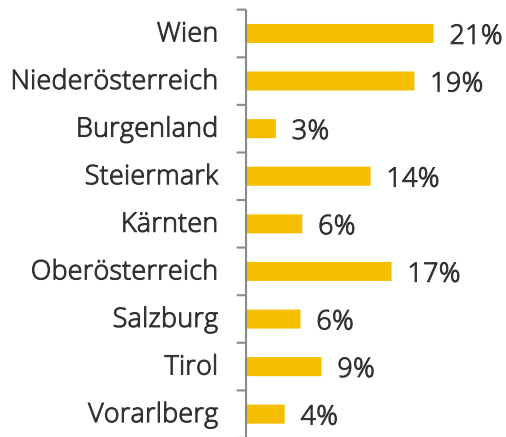
krone.at-Nutzer:innen: Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen

Soziodemographie der Personengruppen

Soziodemographie

 = repräsentativ AT

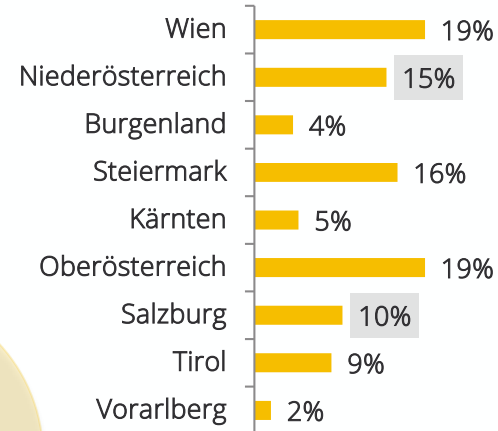
 = krone.at-Nutzer:innen



48,8%



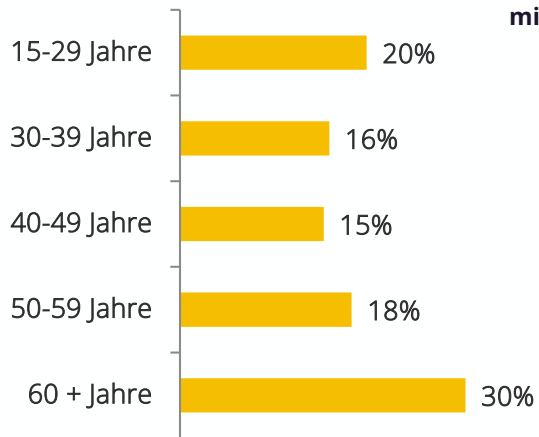
51,2%



49,4%



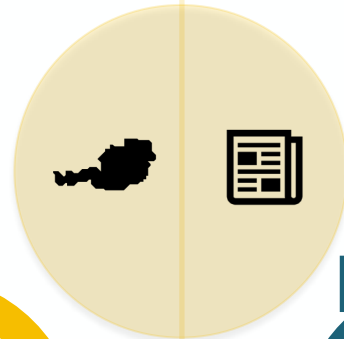
50,6%



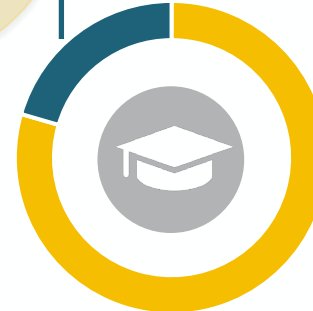
mit Matura
29,7%



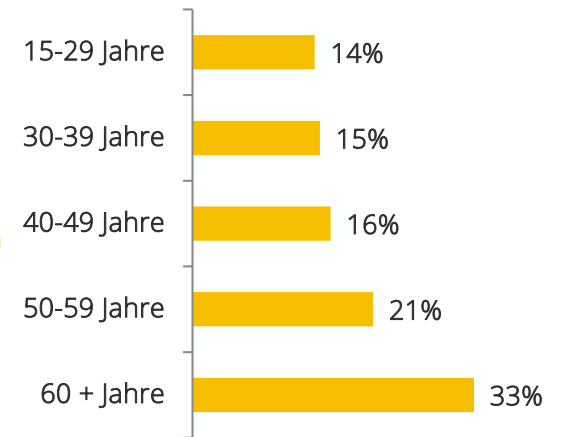
ohne Matura
70,3%



mit Matura
30,0%



ohne Matura
70,0%

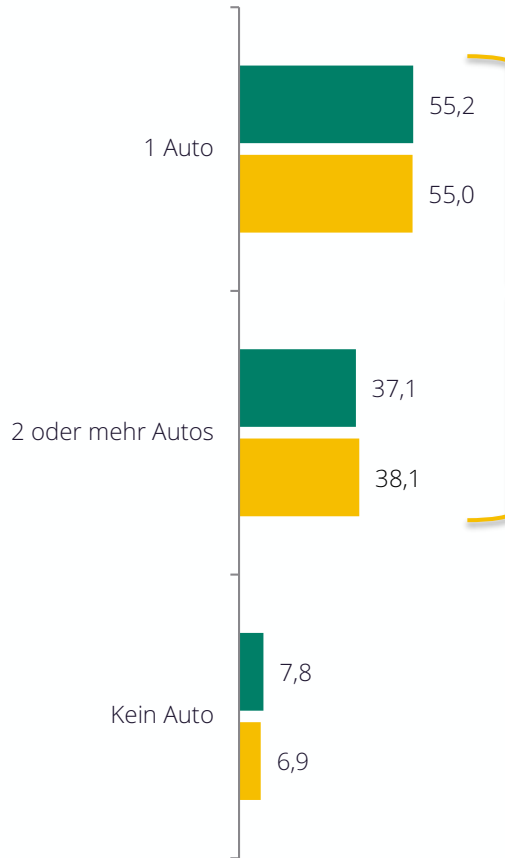


In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=502; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160

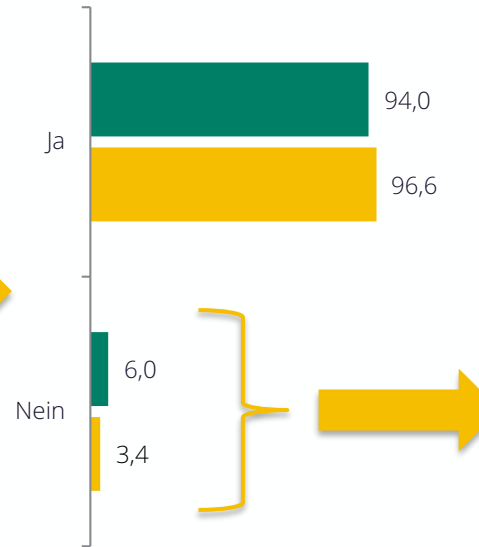
Aktueller Autobesitz und Antriebsart

PKW-Besitz im Haushalt ist ein MUSS – 37 % besitzen mindestens zwei

„Wie viele Autos gibt es in Ihrem Haushalt?“

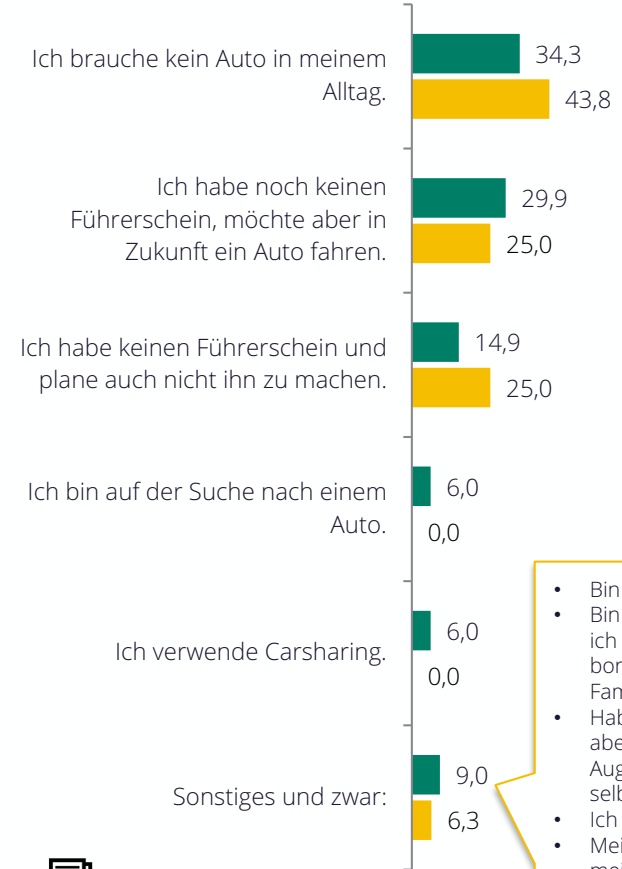


„Fahren Sie selbst ein Auto?“



„Warum fahren Sie kein Auto?“

! Achtung bei Interpretation: Kleine Fallzahl bei krone.at Nutzer:innen (n=16)!



- Bin erst 15
- Bin Radfahrerin, wenn ich ein Auto brauche, borge ich es in der Familie aus
- Habe Führerschein, aber fahre wegen Augen nicht mehr selber
- Ich habe Angst
- Mein Mann fährt meistens
- Zu alt

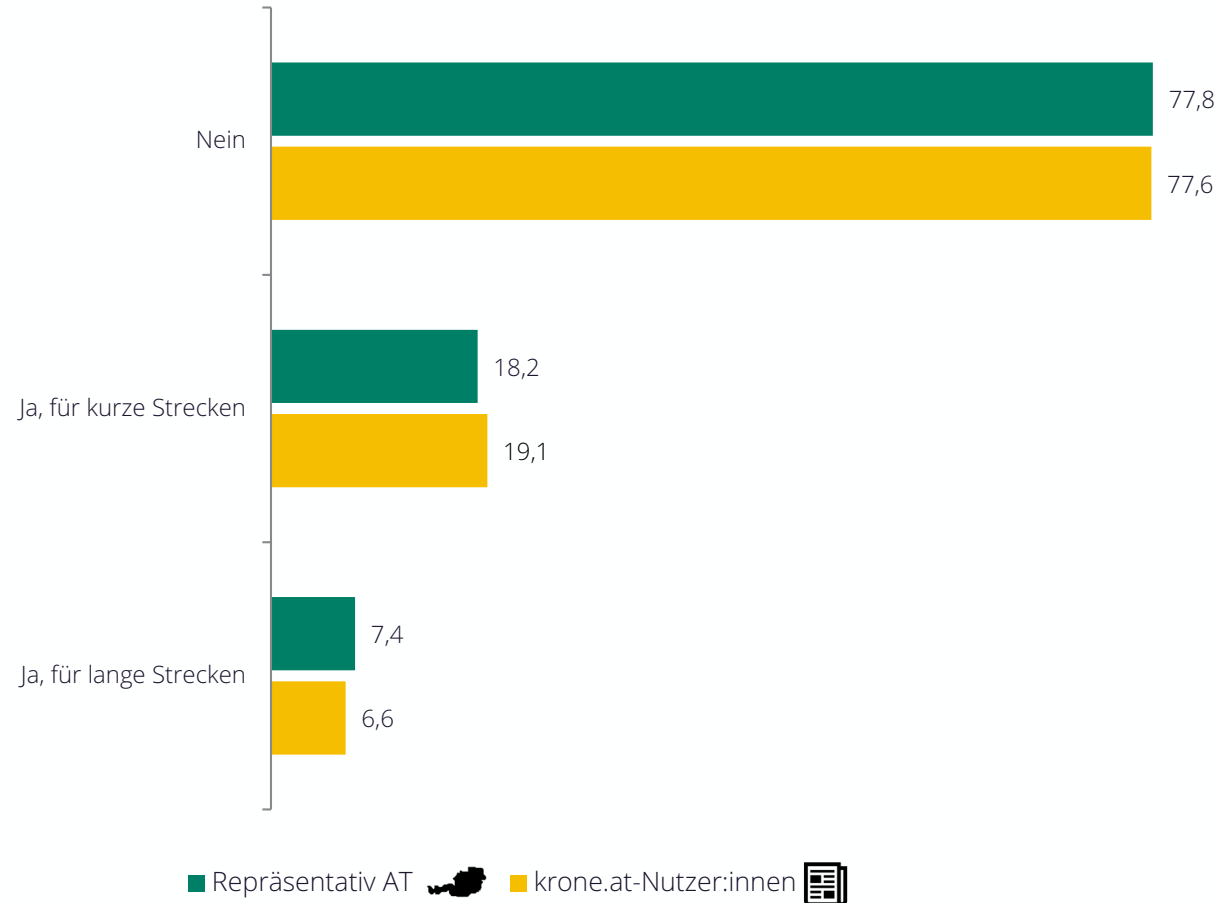
In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=502; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160

In %, Einfachantwort, Personen mit mindestens 1 Auto im Haushalt, Repräsentativ: n=463; krone.at Nutzer:innen: n=149 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

In %, Einfachantwort, Personen mit mindestens 1 Auto im Haushalt, die selbst kein Auto fahren oder mit keinem Auto im Haushalt, Repräsentativ: n=67; krone.at Nutzer:innen: n=16 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

Großes Potential - 78% haben Carsharing noch nie genutzt.

„Haben Sie schon einmal Carsharing genutzt?“

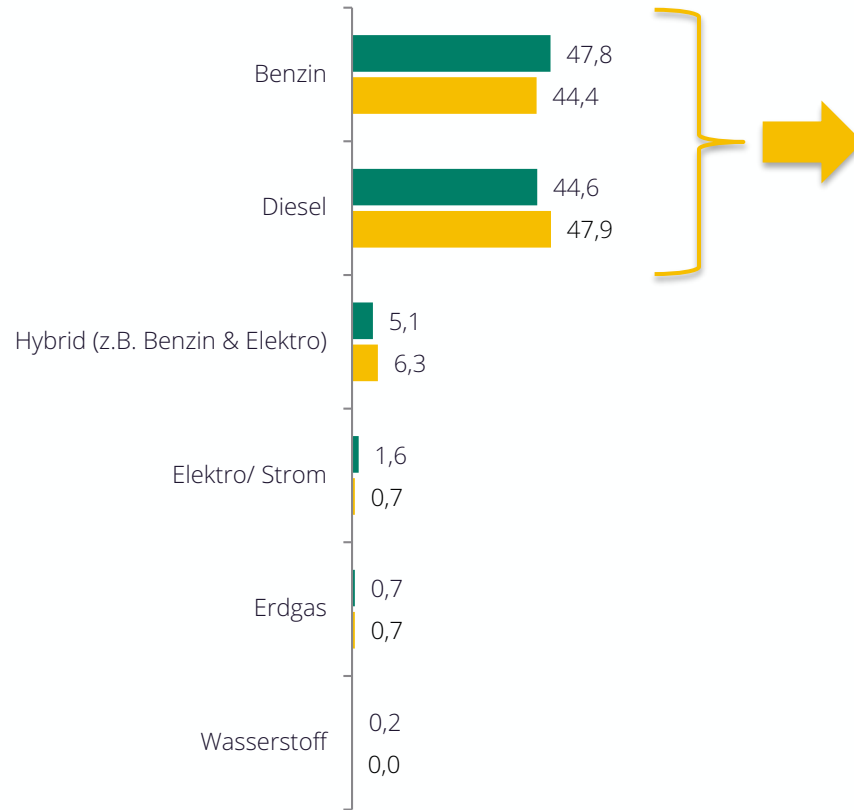


In %, Mehrfachantwort mit „Nein“ als exklusiver Antwort; Personen, die selbst ein Auto fahren, oder kein Auto im Alltag brauchen, auf der Suche nach einem Auto sind, oder Carsharing verwenden oder Sonstiges; Repräsentativ: n=472; krone.at Nutzer:innen: n=152 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

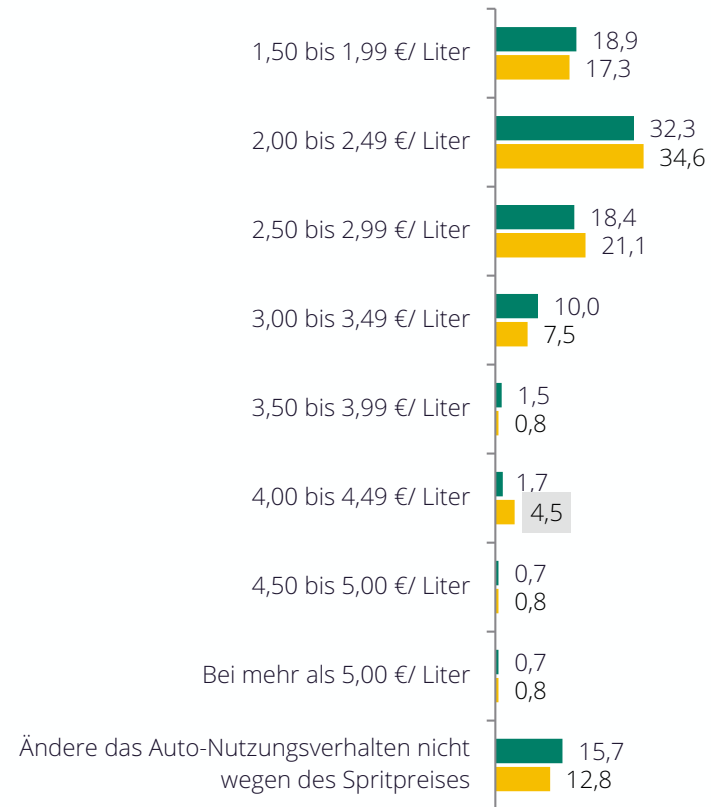
Ab einem Spritpreis von 2 €/Liter würden die meisten ihre PKW-Nutzung überdenken, 16 % ziehen dies gar nicht in Betracht.

„Welche Antriebsart hat Ihr Auto?“

Falls Sie selbst mehr als 1 Auto besitzen, denken Sie bitte an jenes, das Sie am häufigsten für private Zwecke nutzen.



„Aktuell sind die Lebenshaltungskosten in unterschiedlichen Bereichen gestiegen bzw. am Steigen. Ab welchem Spritpreis würden Sie Ihr aktuelles Auto-Nutzungsverhalten überdenken bzw. überdenken Sie ihr Nutzungsverhalten?“



■ Repräsentativ AT ■ krone.at-Nutzer:innen

In %, Einfachantwort, Personen, die selbst ein Auto fahren; Repräsentativ: n=435; krone.at Nutzer:innen: n=144 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

In %, Einfachantwort, Personen, die selbst ein Benzin oder Diesel betriebenes Auto fahren; Repräsentativ: n=402; krone.at Nutzer:innen: n=133 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

= signifikanter Unterschied zu repräsentativ AT, Signifikanzniveau $p \leq 0,05$

Unter den alternativen Antriebsarten sind Hybrid-Fahrzeuge am beliebtesten.

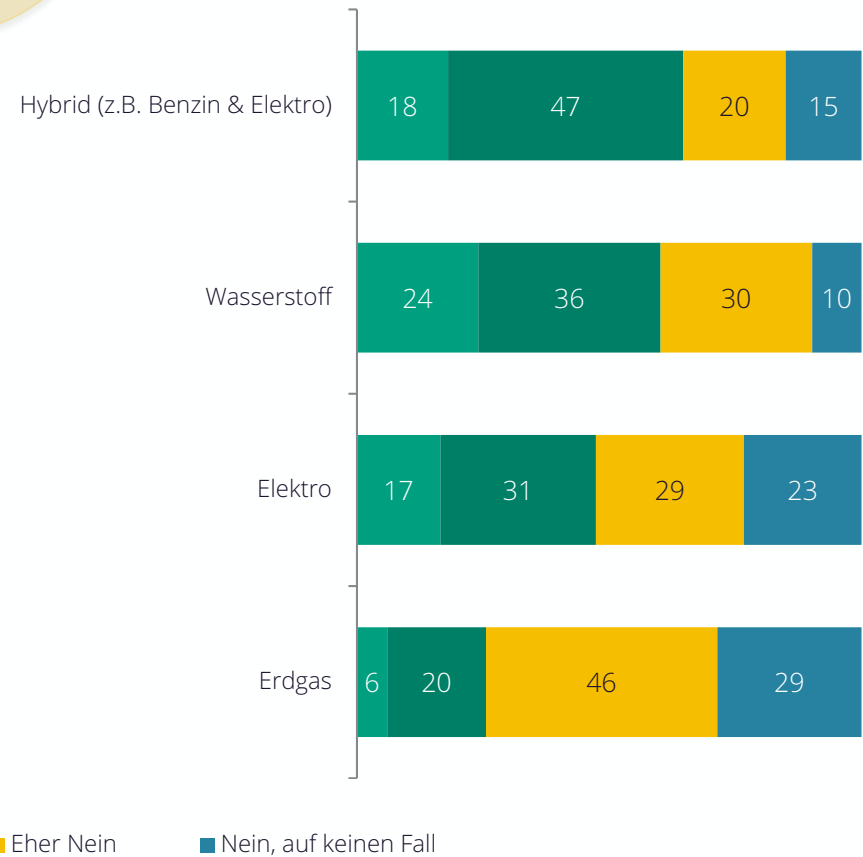
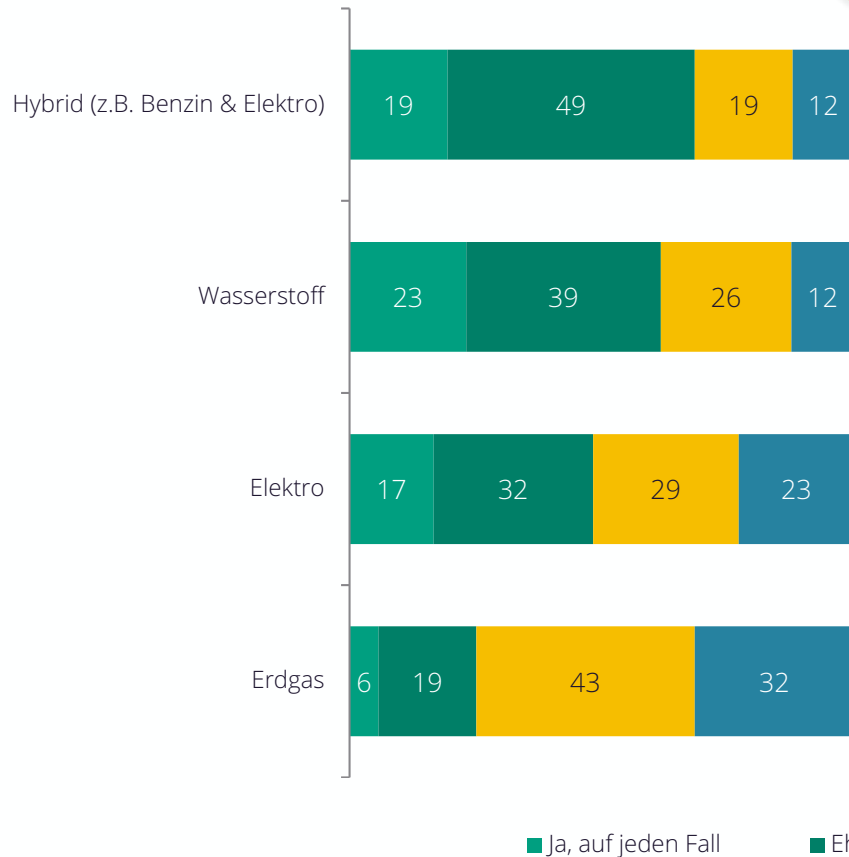
„Können Sie sich vorstellen, zukünftig ein Fahrzeug mit den folgenden Antriebsarten zu kaufen?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen



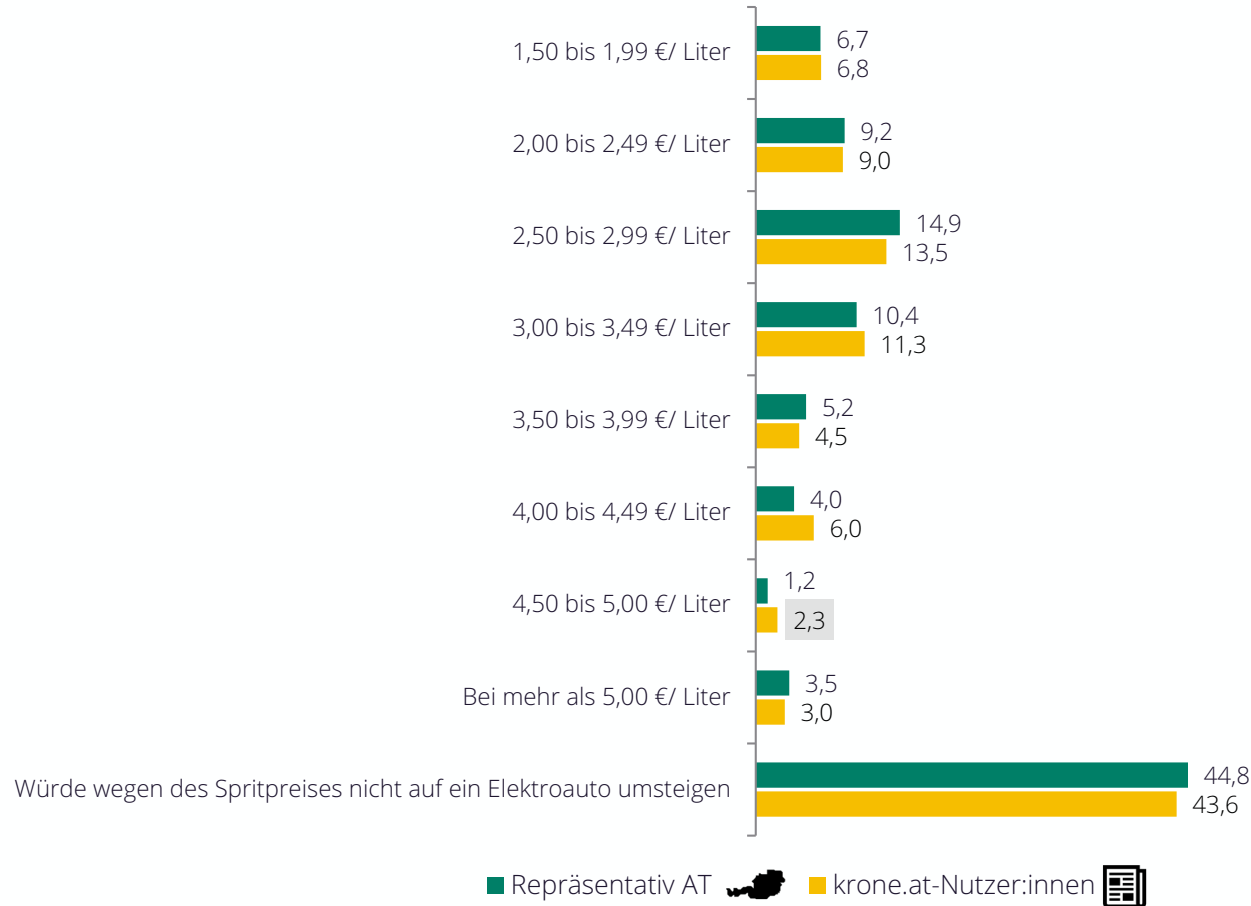
Kein Unterschied zwischen krone.at-Usern und dem Durchschnitt



In %, Einfachantwort-Matrix, Personen, die selbst ein Benzin oder Diesel betriebenes Auto fahren; Repräsentativ: n=402; krone.at Nutzer:innen: n=133 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

Aufgrund des Spritpreises würden 55 % der Befragten den Umstieg auf ein Elektroauto in Erwägung zu ziehen

„Sie haben angegeben, dass Sie ein Diesel / Benzin betriebenes Auto fahren. Ab welchem Preis pro Liter würden Sie sich überlegen, auf ein Elektroauto umzusteigen?“



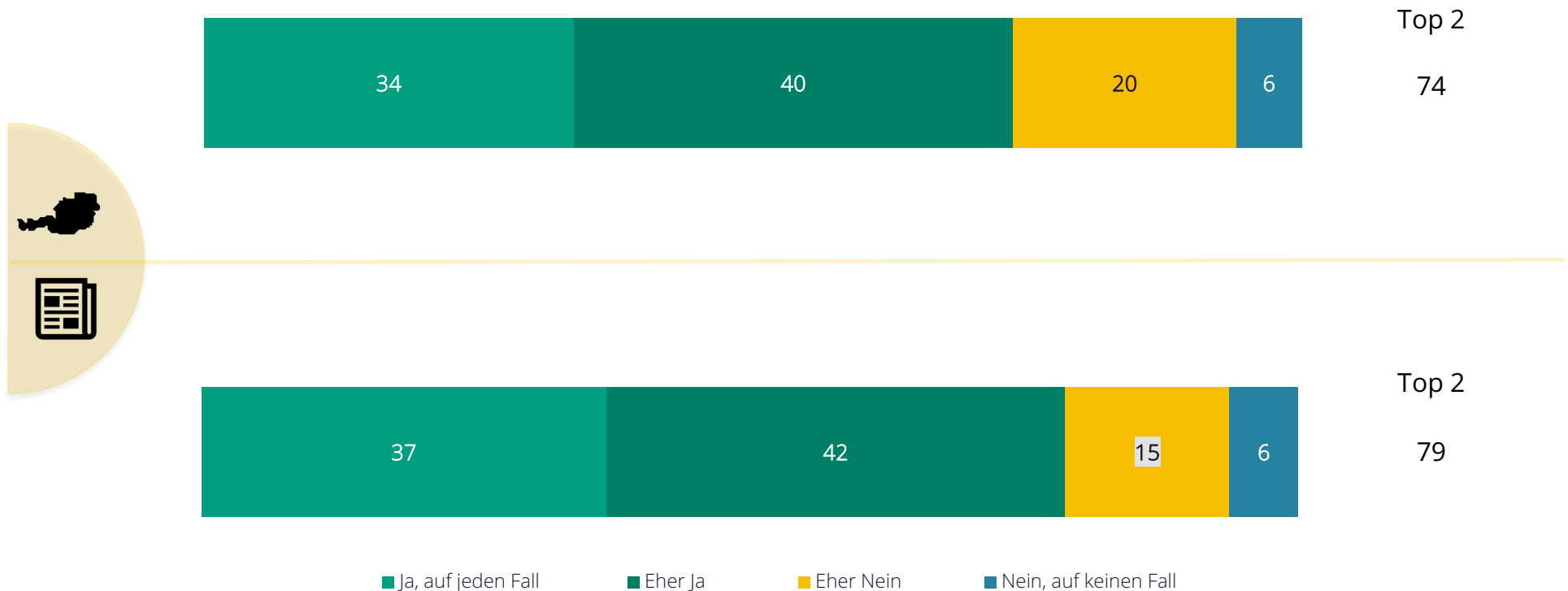
In %, Einfachantwort, Personen, die selbst ein Benzin oder Diesel betriebenes Auto fahren; Repräsentativ: n=402; krone.at Nutzer:innen: n=133 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

krone.at User würden Diesel oder Benzin betriebene Fahrzeuge eher weiterhin kaufen als der österreichische Durchschnitt

„Wie stehen Sie aktuell zum Kauf eines mit Diesel oder Benzin betriebenen Fahrzeuges? Würden Sie den Kauf eines mit Diesel oder Benzin betriebenen Fahrzeuges (weiterhin) in Erwägung ziehen?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen

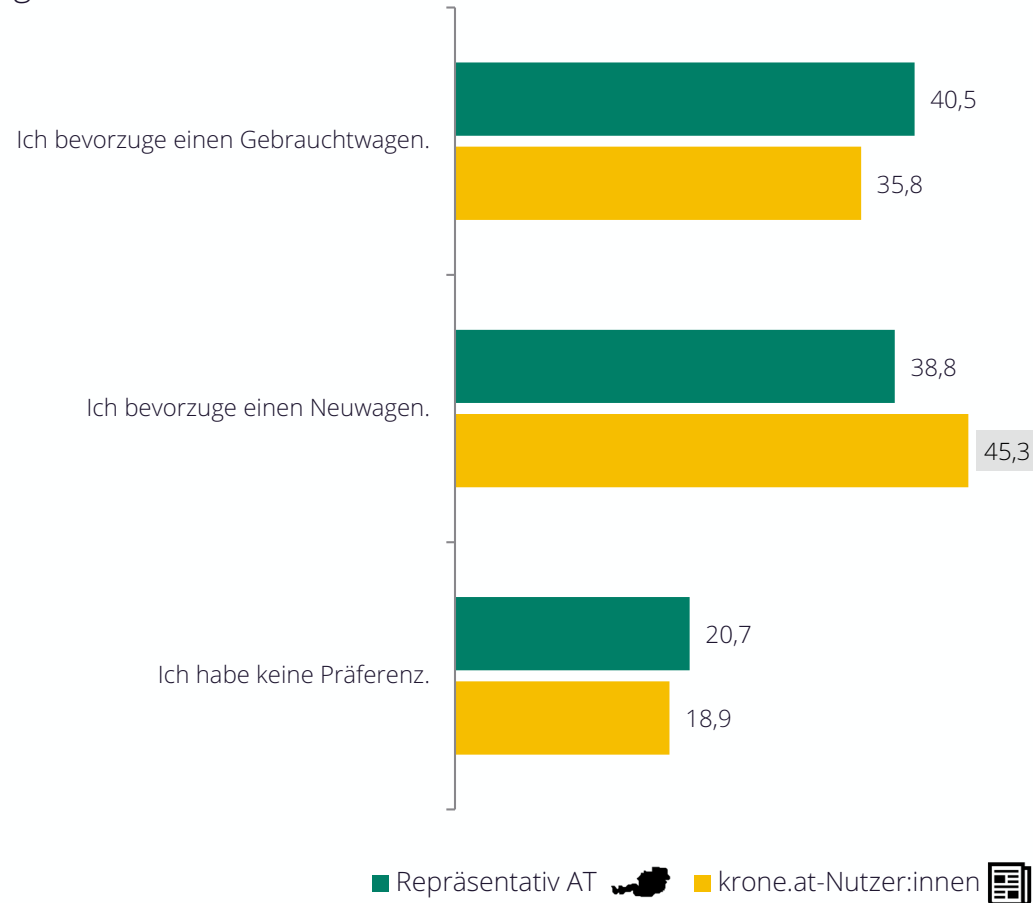


In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=502; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160

Kauf- und Informationsverhalten bei Autos & Autozubehör

User von krone.at bevorzugen überdurchschnittlich einen Neuwagenkauf

„Angenommen Sie sind gerade auf der Suche nach einem Auto. Bevorzugen Sie es einen Neuwagen oder einen Gebrauchtwagen zu kaufen/ leasen?“



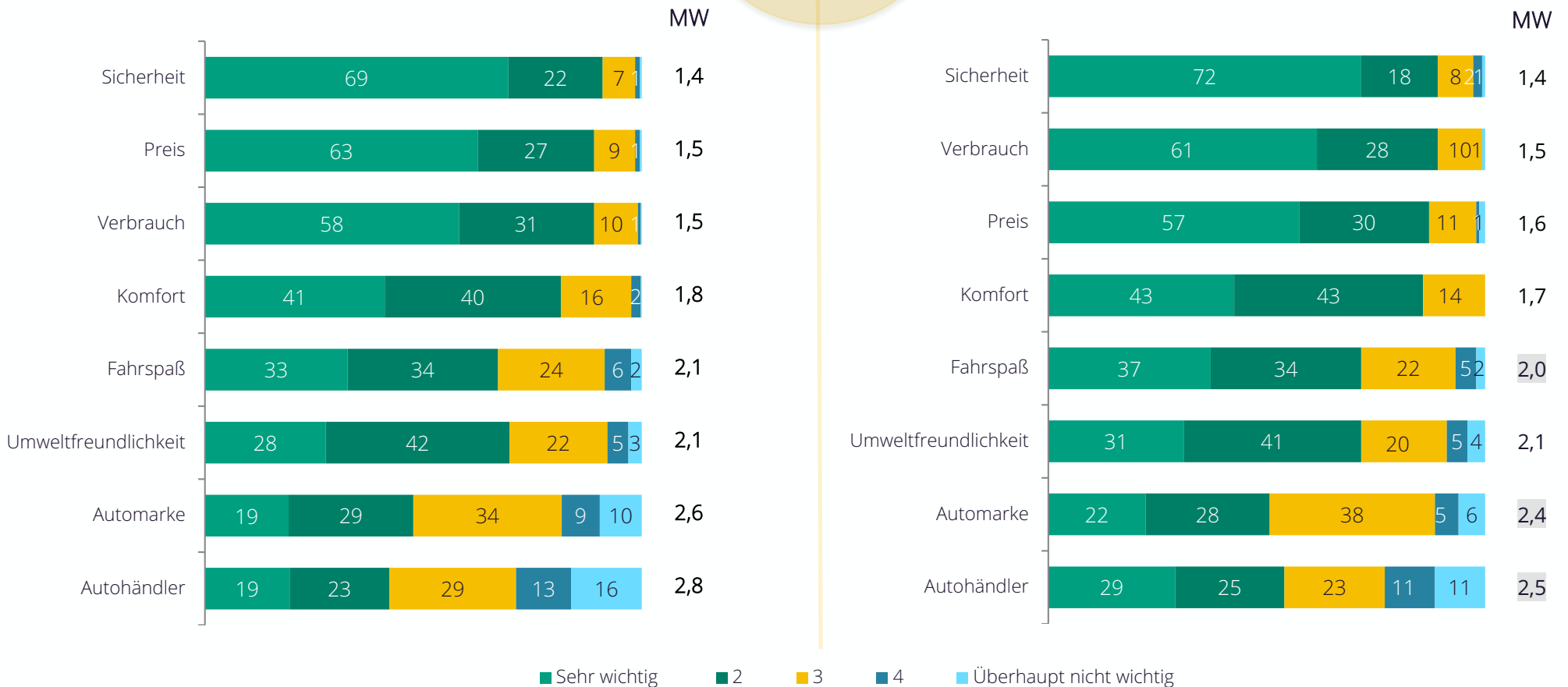
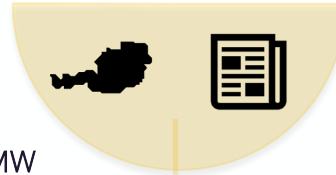
In %, Einfachantwort, Personen, die selbst ein Auto fahren oder noch keinen Führerschein haben, aber in Zukunft ein Auto fahren möchten, oder auf der Suche nach einem Auto sind;
Repräsentativ: n=459; krone.at Nutzer:innen: n=148 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

Sicherheit ist der wichtigste Faktor beim Autokauf - Fahrspaß, Automarke und -händler sind für krone.at-User wichtiger als für den Durchschnitt.

„Und wie wichtig sind Ihnen folgende Faktoren beim Autokauf?“

 = repräsentativ AT

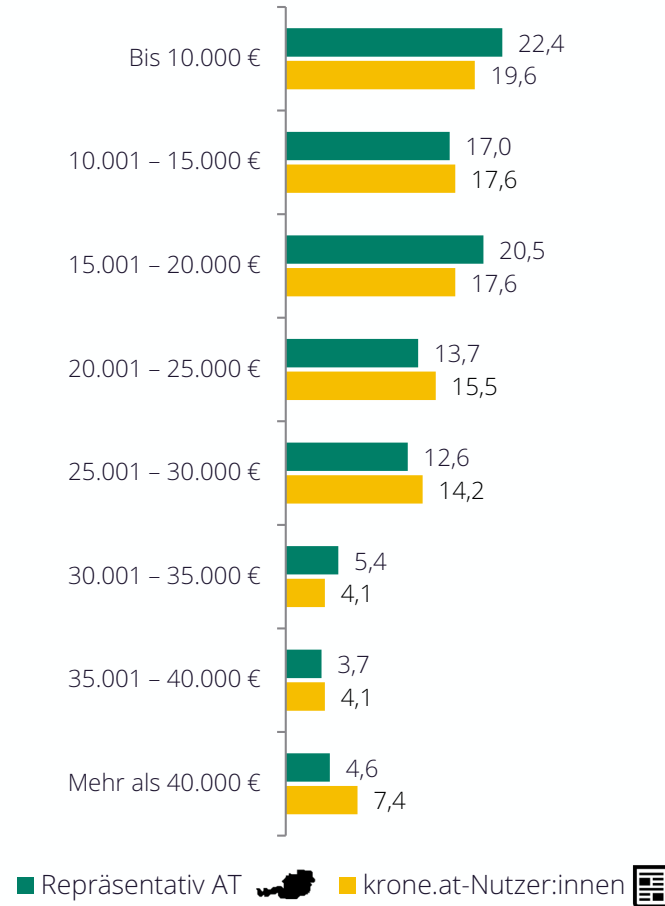
 = krone.at-Nutzer:innen



In % und Mittelwerte, Einfachantwort-Matrix, Personen, die selbst ein Auto fahren oder noch keinen Führerschein haben, aber in Zukunft ein Auto fahren möchten, oder auf der Suche nach einem Auto sind; Repräsentativ: n=459; krone.at Nutzer:innen: n=148 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

krone.at User geben tendenziell mehr für die Anschaffung eines PKW aus als der österreichische Durchschnitt

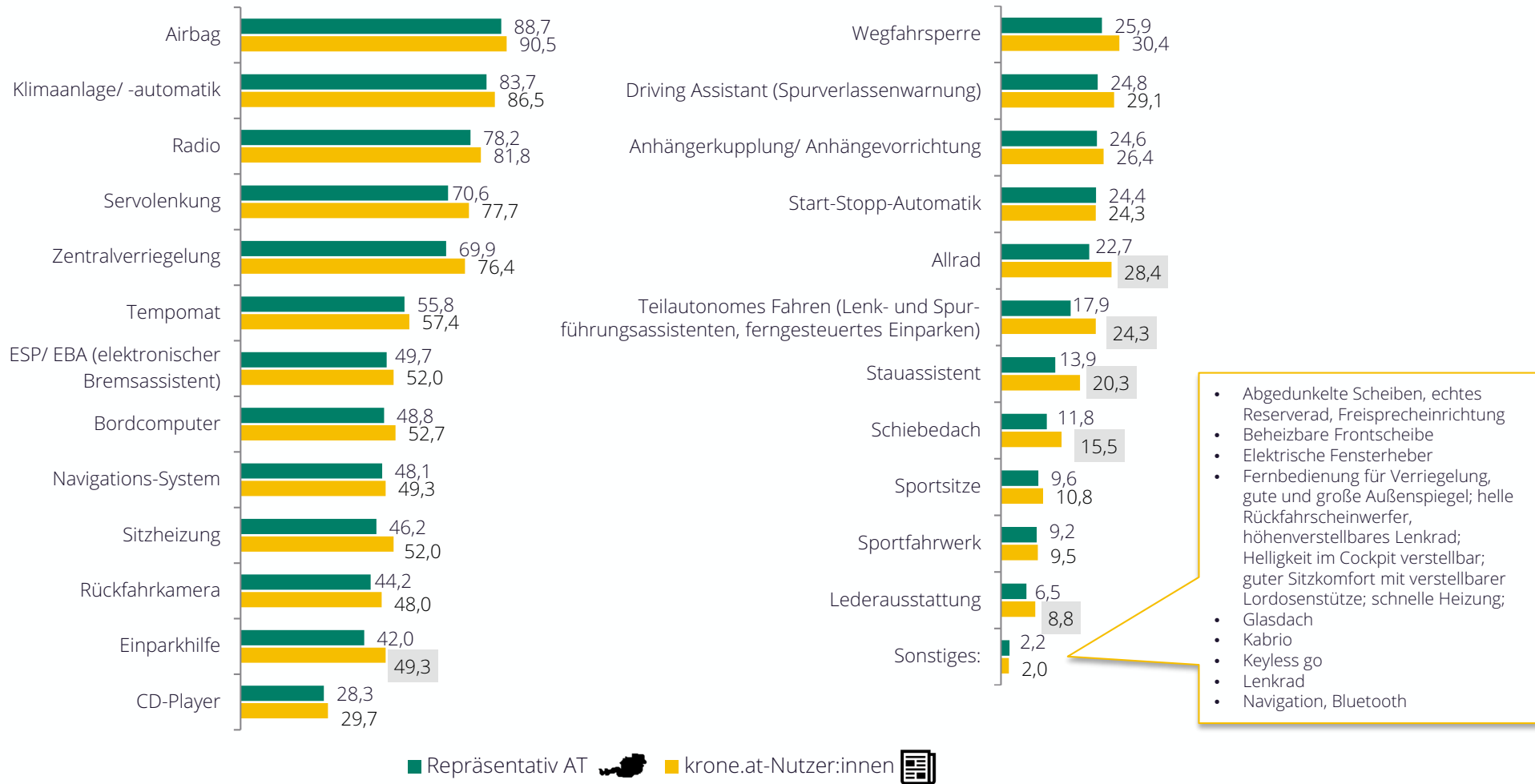
„Wie viel geben Sie im Durchschnitt für die Anschaffung eines Autos aus?/ Wie viel planen Sie für die Anschaffung eines Autos auszugeben?“



In %, Einfachantwort, Personen, die selbst ein Auto fahren oder noch keinen Führerschein haben, aber in Zukunft ein Auto fahren möchten, oder auf der Suche nach einem Auto sind;
Repräsentativ: n=459; krone.at Nutzer:innen: n=148 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

Einige Ausstattungen haben für den krone.at-User eine signifikant größere Bedeutung: darunter eine Einparkhilfe, Allrad oder teilautonomes Fahren

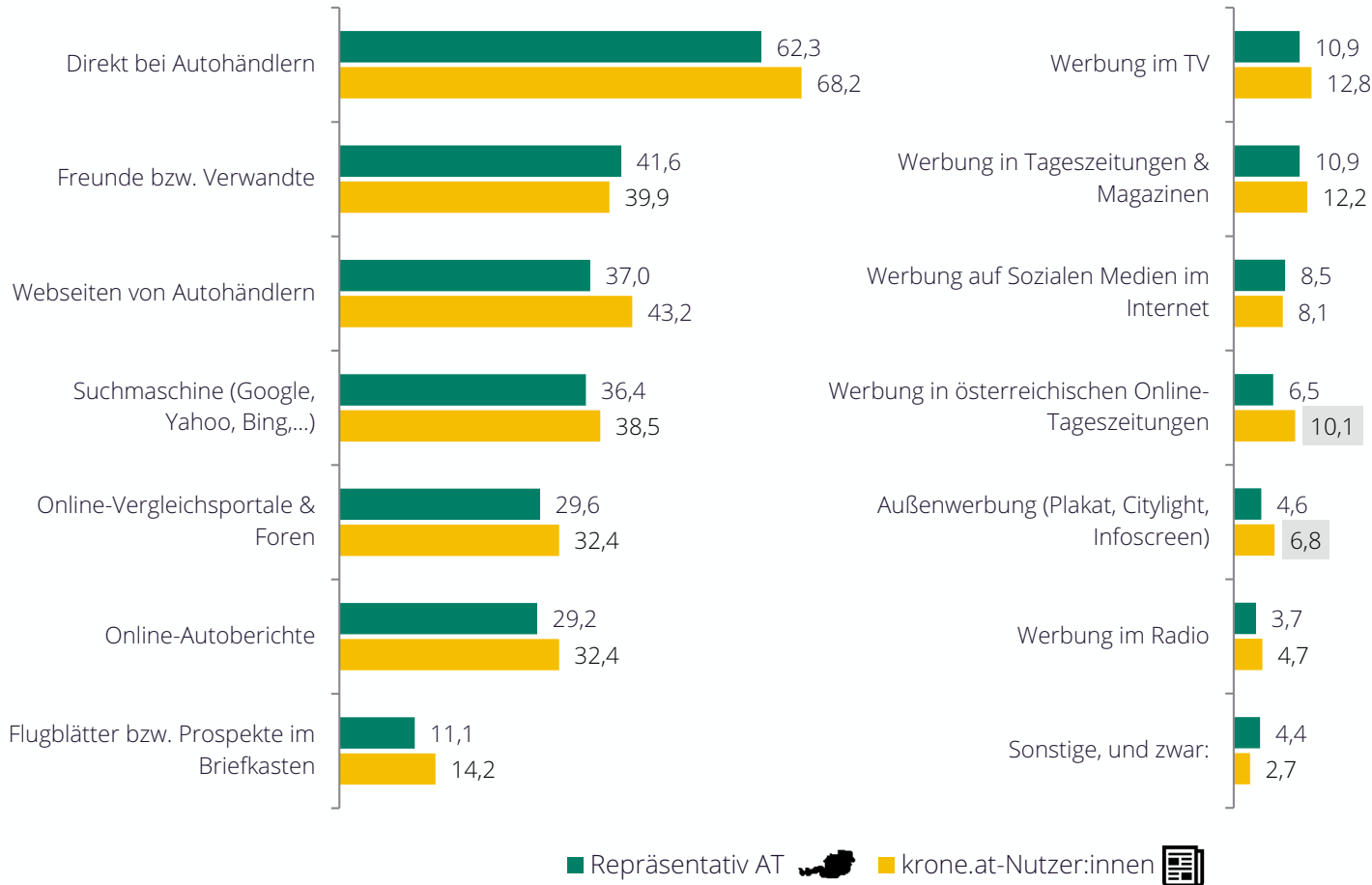
„Welche Ausstattung ist Ihnen im Auto wichtig?“



In %, Mehrfachantwort, Personen, die selbst ein Auto fahren oder noch keinen Führerschein haben, aber in Zukunft ein Auto fahren möchten, oder auf der Suche nach einem Auto sind; Repräsentativ: n=459; krone.at Nutzer:innen: n=148 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

Die Information direkt beim Händler steht an erster Stelle, auch persönliche Empfehlungen sind relevant. Krone.at-User werden überdurchschnittlich durch Werbung in Online-Tageszeitungen aufmerksam.

„Stellen Sie sich bitte nun wieder vor, Sie sind auf der Suche nach einem Auto. Wie informieren Sie sich über Automarken bzw. wie werden Sie auf diese aufmerksam?“

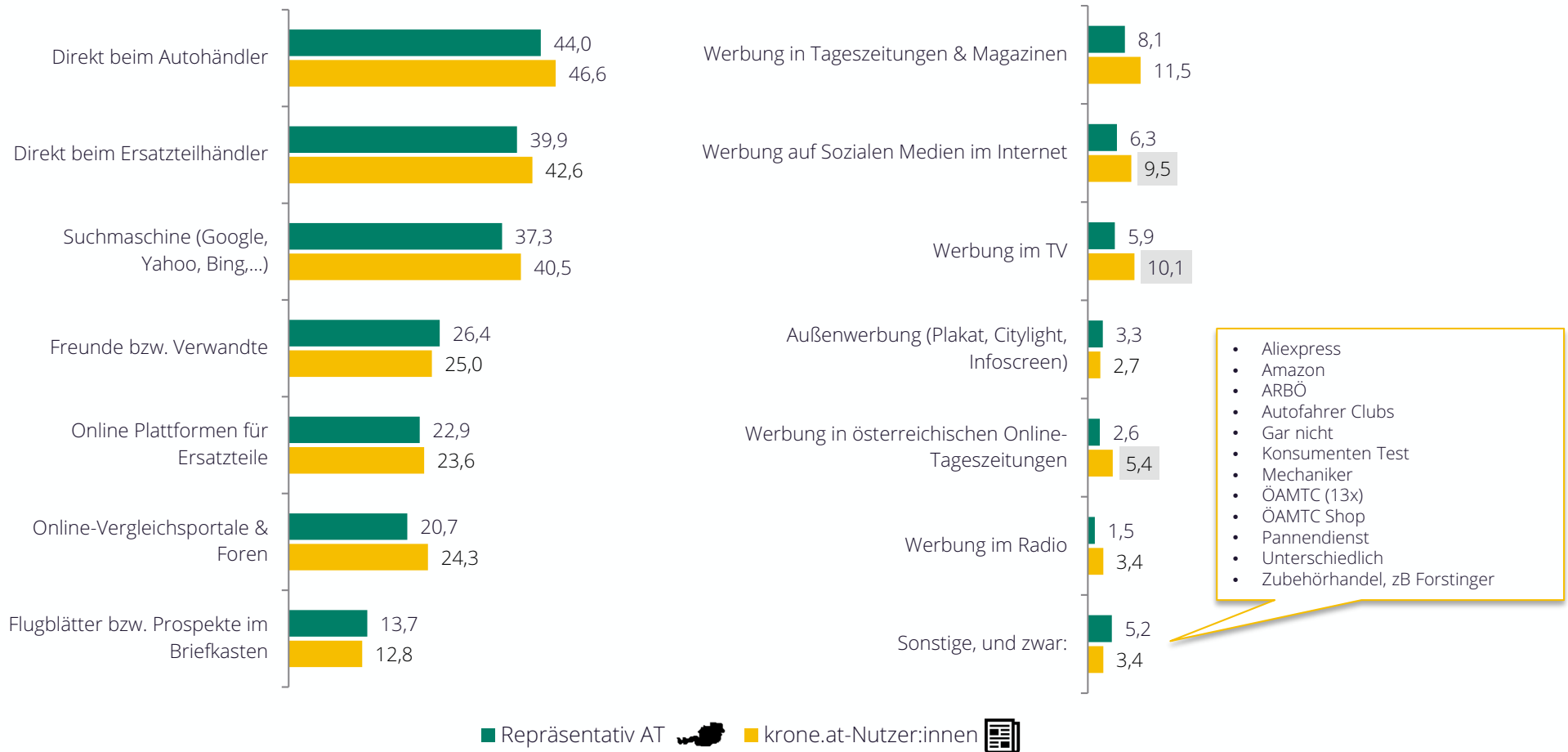


- ARBÖ
- Autoberichte in Zeitschriften
- Autofahrer Clubzeitung (2x)
- Fachzeitschriften (zB: Autorevue)
- Gar nicht
- Ich hab meine Lieblingsautomarke
- Lasse den Zufall entscheiden
- Magazin
- Mein Mann und mein Bruder sind Mechaniker
- ÖAMTC (2x)
- ÖAMTC Testbericht (2x) bzw. Pannenstatistik
- Online bei den Herstellermarken
- Technische Fachliteratur.
- Website der Automarke
- Willhaben

In %, Mehrfachantwort, Personen, die selbst ein Auto fahren oder noch keinen Führerschein haben, aber in Zukunft ein Auto fahren möchten, oder auf der Suche nach einem Auto sind; Repräsentativ: n=459; krone.at Nutzer:innen: n=148 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

Der Händler ist Informationsquelle Nummer 1. krone.at-User werden überdurchschnittlich durch Werbung in Online-Tageszeitungen, Social Media und Fernsehwerbung aufmerksam.

„Und wenn Sie sich über Autozubehör (z.B. Warnwesten, Kindersitze...) oder Ersatzteile (z.B. Licht, Öl) informieren, auf welchem Weg tun Sie das?“

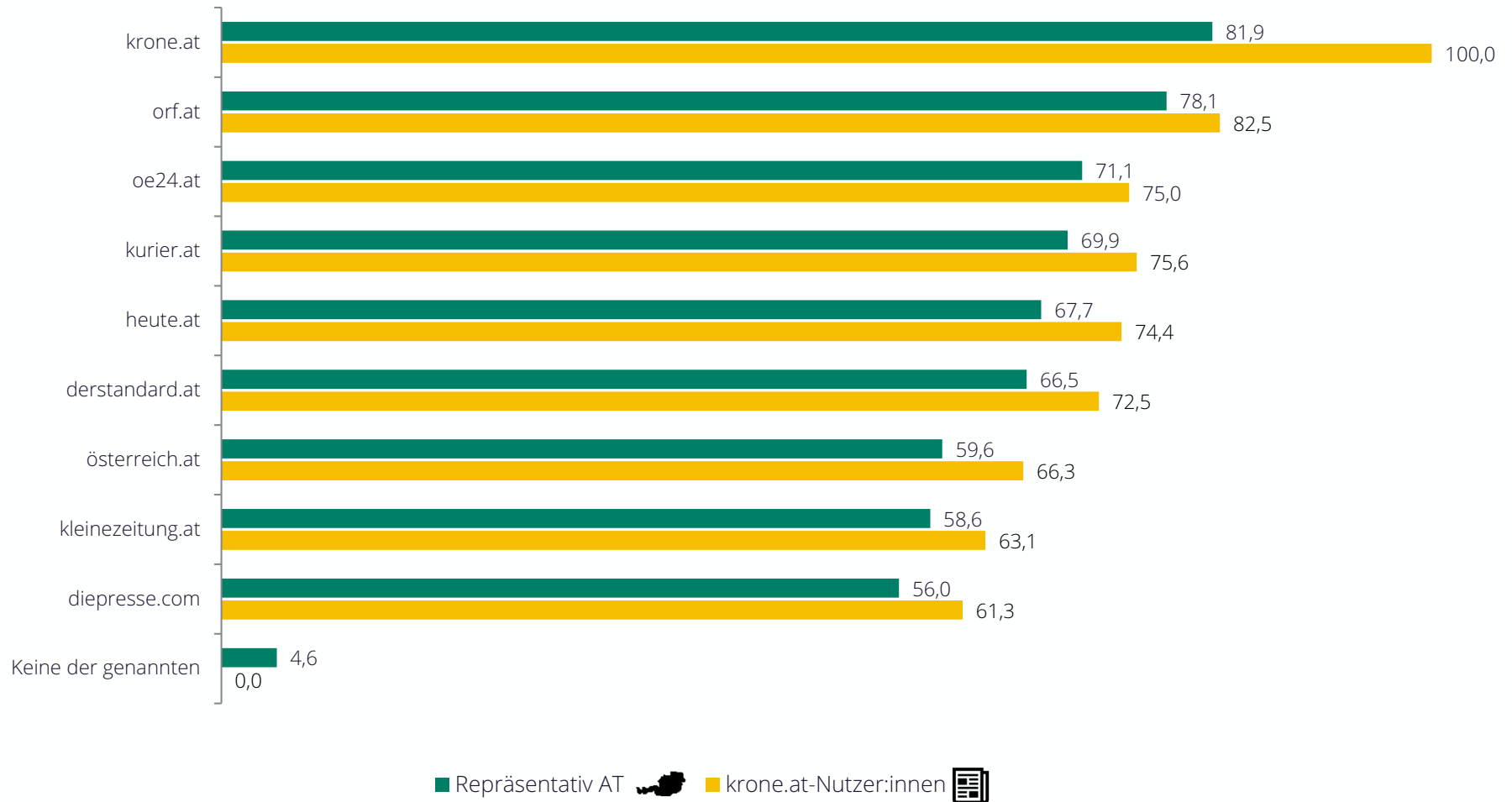


In %, Mehrfachantwort, Personen, die selbst ein Auto fahren oder noch keinen Führerschein haben, aber in Zukunft ein Auto fahren möchten, oder auf der Suche nach einem Auto sind; Repräsentativ: n=459; krone.at Nutzer:innen: n=148 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

Nutzung und Relevanz von österreichischen Nachrichtenportalen mit Fokus auf krone.at

Nr. 1 für krone.at bei gestützter Bekanntheit

„Welche der folgenden Webseiten kennen Sie zumindest dem Namen nach?“

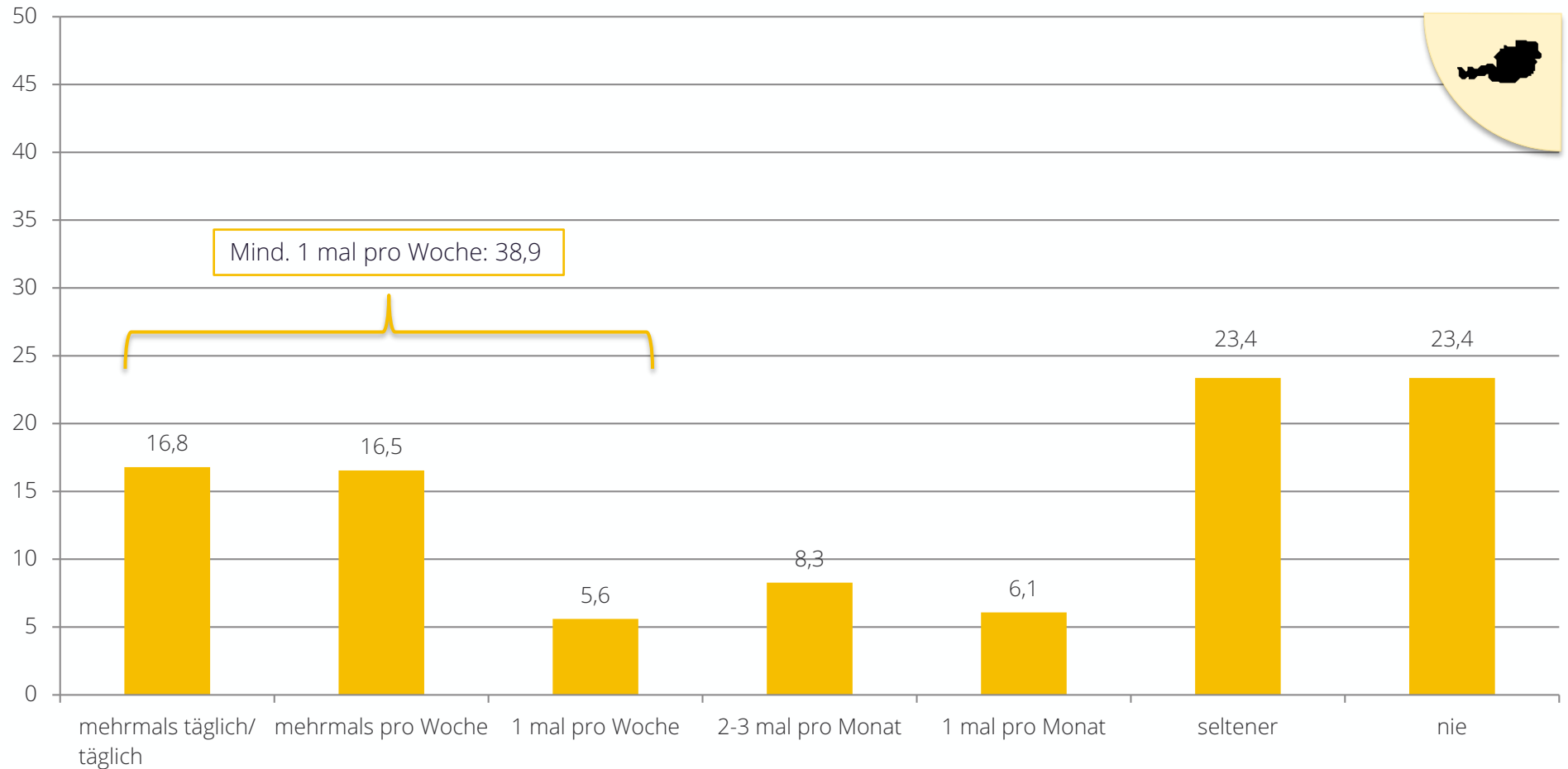


In %, Mehrfachantwort, Repräsentativ: n=502, krone.at Nutzer:innen: n=160 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

39% der Markenkenner krone.at nutzen die Webseite mindestens einmal pro Woche

„Wie häufig nutzen Sie die Online-Zeitung krone.at?“

 = repräsentativ AT



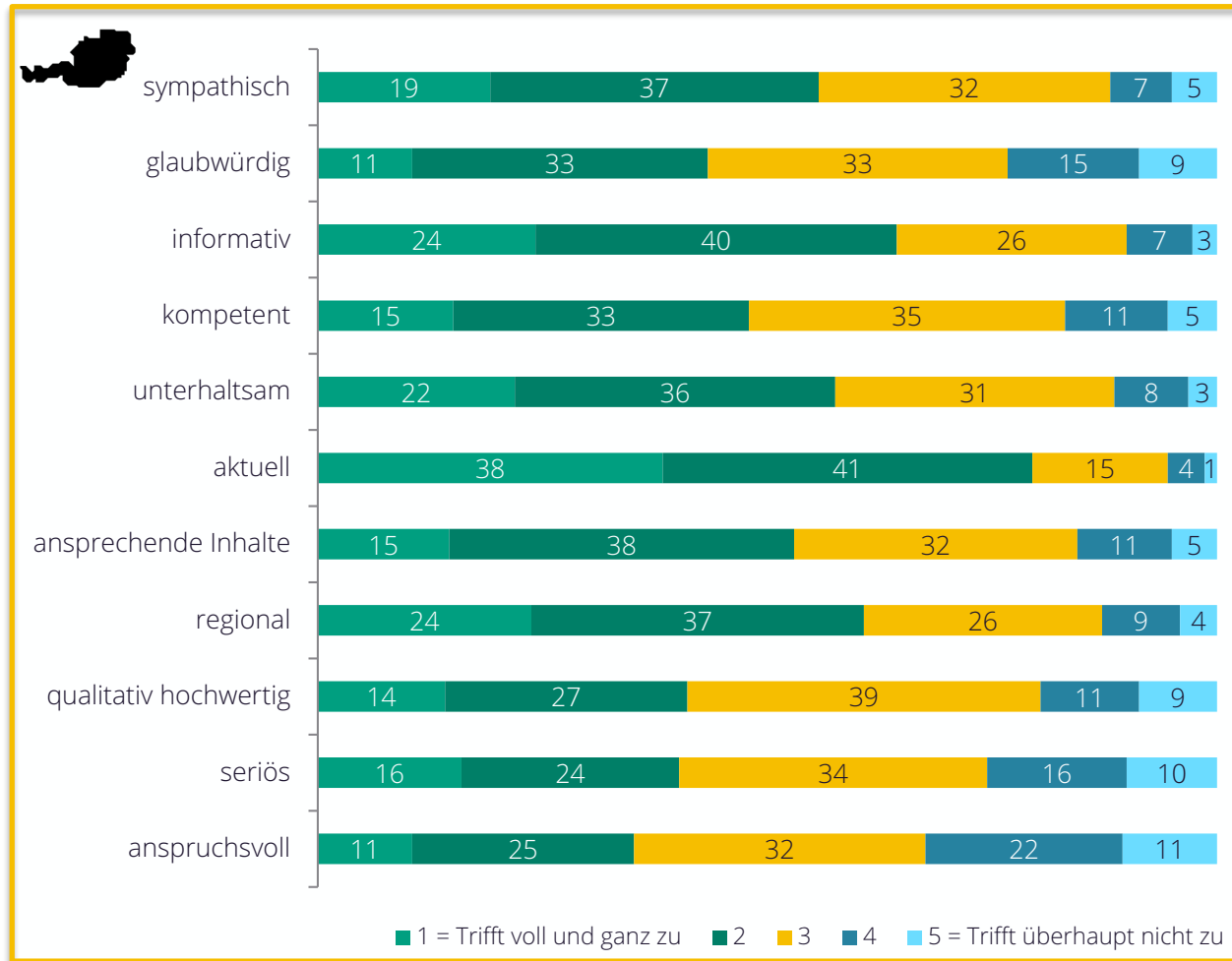
In %, Einfachantwort, Personen, die die Webseite krone.at kennen, Repräsentativ: n=411

krone.at wird vor allem als aktuell, informativ und regional bewertet, besonders unter krone.at-Usern

„Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften Ihrer Meinung nach auf krone.at zu?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen



MW 

2,4

MW 

2,3

2,8

2,7

2,2

2,1

2,6

2,5

2,4

2,3

1,9

1,8

2,5

2,5

2,3

2,2

2,7

2,7

2,8

2,7

3,0

2,9

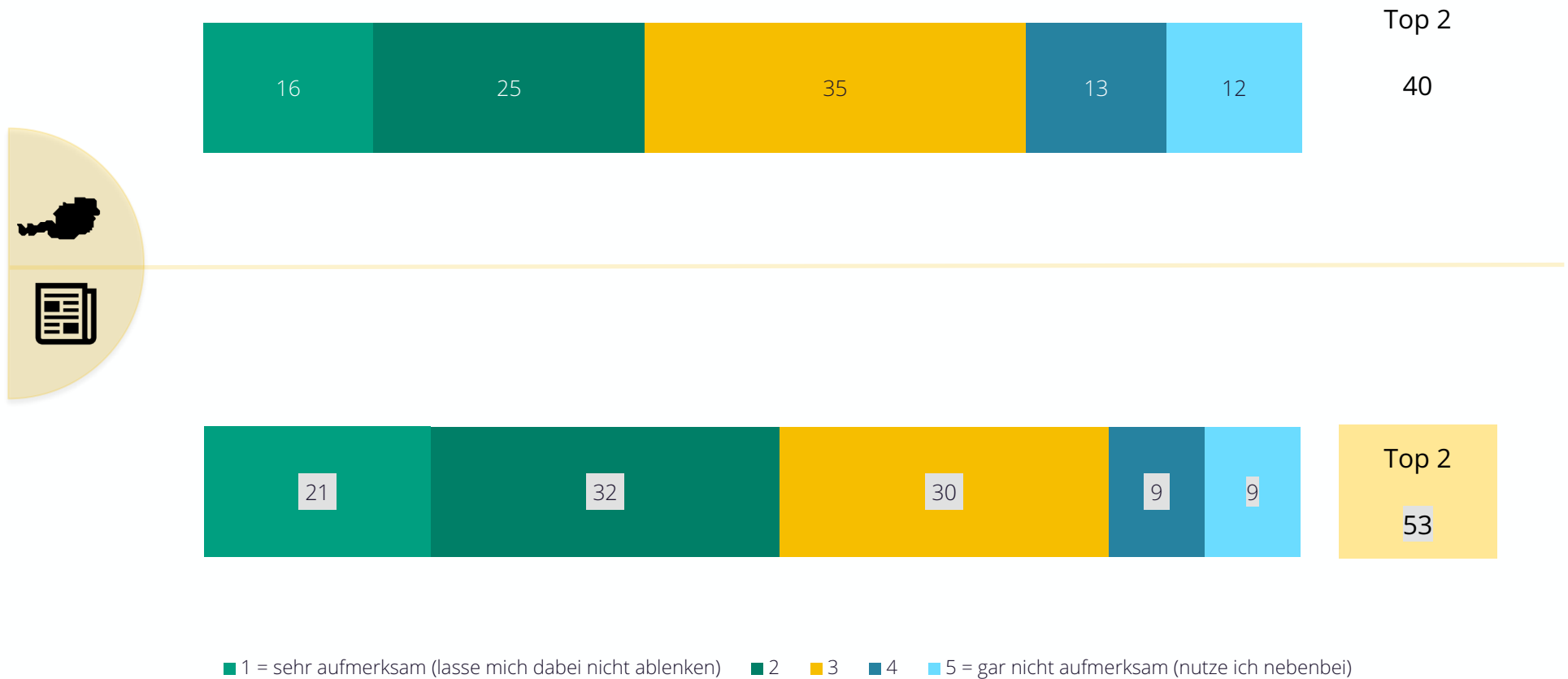
In % und Mittelwerte, Einfachantwort-Matrix, Repräsentativ (Personen, die krone.at mindestens einmal pro Monat nutzen): n=219; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160

Hohe Aufmerksamkeit: 53 % lassen sich bei der Nutzung von krone.at nicht ablenken

„Wie aufmerksam nutzen Sie österreichische Online-Nachrichtenportal krone.at?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen

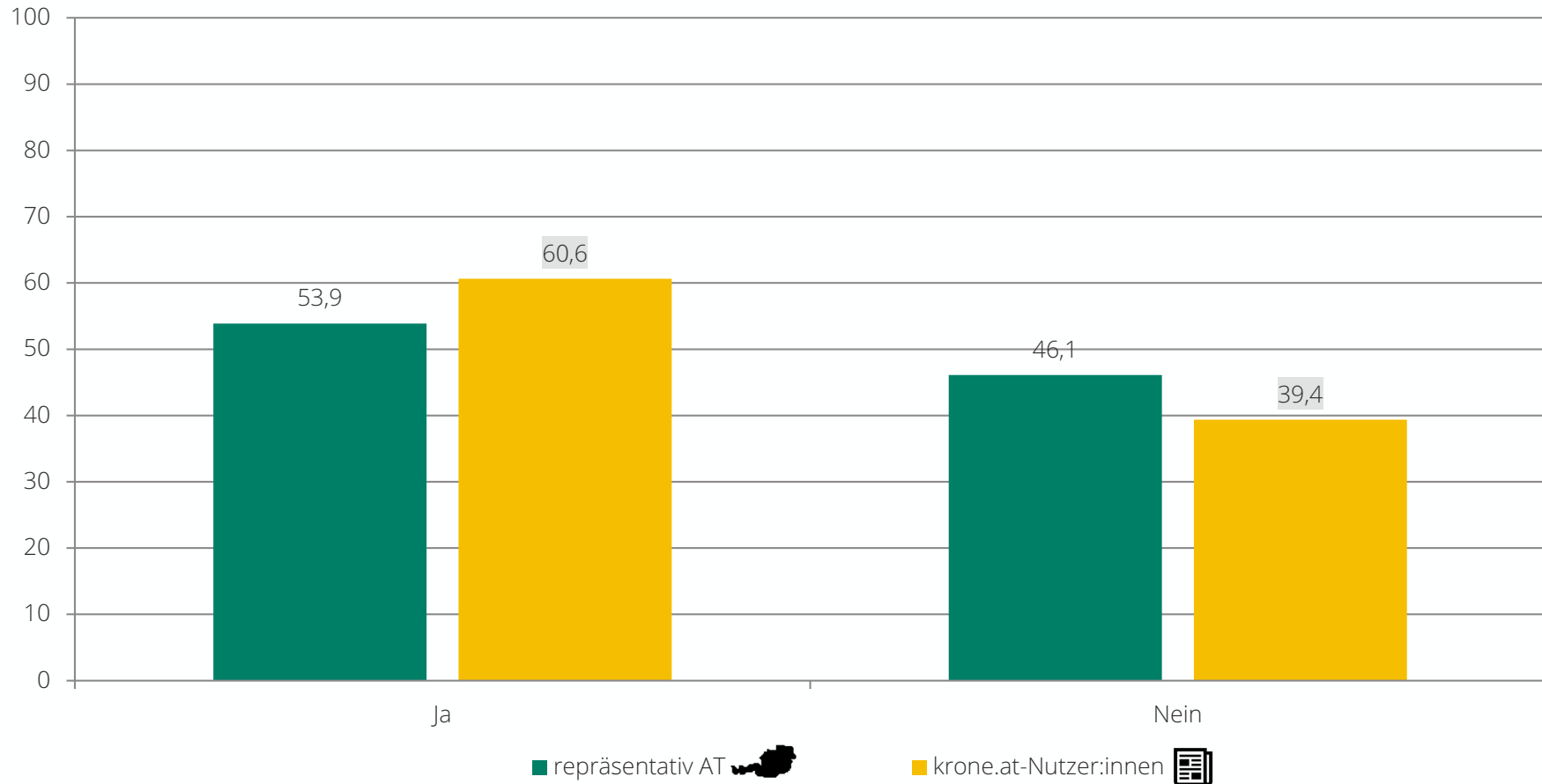


In %, Einfachantwort, Repräsentativ (Personen, die krone.at mindestens einmal pro Monat nutzen): n=219; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160

Werbung auf krone.at wird gesehen: 61 % der krone.at-User haben schon einmal Werbung wahrgenommen, aber auch 54 % der Nicht-User

„Wenn Sie an krone.at denken, haben Sie hier schon einmal Werbung gesehen?“

 = repräsentativ AT  = krone.at-Nutzer:innen



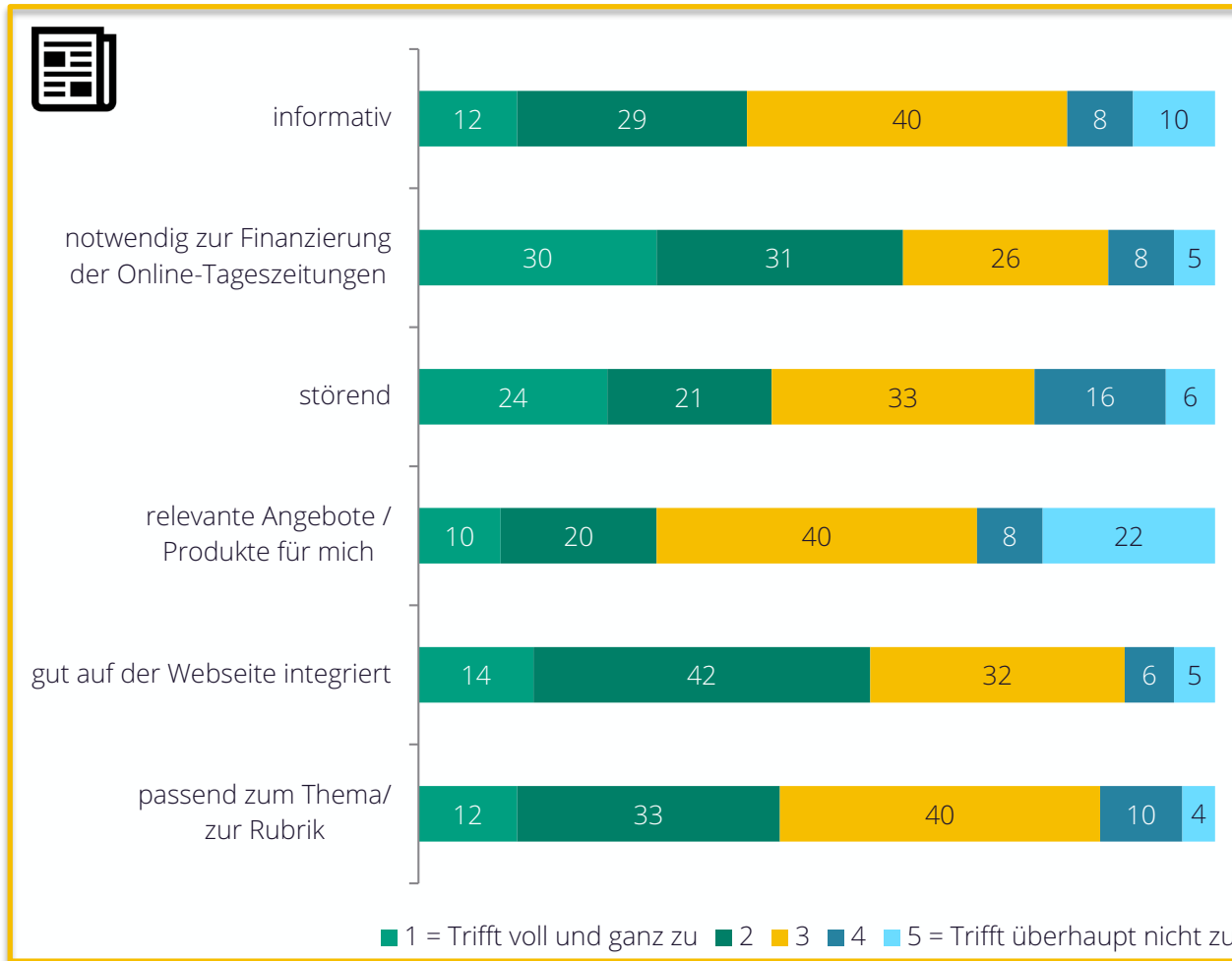
In %, Einfachantwort, Repräsentativ (Personen, die krone.at mindestens einmal pro Monat nutzen): n=219; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160

Werbung auf krone.at wird vor allem als gut integriert und passend zum Thema bewertet.

„Denken Sie nun an Werbung auf krone.at. Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften darauf zu?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen



MW 

MW 

2,8

2,8

2,3

2,3

2,6

2,6

3,2

3,1

2,5

2,5

2,7

2,6

In % und Mittelwerte, Einfachantwort-Matrix, Personen, die Werbung auf krone.at gesehen haben, Repräsentativ: n=118; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=97

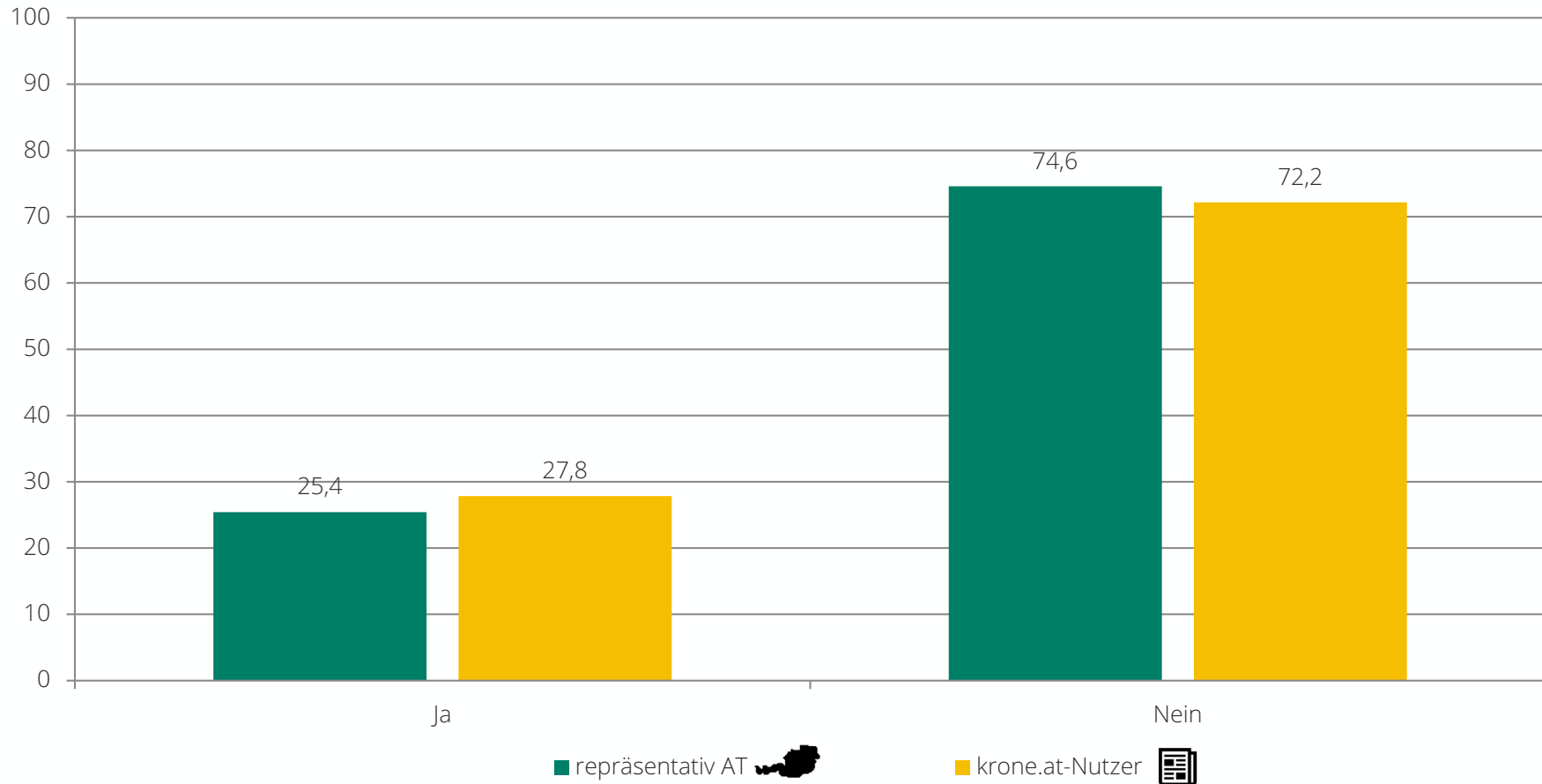
28 % der krone.at-User haben bereits aufgrund einer Werbung auf einem Online-Nachrichtenportal gekauft.

„Können Sie sich bewusst daran erinnern mindestens einmal aufgrund einer Werbeanzeige auf einem Online-Nachrichtenportal ein Produkt gekauft oder Service in Anspruch genommen zu haben?“

 = repräsentativ AT



= krone.at-Nutzer:innen



In %, Einfachantwort, Personen, die Werbung auf krone.at gesehen haben, Repräsentativ: n=118; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=97

Kontakt

MindTake Research GmbH

Karlsgasse 7/5

1040 Wien

FBNr.: 257512w

UID: ATU61393566

DVRNr.: DVR3000686

Tel.: +43 1 228 88 10 10

Fax: +43 1 228 98 01

Mail: office@mindtake.com

Web: www.mindtake.com

Projektleitung

Juliane Ortner

Juliane.Ortner@mindtake.com