

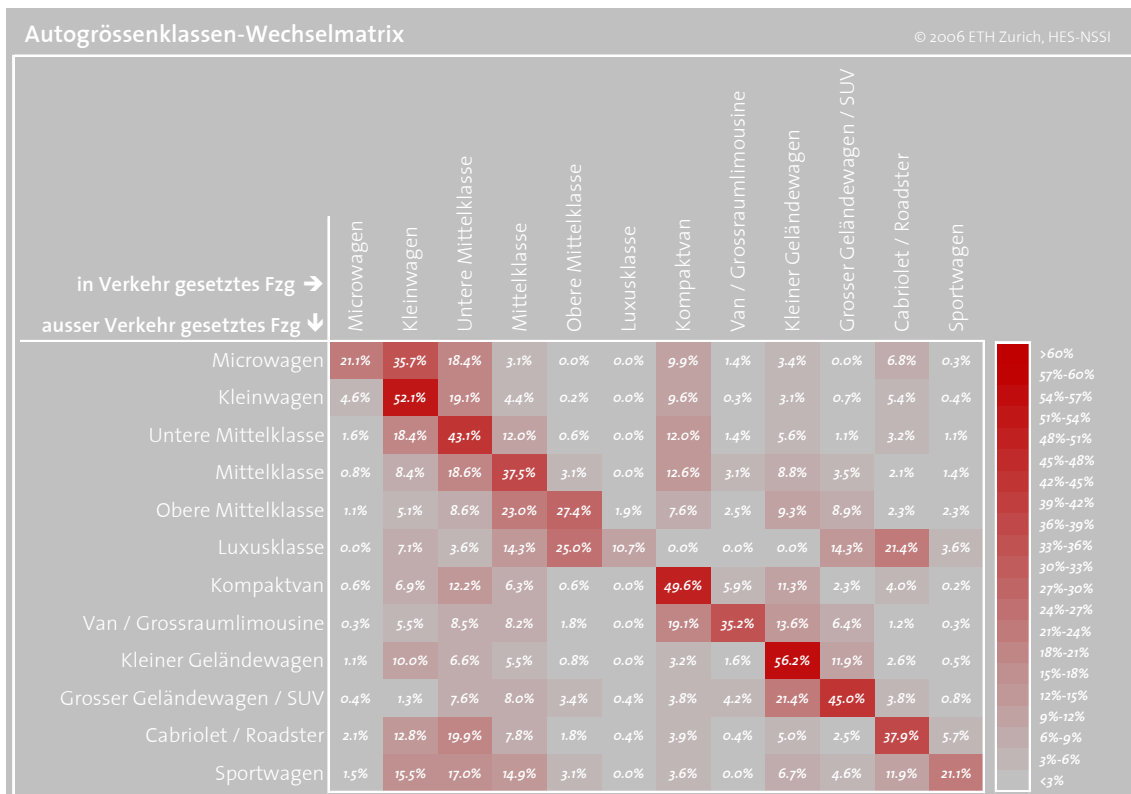
Bericht zum Schweizer Autokaufverhalten Nr. 10

# Autokaufentscheid: Treue zur Marke, zum Fahrzeugsegment, zur Treibstoffart und zum Getriebetyp

## Deskriptive Auswertung von Transaktionsdaten

Zürich, 05. September 2006

MM, PdH



Preferred citation style:

Mueller, M.G., de Haan, P., 2006. Autokaufentscheid: Treue zur Marke, zum Fahrzeugsegment, zur Treibstoffart und zum Getriebetyp. Deskriptive Auswertung von Transaktionsdaten (in German only). Bericht zum Schweizer Autokaufverhalten Nr. 10. ETH Zurich, IED-NSSI, report EMDM3221, 47 pages (download from <http://www.nssi.ethz.ch/res/emdm/>)

Danksagung

Diese Forschungsarbeit wurde ermöglicht durch eine Kooperation mit der Firma Auto-i-DAT AG, Zürich, welche Autotransaktionsdatensätze aufbereitet und zur Verfügung gestellt hat.

© 2006 ETH Zurich, IED-NSSI, 8092 Zurich, Switzerland. All rights reserved.

For further information please contact:

ETH Zurich, Dept. of Environmental Sciences  
Institute for Environmental Decisions (IED)  
Natural and Social Science Interface (NSSI)  
Universitaetstrasse 22, CHN J73.1  
8092 Zurich  
Switzerland  
Tel. +41-44-632 58 92 (secretariat)  
Fax. +41-44-632 29 10  
[www.nssi.ethz.ch/res/emdm/](http://www.nssi.ethz.ch/res/emdm/)

Author contact:

Michel Müller [michel.mueller@env.ethz.ch](mailto:michel.mueller@env.ethz.ch) [www.nssi.ethz.ch/people/staff/micmuell](http://www.nssi.ethz.ch/people/staff/micmuell) +41-44-632 63 15  
Peter de Haan [dehaan@env.ethz.ch](mailto:dehaan@env.ethz.ch) [www.nssi.ethz.ch/people/staff/pdehaan](http://www.nssi.ethz.ch/people/staff/pdehaan) +41-44-632 49 78

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b>	<b>4</b>
1.1. Ausgangslage	4
1.2. Fragestellung	5
<b>2. Datencharakteristika</b>	<b>6</b>
2.1. Aufbereitung der Transaktionsdaten	6
2.2. Beschreibung der Transaktionsdaten	8
2.3. Repräsentativität der Transaktionsdaten	11
<b>3. Deskriptive Auswertung der Transaktionsdaten</b>	<b>13</b>
3.1. Marken- und Modelltreue	13
3.2. Wechselverhalten bezüglich Autogrößenklassen	18
3.3. Wechselverhalten bezüglich Treibstoffart und Getriebetyp	21
<b>4. Diskussion und Schlussfolgerungen</b>	<b>22</b>
<b>Literatur</b>	<b>24</b>
<b>Anhang A: Ausführliche Auswertungen</b>	<b>25</b>

# 1. Einleitung

## 1.1. Ausgangslage

Das Verhalten von Konsumenten bezüglich Selektion, Konsum und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen ist oft sehr komplex und von grosser Wichtigkeit für Marketingfachleute, aber auch für Entscheidungsträger in der Politik. Als Beispiel seien so genannte Bonus-Malus Systeme erwähnt, die in verschiedenen Industrieländern, auch in der Schweiz, als Möglichkeit diskutiert werden, um die Treibstoffeffizienz der verkauften Neuwagen zu erhöhen. Mittels Bonus-Malus System versucht man, direkt das Kaufverhalten der Leute zu beeinflussen.

Der Entscheidungsprozess beim Kauf von Produkten wird in der Literatur wie folgt in Entscheidungsphasen unterteilt (Engel, Blackwell, & Miniard, 1993):

- (i) Problemerkennung oder Erweckung eines Bedürfnisses
- (ii) Abrufen von Informationen aus dem Gedächtnis
- (iii) Externe Suche
- (iv) Evaluation von Alternativen
- (v) Entscheid
- (vi) Nachverarbeitung

Bei regelmässig gekauften Produkten wie z.B. Zahnpaste sind die Entscheidungsphasen externe Suche und Evaluation von Alternativen limitiert aufgrund der Häufigkeit dieser Entscheidungen. Da die Konsumenten beträchtliche Mengen an produktrelevanter Information im Gedächtnis gespeichert haben, wenden sie oft den Entscheidungsprozess vereinfachende Strategien, so genannte Heuristiken an (Hoyer, 1984; Dickson, & Sawyer, 1990). Beispiele solcher vereinfachender Entscheidungsstrategien sind zum Beispiel: Kauf eines Produktes der letzt gekauften Marke, Kauf des Produktes mit dem tiefsten Preis, etc.

Bei langlebigen Gebrauchsgütern sind die Entscheidungsphasen besser voneinander abgegrenzt, doch auch bei solchen Kaufentscheidungen werden Strategien zur Vereinfachung des Entscheidungsprozesses angewendet (Bettman, Luce, & Payne, 1998). Die Entscheidungen beim Kauf langlebiger Gebrauchsgüter bedingen oft das Suchen von produktrelevanter Information in einer Fülle von Informationsangeboten, sowie schwierige Abwägungen zwischen zentralen Attributen wie zum Beispiel Preis und Sicherheit. Die in solchen Entscheidungsprozessen angewendeten Heuristiken sind oft komplexer als jene, die beim Kauf von regelmässig gekauften Produkten angewendet werden.

Ein möglicher Ansatz zur Beschreibung dieser vereinfachenden Strategien ist die Annahme, dass Konsumenten produktrelevante Entscheidungen im Voraus treffen und im Gedächtnis speichern als vorentschiedene Wahleinschränkungen (Thelen, 1997). Zum Beispiel kann die Entscheidung zum Kauf eines Autos in mehrere Unterentscheidungen aufgeteilt werden. In den Entscheid der Marke, des Modells, der Karosserieform, der Treibstoffart etc. Zur Vereinfachung des eigentlichen Autokaufentscheides ist es wahrscheinlich, dass Konsumenten einige solche Unterentscheidungen schon im Voraus treffen, wenn sie gar nicht aktiv nach einem Auto suchen. Beim eigentlichen Autokaufentscheid werden die Suche nach externer Information und die Evaluation von Alternativen auf jene Modelle reduziert, die innerhalb der vorentschiedenen Wahleinschränkungen liegen.

## 1.2. Fragestellung

In diesem Bericht wird das Wechselverhalten von Autokäufern bezüglich Marke, Fahrzeugsegment, Treibstoffart und Getriebetyp untersucht. Dieses Wechselverhalten ist direkte Konsequenz des in Kapitel 1.1 skizzierten Kaufverhaltens. Der Anspruch an ein Modell des Kaufverhaltens ist, dass es dieses Wechselverhalten abbilden kann.

Eine oft angewendete Methode zur Modellierung des Kaufverhaltens ist die Theorie des rationalen Nutzens. Diese beschreibt den Konsumenten als rational und den Markt als vollkommen transparent. Der Nutzen eines Produktes wird in den Nutzen von messbaren Attributen zerlegt. Der Entscheidungsträger ermittelt unter Gewichtung der Attribute den individuellen Gesamtnutzen aller Alternativen und wählt jene Alternative, die den grössten Nutzen bietet. Die theoretischen Fundamente dieser Methode finden sich unter anderem in Lancaster (1971) und McFadden (1974). Innerhalb der Theorie des rationalen Nutzens ermöglicht das Konzept der zufälligen Fehlerterme (Ben-Akiva, & Lerman, 1985) den Einbezug von Attributen, die nicht beobachtbar bzw. messbar sind. Trotzdem kann diese Methode reales Wechselverhalten nur beschränkt abbilden.

Dieser traditionelle Ansatz zur Vorhersage des Kaufverhaltens kann mit dem Konzept der begrenzten Rationalität erweitert werden. Dabei werden zwei Phasen unterschieden: In der ersten Phase werden die Alternativen definiert, die im eigentlichen Entscheidungsprozess, der zweiten Phase, näher betrachtet werden. Die zweite Phase wird mittels der Theorie des rationalen Nutzens modelliert. Dieses Modell mit zwei Phasen ist konsistent mit dem Konzept der vorentschiedenen Wahleinschränkungen.

Dieser Bericht präsentiert deskriptive Auswertungen von Transaktionsdaten beim Autokauf. Kapitel 2 stellt die Transaktionsdaten näher vor. Die Auswertungen werden in Kapitel 3 präsentiert und in Kapitel 4 diskutiert. Konkrete Ergebnisse dieses Berichtes finden sich in folgenden Bereichen:

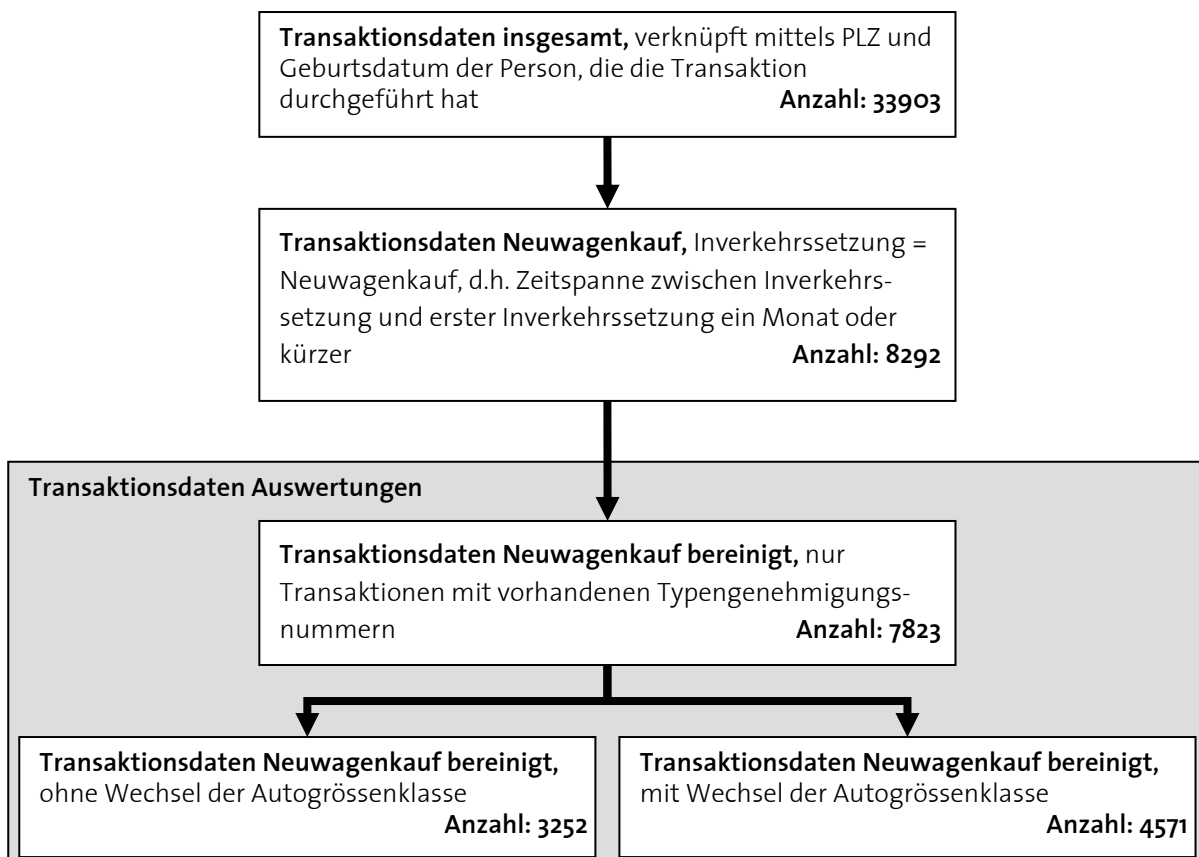
- (i) Qualitative und quantitative Hinweise auf vorentschiedene Wahleinschränkungen und damit Gewinn eines vertieften Verständnisses des Wechselverhaltens und der „psychologischen Komponente“ des Kaufverhaltens der Konsumenten beim Autokauf.
- (ii) Vergleich des Wechselverhaltens von Neuwagenkäufern und Occasionskäufern.
- (iii) Die quantitativen Auswertungen werden Einfluss finden in *sim.car*, dem Autokauf-Vorhersage-Modell von HES-NSSI. *sim.car* bedient sich oben genannten Konzepten und trägt damit der psychologischen Komponente des Kaufverhaltens Rechnung.
- (iv) Erkenntnisse bezüglich Schwierigkeiten und Möglichkeiten bei der Auswertung von Transaktionsdaten.

## 2. Datencharakteristika

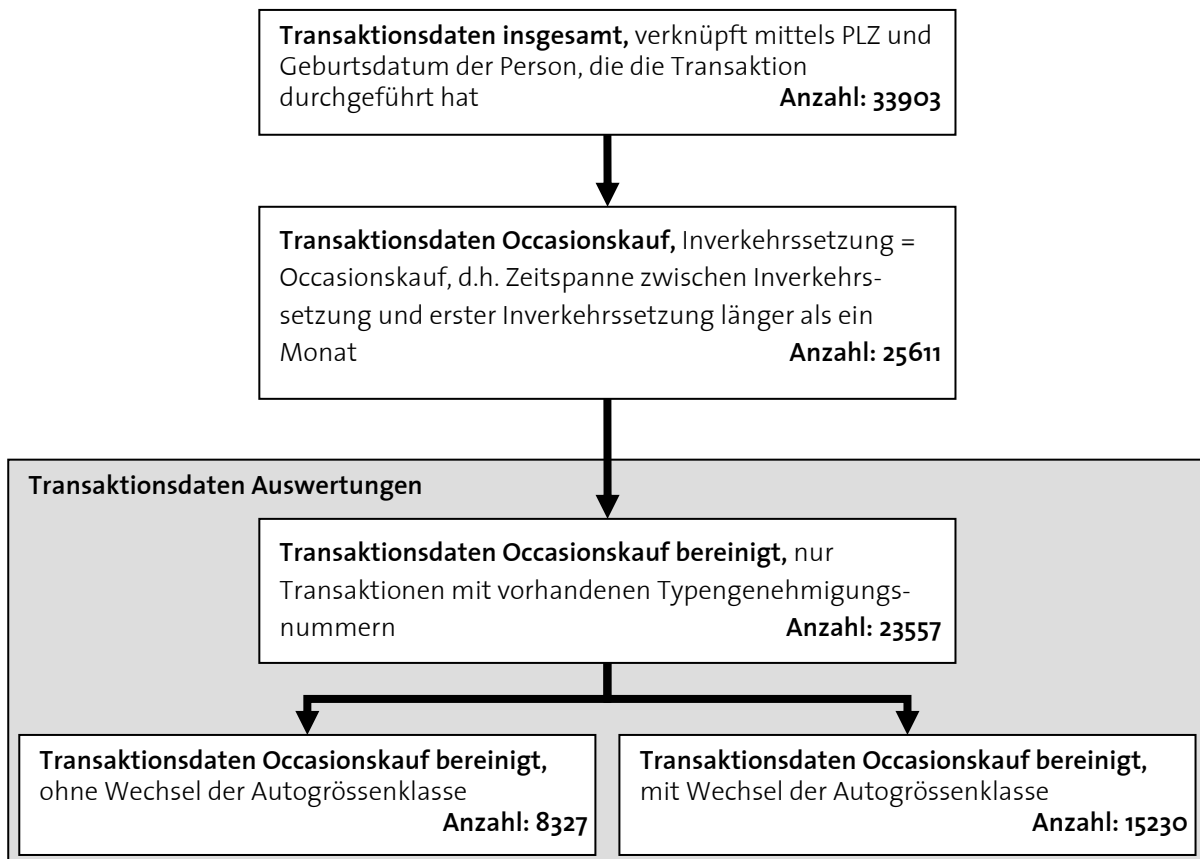
### 2.1. Aufbereitung der Transaktionsdaten

Die in diesem Bericht betrachteten Daten, im Folgenden Transaktionsdaten genannt, sind Sets von Ausserverkehrersetzungen und Inverkehrsetzungen aus dem Zeitraum vom 16. Februar bis zum 15. April 2005. Die getrennt vorliegenden Ausser- und Inverkehrsetzungen wurden mittels Postleitzahl und Geburtsdatum der Person, die die jeweilige Transaktion durchgeführt hat, verknüpft.

In diesem Bericht werden sowohl Neuwagenkäufer als auch Occasionskäufer betrachtet, d.h. es wird unterschieden, ob die Inverkehrsetzung einen Neuwagenkauf oder einen Occasionskauf darstellt. Eine Inverkehrsetzung stellt den Kauf eines Neuwagens dar, wenn die Zeitspanne zwischen Inverkehrsetzung und erster Inverkehrsetzung des Fahrzeuges ein Monat oder kürzer ist. Zudem wurden nur Transaktionsdaten mit vorhandenen Typengenehmigungsnummern der involvierten Fahrzeuge berücksichtigt. Schlussendlich wurden die Transaktionsdaten unterteilt in Transaktionen, bei denen ein Wechsel der Autogrößenklasse stattfand, und Transaktionen, bei denen kein solcher Wechsel stattfand. Die verwendeten Autogrößenklassen sind in Kapitel 2.2 definiert. Figur 1 bzw. Figur 2 gibt eine Übersicht über die Aufbereitung der Transaktionsdaten, bei denen die Inverkehrsetzung einen Neuwagenkauf bzw. einen Occasionskauf darstellt.



Figur 1. Übersicht über die Aufbereitung der Transaktionsdaten Neuwagenkauf mit Angabe der Anzahl Datensätze.



**Figur 2.** Übersicht über die Aufbereitung der Transaktionsdaten Occasionskauf mit Angabe der Anzahl Datensätze.

## 2.2. Beschreibung der Transaktionsdaten

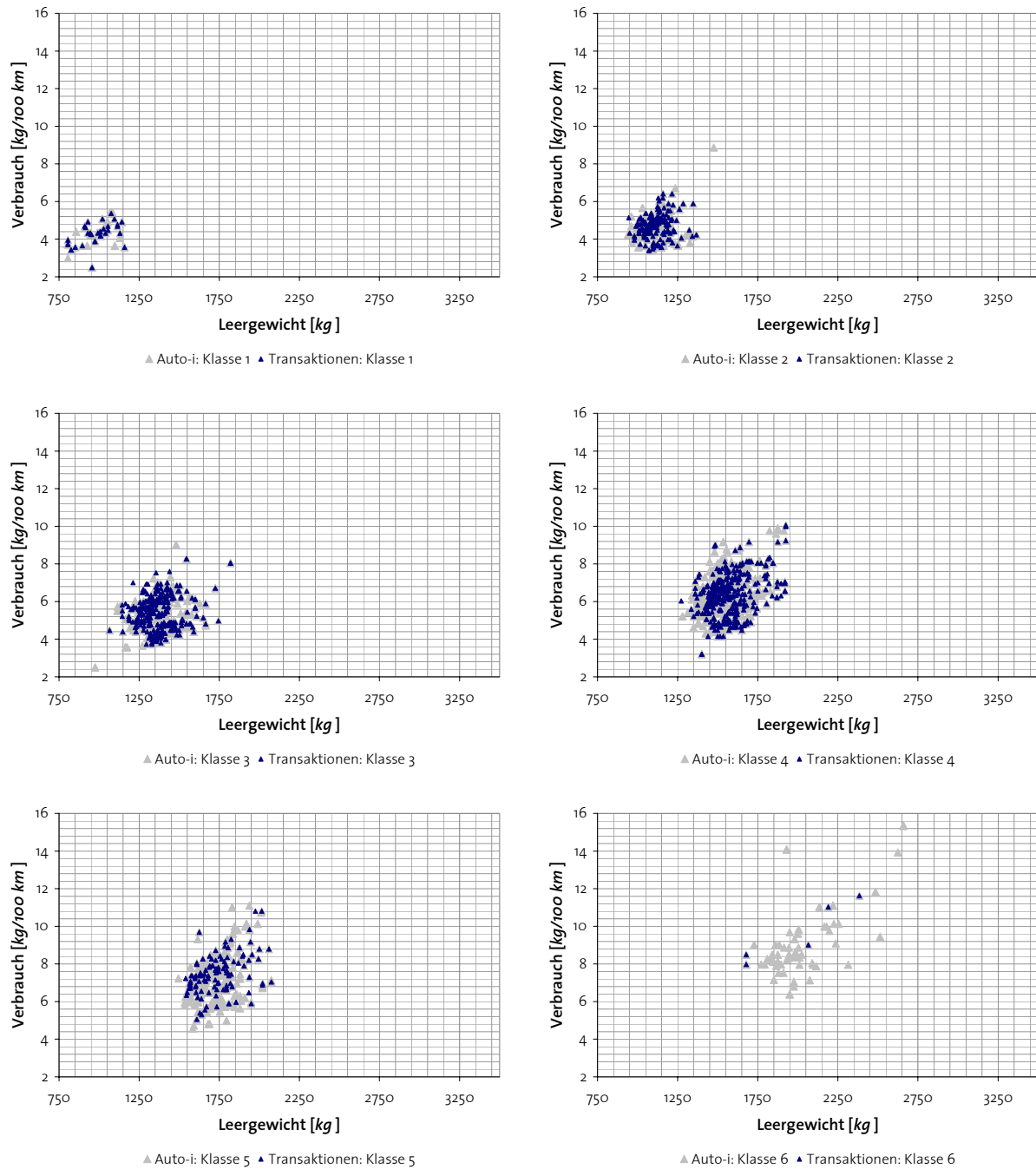
Allen in und ausser Verkehr gesetzten Fahrzeugen in dem erwähnten Set von Transaktionsdaten wurde eine Autogrössenklasse zugewiesen. Die Einstufung in zwölf Klassen stützt sich direkt auf die Klasseneinteilung von auto-schweiz ab. Die Zuweisung der Autogrössenklassen wurde mittels einer Modellliste und Verknüpfung der Modelle mit den Typengenehmigungsnummern operationalisiert. Tabelle 1 zeigt die zwölf Autogrössenklassen, illustriert mit entsprechenden Automodellen.

Figur 3 und Figur 4 auf den nachfolgenden zwei Seiten beschreiben die innerhalb der Transaktionsdaten als Neuwagen (siehe Definition in Abschnitt 2.1) in Verkehr gesetzten Automodelle in Abbildungen, in denen jeweils die x-Achse das Gewicht und die y-Achse den Verbrauch (in kg/100 km) darstellen. Diese Automodelle werden für die zwölf Autogrössenklassen separat dargestellt und den Modellen einer Angebotsflotte aus besagtem Zeitraum gegenübergestellt, die mit Hilfe der Fahrzeugdatenbank der Auto-i-DAT AG konstruiert wurde.

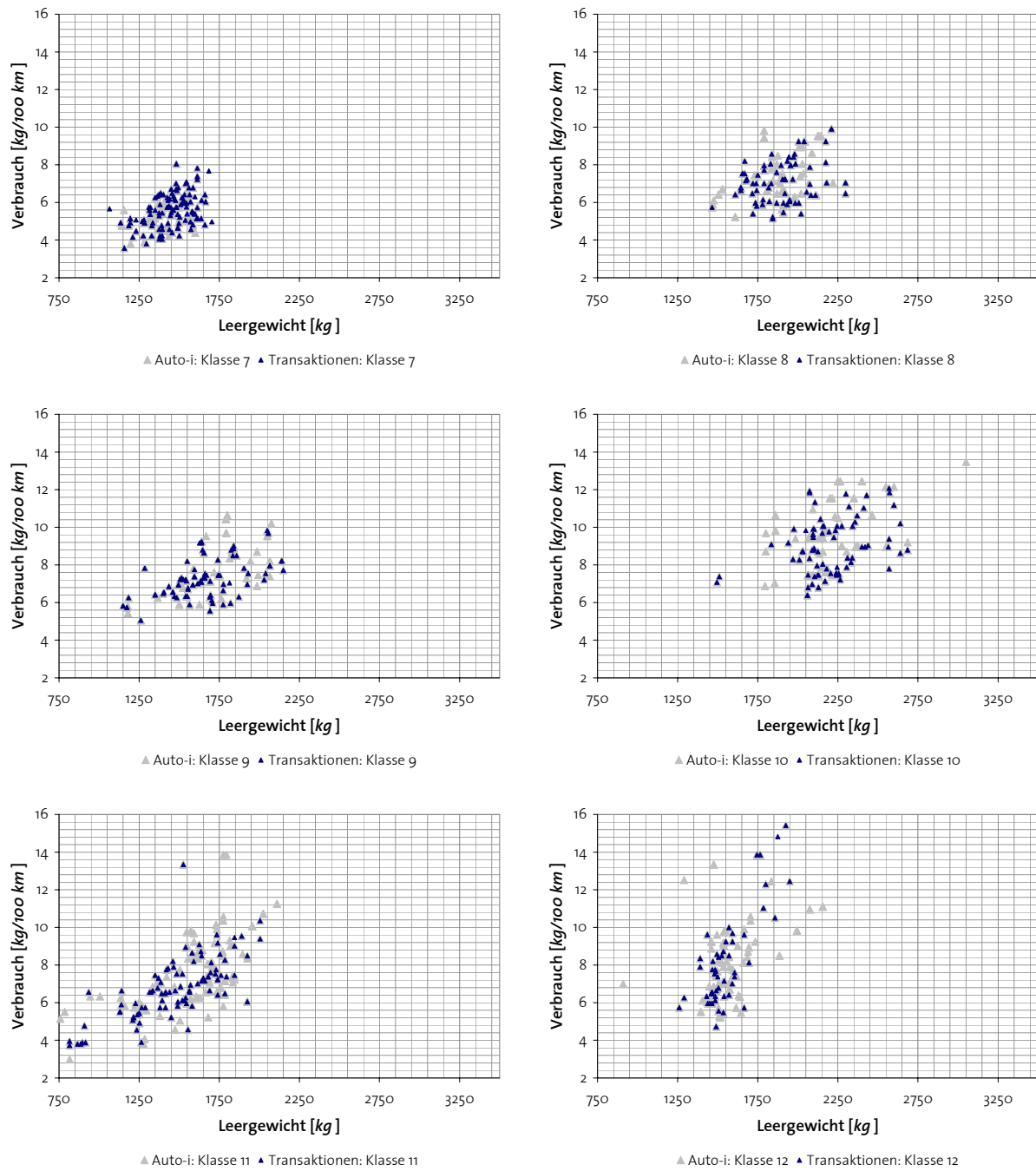
<p><b>Klasse 1:</b> Microwagen z.B. Smart Fortwo, Renault Twingo, Opel Agila, Hyundai Atos, Fiat Panda, Daewoo Matiz, Daihatsu Cuore, VW Lupo usw.</p> <p><b>Klasse 2:</b> Kleinwagen z.B. Peugeot 206, VW Polo, Toyota Yaris, Opel Corsa, Nissan Micra, Citroën C2+C3, Fiat Punto, Renault Clio, Ford Ka+Fiesta, Mini Cooper, Seat Ibiza, Hyundai Getz, Honda Jazz, Lancia Y, Mitsubishi Colt, Daewoo Kalos usw.</p> <p><b>Klasse 3:</b> Untere Mittelklasse z.B. VW Golf, Peugeot 307, Opel Astra, Toyota Corolla, Ford Focus, Renault Mégane, Audi A2+A3, Alfa Romeo 147, Mercedes A-Klasse, Citroën Xsara, Subaru Impreza, Fiat Stilo, Skoda Fabia, Seat Leon, Honda Civic usw.</p> <p><b>Klasse 4:</b> Mittelklasse z.B. Audi A4, VW Passat, Mercedes C-Klasse, Ford Mondeo, Skoda Octavia, Renault Laguna, Opel Vectra + Signum, BMW 3er, Honda Accord, Hyundai Sonata, Toyota Avensis, Volvo S40+V50+S60, Citroën C5, Jaguar X-Type usw.</p> <p><b>Klasse 5:</b> Obere Mittelklasse z.B. Mercedes E-Klasse, Audi A6, Volvo V70+S80, Citroën C6, BMW 5er, Saab 9-5, Hyundai XG350, Jaguar S-Type, Peugeot 607, Renault VelSatis, Skoda Superb usw.</p> <p><b>Klasse 6:</b> Luxusklasse z.B. Mercedes S-Klasse, Audi A8, Jaguar XJ, 7er BMW, Lexus LS, VW Phaeton usw.</p> <p><b>Klasse 7:</b> Kompaktvan z.B. Opel Zafira, Renault Modus+Scénic+Kangoo, Mitsubishi Space Star, VW Touran, Opel Meriva, Citroën Picasso usw.</p> <p><b>Klasse 8:</b> Van/Grossraumlimousine z.B., Renault Espace, Citroën C8, VW Sharan, Peugeot 807, Ford Galaxy, Mercedes Vaneo+Viano, Hyundai Trajet, Fiat Ulysse, Seat Alhambra, Chrysler Voyager usw.</p> <p><b>Klasse 9:</b> Kleiner Geländewagen z.B. Toyota RAV4, Subaru Forester+Outback, Nissan X-Trail, Honda CR-V+HR-V, Jeep Wrangler, Suzuki Vitara, Ford Maverick, Hyundai Santa Fe, Mazda Tribute usw.</p> <p><b>Klasse 10:</b> Grosser Geländewagen/Sport Utility Vehicle (SUV) z.B. BMW X3+X5, Volvo XC70+XC90, Kia Sorento, VW Touareg, Mercedes M-Klasse+G-Klasse, Lexus RX300, Mitsubishi Pajero, Jeep Cherokee, Land Rover usw.</p> <p><b>Klasse 11:</b> Cabriolet/Roadster z.B. BMW Z4, VW New Beetle, Ford Streetka, Mercedes SL+SLK, Audi TT Roadster, Mazda MX-5, Toyota MR2, usw.</p> <p><b>Klasse 12:</b> Sportwagen/Coupé z.B. Mercedes CL+CLK, Porsche 911, Hyundai Coupe, BMW 6er+M3, Toyota Celica, Honda NSX, Mazda RX-8, usw.</p>
---

**Tabelle 1.** Einstufung in zwölf Autogrössenklassen, basierend auf den Autogrössenklassen von auto-schweiz.





**Figur 3.** Angebotsflotte der Autoklassen 1-6 gemäss Fahrzeugdatenbank der Auto-i-DAT AG [Grau] im Zeitraum der Transaktionsdaten und die als Neuwagen in Verkehr gesetzten Automodelle jener Klassen innerhalb der Transaktionsdaten [Blau].



**Figur 4.** Angebotsflotte der Autoklassen 7-12 gemäss Fahrzeugdatenbank der Auto-i-DAT AG [Grau] im Zeitraum der Transaktionsdaten und die als Neuwagen in Verkehr gesetzten Automodelle jener Klassen innerhalb der Transaktionsdaten [Blau].

### 2.3. Repräsentativität der Transaktionsdaten

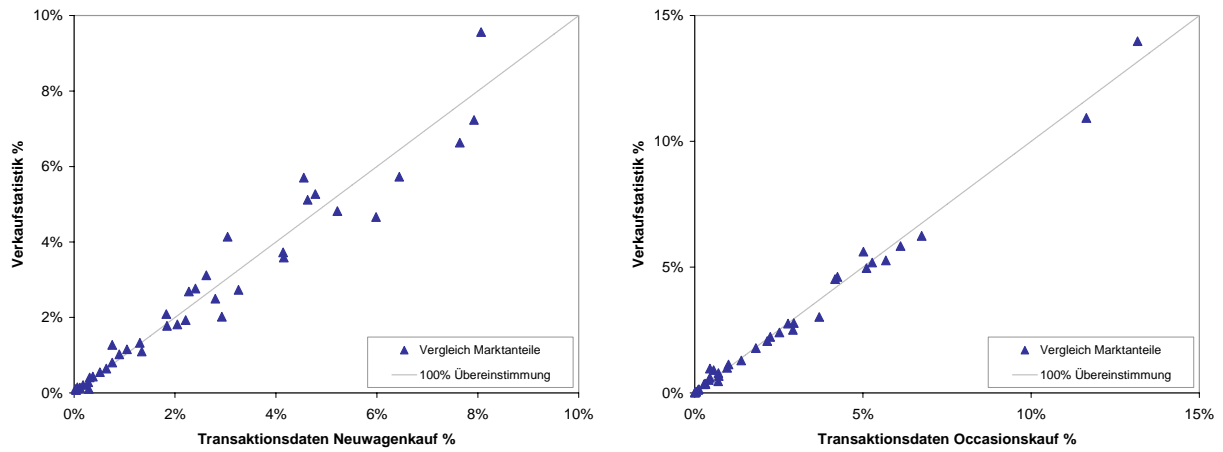
Die Anzahl neuer Personenwagen, die vom 16. Februar bis zum 15. April 2005, dem Zeitraum der Transaktionsdaten, effektiv verkauft wurden, kann man mittels Marktdaten abschätzen. Im Folgenden wird die Anzahl verkaufter Neuwagenmodelle insgesamt und nur jener Neuwagenmodelle mit Dieselantrieb auf Grundlage der im Internet erhältlichen, auf Monatsbasis angegebenen Marktdaten von auto-schweiz abgeschätzt:

- > **Verkaufte Neuwagenmodelle insgesamt:** Je die Hälfte der Neuwagenverkäufe in den Monaten Februar ( $16890/2 = 8445$ ) und April ( $27924/2 = 13962$ ), addiert mit der Anzahl Neuwagenverkäufe im Monat März (24711).  
**= 47118**
- > **Verkaufte Neuwagenmodelle mit Dieselantrieb:** Je die Hälfte der neuverkauften Fahrzeuge mit Dieselantrieb in den Monaten Februar ( $5018/2 = 2509$ ) und April ( $7266/2 = 3633$ ), addiert mit der Anzahl neuverkaufter Fahrzeuge mit Dieselantrieb im Monat März (7221).  
**= 13363 → Dieselanteil 28.4%**

Die Anzahl Neuwagenkäufe innerhalb der Transaktionsdaten entspricht also nicht der Anzahl verkaufter neuer Personenwagen in besagtem Zeitraum. Einen Teil der Verluste kann man damit erklären, dass nur Neuwagenkäufe Eingang in die Transaktionsdaten finden, die mit der Ersetzung eines anderen Fahrzeuges einhergehen. Neuwagenkäufe, die Erstkäufe oder Zusatzkäufe ohne Ersetzen eines anderen Fahrzeuges darstellen, kommen naturgemäss nicht in Transaktionsdaten vor. Der grössere Teil der Datenverluste resultiert aus dem Qualitätsanspruch für die Verknüpfung. Eingang in die Transaktionsdaten finden nur Ausser- und Inverkehrsetzungen, mit vollständig vorhandenen Angaben für PLZ und Geburtsdatum der Person, die die jeweilige Transaktion durchgeführt hat.

Eine Abschätzung mittels der Halterwechsel-Statistik von PKW-Occasionsfahrzeugen des Autogewerbeverbandes der Schweiz (AGVS) ergibt für die Occasionskäufe ein ähnliches Bild. Die Anzahl Occasionskäufe innerhalb der Transaktionsdaten entspricht nicht der Anzahl verkaufter PKW-Occasionsfahrzeuge in besagtem Zeitraum.

Um zu bestimmen, ob die Transaktionsdaten trotzdem einen für die verkauften Neuwagen repräsentativen Datensatz darstellen, werden in Figur 5 die Marktanteile der Marken innerhalb der Transaktionsdaten mit den aggregierten Marktanteilen gemäss auto-schweiz verglichen. Weiter wird der Dieselanteil verglichen: Abgeschätzt beträgt dieser für die neuverkauften Personenwagen 28,4%, innerhalb der Transaktionsdaten beträgt er 24,7%. Für die Occasionskäufe ist, ebenfalls in Figur 5, ein Vergleich der Marktanteile der Marken innerhalb der Transaktionsdaten mit den aggregierten Marktanteilen gemäss Halterwechsel-Statistik von PKW-Occasionsfahrzeugen des AGVS gegeben. Diese Auswertungen ergeben, dass die Transaktionsdaten sowohl für Neu- wie auch für Occasionskäufe hinreichend repräsentativ für den Zeitraum von Mitte Februar bis Mitte. April 2005 sind.



**Figur 5.** Analyse der Repräsentativität des Datensatzes. Für die Neuwagenkäufe (linke Figur): Vergleich der Marktanteile der Marken an den Neuwagenkäufen innerhalb der Transaktionsdaten mit aggregierten Marktanteilen gemäss auto-schweiz. Für die Occasionskäufe (rechte Figur): Vergleich der Marktanteile der Marken an den Occasionskäufen innerhalb der Transaktionsdaten mit aggregierten Marktanteilen gemäss AGVS.

### 3. Deskriptive Auswertung der Transaktionsdaten

#### 3.1. Marken- und Modelltreue

Markentreue ist ein bedeutendes Konzept vor allem in der Marketingforschung. Die herkömmliche Theorie beschreibt markenloyale Kunden als profitabler, weniger preissensitiv und als Kunden, die ihre Marke mehr durch Mund-zu-Mund-Propaganda bewerben (Reinartz, & Kumar, 2002). In der Psychologischen Literatur gibt es verschiedene Ansätze, um das Phänomen der Markentreue zu erklären: (i) den Risikoansatz, (ii) den lerntheoretischen Ansatz und (iii) den Ansatz mittels der Theorie der kognitiven Dissonanz. Für eine gute Übersicht über mögliche Erklärungsansätze der Markentreue sei auf Baldinger und Rubinson (1996) verwiesen.

In der Literatur finden sich unzählige Definitionen von Markentreue (Rundle-Thiele, & Bennett, 2001). Im Zusammenhang der vorliegenden Auswertungen der Transaktionsdaten wird eine Transaktion als markentreu definiert, wenn die Marke des ersetzten (ausser Verkehr gesetzten) Fahrzeuges mit der Marke des gekauften (in Verkehr gesetzten) Fahrzeuges übereinstimmt.

Die Markentreue MT einer Marke X ist gegeben durch die bedingte Wahrscheinlichkeit:

$$\text{Markentreue MT: } P(\text{In Verkehr ges. Fzg. Marke X} | \text{Ausser Verkehr ges. Fzg. Marke X}) \quad (1)$$

D.h. die Markentreue einer Marke ist die Wahrscheinlichkeit des wiederholten Kaufes eines Personenwagens derselben Marke für Kunden dieser Marke.

Der Erfolg einer Marke ist nicht nur dadurch bestimmt, dass sie bestehende Kunden an sich bindet, sondern auch dadurch, dass sie neue Kunden akquirieren kann. Der Anteil von Neukunden NK einer Marke X ist gegeben durch die bedingte Wahrscheinlichkeit:

$$\text{Anteil Neukunden NK: } P(\text{Ausser Verkehr ges. Fzg. Marke nicht X} | \text{In Verkehr ges. Fzg. Marke X}) \quad (2)$$

Die Transaktionsdaten erlauben die Berechnung der oben genannten Wahrscheinlichkeiten für die in den Transaktionsdaten vorkommenden Marken.

Tabelle 2 bzw. Tabelle 3 stellt für Neuwagenkäufe bzw. Occasionskäufe die Markentreue und den Anteil von Neukunden für die 15 Marken mit dem grössten Marktanteil (in Verkehr gesetzte Fahrzeuge) dar. Es werden Resultate gezeigt für Auswertungen der Transaktionsdaten insgesamt, aber auch für nur jene Transaktionen, bei denen ein Wechsel der Autogrössenklasse stattfand, und für nur jene Transaktionen, bei denen kein solcher Wechsel stattfand. Eine ausführliche Darstellung dieser Auswertungen befindet sich im Anhang A.

Die Transaktionsdaten erlauben die Bestimmung einer zweidimensionalen Wechselmatrix, bei der die Marke des ausser Verkehr gesetzten Fahrzeuges die erste Dimension und die Marke des in Verkehr gesetzten Fahrzeuges die zweite Dimension bilden. Im Fall der Transaktionsdaten bei denen die Inverkehrsetzung einen Neuwagenkauf darstellt resultiert eine 45x44 Matrix, die mangels Anschaulichkeit nicht in Tabellenform dargestellt ist. Vereinfachend kann die Wechselmatrix wie in Figur 6 dargestellt visualisiert werden: Diese Art der Visualisierung konzentriert sich auf eine Marke X, im Fall von Figur 6 auf Volkswagen. In der oberen Hälfte der Abbildung werden nur Transaktionen betrachtet mit in Verkehr gesetzten Fahrzeugen der Marke X. Es werden die Marken der ausser Verkehr gesetzten Fahrzeuge dieser Transaktionen dargestellt. In der unteren Hälfte werden nur Transaktionen betrachtet mit ausser Verkehr gesetzten Fahrzeugen der Marke X. Es werden die Marken der in Verkehr gesetzten Fahrzeuge dieser Transaktionen dargestellt. Die dargestellten Marken sind nach Häufigkeit geordnet. Zur besseren Visualisierung wird die Figur mit nach Häufigkeit gewichteten Verbindungslinien ergänzt.

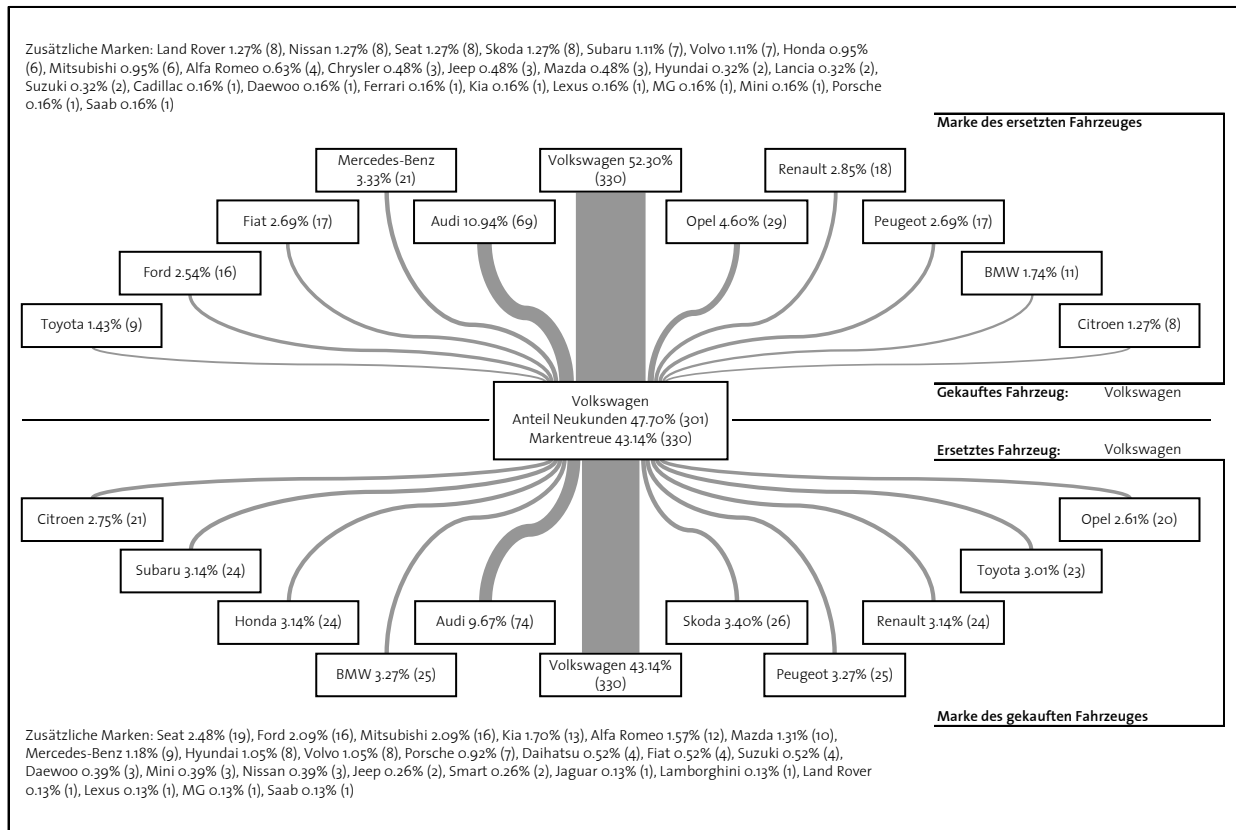
Transaktionsdaten Neuwagenkauf	n[IV]	Insgesamt		Wechsel der Autogrössenklasse		kein Wechsel der Autogrössenklasse	
		MT	NK	MT	NK	MT	NK
Citroen .....	468	71.8%	49.4%	63.2%	57.8%	82.8%	37.2%
Honda .....	325	69.0%	54.8%	60.0%	64.1%	78.6%	42.6%
Toyota .....	598	63.8%	40.8%	57.2%	49.3%	74.1%	25.6%
Subaru .....	324	62.4%	50.3%	47.2%	68.0%	76.3%	28.0%
BMW .....	362	60.9%	43.1%	52.0%	48.3%	79.8%	34.1%
Peugeot .....	504	60.9%	42.3%	49.3%	51.0%	78.1%	30.6%
Ford .....	408	55.8%	32.6%	45.9%	43.9%	68.7%	18.3%
Opel .....	620	55.1%	26.1%	47.2%	33.4%	67.4%	16.1%
Mercedes-Benz .....	238	53.6%	34.0%	31.2%	54.2%	79.4%	17.6%
Mazda .....	219	53.2%	46.1%	40.9%	60.3%	69.5%	25.0%
Hyundai .....	255	52.3%	73.3%	36.0%	83.7%	74.5%	53.9%
Audi .....	374	49.2%	44.1%	32.8%	55.1%	70.7%	34.3%
Renault .....	356	45.9%	38.8%	37.9%	45.1%	60.8%	29.4%
Mitsubishi .....	229	44.8%	51.1%	36.7%	62.2%	56.3%	32.6%
Volkswagen .....	631	43.1%	47.7%	33.8%	58.5%	56.3%	33.0%

**Tabelle 2.** Auswertungen für Neuwagenkäufe: Anzahl in Verkehr gesetzter Fahrzeuge (n[IV]), Markentreue (MT) und Anteil der Neukunden (NK) der 15 Marken mit den grössten Marktanteilen. Die Marken sind absteigend nach der erreichten Markentreue sortiert.

Transaktionsdaten Occasionskauf	n[IV]	Insgesamt		Wechsel der Autogrössenklasse		kein Wechsel der Autogrössenklasse	
		MT	NK	MT	NK	MT	NK
Mercedes-Benz .....	999	43.8%	67.0%	31.8%	77.6%	64.2%	44.9%
Subaru .....	872	43.0%	58.4%	22.9%	76.9%	67.9%	37.3%
BMW .....	1203	36.6%	70.2%	24.6%	81.3%	59.9%	43.2%
Toyota .....	1339	36.1%	62.7%	25.8%	72.8%	53.2%	46.7%
Opel .....	2742	35.9%	59.7%	28.0%	67.9%	50.4%	45.6%
Volkswagen .....	3101	35.5%	65.1%	23.9%	75.6%	55.3%	49.1%
Renault .....	1589	35.4%	64.6%	25.6%	75.3%	53.3%	43.0%
Citroen .....	654	35.0%	68.7%	27.4%	77.3%	46.8%	52.4%
Peugeot .....	1242	30.8%	67.3%	25.1%	72.7%	44.3%	55.4%
Audi .....	1181	29.7%	74.0%	20.2%	82.3%	48.8%	57.3%
Ford .....	1441	27.3%	67.4%	21.2%	74.4%	38.1%	55.5%
Fiat .....	983	27.1%	68.7%	19.9%	75.7%	42.3%	55.7%
Mazda .....	688	25.0%	73.8%	17.0%	83.1%	38.0%	56.3%
Mitsubishi .....	593	20.2%	76.6%	11.5%	86.6%	36.7%	57.6%
Nissan .....	694	20.2%	76.1%	13.7%	84.1%	31.8%	61.2%

**Tabelle 3.** Auswertungen für Occasionskäufe: Anzahl in Verkehr gesetzter Fahrzeuge (n[IV]), Markentreue (MT) und Anteil der Neukunden (NK) der 15 Marken mit den grössten Marktanteilen. Die Marken sind absteigend nach der erreichten Markentreue sortiert.

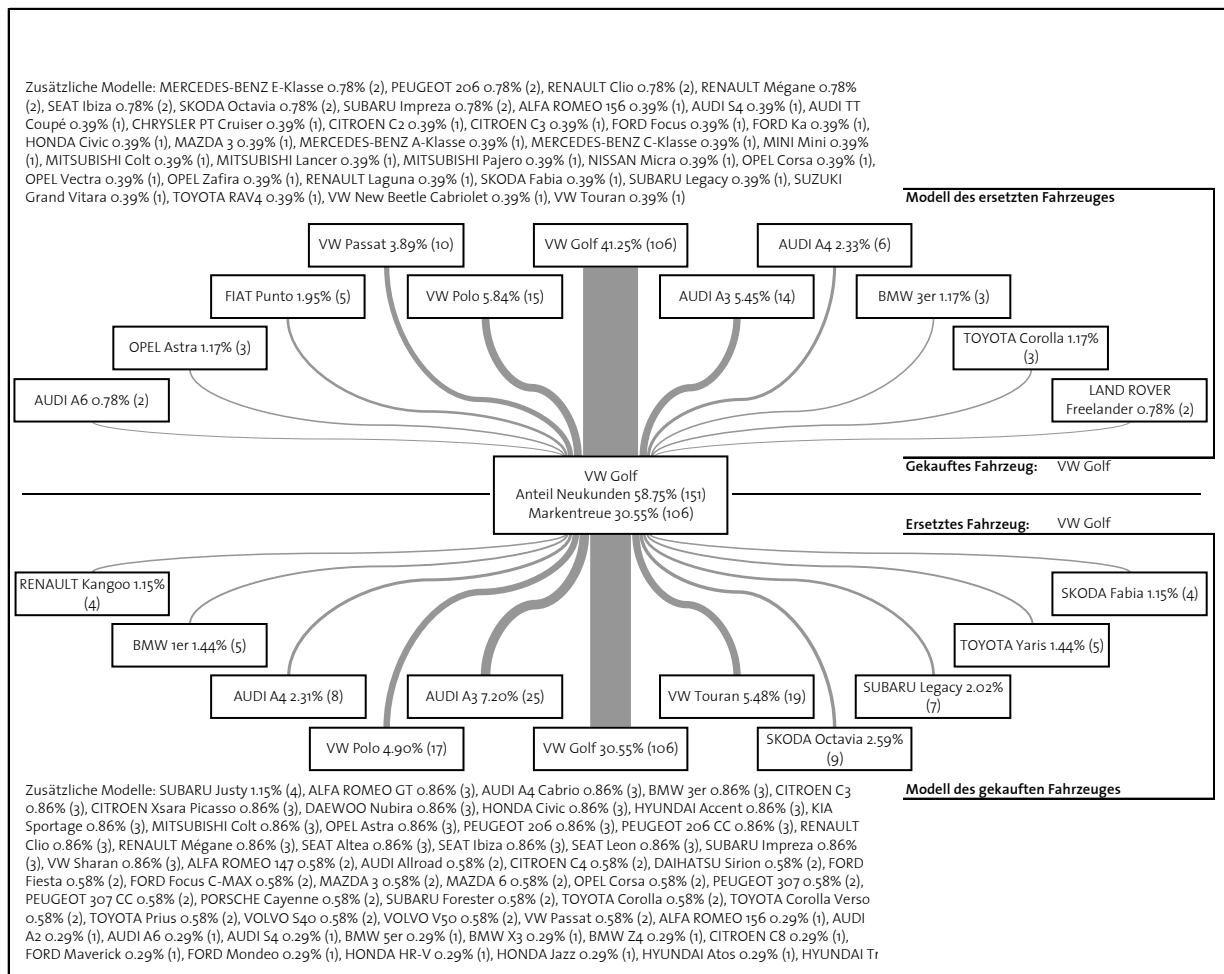
Marken-Wechselmatrix: Volkswagen



**Figur 6.** Visualisierung der Marken-Wechselmatrix für die Marke Volkswagen. Dargestellt sind: (i) Die Marken der ausser Verkehr gesetzten Fahrzeuge jener Transaktionen, bei denen ein Neuwagen der Marke Volkswagen in Verkehr gesetzt wurde (obere Hälfte der Grafik). (ii) Die Marken der in Verkehr gesetzten Neuwagen jener Transaktionen, bei denen ein Fahrzeug der Marke Volkswagen ausser Verkehr gesetzt wurde (untere Hälfte der Grafik). *Achtung: Bei der Interpretation der dargestellten Ergebnisse ist die teilweise limitierte Datenbasis zu berücksichtigen.*

Auswertungen der Transaktionsdaten wie oben für die Treue zur Marke präsentiert, lassen sich für unterschiedlichste Kriterien durchführen. Zum Beispiel kann man „Marke“ ersetzen durch „Modell“, „Herstellergruppen“, „Herkunftsland“, etc. Im Folgenden werden die oben präsentierten Auswertungen für die Treue zum Fahrzeugmodell durchgeführt. Dabei ist allerdings zu beachten, dass die Lebenszeit der Modelle, d.h. die Zeit in der eine bestimmte Ausprägung der Variable Modell auf dem Markt ist, kürzer und über den gesamten Markt weniger konsistent ist als die Lebenszeit der Marken. Es werden öfters Modelle neu eingeführt und eingestellt als Marken. Zusätzlich gibt es Unterschiede zwischen den Marken, was die Bezeichnung neuer Modellgenerationen betrifft.

Modell-Wechselmatrix: VW Golf



**Figur 7.** Visualisierung der Modell-Wechselmatrix für das Modell Volkswagen Golf. Dargestellt sind: (i) Die Modelle der ausser Verkehr gesetzten Fahrzeuge jener Transaktionen, bei denen ein Neuwagen des Modells Volkswagen Golf in Verkehr gesetzt wurde (obere Hälfte der Grafik). (ii) Die Modelle der in Verkehr gesetzten Neuwagen jener Transaktionen, bei denen ein Fahrzeug des Modells Volkswagen Golf ausser Verkehr gesetzt wurde (untere Hälfte der Grafik). *Achtung: Bei der Interpretation der dargestellten Ergebnisse ist die teilweise limitierte Datenbasis zu berücksichtigen.*

Tabelle 4 bzw. Tabelle 5 stellt für Neuwagenkäufe bzw. Occasionskäufe die Treue zum Modell und den Anteil von Neukunden für die 15 Modelle mit dem grössten Marktanteil (in Verkehr gesetzte Fahrzeuge) dar. Aus technischen Gründen wurden bei den hier präsentierten Auswertungen für Neuwagen bzw. Occasionen nur Modelle betrachtet, von denen im Zeitraum der Transaktionsdaten mehr als zwei Stück bzw. mehr als 25 Stück in Verkehr gesetzt wurden. Eine ausführliche Darstellung dieser Auswertungen befindet sich im Anhang A. Im Fall der Transaktionsdaten bei denen die Inverkehrsetzung einen Neuwagenkauf darstellt



resultiert für die Modell-Wechselmatrix eine 455x230 Matrix, die mangels Anschaulichkeit nicht in Tabellenform dargestellt ist. Sie wird identisch wie die Marken-Wechselmatrix visualisiert (Figur 7).

Modell	n[IV]	n[AV]	n	MT	NK
Volkswagen Golf .....	257	347	106	30.55%	58.75%
Peugeot 206 .....	187	103	49	47.57%	73.80%
Audi A4 .....	159	148	61	41.22%	61.64%
Ford Fiesta .....	158	82	37	45.12%	76.58%
Toyota Yaris .....	156	81	41	50.62%	73.72%
Opel Astra .....	149	243	65	26.75%	56.38%
Volkswagen Touran .....	142	14	8	57.14%	94.37%
Opel Zafira .....	141	110	53	48.18%	62.41%
Audi A3 .....	136	65	25	38.46%	81.62%
Ford Focus .....	123	131	65	49.62%	47.15%
Peugeot 307 .....	121	58	24	41.38%	80.17%
Toyota RAV4 .....	117	56	26	46.43%	77.78%
Opel Meriva .....	113	26	13	50.00%	88.50%
Skoda Octavia .....	111	36	20	55.56%	81.98%
Toyota Corolla .....	110	169	43	25.44%	60.91%

**Tabelle 4.** Auswertungen für Neuwagenkäufe: Modelltreue (MT) und Anteil der Neukunden (NK) der 15 Modelle mit den grössten Marktanteilen (in Verkehr gesetzte Fahrzeuge). Weiter angegeben sind die Anzahl in Verkehr gesetzter Fahrzeuge n[IV], die Anzahl ausser Verkehr gesetzter Fahrzeuge n[AV] und die Anzahl loyaler Transaktionen n. Die Modelle sind absteigend nach der Anzahl in Verkehr gesetzten Fahrzeuge sortiert. *Achtung: Bei der Interpretation der dargestellten Ergebnisse für die Modelle Volkswagen Touran, Opel Meriva und Skoda Octavia ist die limitierte Datenbasis zu berücksichtigen.*

Modell	n[IV]	n[AV]	n	MT	NK
Volkswagen Golf .....	1841	1903	507	26.64%	72.46%
Opel Astra .....	1027	954	224	23.48%	78.19%
Opel Corsa .....	665	872	162	18.58%	75.64%
Volkswagen Passat .....	621	607	103	16.97%	83.41%
Toyota Corolla .....	565	654	155	23.70%	72.57%
Volkswagen Polo .....	530	511	95	18.59%	82.08%
BMW 3er .....	524	531	111	20.90%	78.82%
Audi A4 .....	457	302	84	27.81%	81.62%
Opel Vectra .....	447	565	98	17.35%	78.08%
Fiat Punto .....	438	460	98	21.30%	77.63%
Ford Fiesta .....	396	394	75	19.04%	81.06%
Subaru Legacy .....	385	316	93	29.43%	75.84%
Renault Clio .....	383	482	79	16.39%	79.37%
Peugeot 206 .....	379	188	63	33.51%	83.38%
Opel Zafira .....	375	161	60	37.27%	84.00%

**Tabelle 5.** Auswertungen für Occasionskäufe: Modelltreue (MT) und Anteil der Neukunden (NK) der 15 Modelle mit den grössten Marktanteilen (in Verkehr gesetzte Fahrzeuge). Weiter angegeben sind die Anzahl in Verkehr gesetzter Fahrzeuge n[IV], die Anzahl ausser Verkehr gesetzter Fahrzeuge n[AV] und die Anzahl loyaler Transaktionen n. Die Modelle sind absteigend nach der Anzahl in Verkehr gesetzten Fahrzeuge sortiert.

### 3.2. Wechselverhalten bezüglich Autogrößenklassen

In diesem Abschnitt wird das Wechselverhalten bezüglich den im Abschnitt 2.2 definierten zwölf Autogrößenklassen und bezüglich Autogewichtsklassen untersucht. Diese Auswertungen sind durch folgende Fragestellungen motiviert:

- > Gibt es in den Transaktionsdaten Hinweise auf die in Abschnitt 1.1 erwähnten vereinfachenden Strategien bzw. vorentschiedenen Wahleinschränkungen?
- > Ergibt die Auswertung der Transaktionsdaten Hinweise auf CO<sub>2</sub> relevante Trends und Bewegungen im Autokäufermarkt?
- > Finden sich Unterschiede im Wechselverhalten von Neuwagenkäufern und Occasionskäufern?

Da die Autogrößenklassen-Wechselmatrix (12x12 Matrix) bzw. die Autogewichtsklassen-Wechselmatrix (15x15 Matrix) genügend klein sind, werden sie auf den folgenden zwei Seiten in Tabelle 6 bzw. Tabelle 7 für Neuwagenkäufe, und in Tabelle 8 bzw. Tabelle 9 (für Occasionskäufe) in Tabellenform dargestellt. Bei der Interpretation der in den Tabellen dargestellten Ergebnisse ausserhalb der Matrixdiagonalen ist die teilweise limitierte Datenbasis zu berücksichtigen. Die Wechselmatrizen leisten wertvolle Hilfe bei der Auswertung der Transaktionsdaten:

- > Aus den Zeilen erhält man Information der Form: Vorausgesetzt jemand hat ein Auto der Klasse X ausser Verkehr gesetzt, welche Klasse hat das dazugehörige in Verkehr gesetzte Auto.
- > Aus den Spalten erhält man Information der Form: Vorausgesetzt jemand hat ein Auto der Klasse X in Verkehr gesetzt, welche Klasse hat das dazugehörige ausser Verkehr gesetzte Auto.

in Verkehr gesetztes Fzg → ausser Verkehr gesetztes Fzg ↓	Autogrössenklassen											
	Microwagen	Kleinwagen	Untere Mittelklasse	Mittelklasse	Obere Mittelklasse	Luxusklasse	Kompaktvan	Van / Grossraumlimousine	Kleiner Geländewagen	Grosser Geländewagen / SUV	Cabriolet / Roadster	Sportwagen
Microwagen	21.1%	35.7%	18.4%	3.1%	0.0%	0.0%	9.9%	1.4%	3.4%	0.0%	6.8%	0.3%
Kleinwagen	4.6%	52.1%	19.1%	4.4%	0.2%	0.0%	9.6%	0.3%	3.1%	0.7%	5.4%	0.4%
Untere Mittelklasse	1.6%	18.4%	43.1%	12.0%	0.6%	0.0%	12.0%	1.4%	5.6%	1.1%	3.2%	1.1%
Mittelklasse	0.8%	8.4%	18.6%	37.5%	3.1%	0.0%	12.6%	3.1%	8.8%	3.5%	2.1%	1.4%
Obere Mittelklasse	1.1%	5.1%	8.6%	23.0%	27.4%	1.9%	7.6%	2.5%	9.3%	8.9%	2.3%	2.3%
Luxusklasse	0.0%	7.1%	3.6%	14.3%	25.0%	10.7%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	21.4%	3.6%
Kompaktvan	0.6%	6.9%	12.2%	6.3%	0.6%	0.0%	49.6%	5.9%	11.3%	2.3%	4.0%	0.2%
Van / Grossraumlimousine	0.3%	5.5%	8.5%	8.2%	1.8%	0.0%	19.1%	35.2%	13.6%	6.4%	1.2%	0.3%
Kleiner Geländewagen	1.1%	10.0%	6.6%	5.5%	0.8%	0.0%	3.2%	1.6%	56.2%	11.9%	2.6%	0.5%
Grosser Geländewagen / SUV	0.4%	1.3%	7.6%	8.0%	3.4%	0.4%	3.8%	4.2%	21.4%	45.0%	3.8%	0.8%
Cabriolet / Roadster	2.1%	12.8%	19.9%	7.8%	1.8%	0.4%	3.9%	0.4%	5.0%	2.5%	37.9%	5.7%
Sportwagen	1.5%	15.5%	17.0%	14.9%	3.1%	0.0%	3.6%	0.0%	6.7%	4.6%	11.9%	21.1%

Tabelle 6. Auswertung für Neuwagenkäufe: Darstellung der Autogrössenklassen-Wechselmatrix. Definition der Autogrössenklasse gemäss Tabelle 1.

in Verkehr gesetztes Fzg → ausser Verkehr gesetztes Fzg ↓	Gewichtsklassen														
	<900 kg	900-1000 kg	1000-1100 kg	1100-1200 kg	1200-1300 kg	1300-1400 kg	1400-1500 kg	1500-1600 kg	1600-1700 kg	1700-1800 kg	1800-1900 kg	1900-2000 kg	2000-2100 kg	2100-2200 kg	>2200 kg
<900 kg	6.9%	11.0%	29.4%	16.0%	9.3%	8.1%	8.8%	5.0%	2.9%	1.0%	1.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.2%
900-1000 kg	0.4%	8.8%	26.0%	22.9%	11.5%	14.5%	6.7%	5.5%	1.7%	1.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.2%	0.4%
1000-1100 kg	0.7%	0.4%	24.5%	20.5%	12.4%	15.6%	10.5%	8.1%	2.6%	2.6%	0.4%	0.5%	0.4%	0.4%	0.3%
1100-1200 kg	0.7%	0.8%	7.7%	22.6%	15.3%	17.8%	15.1%	10.9%	4.6%	2.5%	0.8%	0.4%	0.4%	0.1%	0.3%
1200-1300 kg	0.1%	0.7%	7.2%	9.9%	16.0%	23.7%	18.0%	12.4%	5.9%	3.3%	0.8%	1.1%	0.6%	0.0%	0.3%
1300-1400 kg	0.1%	0.7%	3.6%	6.0%	5.4%	23.0%	27.1%	14.9%	9.7%	4.9%	1.7%	0.9%	0.8%	0.7%	0.7%
1400-1500 kg	0.2%	0.6%	2.7%	3.7%	3.7%	13.2%	30.0%	20.0%	12.4%	6.5%	2.4%	1.7%	1.2%	0.5%	1.3%
1500-1600 kg	0.2%	0.3%	2.6%	2.4%	2.6%	6.3%	13.3%	25.2%	25.5%	9.0%	3.9%	3.5%	2.1%	1.1%	2.1%
1600-1700 kg	0.2%	0.5%	1.7%	2.4%	1.5%	6.3%	8.0%	16.3%	27.6%	13.7%	8.0%	4.1%	1.7%	2.2%	5.6%
1700-1800 kg	0.0%	0.5%	1.5%	2.5%	2.0%	5.9%	5.0%	9.4%	17.3%	24.8%	12.4%	7.9%	1.5%	3.5%	5.9%
1800-1900 kg	0.0%	0.5%	0.5%	2.6%	2.6%	5.2%	5.2%	8.4%	11.0%	13.1%	21.5%	13.1%	6.3%	2.1%	7.9%
1900-2000 kg	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.0%	1.0%	10.9%	9.9%	11.9%	5.0%	9.9%	18.8%	8.9%	7.9%	12.9%
2000-2100 kg	0.0%	0.0%	1.7%	5.0%	0.0%	6.7%	3.3%	8.3%	11.7%	1.7%	6.7%	11.7%	18.3%	10.0%	15.0%
2100-2200 kg	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.0%	0.0%	15.7%	9.8%	3.9%	3.9%	2.0%	2.0%	35.3%	25.5%
>2200 kg	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%	0.0%	4.2%	4.2%	8.3%	6.3%	0.0%	2.1%	68.8%

Tabelle 7. Auswertung für Neuwagenkäufe: Darstellung der Gewichtsklassen-Wechselmatrix.

		Microwagen	Kleinwagen	Untere Mittelklasse	Mittelklasse	Obere Mittelklasse	Luxusklasse	Kompaktvan	Van / Grossraumlimousine	Kleiner Geländewagen	Grosser Geländewagen / SUV	Cabriolet / Roadster	Sportwagen	
in Verkehr gesetztes Fzg →	ausser Verkehr gesetztes Fzg ↓													
	Microwagen	18.7%	29.8%	23.0%	10.0%	1.7%	0.0%	4.4%	1.6%	1.8%	0.7%	6.2%	2.2%	>60%
	Kleinwagen	5.2%	35.6%	29.2%	12.3%	2.2%	0.2%	4.5%	1.7%	1.7%	0.6%	3.8%	3.1%	57%-60%
	Untere Mittelklasse	2.9%	15.4%	38.5%	21.2%	3.9%	0.3%	4.8%	2.9%	2.5%	1.1%	2.7%	3.6%	54%-57%
	Mittelklasse	1.6%	8.7%	22.5%	39.5%	8.0%	0.5%	4.0%	4.8%	3.0%	2.0%	2.2%	3.3%	51%-54%
	Obere Mittelklasse	1.3%	6.4%	14.3%	28.1%	29.2%	2.6%	2.9%	4.9%	1.5%	3.1%	2.2%	3.5%	48%-51%
	Luxusklasse	1.3%	7.8%	14.4%	15.7%	13.7%	20.3%	0.7%	2.6%	1.3%	5.2%	6.5%	10.5%	45%-48%
	Kompaktvan	3.1%	8.0%	19.7%	18.0%	3.8%	0.0%	25.7%	10.9%	5.3%	1.3%	2.0%	2.2%	42%-45%
	Van / Grossraumlimousine	1.7%	6.5%	12.2%	18.0%	4.9%	0.2%	7.9%	37.7%	4.3%	3.2%	2.4%	0.9%	39%-42%
	Kleiner Geländewagen	2.2%	8.0%	14.9%	16.1%	3.4%	0.0%	4.6%	5.4%	29.4%	11.3%	2.2%	2.6%	36%-39%
	Grosser Geländewagen / SUV	1.3%	4.7%	10.1%	17.6%	5.8%	1.5%	3.0%	2.8%	9.0%	36.8%	3.7%	3.7%	33%-36%
	Cabriolet / Roadster	3.9%	10.2%	16.2%	15.5%	6.0%	1.0%	1.9%	2.6%	1.5%	1.3%	33.3%	6.8%	30%-33%
	Sportwagen	2.4%	10.6%	19.6%	22.8%	8.5%	1.8%	1.9%	1.6%	2.1%	2.2%	6.1%	20.3%	27%-30%
														24%-27%
														21%-24%
														18%-21%
														15%-18%
														12%-15%
														9%-12%
														6%-9%
														3%-6%
														<3%

Tabelle 8. Auswertung für Occasionskäufe: Darstellung der Autogrößenklassen-Wechselmatrix. Definition der Autogrößenklasse gemäss Tabelle 1.

		<900 kg	900-1000 kg	1000-1100 kg	1100-1200 kg	1200-1300 kg	1300-1400 kg	1400-1500 kg	1500-1600 kg	1600-1700 kg	1700-1800 kg	1800-1900 kg	1900-2000 kg	2000-2100 kg	2100-2200 kg	>2200 kg	
in Verkehr gesetztes Fzg →	ausser Verkehr gesetztes Fzg ↓																
	<900 kg	25.1%	17.7%	16.3%	12.0%	9.6%	8.5%	4.2%	3.3%	1.4%	0.7%	0.8%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	>60%
	900-1000 kg	10.7%	16.2%	15.5%	17.6%	13.6%	11.6%	6.6%	3.5%	2.0%	1.0%	0.7%	0.3%	0.2%	0.1%	0.2%	57%-60%
	1000-1100 kg	8.7%	8.6%	17.2%	16.5%	14.0%	14.9%	9.2%	5.6%	2.2%	1.1%	0.9%	0.5%	0.2%	0.0%	0.1%	54%-57%
	1100-1200 kg	6.4%	7.2%	9.2%	17.0%	13.9%	16.2%	13.3%	7.3%	4.3%	1.8%	1.7%	0.5%	0.4%	0.4%	0.2%	51%-54%
	1200-1300 kg	5.0%	6.0%	7.5%	9.7%	17.1%	19.0%	14.6%	9.7%	5.2%	2.2%	1.9%	0.5%	0.6%	0.4%	0.2%	48%-51%
	1300-1400 kg	4.3%	3.8%	6.7%	8.3%	9.2%	20.7%	16.9%	13.4%	6.7%	4.3%	2.6%	1.3%	0.4%	0.5%	0.4%	45%-48%
	1400-1500 kg	4.1%	4.3%	5.5%	7.5%	8.3%	12.2%	17.4%	15.2%	10.7%	5.1%	4.5%	1.8%	0.9%	1.3%	0.6%	42%-45%
	1500-1600 kg	3.2%	3.7%	4.6%	4.9%	6.5%	10.2%	12.8%	19.3%	13.7%	7.8%	6.3%	2.5%	1.4%	1.4%	1.3%	39%-42%
	1600-1700 kg	3.3%	3.6%	3.5%	5.5%	5.5%	8.8%	11.7%	12.8%	17.3%	12.2%	7.3%	2.3%	2.8%	2.2%	0.8%	36%-39%
	1700-1800 kg	4.5%	2.0%	5.8%	5.8%	5.3%	9.4%	11.6%	10.2%	10.9%	15.6%	7.8%	4.9%	2.2%	1.8%	2.2%	33%-36%
	1800-1900 kg	3.3%	3.3%	4.3%	6.2%	6.6%	6.9%	8.5%	11.5%	9.5%	6.2%	11.1%	10.5%	4.6%	3.6%	3.0%	30%-33%
	1900-2000 kg	2.2%	0.9%	3.5%	5.3%	4.9%	6.2%	13.7%	3.5%	10.2%	8.8%	8.8%	14.2%	8.0%	5.3%	4.4%	27%-30%
	2000-2100 kg	3.7%	1.2%	3.7%	3.7%	4.9%	3.7%	12.3%	8.6%	13.6%	4.9%	4.9%	3.7%	16.0%	4.9%	9.9%	24%-27%
	2100-2200 kg	4.3%	0.0%	2.1%	2.1%	6.4%	14.9%	14.9%	10.6%	6.4%	6.4%	4.3%	6.4%	4.3%	6.4%	10.6%	21%-24%
	>2200 kg	1.9%	9.4%	0.0%	0.0%	0.0%	1.9%	11.3%	15.1%	3.8%	13.2%	7.5%	3.8%	3.8%	7.5%	20.8%	18%-21%
																	15%-18%
																	12%-15%
																	9%-12%
																	6%-9%
																	3%-6%
																	<3%

Tabelle 9. Auswertung für Occasionskäufe: Darstellung der Gewichtsklassen-Wechselmatrix.

### 3.3. Wechselverhalten bezüglich Treibstoffart und Getriebetyp

In diesem Abschnitt wird das Wechselverhalten bezüglich Treibstoffart und Getriebetyp untersucht. Bei den Auswertungen des Wechselverhaltens bezüglich Treibstoffart werden exklusiv Benzin und Diesel betrachtet, da alternative Treibstoffarten, insbesondere Gas, in den Transaktionsdaten eine sehr untergeordnete Rolle spielen. Die Tabelle 10 bzw. die Tabelle 11 stellen die Treibstoffart-Wechselmatrizen bzw. die Getriebetyp-Wechselmatrizen für Neuwagenkäufe und Occasionskäufe dar. Es werden Resultate gezeigt für Auswertungen der Transaktionsdaten insgesamt, aber auch für nur jene Transaktionen, bei denen ein Wechsel der Autogrößenklasse stattfand, und für nur jene Transaktionen, bei denen kein solcher Wechsel stattfand.

Alle Transaktionen		Neuwagenkauf		Alle Transaktionen		Occasionskauf	
in Verkehr gesetztes Fzg →	ausser Verkehr gesetztes Fzg ↓	Benzin	Diesel	in Verkehr gesetztes Fzg →	ausser Verkehr gesetztes Fzg ↓	Benzin	Diesel
Benzin		79.6% (5644)	20.4% (1443)	Benzin		93.5% (21013)	6.5% (1464)
Diesel		32.0% (231)	68.0% (492)	Diesel		64.6% (695)	35.4% (381)
Total		75.2% (5875)	24.8% (1935)	Total		92.2% (21708)	7.8% (1845)
Transaktionen mit Wechsel der Autogrößenklasse		Neuwagenkauf		Transaktionen mit Wechsel der Autogrößenklasse		Occasionskauf	
in Verkehr gesetztes Fzg →	ausser Verkehr gesetztes Fzg ↓	Benzin	Diesel	in Verkehr gesetztes Fzg →	ausser Verkehr gesetztes Fzg ↓	Benzin	Diesel
Benzin		77.4% (3227)	22.6% (943)	Benzin		93.1% (13502)	6.9% (1000)
Diesel		38.9% (153)	61.1% (240)	Diesel		73.1% (531)	26.9% (195)
Total		74.1% (3380)	25.9% (1183)	Total		92.2% (14033)	7.8% (1195)
Transaktionen ohne Wechsel der Autogrößenklasse		Neuwagenkauf		Transaktionen ohne Wechsel der Autogrößenklasse		Occasionskauf	
in Verkehr gesetztes Fzg →	ausser Verkehr gesetztes Fzg ↓	Benzin	Diesel	in Verkehr gesetztes Fzg →	ausser Verkehr gesetztes Fzg ↓	Benzin	Diesel
Benzin		82.9% (2417)	17.1% (500)	Benzin		94.2% (7511)	5.8% (464)
Diesel		23.6% (78)	76.4% (252)	Diesel		46.9% (164)	53.1% (186)
Total		76.8% (2495)	23.2% (752)	Total		92.2% (7675)	7.8% (650)

Tabelle 10. Darstellung der Treibstoffart-Wechselmatrix. Auswertung für Neuwagenkäufe (links) und für Occasionskäufe (rechts).

Alle Transaktionen		Neuwagenkauf			Alle Transaktionen		Occasionskauf		
in Verkehr gesetztes Fzg →	ausser Verkehr gesetztes Fzg ↓	Automat.	Manuell	Stufenlos	in Verkehr gesetztes Fzg →	ausser Verkehr gesetztes Fzg ↓	Automat.	Manuell	Stufenlos
Automat.		65.8% (1128)	30.6% (525)	3.6% (62)	Automat.		50.2% (1873)	49.6% (1850)	0.3% (10)
Manuell		12.6% (769)	86.5% (5278)	0.9% (53)	Manuell		13.8% (2738)	86.1% (17062)	0.1% (18)
Stufenlos		62.5% (5)	12.5% (1)	25.0% (2)	Stufenlos		50.0% (3)	50.0% (3)	0.0% (0)
Total		24.3% (1902)	74.2% (5804)	1.5% (117)	Total		19.6% (4614)	80.3% (18915)	0.1% (28)
Transaktionen mit Wechsel der Autogrößenklasse		Neuwagenkauf			Transaktionen mit Wechsel der Autogrößenklasse		Occasionskauf		
in Verkehr gesetztes Fzg →	ausser Verkehr gesetztes Fzg ↓	Automat.	Manuell	Stufenlos	in Verkehr gesetztes Fzg →	ausser Verkehr gesetztes Fzg ↓	Automat.	Manuell	Stufenlos
Automat.		57.4% (556)	39.3% (380)	3.3% (32)	Automat.		44.3% (1063)	55.4% (1329)	0.2% (5)
Manuell		13.5% (486)	85.3% (3067)	1.2% (43)	Manuell		15.1% (1939)	84.8% (10877)	0.1% (12)
Stufenlos		57.1% (4)	14.3% (1)	28.6% (2)	Stufenlos		60.0% (3)	40.0% (2)	0.0% (0)
Total		22.9% (1046)	75.4% (3448)	1.7% (77)	Total		19.7% (3005)	80.2% (12208)	0.1% (17)
Transaktionen ohne Wechsel der Autogrößenklasse		Neuwagenkauf			Transaktionen ohne Wechsel der Autogrößenklasse		Occasionskauf		
in Verkehr gesetztes Fzg →	ausser Verkehr gesetztes Fzg ↓	Automat.	Manuell	Stufenlos	in Verkehr gesetztes Fzg →	ausser Verkehr gesetztes Fzg ↓	Automat.	Manuell	Stufenlos
Automat.		76.6% (572)	19.4% (145)	4.0% (30)	Automat.		60.6% (810)	39.0% (521)	0.4% (5)
Manuell		11.3% (283)	88.3% (2211)	0.4% (10)	Manuell		11.4% (799)	88.5% (6185)	0.1% (6)
Stufenlos		100.0% (1)	0.0% (0)	0.0% (0)	Stufenlos		0.0% (0)	100.0% (1)	0.0% (0)
Total		26.3% (856)	72.4% (2356)	1.2% (40)	Total		19.3% (1609)	80.5% (6707)	0.1% (11)

Tabelle 11. Darstellung der Getriebetyp-Wechselmatrix. Auswertung für Neuwagenkäufe (links) und für Occasionskäufe (rechts). Achtung: limitierte Datenbasis für Getriebetyp stufenlos.

## 4. Diskussion und Schlussfolgerungen

Die Auswertungen des **Wechselverhaltens bezüglich Marke und Automodell** zeigen eine ausgeprägte Marken- und Modelltreue.

Markentreue – Auswertungen für Neuwagenkäufe: 52.6% aller Transaktionen sind markentreu im Sinne der Definition in Abschnitt 3.1. Betrachtet man nur Transaktionen, bei denen kein Klassenwechsel stattfand, zeigt sich eine noch ausgeprägtere Markentreue. 68.3% aller Transaktionen bei denen kein Klassenwechsel stattfand sind markentreu. (41.5% aller Transaktionen bei denen ein Klassenwechsel stattfand sind markentreu.) Die Tatsache, dass bei einem Wechsel der Autogrössenklasse die Marke häufiger gewechselt wird kann damit zusammenhängen, dass die Herkunftsmarke kein Modell in der gewünschten Autogrössenklasse anbietet. Ein anderer Erklärungsansatz ist, dass bei einem Wechsel der Autogrössenklasse der Kaufentscheid komplexer und mit mehr externer Informationssuche verbunden ist. Auch bei nicht markentreuen Transaktionen besitzt das ausser Verkehr gesetzte Fahrzeug grosse Vorhersagekraft für die Eigenschaften des in Verkehr gesetzten Fahrzeuges. (Wird zum Beispiel ein Volkswagen durch ein Fahrzeug einer anderen Marke ersetzt, ist dies mit grosser Wahrscheinlichkeit ein Audi.)

Markentreue – Auswertungen für Occasionskäufe: Hier treten deutlich niedrigere Zahlen für die Markentreue auf. 31.5% aller Transaktionen sind markentreu im Sinne der Definition in Abschnitt 3.1. 49.5% bzw. 21.7% aller Transaktionen, bei denen kein bzw. bei denen ein Klassenwechsel stattfand sind markentreu. Dies kann einerseits damit erklärt werden, dass Occasionskäufe öfter als Neuwagenkäufe über Plattformen abgewickelt werden, auf denen mehrere Automarken im Angebot sind (z.B. Internet-Portale, Occasionshändler). Zudem sind Occasionskäufer stärker durch das Angebot eingeschränkt. Andererseits deutet es auch darauf hin, dass die Automarke als Entscheidungskriterium für Occasionskäufer nicht von gleicher Wichtigkeit ist wie für Neuwagenkäufer.

Modelltreue: 31% aller Transaktionen, bei denen das in Verkehr gesetzte Fahrzeug ein Neuwagen ist, sind modelltreu, analog zur Definition der Markentreue. Die Auswertungen für Occasionskäufe ergeben mit 18.9% auch für die Treue zum Modell einen deutlich tieferen Wert.

Die Auswertungen des **Wechselverhaltens bezüglich Autogrössenklassen** ergeben eine über den Erwartungen liegende Anzahl von Transaktionen, bei denen die Autogrössenklasse gewechselt wird.

Auswertungen für Neuwagenkäufe: Die Zahlen für die Treue gegenüber der Autogrössenklasse übersteigen 50% nur in zwei Fällen (Kleinwagen, kleiner Geländewagen). Bei 41.6% aller Transaktionen fand kein Wechsel der Autogrössenklasse statt. Die Autogrössenklassen-Wechselmatrix erlaubt es, Trends im Wechselverhalten in anschaulicher Form zu untersuchen und darzustellen. So kann man zum Beispiel untersuchen, woher die Käufer einer (relativ) neu eingeführten Klasse wie Kompaktvan kommen. Bei der Interpretation der Zahlen der Treue gegenüber den Autogrössenklassen fällt auf, dass die neuen Klassen hohe Werte erreichen. Bei den konventionellen Autogrössenklassen erreichen nur die unteren Klassen hohe Werte. Dies kann dadurch erklärt werden, dass Käufer dieser Klassen oft nicht die Möglichkeit haben, grössere Autos zu kaufen (Preis). Die Auswertung des Wechselverhaltens bezüglich Gewichtsklassen soll Aufschluss darauf geben, wie die Leute unabhängig von Autogrössenklassen zu grösseren/kleineren Autos wechseln. Erkennbar ist hier, dass die Mehrheit der Konsumenten nicht zu grosse Sprünge macht, mit einem Trend zu schwereren Autos. Um das Bild zu komplettieren werden diese Auswertungen in Zukunft mit einer dritten Auswertung ergänzt, die das Wechselverhalten bezüglich CO<sub>2</sub>-Klassen untersucht.

Auswertungen für Occasionskäufe: Hier zeigen sich noch niedrigere Zahlen für die Treue gegenüber der Autogrössenklasse und der Gewichtsklasse. (Die Treue übersteigt für keine Autogrössenklasse 40%.) Bei 35.3% aller Transaktionen fand kein Wechsel der Autogrössenklasse statt.

Das **Wechselverhalten bezüglich Treibstoffart und Getriebetyp** ist durch Wechselraten gekennzeichnet, die über den Erwartungen liegen. Aufgrund des Trends zu mehr Dieselantrieben wurde erwartet, dass viele Neuwagenkäufer von einem Benzinauto zu einem Dieselauto wechseln. Interessanterweise wechseln aber auch viele von einem Dieselauto zu einem Benzinauto. Anteilsmässig wechseln sogar mehr Besitzer von Dieselautos die Treibstoffart als dies Besitzer von Benzinautos tun. Betrachtet man Transaktionen, bei denen ein Wechsel der Autogrössenklasse stattfand und Transaktionen, bei denen kein solcher Wechsel stattfand separat, zeigt sich zwar eine höhere Anzahl die Treibstoffart wechselnde Käufer im ersten Fall, aber immer noch eine über den Erwartungen liegende hohe Anzahl die Treibstoffart wechselnde Käufer im zweiten Fall. Eine mögliche Erklärung dieser überraschenden Resultate könnte das Wechselverhalten bezüglich Automarke bieten. Bei einem Wechsel der Marke ist es denkbar, dass die Marke des neuen Autos die Treibstoffart des ersetzten Autos nicht mehr oder nicht in gleicher Qualität anbietet. (In diesem Fall müssten bei markentreuen Transaktionen eine deutlich niedrigere Anzahl die Treibstoffart wechselnde Käufer auftreten als bei nicht markentreuen Transaktionen.)

Das gleiche, überraschende Bild zeigt sich beim Wechselverhalten bezüglich Getriebetyp. Es gibt viele Wechsel von Fahrzeugen mit manuellem Getriebe zu Fahrzeugen mit automatischem Getriebe, jedoch auch viele von Fahrzeugen mit automatischem Getriebe zu Fahrzeugen mit manuellem Getriebe. Anteilsmässig wechseln sogar mehr Besitzer von Fahrzeugen mit automatischem Getriebe den Getriebetyp als dies Besitzer von Fahrzeugen mit manuellem Getriebe tun.

Das Wechselverhalten von Occasionskäufern wird geprägt von der Dominanz von Fahrzeugen mit Benzinantrieb und manuellem Getriebe im Occasions-Angebot, da sowohl der Trend zu Fahrzeugen mit Dieselantrieb als auch zu Fahrzeugen mit automatischem Getriebe ein relativ junges Phänomen ist.

Zwar liefern die Transaktionsdaten keine direkte Information über das Set von betrachteten Alternativen der Konsumenten. Sie liefern aber starke Hinweise für das Vorhandensein der vorentschiedenen Wahleinschränkungen, die in Abschnitt 1.1 diskutiert wurden. Die Transaktionsdaten drängen zwei wichtige Schlussfolgerungen auf. (i) Konsumenten betrachten nicht den gesamten Markt, wie von traditionellen Modellen angenommen. Stattdessen reduzieren sie ihr Set von Alternativen vor der eigentlichen Wahl, in dem sie sich auf Parameter wie Marke, Modell, Autogrössenklasse, etc. stark einschränken. (ii) Zusätzlich sind für verschiedene Konsumenten(gruppen) unterschiedliche Parameter relevant. Es drängt sich deshalb auf, andere Modelle als die traditionellen anzuwenden und diese pro Konsumentengruppe unterschiedlich zu gestalten. Ein erster Schritt ist sim.car, das Autosimulations-Vorhersage Modell von HES-NSSI, das mit den hier präsentierten Auswertungen weiter verbessert wird.

Die Transaktionsdaten sind generell auch dafür geeignet, Trends zu beobachten und zu untersuchen, und eventuell auch kurzfristige Änderungen feststellen zu können. In der Zukunft muss noch untersucht werden, ob sich das in diesem Bericht untersuchte Wechselverhalten saisonal ändert, oder ob die ermittelten Werte für die Treue relativ konstant bleiben.

## Literatur

- Baldinger, A.L., & Rubinson, J. (1996). Brand loyalty: the link between attitude and behavior. *Journal of Advertising Research*, November/December, 22-34.
- Ben-Akiva, M.E., & Lerman, S.R. (1985). *Discrete choice analysis: Theory and application to travel demand*. MIT Press, Cambridge, Ma.
- Bettman, J.R., Luce, M.F., & Payne, J.W. (1998). Constructive consumer choice processes. *Journal of Consumer Research*, 25, 187-217.
- Dickson, P.R., & Sawyer, A.G. (1990). The price knowledge and search behavior of supermarket shoppers. *Journal of Marketing*, 54, 42-53.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., & Miniard, P.W. (1993). *Consumer behavior*. New York, NY: The Dryden Press.
- Hoyer, J.A. (1984). An examination of consumer decision making for a common repeat purchase product. *Journal of Consumer Research*, 11, 822-829.
- Lancaster, K. (1971). *Consumer Demand: A New Approach*. New York: Columbia Univ. Press.
- McFadden, D. (1974). Conditional Logit Analysis of Qualitative Choice Behavior. In *Frontiers in Economics*, edited by Paul Zarembka. New York: Academic Press.
- Reinartz, W., & Kumar, V. (2002). The Mismanagement of customer loyalty. *Harvard Business Review*, July 2002, 86-94.
- Rundle-Thiele, S., & Bennett, R. (2001). A brand for all seasons? A discussion of brand loyalty approaches and their applicability for different markets. *Journal of Product & Brand Management*, 10, 25-37.
- Thelen, E.M., & Woodside, A.G. (1997). What evokes the brand or store? Consumer research on accessibility theory applied to modeling primary choice. *International Journal of Research in Marketing*, 14, 125-145.



## Anhang A: Ausführliche Auswertungen

In diesem Anhang sind die detaillierten Resultate der folgenden Auswertungen gegeben:

- > **Treue zur Marke:** Dargestellt auf den Seiten 26-31 bzw. 32-37 sind Auswertungen der Markentreue und des Anteils von Neukunden für Neuwagenkäufe bzw. Occasionskäufe, für alle in den Transaktionsdaten vorkommenden Marken. (Analog wie in Abschnitt 3.1 für die 15 meistverkauften Marken dargestellt.) Die Auswertungen wurden durchgeführt für alle Transaktionen, für nur jene Transaktionen bei denen ein Wechsel der Autogrößenklasse stattfand und für nur jene, bei denen kein Wechsel der Autogrößenklasse stattfand. MT bedeutet jeweils Markentreue, NK der Anteil Neukunden,  $n[AV]$  die Anzahl Ausserverkehrssetzungen,  $n[IV]$  die Anzahl Inverkehrssetzungen und  $n$  die Anzahl Markentreuer Transaktionen.
- > **Treue zum Modell:** Gegeben auf den Seiten 38-42 bzw. 43-47 sind Auswertungen zur Modelltreue für Neuwagenkäufe bzw. Occasionskäufe. (Analog wie in Abschnitt 3.1 für die 15 meistverkauften Modelle dargestellt.) MT bedeutet Treue zum Modell, NK der Anteil der Neukunden,  $n[AV]$  die Anzahl Ausserverkehrssetzungen,  $n[IV]$  die Anzahl Inverkehrssetzungen und  $n$  die Anzahl Modelltreuer Transaktionen.

*Achtung: Bei der Interpretation der in den folgenden Tabellen dargestellten Ergebnisse ist die teilweise limitierte Datenbasis zu berücksichtigen.*

Markentreue (MT): Alle Transaktionen Neuwagenkauf			
Marke	MT	n[AV]	n
Opel .....	55.1%	831	458
Volkswagen .....	43.1%	765	330
Toyota .....	63.8%	555	354
Ford .....	55.8%	493	275
Peugeot .....	60.9%	478	291
Renault .....	45.9%	475	218
Audi .....	49.2%	425	209
Fiat .....	35.0%	360	126
BMW .....	60.9%	338	206
Citroen .....	71.8%	330	237
Mercedes-Benz .....	53.6%	293	157
Subaru .....	62.4%	258	161
Mitsubishi .....	44.8%	250	112
Mazda .....	53.2%	222	118
Honda .....	69.0%	213	147
Nissan .....	48.0%	202	97
Volvo .....	60.9%	156	95
Alfa Romeo .....	54.2%	153	83
Hyundai .....	52.3%	130	68
Seat .....	44.7%	123	55
Chrysler .....	21.8%	87	19
Suzuki .....	37.8%	74	28
Smart .....	52.8%	72	38
Skoda .....	52.3%	65	34
Daewoo .....	57.4%	54	31
Jeep .....	25.0%	52	13
Saab .....	46.9%	49	23
Kia .....	54.5%	44	24
Mini .....	63.6%	44	28
Land Rover .....	29.3%	41	12
Porsche .....	75.0%	36	27
Lancia .....	11.8%	34	4
Jaguar .....	60.0%	20	12
Rover .....	5.6%	18	1
Daihatsu .....	23.5%	17	4
Chevrolet .....	53.3%	15	8
MG .....	21.4%	14	3
Lexus .....	20.0%	10	2
Pontiac .....	0.0%	8	0
Ferrari .....	50.0%	6	3
Cadillac .....	50.0%	4	2
Maserati .....	33.3%	3	1
Lada .....	50.0%	2	1
Isuzu .....	0.0%	1	0
Lotus .....	100.0%	1	1

Markentreue (MT): Transaktionen Neuwagenkauf mit Klassenwechsel			
Marke	MT	n[AV]	n
Opel .....	47.2%	506	239
Volkswagen .....	33.8%	447	151
Toyota .....	57.2%	339	194
Ford .....	45.9%	279	128
Peugeot .....	49.3%	286	141
Renault .....	37.9%	309	117
Audi .....	32.8%	241	79
Fiat .....	28.0%	214	60
BMW .....	52.0%	229	119
Citroen .....	63.2%	185	117
Mercedes-Benz .....	31.2%	157	49
Subaru .....	47.2%	123	58
Mitsubishi .....	36.7%	147	54
Mazda .....	40.9%	127	52
Honda .....	60.0%	110	66
Nissan .....	43.5%	115	50
Volvo .....	36.6%	82	30
Alfa Romeo .....	37.8%	74	28
Hyundai .....	36.0%	75	27
Seat .....	31.8%	66	21
Chrysler .....	8.5%	59	5
Suzuki .....	31.6%	38	12
Smart .....	34.1%	44	15
Skoda .....	19.4%	31	6
Daewoo .....	51.5%	33	17
Jeep .....	23.3%	30	7
Saab .....	24.1%	29	7
Kia .....	44.8%	29	13
Mini .....	37.5%	24	9
Land Rover .....	3.8%	26	1
Porsche .....	45.5%	11	5
Lancia .....	13.8%	29	4
Jaguar .....	36.4%	11	4
Rover .....	0.0%	12	0
Daihatsu .....	21.4%	14	3
Chevrolet .....	33.3%	3	1
MG .....	18.2%	11	2
Lexus .....	16.7%	6	1
Pontiac .....	0.0%	8	0
Ferrari .....	33.3%	3	1
Cadillac .....	33.3%	3	1
Maserati .....	33.3%	3	1
Lada .....	0.0%	1	0
Isuzu .....	0.0%	1	0
Lotus .....	—	0	0

<b>Markentreue (MT): Transaktionen Neuwagenkauf ohne Klassenwechsel</b>			
<b>Marke</b>	<b>MT</b>	<b>n[AV]</b>	<b>n</b>
Opel .....	67.4%	325	219
Volkswagen .....	56.3%	318	179
Toyota .....	74.1%	216	160
Ford .....	68.7%	214	147
Peugeot .....	78.1%	192	150
Renault .....	60.8%	166	101
Audi .....	70.7%	184	130
Fiat .....	45.2%	146	66
BMW .....	79.8%	109	87
Citroen .....	82.8%	145	120
Mercedes-Benz .....	79.4%	136	108
Subaru .....	76.3%	135	103
Mitsubishi .....	56.3%	103	58
Mazda .....	69.5%	95	66
Honda .....	78.6%	103	81
Nissan .....	54.0%	87	47
Volvo .....	87.8%	74	65
Alfa Romeo .....	69.6%	79	55
Hyundai .....	74.5%	55	41
Seat .....	59.6%	57	34
Chrysler .....	50.0%	28	14
Suzuki .....	44.4%	36	16
Smart .....	82.1%	28	23
Skoda .....	82.4%	34	28
Daewoo .....	66.7%	21	14
Jeep .....	27.3%	22	6
Saab .....	80.0%	20	16
Kia .....	73.3%	15	11
Mini .....	95.0%	20	19
Land Rover .....	73.3%	15	11
Porsche .....	88.0%	25	22
Lancia .....	0.0%	5	0
Jaguar .....	88.9%	9	8
Rover .....	16.7%	6	1
Daihatsu .....	33.3%	3	1
Chevrolet .....	58.3%	12	7
MG .....	33.3%	3	1
Lexus .....	25.0%	4	1
Pontiac .....	—	0	0
Ferrari .....	66.7%	3	2
Cadillac .....	100.0%	1	1
Maserati .....	—	0	0
Lada .....	100.0%	1	1
Isuzu .....	—	0	0
Lotus .....	100.0%	1	1

<b>Anteil Neukunden (NK): Alle Transaktionen Neuwagenkauf</b>			
<b>Marke</b>	<b>NK</b>	<b>n[IV]</b>	<b>n</b>
Volkswagen .....	47.7%	631	330
Opel .....	26.1%	620	458
Toyota .....	40.8%	598	354
Peugeot .....	42.3%	504	291
Citroen .....	49.4%	468	237
Ford .....	32.6%	408	275
Audi .....	44.1%	374	209
BMW .....	43.1%	362	206
Renault .....	38.8%	356	218
Honda .....	54.8%	325	147
Subaru .....	50.3%	324	161
Hyundai .....	73.3%	255	68
Mercedes-Benz .....	34.0%	238	157
Mitsubishi .....	51.1%	229	112
Mazda .....	46.1%	219	118
Nissan .....	52.7%	205	97
Fiat .....	33.0%	188	126
Volvo .....	46.6%	178	95
Kia .....	86.1%	173	24
Alfa Romeo .....	48.1%	160	83
Seat .....	61.8%	144	55
Skoda .....	76.2%	143	34
Daewoo .....	70.5%	105	31
Suzuki .....	72.5%	102	28
Mini .....	65.9%	82	28
Porsche .....	54.2%	59	27
Smart .....	35.6%	59	38
Daihatsu .....	92.0%	50	4
Chrysler .....	52.5%	40	19
Saab .....	42.5%	40	23
Jeep .....	56.7%	30	13
Land Rover .....	58.6%	29	12
Lancia .....	83.3%	24	4
Chevrolet .....	65.2%	23	8
Jaguar .....	45.5%	22	12
Lexus .....	85.7%	14	2
Ssangyong .....	100.0%	11	0
MG .....	62.5%	8	3
Ferrari .....	40.0%	5	3
Cadillac .....	60.0%	5	2
Lada .....	75.0%	4	1
Maserati .....	50.0%	2	1
Lamborghini .....	100.0%	2	0
Rover .....	0.0%	1	1
Lotus .....	0.0%	1	1

<b>Anteil Neukunden (NK): Transaktionen Neuwagenkauf mit Klassenwechsel</b>			
<b>Marke</b>	<b>NK</b>	<b>n[IV]</b>	<b>n</b>
Volkswagen .....	58.5%	364	151
Opel .....	33.4%	359	239
Toyota .....	49.3%	383	194
Peugeot .....	51.0%	288	141
Citroen .....	57.8%	277	117
Ford .....	43.9%	228	128
Audi .....	55.1%	176	79
BMW .....	48.3%	230	119
Renault .....	45.1%	213	117
Honda .....	64.1%	184	66
Subaru .....	68.0%	181	58
Hyundai .....	83.7%	166	27
Mercedes-Benz .....	54.2%	107	49
Mitsubishi .....	62.2%	143	54
Mazda .....	60.3%	131	52
Nissan .....	61.5%	130	50
Fiat .....	42.9%	105	60
Volvo .....	66.3%	89	30
Kia .....	89.7%	126	13
Alfa Romeo .....	64.1%	78	28
Seat .....	75.6%	86	21
Skoda .....	92.4%	79	6
Daewoo .....	75.4%	69	17
Suzuki .....	83.3%	72	12
Mini .....	81.6%	49	9
Porsche .....	82.8%	29	5
Smart .....	55.9%	34	15
Daihatsu .....	92.3%	39	3
Chrysler .....	78.3%	23	5
Saab .....	66.7%	21	7
Jeep .....	68.2%	22	7
Land Rover .....	92.3%	13	1
Lancia .....	78.9%	19	4
Chevrolet .....	87.5%	8	1
Jaguar .....	63.6%	11	4
Lexus .....	91.7%	12	1
Ssangyong .....	100.0%	10	0
MG .....	66.7%	6	2
Ferrari .....	50.0%	2	1
Cadillac .....	66.7%	3	1
Lada .....	100.0%	2	0
Maserati .....	50.0%	2	1
Lamborghini .....	100.0%	1	0
Rover .....	—	0	0
Lotus .....	—	0	0

<b>Anteil Neukunden (NK): Transaktionen Neuwagenkauf ohne Klassenwechsel</b>			
<b>Marke</b>	<b>NK</b>	<b>n[IV]</b>	<b>n</b>
Volkswagen .....	33.0%	267	179
Opel .....	16.1%	261	219
Toyota .....	25.6%	215	160
Peugeot .....	30.6%	216	150
Citroen .....	37.2%	191	120
Ford .....	18.3%	180	147
Audi .....	34.3%	198	130
BMW .....	34.1%	132	87
Renault .....	29.4%	143	101
Honda .....	42.6%	141	81
Subaru .....	28.0%	143	103
Hyundai .....	53.9%	89	41
Mercedes-Benz .....	17.6%	131	108
Mitsubishi .....	32.6%	86	58
Mazda .....	25.0%	88	66
Nissan .....	37.3%	75	47
Fiat .....	20.5%	83	66
Volvo .....	27.0%	89	65
Kia .....	76.6%	47	11
Alfa Romeo .....	32.9%	82	55
Seat .....	41.4%	58	34
Skoda .....	56.3%	64	28
Daewoo .....	61.1%	36	14
Suzuki .....	46.7%	30	16
Mini .....	42.4%	33	19
Porsche .....	26.7%	30	22
Smart .....	8.0%	25	23
Daihatsu .....	90.9%	11	1
Chrysler .....	17.6%	17	14
Saab .....	15.8%	19	16
Jeep .....	25.0%	8	6
Land Rover .....	31.3%	16	11
Lancia .....	100.0%	5	0
Chevrolet .....	53.3%	15	7
Jaguar .....	27.3%	11	8
Lexus .....	50.0%	2	1
Ssangyong .....	100.0%	1	0
MG .....	50.0%	2	1
Ferrari .....	33.3%	3	2
Cadillac .....	50.0%	2	1
Lada .....	50.0%	2	1
Maserati .....	—	0	0
Lamborghini .....	100.0%	1	0
Rover .....	0.0%	1	1
Lotus .....	0.0%	1	1

Markentreue (MT): Alle Transaktionen Occasionskauf			
Marke	MT	n[AV]	n
Opel .....	35.9%	3077	1104
Volkswagen .....	35.5%	3044	1081
Ford .....	27.3%	1723	470
Renault .....	35.4%	1589	563
Toyota .....	36.1%	1384	500
Peugeot .....	30.8%	1319	406
Fiat .....	27.1%	1136	308
Audi .....	29.7%	1034	307
BMW .....	36.6%	981	359
Subaru .....	43.0%	845	363
Nissan .....	20.2%	823	166
Mercedes-Benz .....	43.8%	754	330
Mazda .....	25.0%	721	180
Mitsubishi .....	20.2%	689	139
Citroen .....	35.0%	585	205
Honda .....	25.3%	517	131
Alfa Romeo .....	32.5%	434	141
Volvo .....	44.3%	402	178
Seat .....	16.9%	331	56
Suzuki .....	15.6%	289	45
Hyundai .....	19.5%	266	52
Chrysler .....	18.0%	250	45
Lancia .....	13.2%	190	25
Saab .....	42.9%	147	63
Jeep .....	24.1%	145	35
Smart .....	22.5%	111	25
Daihatsu .....	10.9%	110	12
Land Rover .....	27.1%	85	23
Rover .....	7.0%	71	5
Skoda .....	14.5%	69	10
Porsche .....	42.0%	69	29
Kia .....	19.7%	66	13
Daewoo .....	15.0%	60	9
Pontiac .....	7.3%	55	4
Jaguar .....	33.3%	39	13
Chevrolet .....	9.7%	31	3
Mini .....	13.6%	22	3
Isuzu .....	5.9%	17	1
MG .....	21.4%	14	3
Ferrari .....	57.1%	14	8
Lexus .....	25.0%	12	3
Cadillac .....	37.5%	8	3
Lada .....	25.0%	8	2
Maserati .....	50.0%	6	3
Lotus .....	66.7%	3	2



Markentreue (MT): Transaktionen Occasionskauf mit Klassenwechsel			
Marke	MT	n[AV]	n
Opel .....	28.0%	1994	558
Volkswagen .....	23.9%	1916	457
Ford .....	21.2%	1101	233
Renault .....	25.6%	1024	262
Toyota .....	25.8%	863	223
Peugeot .....	25.1%	931	234
Fiat .....	19.9%	772	154
Audi .....	20.2%	692	140
BMW .....	24.6%	647	159
Subaru .....	22.9%	468	107
Nissan .....	13.7%	527	72
Mercedes-Benz .....	31.8%	475	151
Mazda .....	17.0%	447	76
Mitsubishi .....	11.5%	452	52
Citroen .....	27.4%	354	97
Honda .....	17.0%	318	54
Alfa Romeo .....	22.2%	279	62
Volvo .....	23.1%	234	54
Seat .....	11.6%	251	29
Suzuki .....	4.4%	183	8
Hyundai .....	13.7%	197	27
Chrysler .....	5.7%	174	10
Lancia .....	6.5%	138	9
Saab .....	25.6%	86	22
Jeep .....	6.7%	104	7
Smart .....	16.5%	85	14
Daihatsu .....	1.3%	75	1
Land Rover .....	5.9%	51	3
Rover .....	0.0%	44	0
Skoda .....	9.6%	52	5
Porsche .....	17.9%	39	7
Kia .....	10.0%	50	5
Daewoo .....	8.3%	48	4
Pontiac .....	0.0%	36	0
Jaguar .....	20.7%	29	6
Chevrolet .....	3.8%	26	1
Mini .....	6.3%	16	1
Isuzu .....	0.0%	14	0
MG .....	0.0%	5	0
Ferrari .....	20.0%	5	1
Lexus .....	25.0%	8	2
Cadillac .....	0.0%	4	0
Lada .....	0.0%	3	0
Maserati .....	0.0%	3	0
Lotus .....	66.7%	3	2

Markentreue (MT): Transaktionen Occasionskauf ohne Klassenwechsel			
Marke	MT	n[AV]	n
Opel .....	50.4%	1083	546
Volkswagen .....	55.3%	1128	624
Ford .....	38.1%	622	237
Renault .....	53.3%	565	301
Toyota .....	53.2%	521	277
Peugeot .....	44.3%	388	172
Fiat .....	42.3%	364	154
Audi .....	48.8%	342	167
BMW .....	59.9%	334	200
Subaru .....	67.9%	377	256
Nissan .....	31.8%	296	94
Mercedes-Benz .....	64.2%	279	179
Mazda .....	38.0%	274	104
Mitsubishi .....	36.7%	237	87
Citroen .....	46.8%	231	108
Honda .....	38.7%	199	77
Alfa Romeo .....	51.0%	155	79
Volvo .....	73.8%	168	124
Seat .....	33.8%	80	27
Suzuki .....	34.9%	106	37
Hyundai .....	36.2%	69	25
Chrysler .....	46.1%	76	35
Lancia .....	30.8%	52	16
Saab .....	67.2%	61	41
Jeep .....	68.3%	41	28
Smart .....	42.3%	26	11
Daihatsu .....	31.4%	35	11
Land Rover .....	58.8%	34	20
Rover .....	18.5%	27	5
Skoda .....	29.4%	17	5
Porsche .....	73.3%	30	22
Kia .....	50.0%	16	8
Daewoo .....	41.7%	12	5
Pontiac .....	21.1%	19	4
Jaguar .....	70.0%	10	7
Chevrolet .....	40.0%	5	2
Mini .....	33.3%	6	2
Isuzu .....	33.3%	3	1
MG .....	33.3%	9	3
Ferrari .....	77.8%	9	7
Lexus .....	25.0%	4	1
Cadillac .....	75.0%	4	3
Lada .....	40.0%	5	2
Maserati .....	100.0%	3	3
Lotus .....	—	0	0

<b>Anteil Neukunden (NK): Alle Transaktionen Occasionskauf</b>			
<b>Marke</b>	<b>NK</b>	<b>n[IV]</b>	<b>n</b>
Volkswagen .....	65.1%	3101	1081
Opel .....	59.7%	2742	1104
Renault .....	64.6%	1589	563
Ford .....	67.4%	1441	470
Toyota .....	62.7%	1339	500
Peugeot .....	67.3%	1242	406
BMW .....	70.2%	1203	359
Audi .....	74.0%	1181	307
Mercedes-Benz .....	67.0%	999	330
Fiat .....	68.7%	983	308
Subaru .....	58.4%	872	363
Nissan .....	76.1%	694	166
Mazda .....	73.8%	688	180
Citroen .....	68.7%	654	205
Mitsubishi .....	76.6%	593	139
Volvo .....	66.4%	529	178
Honda .....	74.2%	508	131
Alfa Romeo .....	67.1%	428	141
Seat .....	83.6%	342	56
Hyundai .....	84.0%	326	52
Chrysler .....	81.0%	237	45
Suzuki .....	80.2%	227	45
Saab .....	62.7%	169	63
Lancia .....	84.9%	166	25
Kia .....	91.1%	146	13
Jeep .....	73.5%	132	35
Daewoo .....	93.1%	130	9
Skoda .....	92.1%	127	10
Porsche .....	72.9%	107	29
Smart .....	76.6%	107	25
Land Rover .....	76.8%	99	23
Daihatsu .....	84.2%	76	12
Jaguar .....	82.2%	73	13
Rover .....	92.3%	65	5
Mini .....	94.8%	58	3
Chevrolet .....	91.2%	34	3
Lexus .....	89.7%	29	3
Ferrari .....	66.7%	24	8
MG .....	82.4%	17	3
Cadillac .....	72.7%	11	3
Maserati .....	70.0%	10	3
Lada .....	66.7%	6	2
Lotus .....	66.7%	6	2
Lamborghini .....	100.0%	3	0
Ssangyong .....	100.0%	2	0

Anteil Neukunden (NK): Transaktionen Occasionskauf mit Klassenwechsel			
Marke	NK	n[IV]	n
Volkswagen .....	75.6%	1874	457
Opel .....	67.9%	1738	558
Renault .....	75.3%	1061	262
Ford .....	74.4%	909	233
Toyota .....	72.8%	819	223
Peugeot .....	72.7%	856	234
BMW .....	81.3%	851	159
Audi .....	82.3%	790	140
Mercedes-Benz .....	77.6%	674	151
Fiat .....	75.7%	635	154
Subaru .....	76.9%	464	107
Nissan .....	84.1%	452	72
Mazda .....	83.1%	450	76
Citroen .....	77.3%	427	97
Mitsubishi .....	86.6%	388	52
Volvo .....	83.4%	325	54
Honda .....	83.6%	329	54
Alfa Romeo .....	78.4%	287	62
Seat .....	87.3%	228	29
Hyundai .....	87.8%	222	27
Chrysler .....	94.2%	172	10
Suzuki .....	94.9%	156	8
Saab .....	80.0%	110	22
Lancia .....	92.0%	112	9
Kia .....	95.3%	106	5
Jeep .....	91.9%	86	7
Daewoo .....	95.5%	89	4
Skoda .....	94.4%	89	5
Porsche .....	90.3%	72	7
Smart .....	84.8%	92	14
Land Rover .....	95.5%	67	3
Daihatsu .....	97.9%	48	1
Jaguar .....	88.2%	51	6
Rover .....	100.0%	42	0
Mini .....	97.6%	41	1
Chevrolet .....	95.8%	24	1
Lexus .....	89.5%	19	2
Ferrari .....	91.7%	12	1
MG .....	100.0%	10	0
Cadillac .....	100.0%	7	0
Maserati .....	100.0%	7	0
Lada .....	100.0%	3	0
Lotus .....	60.0%	5	2
Lamborghini .....	100.0%	3	0
Ssangyong .....	100.0%	1	0

<b>Anteil Neukunden (NK): Transaktionen Occasionskauf ohne Klassenwechsel</b>			
<b>Marke</b>	<b>NK</b>	<b>n[IV]</b>	<b>n</b>
Volkswagen .....	49.1%	1227	624
Opel .....	45.6%	1004	546
Renault .....	43.0%	528	301
Ford .....	55.5%	532	237
Toyota .....	46.7%	520	277
Peugeot .....	55.4%	386	172
BMW .....	43.2%	352	200
Audi .....	57.3%	391	167
Mercedes-Benz .....	44.9%	325	179
Fiat .....	55.7%	348	154
Subaru .....	37.3%	408	256
Nissan .....	61.2%	242	94
Mazda .....	56.3%	238	104
Citroen .....	52.4%	227	108
Mitsubishi .....	57.6%	205	87
Volvo .....	39.2%	204	124
Honda .....	57.0%	179	77
Alfa Romeo .....	44.0%	141	79
Seat .....	76.3%	114	27
Hyundai .....	76.0%	104	25
Chrysler .....	46.2%	65	35
Suzuki .....	47.9%	71	37
Saab .....	30.5%	59	41
Lancia .....	70.4%	54	16
Kia .....	80.0%	40	8
Jeep .....	39.1%	46	28
Daewoo .....	87.8%	41	5
Skoda .....	86.8%	38	5
Porsche .....	37.1%	35	22
Smart .....	26.7%	15	11
Land Rover .....	37.5%	32	20
Daihatsu .....	60.7%	28	11
Jaguar .....	68.2%	22	7
Rover .....	78.3%	23	5
Mini .....	88.2%	17	2
Chevrolet .....	80.0%	10	2
Lexus .....	90.0%	10	1
Ferrari .....	41.7%	12	7
MG .....	57.1%	7	3
Cadillac .....	25.0%	4	3
Maserati .....	0.0%	3	3
Lada .....	33.3%	3	2
Lotus .....	100.0%	1	0
Lamborghini .....	—	0	0
Ssangyong .....	100.0%	1	0

Alle Transaktionen Neuwagenkauf					
Modell	n[IV]	n[AV]	n	MT	NK
Volkswagen Golf .....	257	347	106	30.55%	58.75%
Peugeot 206 .....	187	103	49	47.57%	73.80%
Audi A4 .....	159	148	61	41.22%	61.64%
Ford Fiesta .....	158	82	37	45.12%	76.58%
Toyota Yaris .....	156	81	41	50.62%	73.72%
Opel Astra .....	149	243	65	26.75%	56.38%
Volkswagen Touran .....	142	14	8	57.14%	94.37%
Opel Zafira .....	141	110	53	48.18%	62.41%
Audi A3 .....	136	65	25	38.46%	81.62%
Ford Focus .....	123	131	65	49.62%	47.15%
Peugeot 307 .....	121	58	24	41.38%	80.17%
Toyota RAV4 .....	117	56	26	46.43%	77.78%
Opel Meriva .....	113	26	13	50.00%	88.50%
Skoda Octavia .....	111	36	20	55.56%	81.98%
Toyota Corolla .....	110	169	43	25.44%	60.91%
Opel Corsa .....	106	182	51	28.02%	51.89%
BMW 1er .....	104	5	0	0.00%	100.00%
Honda Jazz .....	102	17	10	58.82%	90.20%
Citroen Xsara Picasso .....	96	39	20	51.28%	79.17%
Alfa Romeo 147 .....	94	56	27	48.21%	71.28%
Citroen C4 .....	93	3	1	33.33%	98.92%
Volkswagen Polo .....	92	118	32	27.12%	65.22%
Subaru Forester .....	85	52	26	50.00%	69.41%
Toyota Corolla Verso .....	84	15	3	20.00%	96.43%
Volvo V50 .....	82	2	2	100.00%	97.56%
Citroen C3 .....	81	27	6	22.22%	92.59%
Fiat Punto .....	79	164	46	28.05%	41.77%
BMW 5er .....	78	74	30	40.54%	61.54%
Subaru Justy .....	77	53	23	43.40%	70.13%
Peugeot 407 .....	76	3	0	0.00%	100.00%
Subaru Legacy .....	76	61	19	31.15%	75.00%
Mitsubishi Colt .....	74	77	22	28.57%	70.27%
Honda CR-V .....	71	45	30	66.67%	57.75%
Mazda 6 .....	71	21	7	33.33%	90.14%
Citroen C5 .....	69	65	42	64.62%	39.13%
Honda Accord .....	68	37	16	43.24%	76.47%
Mazda 3 .....	67	7	2	28.57%	97.01%
Mercedes-Benz C-Klasse .....	66	79	24	30.38%	63.64%
Renault Mégane Scénic .....	65	85	22	25.88%	66.15%
Mercedes-Benz A-Klasse .....	63	66	37	56.06%	41.27%
Kia Sportage .....	60	6	1	16.67%	98.33%
Renault Clio .....	60	94	15	15.96%	75.00%
Honda Civic .....	57	55	15	27.27%	73.68%
Renault Modus .....	55	2	1	50.00%	98.18%
BMW X3 .....	54	3	1	33.33%	98.15%
Mitsubishi Outlander .....	54	12	5	41.67%	90.74%
Volkswagen Touareg .....	53	11	7	63.64%	86.79%
Peugeot 307 CC .....	52	6	2	33.33%	96.15%
Renault Mégane .....	52	47	11	23.40%	78.85%
BMW 3er .....	51	123	29	23.58%	43.14%

Alle Transaktionen Neuwagenkauf					
Modell (Fortsetzung)	n[IV]	n[AV]	n	MT	NK
Citroen C8 .....	51	4	3	75.00%	94.12%
Ford Maverick .....	51	22	9	40.91%	82.35%
Nissan Micra .....	51	46	17	36.96%	66.67%
Subaru Impreza .....	50	65	19	29.23%	62.00%
Fiat Panda .....	49	21	7	33.33%	85.71%
Nissan Murano .....	48	0	0	0.00%	100.00%
Hyundai Santa Fe .....	46	16	5	31.25%	89.13%
Mini Mini .....	46	43	19	44.19%	58.70%
Seat Altea .....	44	4	2	50.00%	95.45%
Seat Ibiza .....	43	61	12	19.67%	72.09%
Hyundai Getz .....	42	8	2	25.00%	95.24%
Peugeot 206 CC .....	42	34	6	17.65%	85.71%
Ford Focus C-MAX .....	41	7	1	14.29%	97.56%
Mitsubishi Space Star .....	39	31	10	32.26%	74.36%
Alfa Romeo 156 .....	38	47	16	34.04%	57.89%
Renault Kangoo .....	38	9	4	44.44%	89.47%
Mercedes-Benz E-Klasse .....	37	63	17	26.98%	54.05%
Toyota Avensis .....	37	38	11	28.95%	70.27%
Mini Mini Cabrio .....	36	1	0	0.00%	100.00%
Subaru Legacy Outback .....	36	18	10	55.56%	72.22%
Daewoo Lacetti .....	35	3	1	33.33%	97.14%
Daewoo Nubira .....	35	15	6	40.00%	82.86%
BMW X5 .....	34	24	13	54.17%	61.76%
Kia Sorento .....	34	8	3	37.50%	91.18%
Suzuki Ignis .....	34	5	2	40.00%	94.12%
Nissan X-Trail .....	33	16	3	18.75%	90.91%
Toyota Prius .....	33	0	0	0.00%	100.00%
Volkswagen Passat .....	31	129	12	9.30%	61.29%
Audi A6 .....	30	54	15	27.78%	50.00%
Opel Tigra TT .....	30	0	0	0.00%	100.00%
Skoda Fabia .....	30	22	7	31.82%	76.67%
Hyundai Tucson .....	28	0	0	0.00%	100.00%
Mazda 2 .....	28	2	0	0.00%	100.00%
Suzuki Grand Vitara .....	28	9	4	44.44%	85.71%
Volvo V70 .....	28	25	13	52.00%	53.57%
Citroen C2 .....	27	5	0	0.00%	100.00%
Kia Picanto .....	27	1	1	100.00%	96.30%
Seat Leon .....	27	17	4	23.53%	85.19%
Daihatsu Sirion .....	26	2	0	0.00%	100.00%
Renault Mégane Cabriolet .....	26	7	1	14.29%	96.15%
Hyundai Atos .....	25	7	2	28.57%	92.00%
Opel Vectra .....	25	97	9	9.28%	64.00%
Renault Espace .....	25	58	13	22.41%	48.00%
Alfa Romeo GT .....	24	2	0	0.00%	100.00%
Fiat Stilo .....	24	26	6	23.08%	75.00%
Porsche Cayenne .....	24	11	5	45.45%	79.17%
Volvo XC90 .....	24	5	4	80.00%	83.33%
Hyundai Trajet .....	23	8	2	25.00%	91.30%
Mitsubishi Lancer .....	23	34	5	14.71%	78.26%
Mitsubishi Pajero .....	23	20	5	25.00%	78.26%

Alle Transaktionen Neuwagenkauf					
Modell (Fortsetzung)	n[IV]	n[AV]	n	MT	NK
Hyundai Accent .....	22	20	7	35.00%	68.18%
Nissan Almera Tino .....	22	15	2	13.33%	90.91%
Smart Fortwo .....	22	42	11	26.19%	50.00%
Volvo S40 .....	22	13	2	15.38%	90.91%
Citroen Berlingo .....	21	14	3	21.43%	85.71%
Seat Alhambra .....	21	11	7	63.64%	66.67%
Toyota Yaris Verso .....	21	16	5	31.25%	76.19%
Volkswagen Sharan .....	21	36	6	16.67%	71.43%
Mercedes-Benz CLK-Klasse .....	20	16	6	37.50%	70.00%
Mercedes-Benz SLK-Klasse .....	20	10	6	60.00%	70.00%
Opel Signum .....	20	2	1	50.00%	95.00%
Nissan Almera .....	19	26	12	46.15%	36.84%
Saab 9-3 .....	19	7	3	42.86%	84.21%
Renault Twingo .....	18	73	14	19.18%	22.22%
Citroen C3 Pluriel .....	17	7	0	0.00%	100.00%
Ford Mondeo .....	17	84	9	10.71%	47.06%
Hyundai Matrix .....	17	5	2	40.00%	88.24%
Daihatsu Terios .....	16	4	0	0.00%	100.00%
Kia Carnival .....	16	9	3	33.33%	81.25%
Mazda RX-8 .....	16	3	1	33.33%	93.75%
Porsche Boxster .....	16	9	7	77.78%	56.25%
BMW Z4 .....	15	5	1	20.00%	93.33%
Fiat Idea .....	15	3	0	0.00%	100.00%
Jaguar X-Type .....	15	11	7	63.64%	53.33%
Jeep Cherokee .....	15	21	2	9.52%	86.67%
Mazda Premacy .....	15	14	6	42.86%	60.00%
Smart Forfour .....	15	4	2	50.00%	86.67%
Audi S4 .....	14	18	0	0.00%	100.00%
Daewoo Tacuma .....	14	1	0	0.00%	100.00%
Honda FR-V .....	14	1	0	0.00%	100.00%
Hyundai Sonata .....	14	8	4	50.00%	71.43%
Hyundai Terracan .....	14	4	2	50.00%	85.71%
Jeep Grand Cherokee .....	14	31	4	12.90%	71.43%
Kia Cerato .....	14	0	0	0.00%	100.00%
Toyota Avensis Verso .....	14	13	5	38.46%	64.29%
BMW 3er Cabrio .....	13	15	1	6.67%	92.31%
Daewoo Matiz .....	13	16	4	25.00%	69.23%
Hyundai Coupe .....	13	8	3	37.50%	76.92%
Kia Carens .....	13	6	0	0.00%	100.00%
Porsche 911 .....	13	9	7	77.78%	46.15%
Renault Laguna .....	13	53	8	15.09%	38.46%
Saab 9-5 .....	13	27	11	40.74%	15.38%
Volvo S60 .....	13	10	3	30.00%	76.92%
Lancia Ypsilon .....	12	1	0	0.00%	100.00%
Land Rover Freelander .....	12	21	6	28.57%	50.00%
Opel Combo .....	12	4	2	50.00%	83.33%
Peugeot 807 .....	12	3	1	33.33%	91.67%
Suzuki Wagon R+ .....	12	6	2	33.33%	83.33%
Citroen Xsara .....	11	41	4	9.76%	63.64%
Land Rover Discovery .....	11	4	3	75.00%	72.73%



Alle Transaktionen Neuwagenkauf					
Modell (Fortsetzung)	n[IV]	n[AV]	n	MT	NK
Mazda Tribute .....	11	11	4	36.36%	63.64%
Nissan 350 Z Roadster .....	11	0	0	0.00%	100.00%
Opel Astra Cabriolet .....	11	13	3	23.08%	72.73%
Smart Fortwo Cabriolet .....	11	20	6	30.00%	45.45%
Smart Roadster .....	11	6	2	33.33%	81.82%
SsangYong Rexton .....	11	0	0	0.00%	100.00%
Suzuki Alto .....	11	3	0	0.00%	100.00%
Volkswagen T5 .....	11	1	0	0.00%	100.00%
Chevrolet Kalos .....	10	0	0	0.00%	100.00%
Chrysler PT Cruiser .....	10	15	4	26.67%	60.00%
Fiat Ulysse .....	10	9	2	22.22%	80.00%
Honda HR-V .....	10	18	2	11.11%	80.00%
Hyundai Elantra .....	10	14	4	28.57%	60.00%
Lexus RX .....	10	6	1	16.67%	90.00%
Mercedes-Benz CLS-Klasse .....	10	0	0	0.00%	100.00%
Audi A4 Cabrio .....	9	6	0	0.00%	100.00%
Mazda MPV .....	9	7	2	28.57%	77.78%
Mitsubishi Galant .....	9	37	5	13.51%	44.44%
Seat Toledo .....	9	19	2	10.53%	77.78%
Suzuki Jimny .....	9	2	1	50.00%	88.89%
Toyota Previa .....	9	20	3	15.00%	66.67%
Volkswagen Phaeton .....	9	0	0	0.00%	100.00%
Chrysler 300C .....	8	0	0	0.00%	100.00%
Lancia Musa .....	8	0	0	0.00%	100.00%
Opel Agila .....	8	12	3	25.00%	62.50%
Peugeot Partner .....	8	5	2	40.00%	75.00%
Saab 9-3 Cabriolet .....	8	3	1	33.33%	87.50%
Toyota Land Cruiser J12 .....	8	0	0	0.00%	100.00%
Daewoo Kalos .....	7	4	0	0.00%	100.00%
Kia Rio .....	7	5	0	0.00%	100.00%
Mercedes-Benz M-Klasse .....	7	10	1	10.00%	85.71%
Nissan Pathfinder .....	7	3	0	0.00%	100.00%
Suzuki Liana .....	7	1	0	0.00%	100.00%
Audi Allroad .....	6	3	0	0.00%	100.00%
Audi RS6 .....	6	3	1	33.33%	83.33%
Fiat Multipla .....	6	3	0	0.00%	100.00%
Ford Fusion .....	6	7	0	0.00%	100.00%
Nissan Primera .....	6	26	3	11.54%	50.00%
Porsche 911 Cabriolet .....	6	4	2	50.00%	66.67%
Volkswagen Caddy .....	6	0	0	0.00%	100.00%
Volkswagen New Beetle Cabriolet .....	6	2	1	50.00%	83.33%
Chevrolet Corvette .....	5	3	3	100.00%	40.00%
Chrysler PT Cruiser Cabriolet .....	5	0	0	0.00%	100.00%
Daihatsu Cuore .....	5	0	0	0.00%	100.00%
Fiat Doblo .....	5	3	0	0.00%	100.00%
Ford Galaxy .....	5	19	2	10.53%	60.00%
Jaguar S-Type .....	5	3	0	0.00%	100.00%
MG ZR .....	5	3	0	0.00%	100.00%
Opel Vivaro .....	5	1	1	100.00%	80.00%
Volvo XC70 .....	5	2	1	50.00%	80.00%

Alle Transaktionen Neuwagenkauf					
Modell (Fortsetzung)	n[IV]	n[AV]	n	MT	NK
Audi A2 .....	4	13	0	0.00%	100.00%
Audi TT Coupé .....	4	10	1	10.00%	75.00%
BMW 6er Cabrio .....	4	0	0	0.00%	100.00%
Chrysler Grand Voyager .....	4	9	2	22.22%	50.00%
Chrysler Voyager .....	4	30	3	10.00%	25.00%
Lada Niva .....	4	1	1	100.00%	75.00%
Land Rover Defender .....	4	6	0	0.00%	100.00%
Mercedes-Benz SL-Klasse .....	4	6	2	33.33%	50.00%
Mercedes-Benz Vaneo .....	4	8	3	37.50%	25.00%
Mercedes-Benz Viano .....	4	2	0	0.00%	100.00%
Mitsubishi Grandis .....	4	0	0	0.00%	100.00%
Nissan Patrol .....	4	10	2	20.00%	50.00%
Renault Trafic .....	4	1	0	0.00%	100.00%
Toyota MR2 .....	4	11	1	9.09%	75.00%
Volvo S80 .....	4	6	2	33.33%	50.00%
Audi A8 .....	3	2	0	0.00%	100.00%
BMW 3er Coupé .....	3	18	1	5.56%	66.67%
BMW M6 .....	3	0	0	0.00%	100.00%
Cadillac CTS .....	3	1	0	0.00%	100.00%
Chevrolet Lacetti .....	3	0	0	0.00%	100.00%
Chrysler Crossfire .....	3	3	0	0.00%	100.00%
Chrysler Crossfire Roadster .....	3	1	1	100.00%	66.67%
Chrysler Sebring .....	3	5	1	20.00%	66.67%
Ferrari F430 .....	3	0	0	0.00%	100.00%
Ford Ka .....	3	29	1	3.45%	66.67%
Ford Streetka .....	3	2	0	0.00%	100.00%
Lancia Phedra .....	3	1	0	0.00%	100.00%
Lexus IS .....	3	1	0	0.00%	100.00%
MG ZS .....	3	1	1	100.00%	66.67%
Peugeot 607 .....	3	7	1	14.29%	66.67%

Alle Transaktionen Occasionskauf					
Modell	n[IV]	n[AV]	n	MT	NK
Volkswagen Golf .....	1841	1903	507	26.64%	72.46%
Opel Astra .....	1027	954	224	23.48%	78.19%
Opel Corsa .....	665	872	162	18.58%	75.64%
Volkswagen Passat .....	621	607	103	16.97%	83.41%
Toyota Corolla .....	565	654	155	23.70%	72.57%
Volkswagen Polo .....	530	511	95	18.59%	82.08%
BMW 3er .....	524	531	111	20.90%	78.82%
Audi A4 .....	457	302	84	27.81%	81.62%
Opel Vectra .....	447	565	98	17.35%	78.08%
Fiat Punto .....	438	460	98	21.30%	77.63%
Ford Fiesta .....	396	394	75	19.04%	81.06%
Subaru Legacy .....	385	316	93	29.43%	75.84%
Renault Clio .....	383	482	79	16.39%	79.37%
Peugeot 206 .....	379	188	63	33.51%	83.38%
Opel Zafira .....	375	161	60	37.27%	84.00%
BMW 5er .....	333	269	80	29.74%	75.98%
Ford Focus .....	333	202	78	38.61%	76.58%
Ford Mondeo .....	327	299	49	16.39%	85.02%
Audi A3 .....	320	136	37	27.21%	88.44%
Mercedes-Benz E-Klasse .....	297	300	77	25.67%	74.07%
Mercedes-Benz C-Klasse .....	295	193	55	28.50%	81.36%
Renault Espace .....	293	297	93	31.31%	68.26%
Subaru Justy .....	292	331	134	40.48%	54.11%
Renault Mégane Scénic .....	289	183	55	30.05%	80.97%
Ford Escort .....	280	468	33	7.05%	88.21%
Nissan Micra .....	279	292	50	17.12%	82.08%
Mitsubishi Colt .....	277	326	54	16.56%	80.51%
Toyota Yaris .....	277	123	46	37.40%	83.39%
Subaru Impreza .....	232	147	37	25.17%	84.05%
Opel Omega .....	228	380	53	13.95%	76.75%
Mazda 323 .....	227	357	37	10.36%	83.70%
Renault Mégane .....	223	111	21	18.92%	90.58%
Toyota RAV4 .....	223	100	36	36.00%	83.86%
Peugeot 307 .....	222	84	30	35.71%	86.49%
Honda Civic .....	207	249	40	16.06%	80.68%
Seat Ibiza .....	198	247	31	12.55%	84.34%
Audi A6 .....	197	138	33	23.91%	83.25%
Renault Twingo .....	192	236	43	18.22%	77.60%
Mercedes-Benz A-Klasse .....	187	128	51	39.84%	72.73%
Skoda Octavia .....	187	56	22	39.29%	88.24%
Volkswagen Touran .....	184	16	9	56.25%	95.11%
Subaru Forester .....	183	86	35	40.70%	80.87%
Peugeot 306 .....	176	238	10	4.20%	94.32%
Honda Accord .....	172	118	34	28.81%	80.23%
Citroen Xsara Picasso .....	168	62	25	40.32%	85.12%
Peugeot 205 .....	167	324	28	8.64%	83.23%
Peugeot 106 .....	165	251	17	6.77%	89.70%
Opel Meriva .....	164	34	14	41.18%	91.46%
Alfa Romeo 147 .....	162	75	29	38.67%	82.10%
Alfa Romeo 156 .....	151	112	30	26.79%	80.13%

Alle Transaktionen Occasionskauf					
Modell (Fortsetzung)	n[IV]	n[AV]	n	MT	NK
Renault Laguna .....	147	156	28	17.95%	80.95%
Toyota Starlet .....	147	222	20	9.01%	86.39%
Volvo V70 .....	146	60	32	53.33%	78.08%
Honda Jazz .....	143	31	11	35.48%	92.31%
Honda CR-V .....	142	76	37	48.68%	73.94%
Citroen C5 .....	140	83	51	61.45%	63.57%
Fiat Panda .....	135	114	30	26.32%	77.78%
Audi 80 .....	134	230	16	6.96%	88.06%
Toyota Corolla Verso .....	134	21	5	23.81%	96.27%
Mitsubishi Lancer .....	130	159	25	15.72%	80.77%
Volvo V40 .....	129	127	11	8.66%	91.47%
Citroen C3 .....	126	41	8	19.51%	93.65%
BMW 3er Coupé .....	124	98	7	7.14%	94.35%
Chrysler Voyager .....	124	150	17	11.33%	86.29%
BMW 1er .....	121	5	0	0.00%	100.00%
Mazda 626 .....	121	199	24	12.06%	80.17%
Nissan Primera .....	121	119	15	12.61%	87.60%
Mazda 6 .....	115	28	7	25.00%	93.91%
Toyota Avensis .....	114	67	21	31.34%	81.58%
Volvo V50 .....	110	3	2	66.67%	98.18%
Opel Kadett .....	109	305	17	5.57%	84.40%
Mitsubishi Galant .....	108	126	14	11.11%	87.04%
Volkswagen Sharan .....	108	54	8	14.81%	92.59%
Citroen C4 .....	106	3	1	33.33%	99.06%
Peugeot 405 .....	102	189	15	7.94%	85.29%
Fiat Uno .....	101	239	23	9.62%	77.23%
Nissan Sunny .....	101	210	9	4.29%	91.09%
Citroen Xantia .....	100	135	16	11.85%	84.00%
Kia Sportage .....	100	20	4	20.00%	96.00%
Jeep Grand Cherokee .....	99	85	24	28.24%	75.76%
Mazda 3 .....	99	9	3	33.33%	96.97%
Peugeot 206 CC .....	99	50	9	18.00%	90.91%
Mini Mini .....	98	61	21	34.43%	78.57%
Peugeot 407 .....	96	4	1	25.00%	98.96%
Toyota Previa .....	92	71	19	26.76%	79.35%
Ford Maverick .....	91	45	11	24.44%	87.91%
Smart Fortwo .....	91	116	19	16.38%	79.12%
BMW 3er Cabrio .....	87	58	9	15.52%	89.66%
Mitsubishi Pajero .....	86	79	20	25.32%	76.74%
Volkswagen Bora .....	85	66	4	6.06%	95.29%
Mercedes-Benz SLK-Klasse .....	83	31	15	48.39%	81.93%
Renault Modus .....	82	2	1	50.00%	98.78%
Renault R19 .....	81	156	13	8.33%	83.95%
BMW 3er Compact .....	80	81	11	13.58%	86.25%
Ford Sierra .....	79	263	18	6.84%	77.22%
Renault Kangoo .....	79	25	6	24.00%	92.41%
BMW X5 .....	78	33	14	42.42%	82.05%
Hyundai Accent .....	77	49	8	16.33%	89.61%
Mercedes-Benz 190 .....	77	125	8	6.40%	89.61%
Saab 9-5 .....	77	45	24	53.33%	68.83%

Alle Transaktionen Occasionskauf					
Modell (Fortsetzung)	n[IV]	n[AV]	n	MT	NK
Seat Leon .....	76	32	5	15.63%	93.42%
Mercedes-Benz S-Klasse .....	75	42	9	21.43%	88.00%
BMW X3 .....	74	4	2	50.00%	97.30%
Fiat Stilo .....	74	49	10	20.41%	86.49%
Skoda Fabia .....	73	33	8	24.24%	89.04%
Mazda 121 .....	72	116	7	6.03%	90.28%
Mitsubishi Space Star .....	72	47	10	21.28%	86.11%
Toyota Celica .....	72	78	11	14.10%	84.72%
Volkswagen Touareg .....	72	15	9	60.00%	87.50%
Peugeot 307 CC .....	70	8	3	37.50%	95.71%
Peugeot 406 .....	70	91	11	12.09%	84.29%
Seat Toledo .....	70	90	3	3.33%	95.71%
Daewoo Nubira .....	69	22	7	31.82%	89.86%
Mitsubishi Outlander .....	69	10	5	50.00%	92.75%
Mercedes-Benz CLK-Klasse .....	68	34	10	29.41%	85.29%
Ford Galaxy .....	67	43	8	18.60%	88.06%
Hyundai Santa Fe .....	67	22	5	22.73%	92.54%
Jeep Cherokee .....	67	76	9	11.84%	86.57%
Nissan Almera .....	67	54	16	29.63%	76.12%
Citroen C8 .....	66	10	4	40.00%	93.94%
Subaru Legacy Outback .....	66	30	11	36.67%	83.33%
Suzuki Swift .....	66	141	5	3.55%	92.42%
Volkswagen Golf Cabriolet .....	65	77	9	11.69%	86.15%
Audi 100 .....	63	152	6	3.95%	90.48%
Seat Altea .....	63	6	2	33.33%	96.83%
Nissan X-Trail .....	62	24	4	16.67%	93.55%
Citroen AX .....	61	103	11	10.68%	81.97%
Mazda 2 .....	61	4	0	0.00%	100.00%
Porsche 911 .....	61	25	13	52.00%	78.69%
Ford Focus C-MAX .....	60	12	1	8.33%	98.33%
Opel Frontera .....	60	94	12	12.77%	80.00%
Mercedes-Benz M-Klasse .....	59	38	6	15.79%	89.83%
Audi S3 .....	58	40	1	2.50%	98.28%
Citroen Saxo .....	57	79	3	3.80%	94.74%
Hyundai Getz .....	57	11	3	27.27%	94.74%
Kia Sorento .....	57	11	4	36.36%	92.98%
Renault Mégane Cabriolet .....	56	16	3	18.75%	94.64%
Citroen ZX .....	55	76	4	5.26%	92.73%
Alfa Romeo 164 .....	54	76	13	17.11%	75.93%
Audi S4 .....	53	35	1	2.86%	98.11%
Daewoo Matiz .....	53	33	8	24.24%	84.91%
BMW 7er .....	52	51	7	13.73%	86.54%
Toyota Carina .....	52	110	1	0.91%	98.08%
Volkswagen Lupo .....	52	37	0	0.00%	100.00%
Mazda Premacy .....	51	31	9	29.03%	82.35%
Nissan Almera Tino .....	51	22	5	22.73%	90.20%
Fiat Bravo .....	50	63	1	1.59%	98.00%
Nissan Murano .....	50	0	0	0.00%	100.00%
Suzuki Ignis .....	50	9	2	22.22%	96.00%
Hyundai Lantra .....	49	73	1	1.37%	97.96%

Alle Transaktionen Occasionskauf					
Modell (Fortsetzung)	n[IV]	n[AV]	n	MT	NK
Volvo 850 .....	49	45	5	11.11%	89.80%
Mercedes-Benz SL-Klasse .....	48	14	8	57.14%	83.33%
Saab 9-3 .....	48	22	6	27.27%	87.50%
Toyota Yaris Verso .....	48	26	6	23.08%	87.50%
Citroen Berlingo .....	47	20	3	15.00%	93.62%
Opel Astra Cabriolet .....	47	28	6	21.43%	87.23%
Seat Alhambra .....	47	17	9	52.94%	80.85%
Suzuki Grand Vitara .....	47	17	5	29.41%	89.36%
Volkswagen Vento .....	47	63	2	3.17%	95.74%
Citroen Xsara .....	46	72	10	13.89%	78.26%
Ford Escort Cabriolet .....	46	45	6	13.33%	86.96%
Mini Mini Cabrio .....	46	2	0	0.00%	100.00%
Volvo S40 .....	46	26	2	7.69%	95.65%
Hyundai Trajet .....	45	19	4	21.05%	91.11%
Land Rover Range Rover .....	45	43	12	27.91%	73.33%
Toyota Prius .....	45	2	0	0.00%	100.00%
Volvo XC90 .....	45	4	4	100.00%	91.11%
Volkswagen Corrado .....	45	43	2	4.65%	95.56%
Fiat Marea .....	44	50	1	2.00%	97.73%
Opel Calibra .....	44	69	5	7.25%	88.64%
Fiat Ulysse .....	43	21	4	19.05%	90.70%
Hyundai Atos .....	43	19	2	10.53%	95.35%
Hyundai Coupe .....	43	17	4	23.53%	90.70%
Jaguar X-Type .....	43	20	10	50.00%	76.74%
Land Rover Freelander .....	43	38	7	18.42%	83.72%
Volvo S60 .....	43	18	8	44.44%	81.40%
Citroen C2 .....	42	9	0	0.00%	100.00%
Ford Ka .....	42	73	1	1.37%	97.62%
Chrysler Grand Voyager .....	41	26	6	23.08%	85.37%
Suzuki Vitara .....	41	61	6	9.84%	85.37%
Fiat Tipo .....	40	98	3	3.06%	92.50%
Lancia Y .....	40	35	3	8.57%	92.50%
Mazda Tribute .....	40	16	5	31.25%	87.50%
Opel Signum .....	40	3	1	33.33%	97.50%
Alfa Romeo GT .....	39	4	0	0.00%	100.00%
Audi 90 .....	39	81	2	2.47%	94.87%
Daewoo Lacetti .....	39	3	1	33.33%	97.44%
Daihatsu Sirion .....	39	5	1	20.00%	97.44%
Ford Scorpio .....	39	75	6	8.00%	84.62%
Mazda MX-5 .....	39	36	4	11.11%	89.74%
Peugeot 806 .....	39	35	5	14.29%	87.18%
Citroen XM .....	38	63	10	15.87%	73.68%
Kia Carnival .....	38	19	5	26.32%	86.84%
Mitsubishi Space Wagon .....	38	47	2	4.26%	94.74%
Porsche Boxster .....	38	19	10	52.63%	73.68%
Volkswagen T4 .....	38	20	3	15.00%	92.11%
Alfa Romeo 155 .....	37	52	8	15.38%	78.38%
Opel Agila .....	37	17	4	23.53%	89.19%
Audi Coupé .....	36	46	2	4.35%	94.44%
Audi TT Coupé .....	36	29	2	6.90%	94.44%

Alle Transaktionen Occasionskauf					
Modell (Fortsetzung)	n[IV]	n[AV]	n	MT	NK
Chrysler PT Cruiser .....	36	23	6	26.09%	83.33%
Saab 900 .....	36	35	7	20.00%	80.56%
Citroen C3 Pluriel .....	35	7	0	0.00%	100.00%
Kia Picanto .....	35	2	2	100.00%	94.29%
Renault R21 .....	35	70	3	4.29%	91.43%
Toyota Camry .....	35	98	10	10.20%	71.43%
Fiat Seicento .....	34	39	4	10.26%	88.24%
Peugeot 306 Cabriolet .....	34	37	4	10.81%	88.24%
Renault R5 .....	34	82	9	10.98%	73.53%
Smart Fortwo Cabriolet .....	34	33	7	21.21%	79.41%
Volvo 440 .....	34	58	4	6.90%	88.24%
Hyundai Tucson .....	33	0	0	0.00%	100.00%
Opel Tigra TT .....	33	0	0	0.00%	100.00%
Suzuki Baleno .....	33	31	6	19.35%	81.82%
Suzuki Wagon R+ .....	33	9	2	22.22%	93.94%
Volkswagen Jetta .....	33	57	2	3.51%	93.94%
Alfa Romeo 166 .....	32	20	3	15.00%	90.63%
BMW Z3 .....	32	26	2	7.69%	93.75%
Honda Prelude .....	32	37	2	5.41%	93.75%
Hyundai Sonata .....	32	23	8	34.78%	75.00%
Porsche Cayenne .....	32	14	5	35.71%	84.38%
Citroen BX .....	31	74	8	10.81%	74.19%
Fiat Idea .....	31	2	0	0.00%	100.00%
Hyundai Elantra .....	30	21	7	33.33%	76.67%
Mitsubishi Carisma .....	30	30	1	3.33%	96.67%
Nissan 100 NX .....	30	20	2	10.00%	93.33%
Opel Tigra .....	30	37	2	5.41%	93.33%
Smart Forfour .....	30	5	3	60.00%	90.00%
Volvo 740 .....	30	30	5	16.67%	83.33%
Volkswagen New Beetle .....	30	44	2	4.55%	93.33%
BMW M3 Coupé .....	29	16	4	25.00%	86.21%
Fiat Cinquecento .....	29	45	2	4.44%	93.10%
Fiat Multipla .....	29	10	2	20.00%	93.10%
Ford Probe .....	29	32	5	15.63%	82.76%
Jaguar S-Type .....	29	4	1	25.00%	96.55%
Toyota Avensis Verso .....	29	15	5	33.33%	82.76%
Alfa Romeo 145 .....	28	59	5	8.47%	82.14%
Daewoo Tacuma .....	28	5	0	0.00%	100.00%
Honda CRX .....	28	52	9	17.31%	67.86%
Nissan Terrano .....	28	43	5	11.63%	82.14%
Peugeot 309 .....	28	76	2	2.63%	92.86%
Fiat Brava .....	27	42	0	0.00%	100.00%
Mazda Demio .....	27	23	2	8.70%	92.59%
Subaru 1800 .....	27	94	8	8.51%	70.37%
Fiat Coupé .....	26	17	0	0.00%	100.00%
Hyundai Matrix .....	26	10	2	20.00%	92.31%
Mazda RX-8 .....	26	3	1	33.33%	96.15%
Peugeot 807 .....	26	7	1	14.29%	96.15%