

# INHALT HORIZONT 42/2020



ARND BRONKHORST

## VOLKSWAGEN

**E-OFFENSIVE:** Mit dem ID.3 bricht VW ins Zeitalter der Elektromobilität auf. 16



FOTO: JOSE LUIS WESTERHOF / ANTON MAGES

## CARAVANING

**PANDEMIE-SCHUB:** Die Coronakrise befeuert den Boom der Wohnmobile. 60



ARND BRONKHORST

## PODCAST

**AUDIO-IMAGE:** Premium-Autohersteller machen ihre Marken hörbar. 49



ARND BRONKHORST

## E-SPORTS

**SPONSORING:** BMW und Mercedes-Benz setzen auf kreative Schnelligkeit. 64

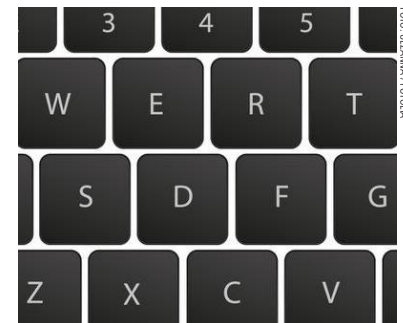


FOTO: UELZANNA / GETTY IMAGES

## STANDARDS

AGENDA	4-10
IMPRESSUM	70
MARKT	70

# Wieder Fahrt aufnehmen

Hersteller könnten vom Wunsch nach individueller Mobilität profitieren

Von Jochen Zimmer



Endlich wieder im schwarzen Bereich. Mit plus 8,4 Prozent bei den Neuzulassungen hat der Monat September zum ersten Mal in diesem Jahr ein positives Vorzeichen. Denn ja, auch die Vor-Corona-Lockdown-Monate Januar und Februar lagen hierzulande laut Kraftfahrt-Bundesamt im roten Bereich und deutlich unter den Vorjahreswerten. Beim Blick auf die einzelnen Marken erkennt man allerdings noch deutlich mehr Schatten als Licht. In der Gesamtbetrachtung 2020 konnte E-Pionier Tesla bislang als einzige Marke zulegen – mit plus 25 Prozent sehr deutlich. Am heftigsten traf es in den ersten drei Quartalen mit minus 79 Prozent die Marke Smart, die seit 2020 rein elektrisch am Start ist. Unter den Volumenmarken hat Opel mit minus 44,5 Prozent am stärksten verloren, während Fiat mit minus 8,7 Prozent bislang glimpflich davonkommt.

Fiat's relativer Erfolg lässt sich indes an einem einzigen Modell festmachen, dem Ducato, der als Basisfahrzeug für Wohnmobile sehr stark vom Boom im Caravaning-Segment profitiert (Seite 60). Die ohnehin seit Jahren steigende Nachfrage nach Reisemobilen legte (wie beim Ducato) in diesem Jahr trotz Lockdown-Phase um ein Drittel zu. Sie steht damit für eine – ausnahmsweise positive – Nebenwirkung von Covid-19 auf den Automobilsektor: Der Wunsch nach sicherer Mobilität in Pandemiezeiten erhöht den Stellenwert von Individualverkehr. Im eigenen Auto fühlt man sich gegen die Ansteckungsgefahr gewappnet, während Busse und Bahnen gemieden werden, wie auch eine Exklusivumfrage von Forsa für HORIZONT offenbart (siehe unten).

Dies gilt überraschenderweise in noch stärkerer Weise für die jüngere Bevölkerung, der zuletzt ein nachlassendes Interesse am Auto bescheinigt wurde. Jeder dritte befragte 18- bis 29-Jährige gab an, das Auto seit Corona häufiger, und jeder zweite, den ÖPNV weniger zu nutzen. Bei der Risikogruppe ab 60 Jahren waren dies nur jeder vierte (Auto) respektive jeder fünfte (Bus und Bahn). Auch eine Studie des Zukunftsinstituts mit Ford von 2020 bescheinigt der Generation Z ein hohes Interesse an flexibler Mobilität – vielfach einhergehend mit dem Besitz eines Autos (Seite 54). Bei den befragten 18- bis 23-Jährigen spielen dabei Umweltaspekte eine wichtige Rolle.

Hier bieten sich für die Automobilhersteller beim Ausbau ihrer elektrischen Fahrzeugpalette durchaus Anknüpfungspunkte, jüngere Zielgruppen als Kunden zu gewinnen. Doch ausgerechnet in den kostengünstigeren Einstiegssegmenten mangelt es noch an elektrifizierten Angeboten. Stattdessen richtet sich der Ehrgeiz vieler Hersteller auch bei den E-Modellen auf das aus Controller-Sicht attraktivere, weil margenträchtige SUV-Segment. So ist beispielsweise der Cityflitzer VW Up (wie seine Pendanten von Seat und Škoda) als E-Version nicht mehr bestellbar – obwohl oder gerade, weil die Nachfrage so hoch ist. Doch auch bei anderen E- und Plug-in-Modellen sorgen sehr lange Lieferfristen für Verärgerung auf Verbraucherseite, sodass die nochmals erhöhten staatlichen Subventionen ihre volle Wirkung nicht entfalten können. So scheinen sich bei aller Aufbruch-Rhetorik in Richtung Elektrozeitalter die Ambitionen der etablierten Hersteller weiterhin in erster Linie auf die beim Absatz nach wie vor führenden Verbrenner zu richten.

## TOP-THEMEN



### VOLKSWAGEN

E-OFFENSIVE: Mit dem ID.3 bricht VW ins Zeitalter der Elektromobilität auf. 16



### PODCAST

AUDIO-IMAGE: Premium-Autohersteller machen ihre Marken hörbar. 49



### CARAVANING

PANDEMIE-SCHUB: Die Coronakrise befeuert den Boom der Wohnmobile. 60



### E-SPORTS

SPONSORING: BMW und Mercedes-Benz setzen auf kreative Schnelligkeit. 64



### IN EIGENER SACHE

Trotz Corona widmet HORIZONT sich im Herbst 2020 wieder mit 72 Seiten dem Thema Automarketing. Das umfassende Special ist nicht zuletzt dem Projektberater Bernd Reisch zu verdanken, der wie gewohnt seine Expertise eingebracht hat.

## Das Fahrrad liegt im Trend, Bus und Bahn sind unbeliebt

Seit der Corona-Pandemie nutzen das Verkehrsmittel ...



Die Corona-Pandemie nimmt Einfluss auf das Mobilitätsverhalten der Deutschen. Wie eine vom Marktforschungsunternehmen Forsa für HORIZONT erstellte Exklusivumfrage zeigt, profitiert das Fahrrad am meisten: Insbesondere die junge Zielgruppe gibt an, seit dem Ausbruch häufiger aufs Rad zu steigen. Große Sorgen haben viele Bürger indes vor der Nutzung des ÖPNV.

## STANDARDS

AGENDA	4-10
IMPRESSUM	70
MARKT	70