



15 Jahre Trendforschung im PKW-Markt eine ADAC Verlag-Studie für

Christian Krause, Leiter Anzeigenmarketing
Tel. 089/76766055
E-Mail: christian.krause@adac.de

Themen / Methode

Wir erheben:

Generelle Markttrends

Marken- / Modellpräferenzen

Entscheidungsgründe
im Relevant set

Markenimage

Markenkommunikation

Daily Talk

Wir befragen:

ca. 4.000 PKW-Fahrer/ADAC Mitglieder

- in einem Panel / deutsche Privathaushalte
- 2 x im Jahr
- durch die GfK-Panel-Services, Nürnberg
- **Feldzeit: Juli 2008**

Summary

Rahmenbedingungen

- Wachsende Zurückhaltung beim (Ersatz)Kaufabsichten für PKW
- für die nächsten 12 Monate planen 6,8% den Kauf eines PKW. Das bedeutet gegenüber den letzten 6 Monaten einen Rückgang von -12,8 %
- Die Dieselnachfrage bricht dramatisch ein

Kaufpräferenzen

- Der Marktanteil für Importwagen wächst wieder
- Skoda, Renault, Citroen werden stärker nachgefragt
- Toyota bleibt die am meisten präferierte Importmarke
- Kleinere Automodelle werden beliebter

Summary

Entscheidungsgründe im Relevant Set

- Benzinverbrauch und CO2-Werte bestimmen die Entscheidung zwischen vergleichbaren Modellen verschiedener Hersteller

Reaktionen auf die Benzinpreise

- Die Benzinpreise zeigen immer mehr Wirkung
- Der Kraftstoffverbrauch eines PKW wird wichtiger
- Man schränkt sich beim Autofahren ein

Markenimage

- Qualität, Sicherheit und Umweltfreundlichkeit bleiben die wichtigsten Anforderungen an eine Automobilmарke
- BMW bleibt die Marke mit dem besten Image
- VW überholt Toyota beim Thema Umwelt
- Dacia wird die günstigste Automarke
- Honda und Fiat können sich im Gesamtranking verbessern

Summary

Werbeakzeptanz

- Mercedes erringt in der ersten Jahreshälfte 2008 die Top-Position beim Werberecall. und verdrängt VW auf Rang zwei
- Audi-Werbung verliert die Spitzenposition als Benchmark an Mercedes
- Bei den Importmarken (Zielgruppe: Importmarkenkäufer) verbessert Toyota seine Gesamtperformance

Markenwahrnehmung

- Die klassischen Medien prägen die Markenwahrnehmung am stärksten
- Motorsport und Händleraktionen sind die erfolgreichsten below-the-line-Aktivitäten

Daily Talk

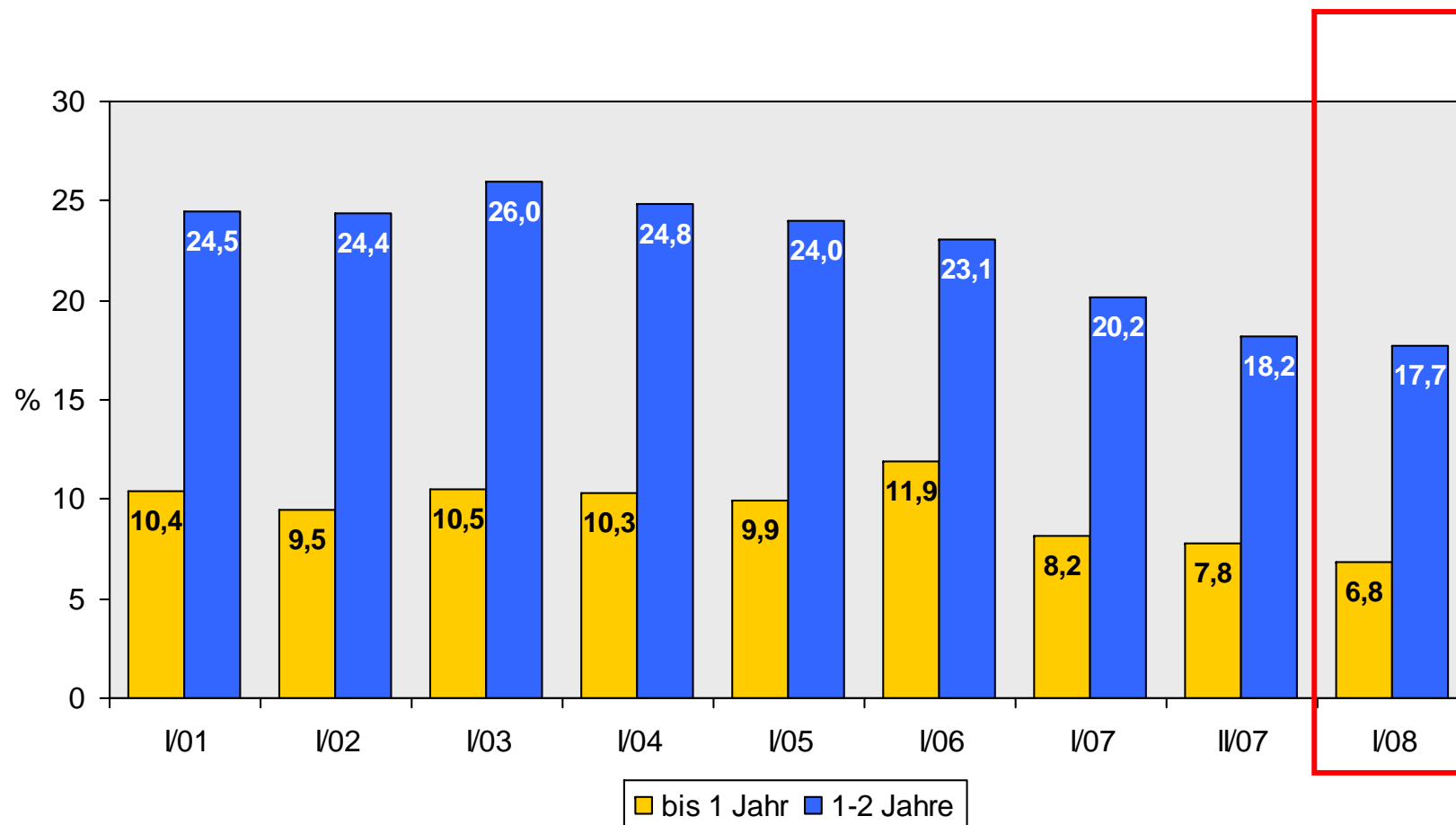
- Benzinpreise und –verbrauch dominieren die Gespräche rund um das Thema Auto/Autfahren immer stärker
- Stärkeres Interesse für alternative Antriebsarten und Benzinverbrauch bei neuen Automodellen
- Das Wahlkampfthema der CSU, die Wiedereinführung der Pendlerpauschale beschäftigt 1/3 der Autofahrer

Rahmenbedingungen

- Absatzmarkt
- Neu-/Gebrauchtwagen
- Anteile der Modell-Klassen
- Präferenzen für Benzin/Diesel-/Hybridmotoren
- Erwartungen beim Benzinverbrauch
- Potenziale für deutsche Marken/Importeure

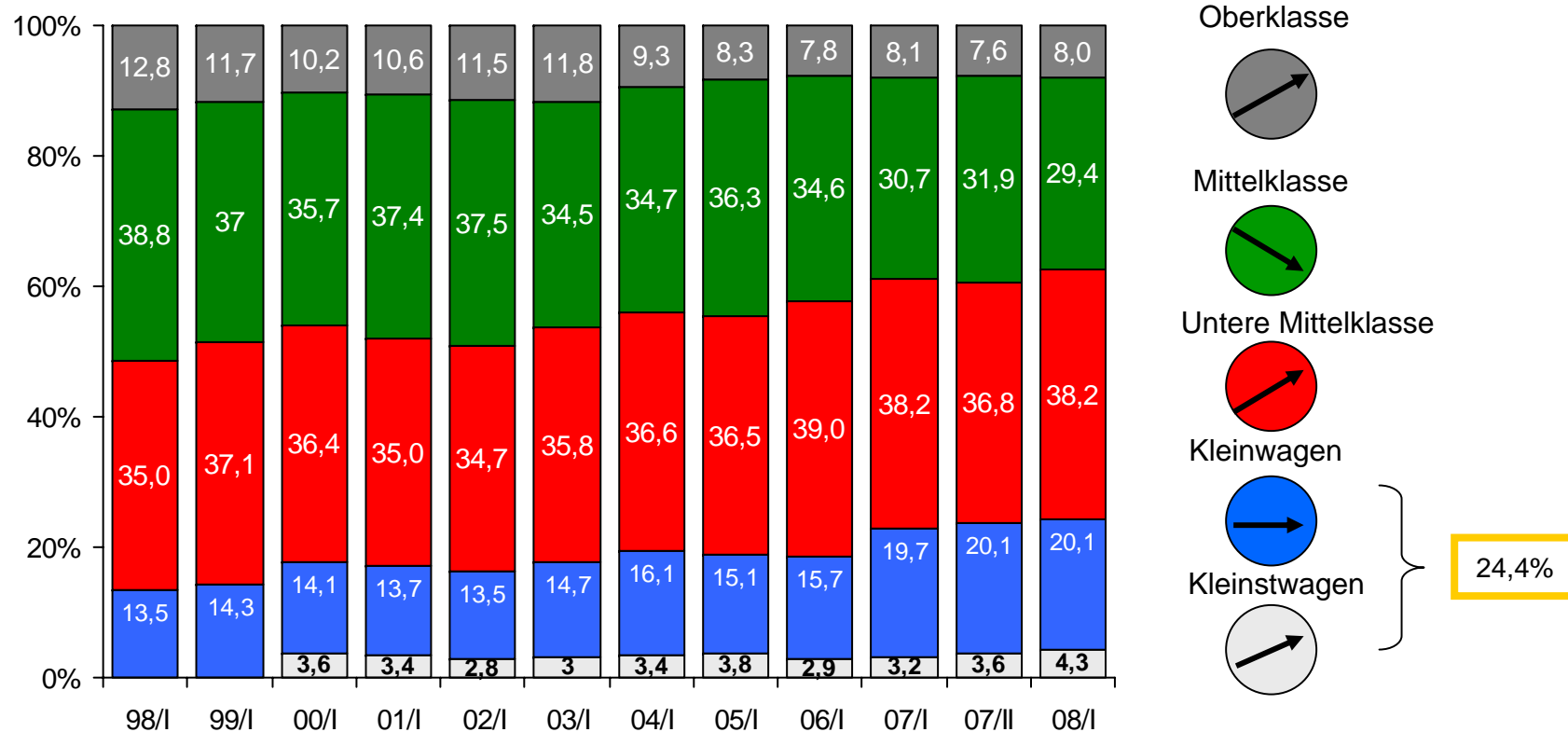
KURZ- UND MITTELFRISTIGE KAUFPLÄNE

Wachsende Kaufzurückhaltung.
Nur noch 6,8% planen einen Kauf in den nächsten 12 Monaten



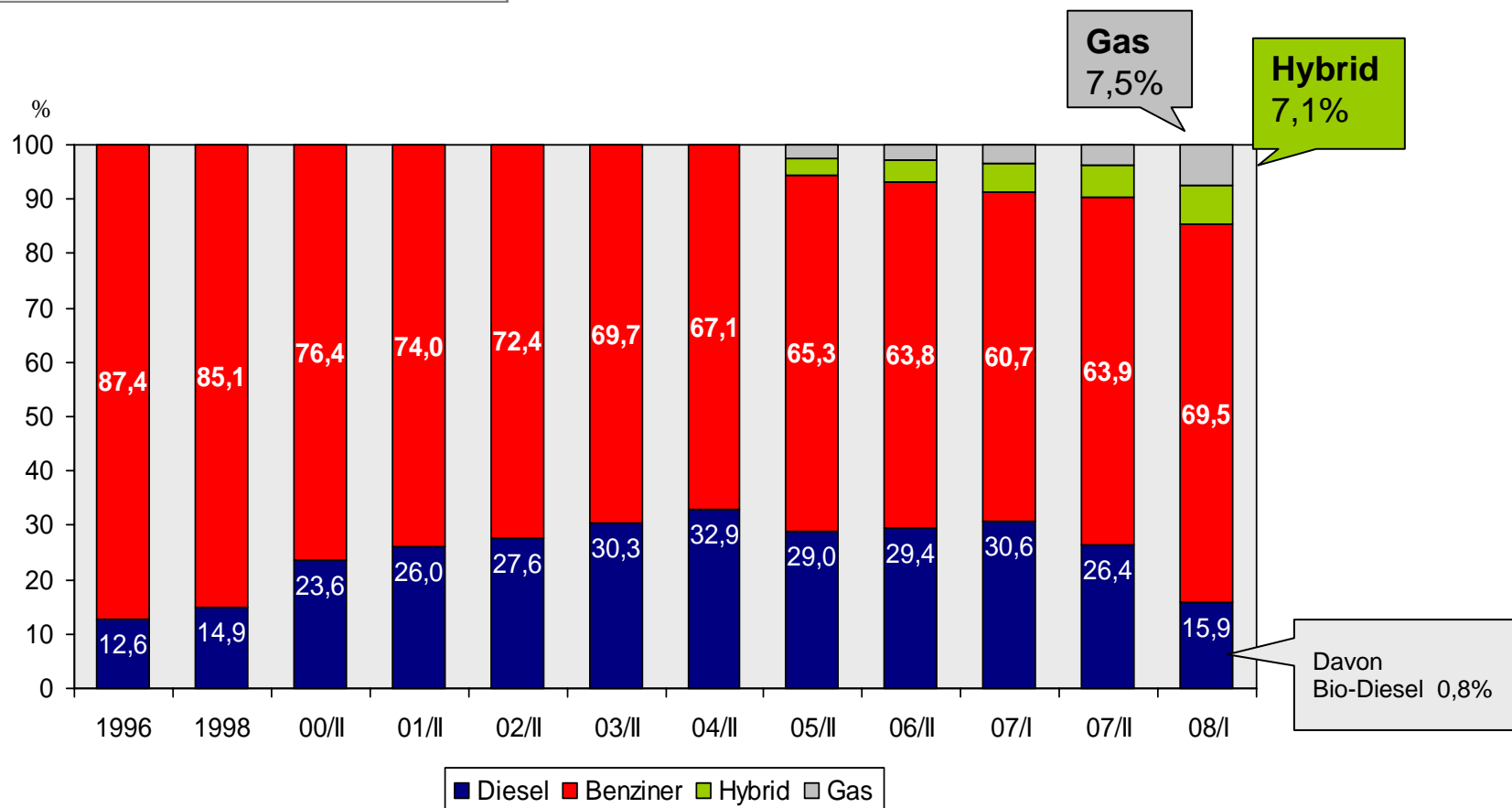
PKW-KLASSEN NACH KAUFPRÄFERENZEN

Das Klein(st)wagensegment wächst auf 24,4%



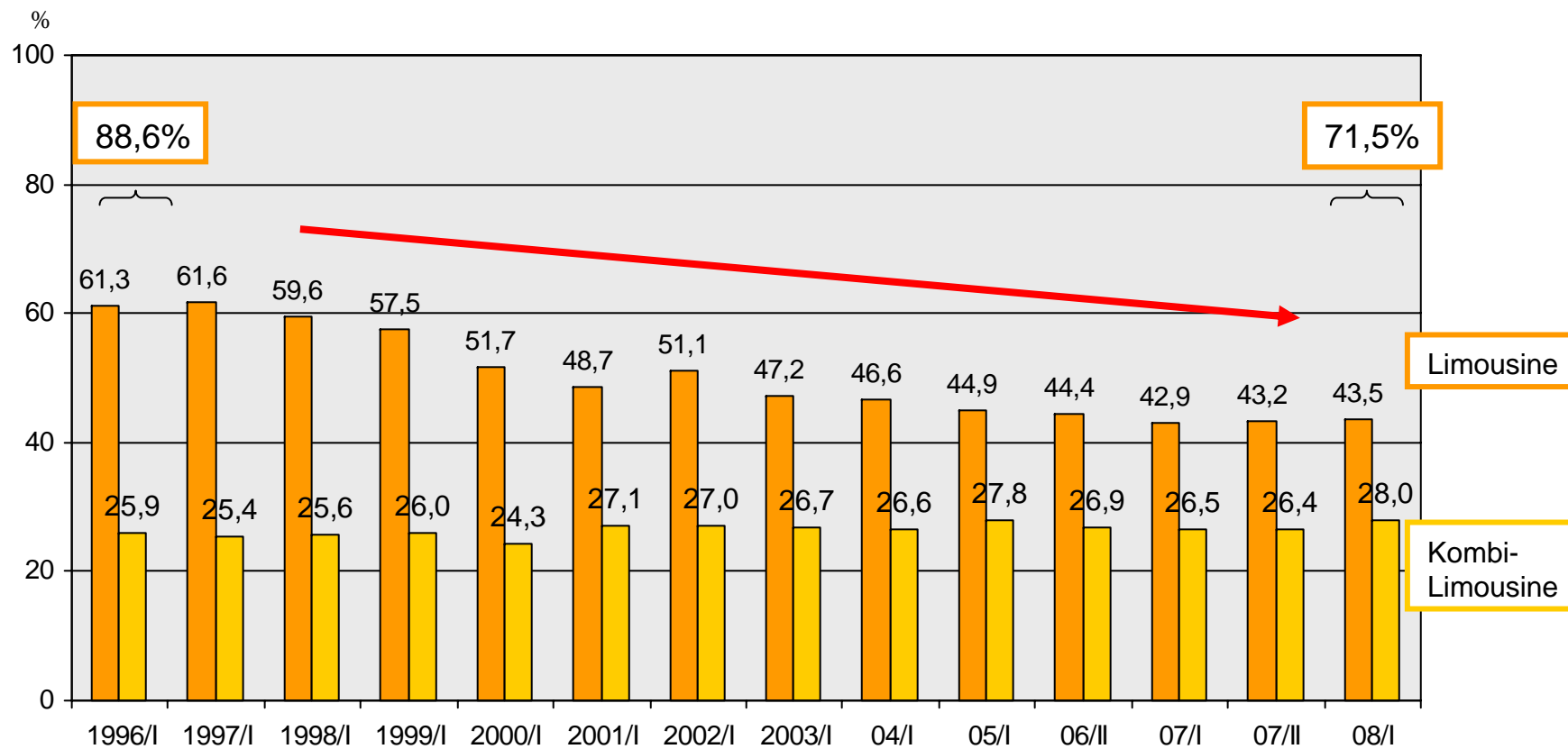
KAUFPRÄFERENZEN DIESEL / BENZINER

Dieselnachfrage bricht ein



CAR-CONCEPTS

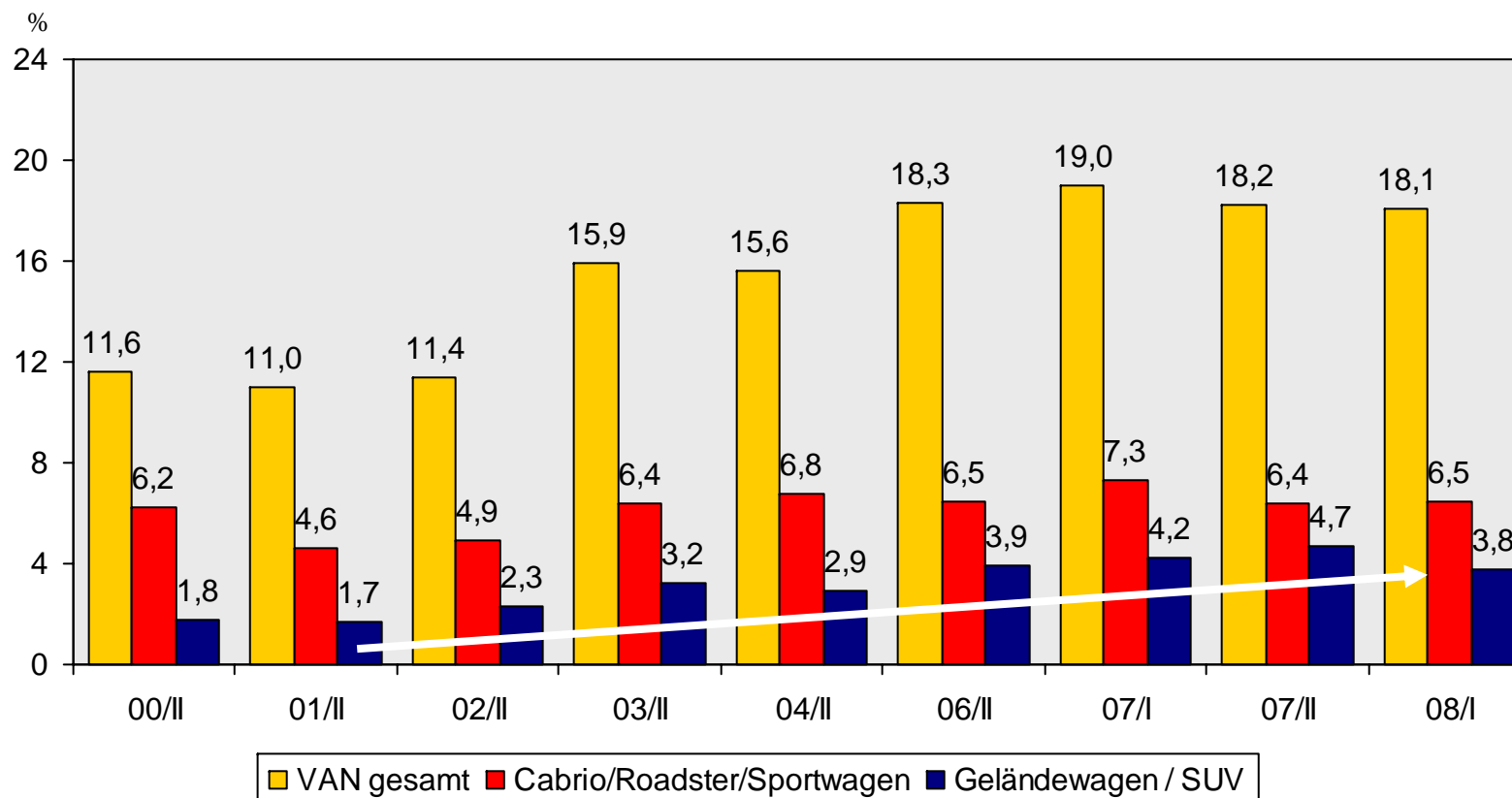
„Würde ich mir zur Zeit kaufen“



CAR-CONCEPTS

„Würde ich mir zur Zeit kaufen“

SUV/Geländewagen erstmals rückläufig



Reaktionen auf die aktuellen Benzinpreise: 2000 - 2008

Die Benzinpreise beeinflussen das Fahrverhalten

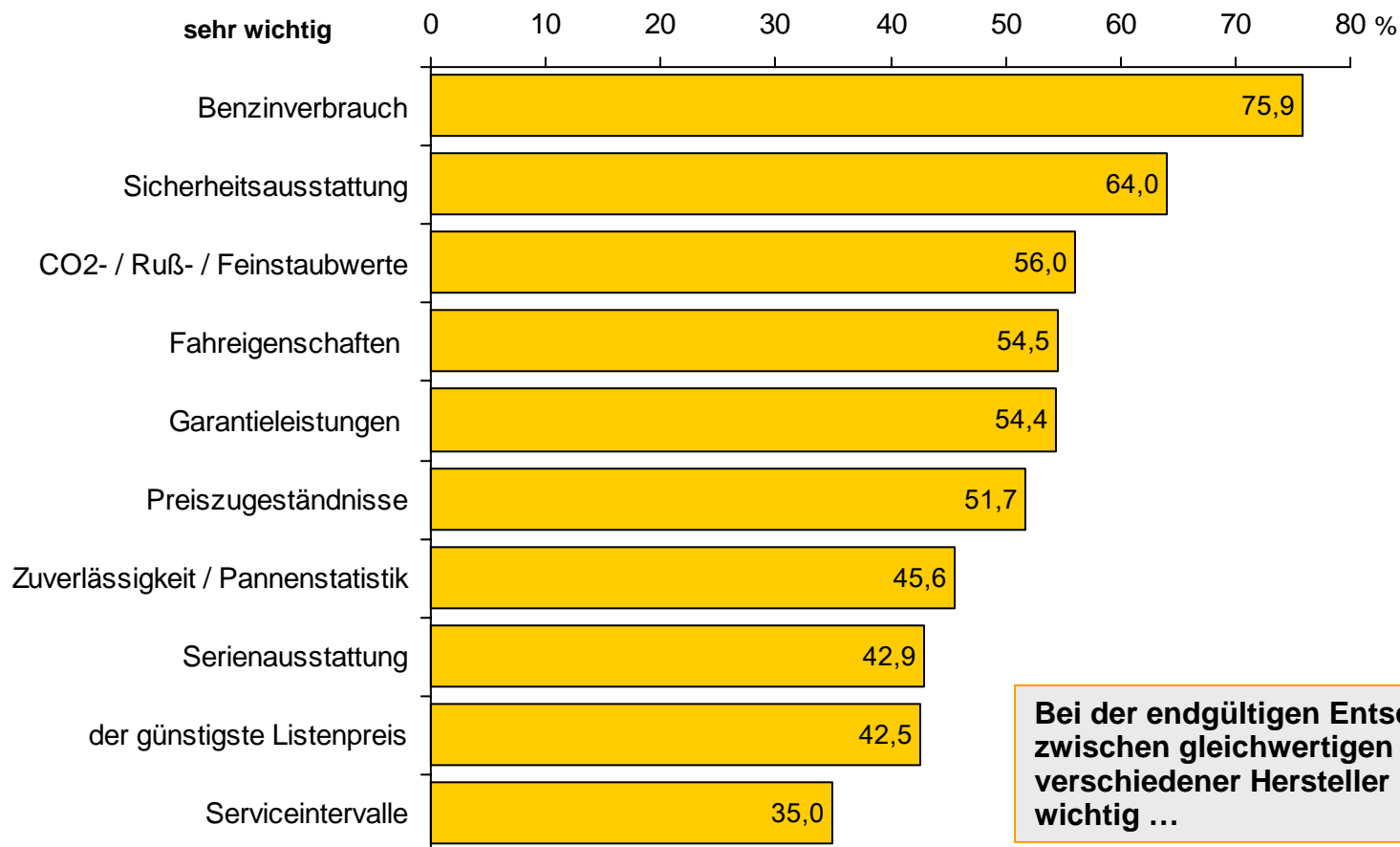
	2008	2005	2000
	%	%	%
Ich nutze mein Auto wie bisher	12,4	34,4	43,6
beim nächsten Auto auf Verbrauch achten	69,3	55,8	47,5
bewusst bei der günstigsten Tankstelle tanken	59,7	64,9	60,9
weniger Autofahren	51,1	37,4	34,2
Spritsparender fahren	46,1	56,6	49,9
beim nächsten Auto einen alternativen Antrieb wählen	18,5		
längere Strecken mit der Bahn fahren	12,6	15,2	10,4
beim nächsten Mal ein kleineres Auto kaufen	10,9		
auf den öffentlichen Nahverkehr umsteigen	9,7	15,3	10,5
beim nächsten Auto einen Motor mit weniger PS wählen	9,6		
Fahrgemeinschaften für Fahrten zum Arbeitsplatz bilden	5,3	14,5	
mein Auto auf Gas umstellen lassen	5,0		
mein Auto abschaffen	2,2	1,3	0,9
mein Auto auf Biodiesel umstellen lassen	0,5		

Entscheidungsgründe im Relevant Set

- Welche Gründe spielen eine Rolle bei der Entscheidung zwischen vergleichbaren Modellen verschiedener Hersteller?
- Vorgabe von 20 Items

Entscheidungsgründe im Relevant Set*

Benzinverbrauch ist das wichtigste Entscheidungskriterium

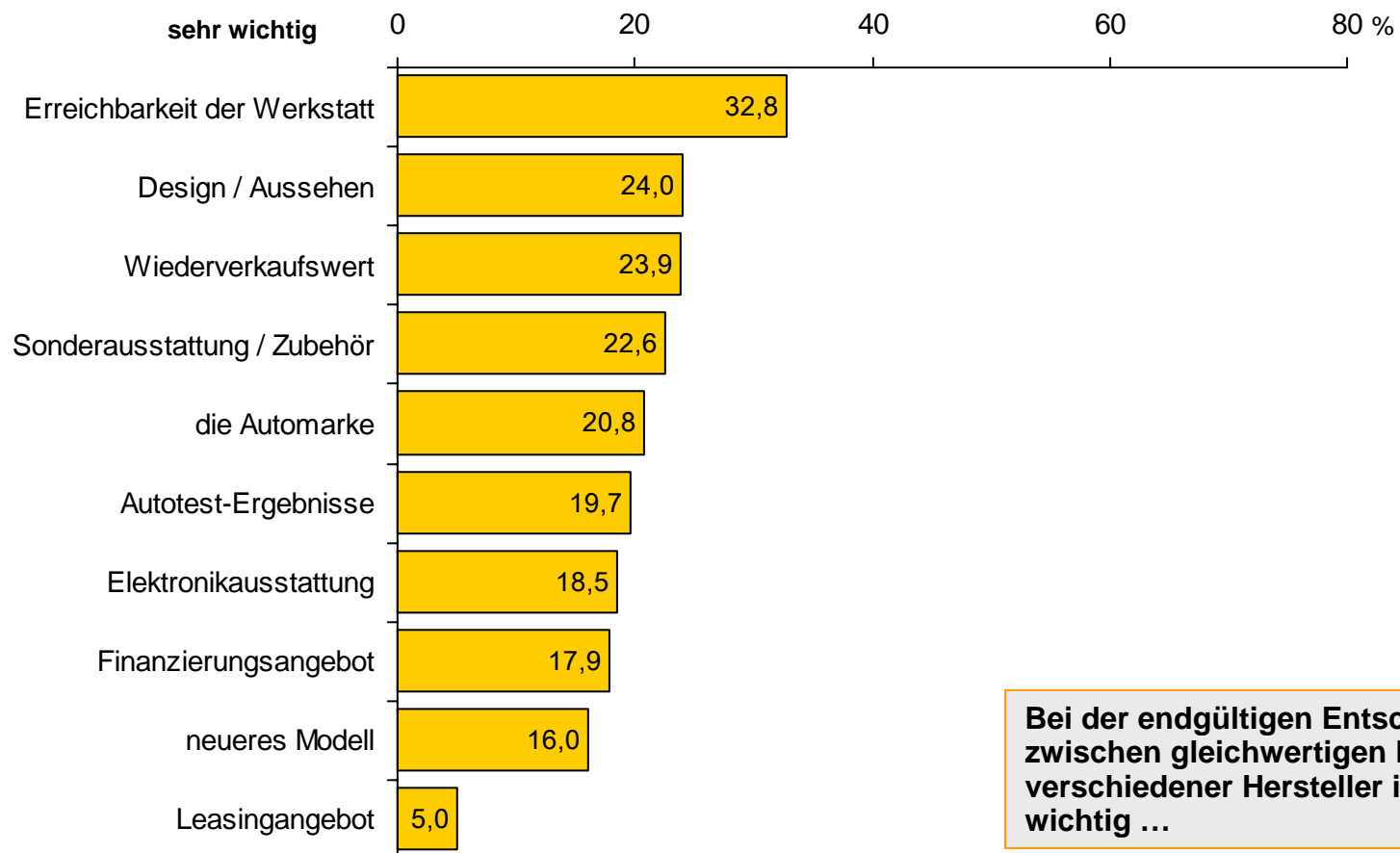


Bei der endgültigen Entscheidung zwischen gleichwertigen Modellen verschiedener Hersteller ist sehr wichtig ...

* Skala 1- 4; Skalenpunkt: sehr wichtig

Entscheidungsgründe im Relevant Set*

Finanzierungs-/Leasingangebote spielen die geringste Rolle



Bei der endgültigen Entscheidung zwischen gleichwertigen Modellen verschiedener Hersteller ist sehr wichtig ...

* Skala 1- 4; Skalenpunkt: sehr wichtig

Entscheidungsgründe im Relevant Set

Entscheidungsprofile nach PKW-Klassen

Entscheidungsgründe Skalenpunkt: sehr wichtig	Käufer eines			
	Kleinst-/ Kleinwagen	untere Mittelklasse	Mittel- klasse	obere /Luxus- klasse
	%	%	%	%
Benzinverbrauch	77,0	75,4	70,9	60,5
Sicherheitsausstattung	58,1	60,6	64,9	58,0
CO2- / Ruß- / Feinstaubwerte	58,3	54,7	51,4	40,0
Fahreigenschaften	45,3	50,5	61,4	55,9
Garantieleistungen	53,9	50,9	53,3	48,0
Preiszugeständnisse	54,2	50,7	47,6	43,2
Zuverlässigkeit / Pannenstatistik	46,2	43,8	42,8	48,6
Serienausstattung	37,1	39,5	46,0	42,1
der günstigste Listenpreis	50,5	40,9	37,6	31,9
Serviceintervalle	34,0	33,0	33,9	31,5
Erreichbarkeit der Werkstatt	36,1	30,6	31,1	27,9
Design / Aussehen	19,2	20,5	27,3	36,6
Wiederverkaufswert	21,5	20,0	28,5	26,9
Sonderausstattung / Zubehör	16,6	21,4	23,2	28,3
die Automarke	17,5	19,2	25,3	30,5
Autotest-Ergebnisse	19,4	17,7	19,9	19,9
Elektronikausstattung	13,1	14,8	22,1	23,9
Finanzierungsangebot	20,1	17,8	13,9	14,4
neueres Modell	12,3	14,7	17,4	21,2
Leasingangebot	4,4	4,3	4,7	7,5

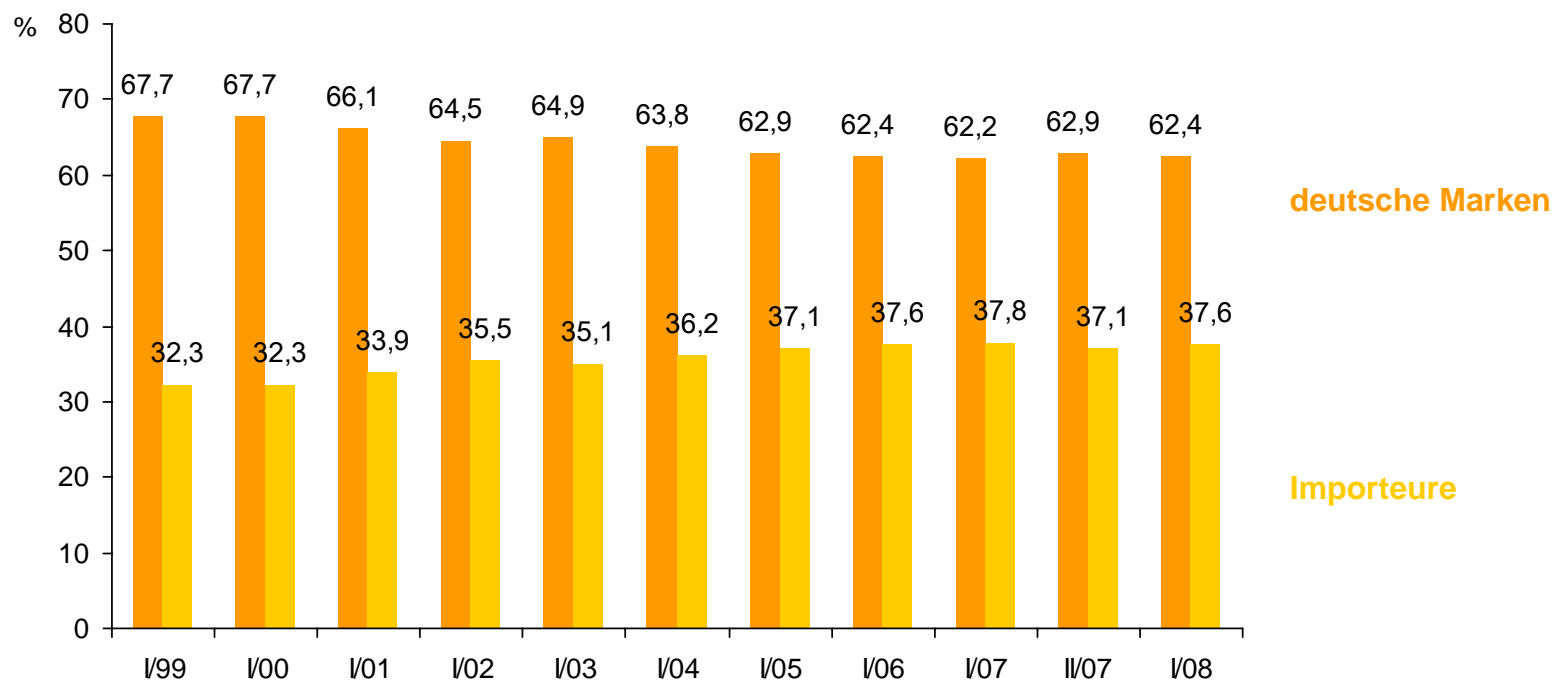
Bei der endgültigen Entscheidung zwischen gleichwertigen Modellen verschiedener Hersteller ist sehr wichtig ...

Marken-/Modellpotenziale

- Kaufpräferenzen
 - relevant set
 - first choice
- nach
 - Marken
 - Modellen

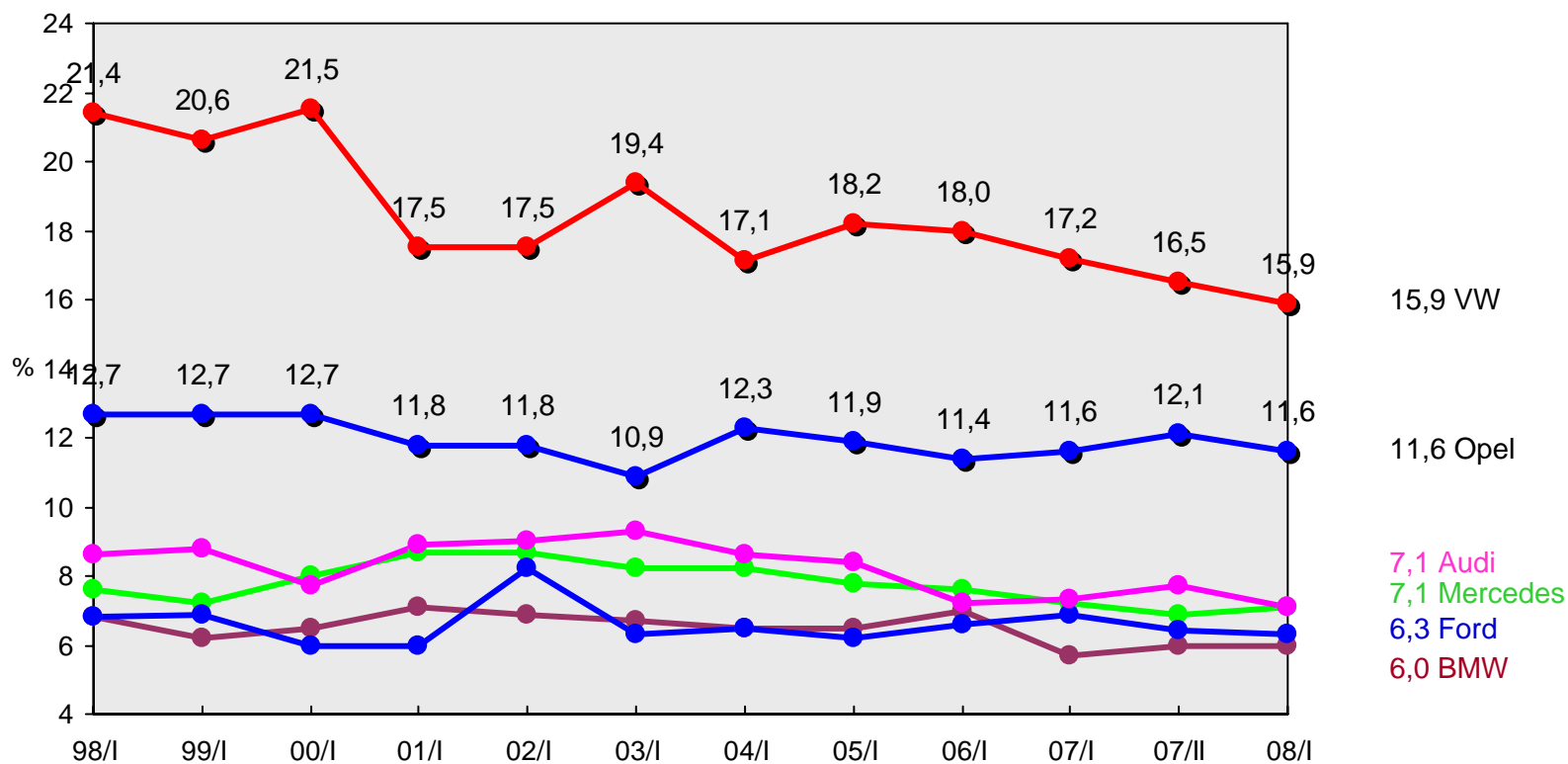
KAUFPRÄFERENZEN NACH HERSTELLERLÄNDERN

Die Importeure können ihren Marktanteil leicht steigern.



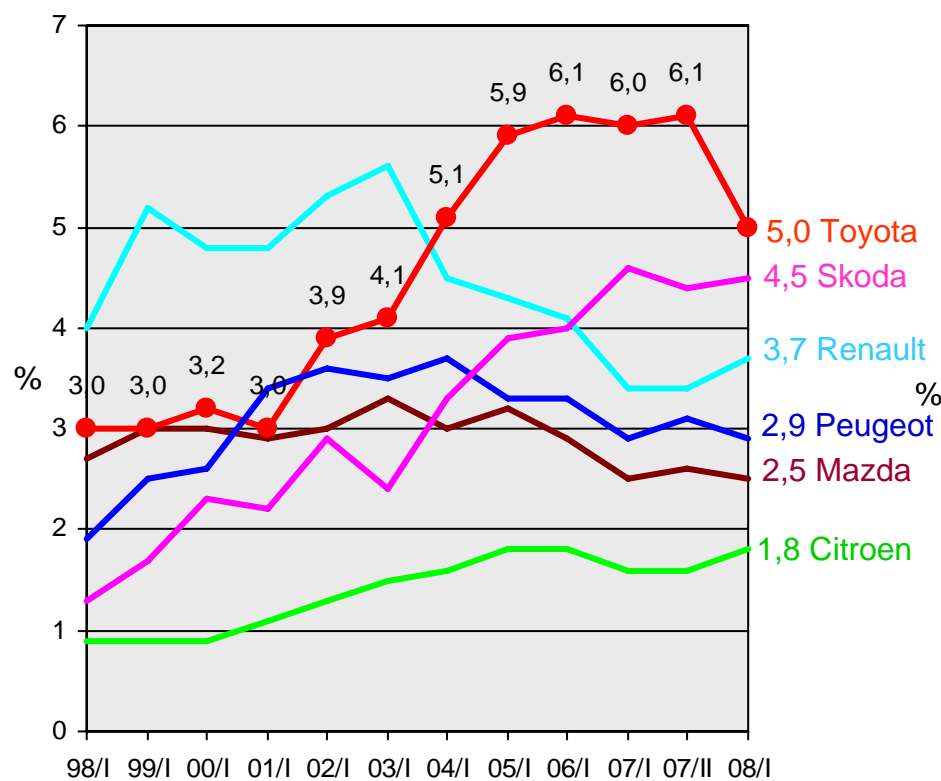
KAUFPRÄFERENZEN DEUTSCHE MARKEN

VW weiterhin auf Platz 1, aber mit kontinuierlichen Verlusten.

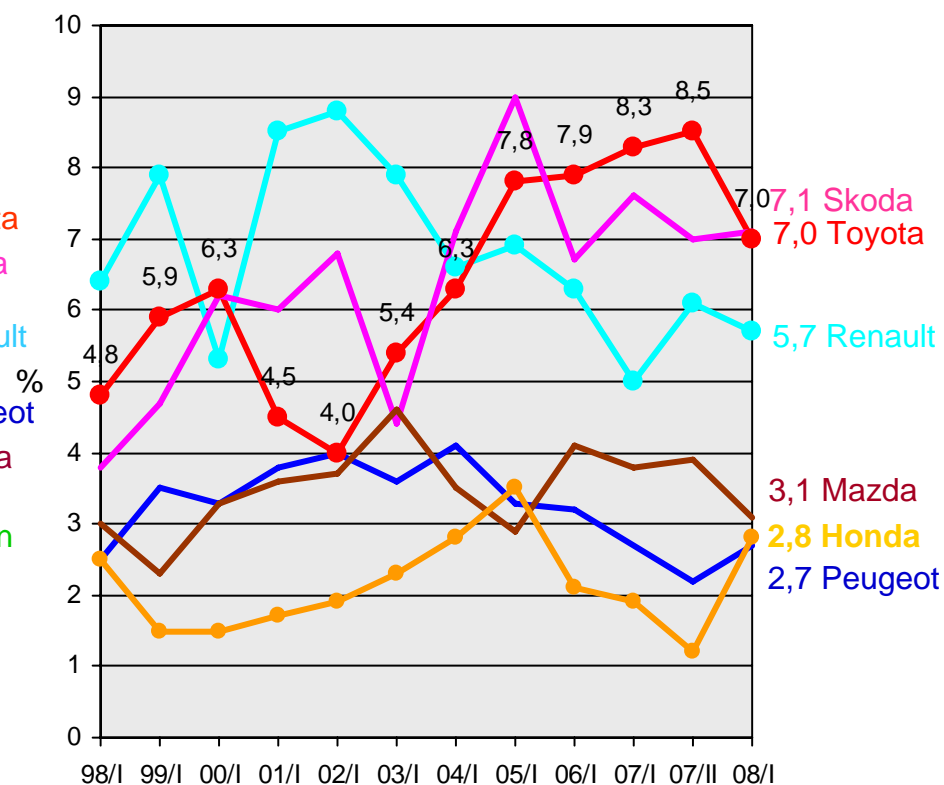


Kaufpräferenzen Importmarken TOP 6 Gesamtdeutschland und neue Bundesländer

Gesamtdeutschland

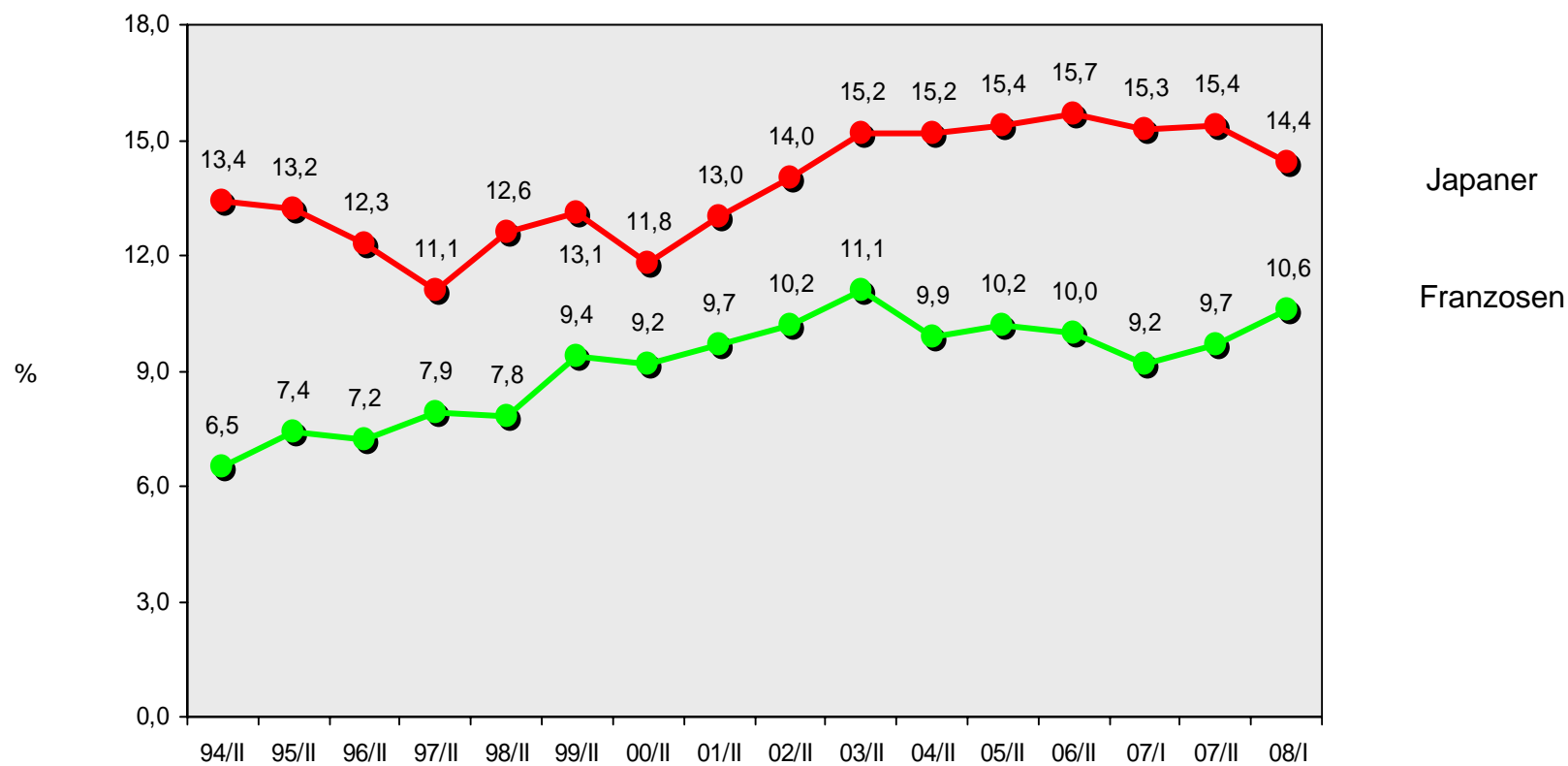


neue Bundesländer



Kaufpräferenzen für Japaner / Franzosen

Japaner verlieren deutlich.



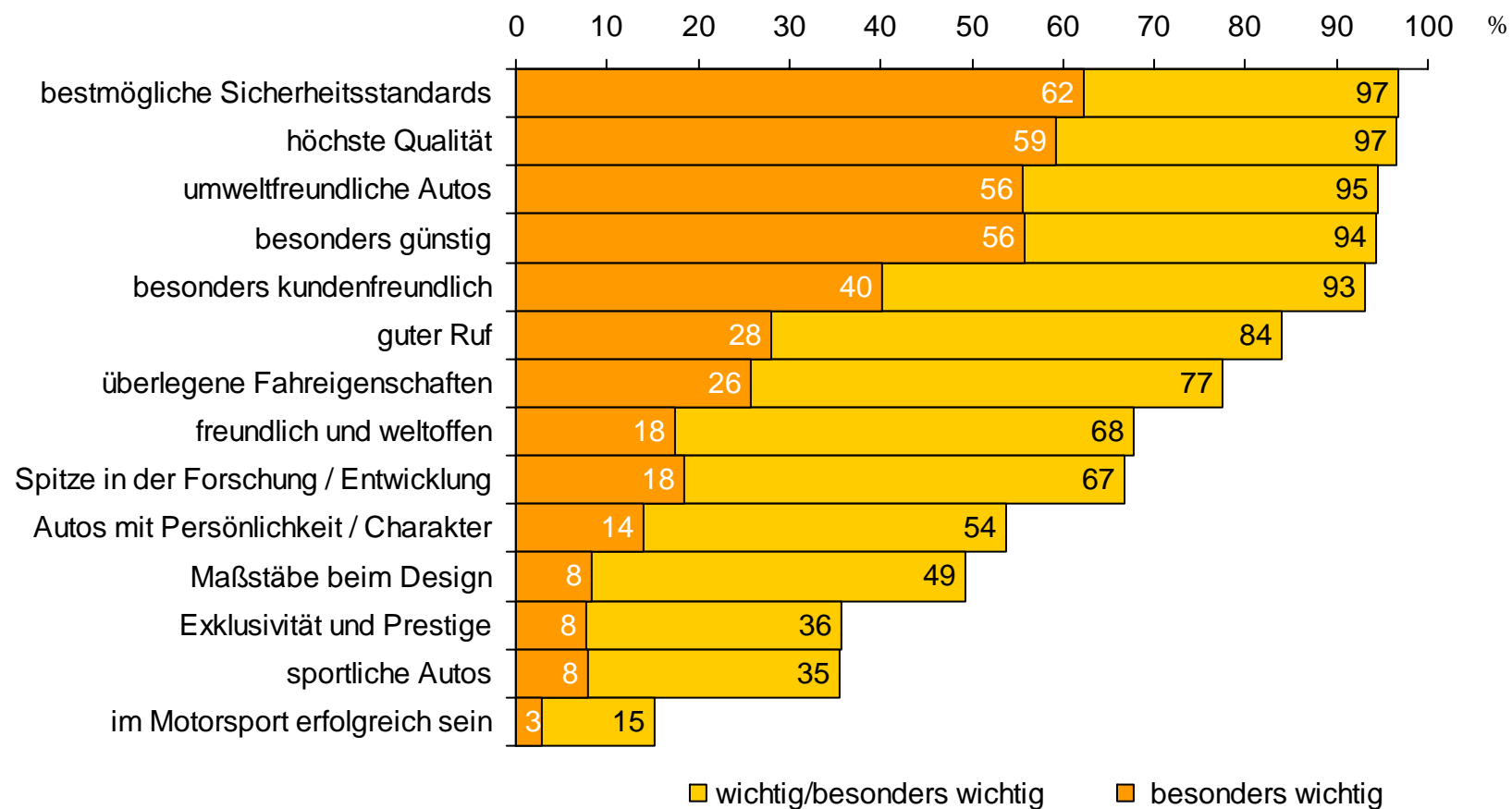
Markenimage 2002 - 2007



Beurteilung der Automarken auf den Items...

- setzt Maßstäbe beim Design
- bietet bestmögliche Sicherheitsstandards
- baut umweltfreundliche Autos
- baut sportliche Autos
- bietet höchste Qualität
- baut Autos mit Persönlichkeit/Charakter
- baut Autos mit überlegenen Fahreigenschaften
- bietet besonders günstiges Preis-/Leistungsverhältnis
- steht bei der Automobilforschung/-entwicklung an der Spitze
- hat einen guten Ruf
- ist besonders kundenfreundlich
- ist freundlich und weltoffen
- bietet Exklusivität und Prestige
- ist im Motorsport erfolgreich

Erwartungen an eine Automarke (2008)



Erwartungen an eine Automarke

Große Konstanz bei den Erwartungen

Anforderungen an Automobilhersteller	2008 %	Rangplatz			
		2008	2006	2004	2002
bestmögliche Sicherheitsstandards bieten	96,7	1	1	1	1
höchste Qualität bieten	96,5	2	2	2	2
umweltfreundliche Autos bauen	94,6	3	3	5	4
besonders günstiges Preis-Leistungs-Verhältnis	94,4	4	4	3	3
besonders kundenfreundlich sein	93,2	5	5	4	5
einen guten Ruf haben	83,9	6	6	6	7
Autos mit überlegenen Fahreigenschaften bauen	77,4	7	7	7	6
freundlich und weltoffen sein	67,8	8	8	8	9
Spitze in der Automobilforschung / -entwicklung sein	66,8	9	9	9	8
Autos mit Persönlichkeit / Charakter bauen	53,7	10	10	10	10
Maßstäbe beim Design setzen	49,3	11	11	11	11
Exklusivität und Prestige bieten	35,6	12	13	13	13
sportliche Autos bauen	35,4	13	12	12	12
im Motorsport erfolgreich sein	15,2	14	14	14	14

Markenimage: gesamt (2008)

Dacia überholt Skoda bei Preis/Leistung

Gesamt	Rang 1	Rang 2	Rang 3	Rang 4	Rang 5
Maßstäbe im Design	BMW	Audi	Mercedes	Porsche	Alfa
höchste Sicherheitsstandards	Mercedes	BMW	Audi	VW	Volvo
umweltfreundliche Autos	VW (2)	Toyota (1)	Opel	Audi	Mercedes (neu)
sportliche Autos	Porsche	BMW	Alfa	Audi	Mercedes
höchste Qualität	Mercedes	BMW	Audi	Porsche	VW
Autos mit Persönlichkeit	Porsche	BMW	Mercedes (4)	Jaguar (3)	Alfa
überlegene Fahreigenschaften	BMW	Mercedes	Audi	Porsche	VW
günstiges Preis-/Leistungsverh.	Dacia (3)	Skoda (1)	Kia (2)	Hyundai (5)	Toyota (4)
Spitze in Forschung/Entwickl.	Mercedes	BMW	Audi	VW	Porsche
guter Ruf	BMW	Audi	Mercedes	VW	Porsche
besonders kundenfreundlich	VW	Opel	Mercedes (neu)	BMW	Audi
welttoffen / freundlich	VW	BMW	Mercedes (4)	Audi (3)	Toyota
Exklusivität und Prestige	Mercedes	Porsche	Jaguar (4)	BMW (3)	Audi
im Motorsport erfolgreich	Mercedes	BMW	Audi	Porsche	Toyota

(Vorjahresrang)

Gesamtimage: Rangplätze 2004 - 2008

BMW seit 2003 auf Platz 1.

Marke	Gesamtpunkte 2008	Rangplatz						
		2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002
BMW	18.074	1	1	1	1	1	2	2
Mercedes	17.770	2	2	2	2	2	1	1
Audi	16.189	3	3	3	3	3	3	3
Porsche	13.259	4	4	4	4	4	4	4
Volkswagen	11.277	5	5	5	5	5	5	5
Toyota	7.101	6	6	6	6	10	11	11
Jaguar	6.746	7	7	7	7	6	7	6
Volvo	6.178	8	8	8	8	7	6	7
Opel	6.058	9	9	10	9	9	8	9
Alfa Romeo	5.796	10	10	9	10	8	9	8
Ford	4.692	11	11	13	12	12	12	10
Renault	4.394	12	12	11	11	11	10	12
Peugeot	3.912	13	13	12	13	13	13	13
Lexus	3.863	14	14	17				
Honda	3.811	15	16	15	15	15	16	16
Mazda	3.757	16	15	14	14	14	14	14
Citroen	3.640	17	17	16	16	18	18	21
Skoda	3.373	18	18	18	17	19	20	19
Mini	3.051	19	19	21	21	20	21	25
Saab	2.721	20	20	19	18	21	19	15

Gesamtimage: Rangplätze 2004 - 2008

Marke	Gesamtpunkte 2008	Rangplatz						
		2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002
Fiat	2.550	21	24	25	27	24	24	23
Land Rover	2.541	22	21	24	24	25	25	24
Mitsubishi	2.488	23	23	22	22	23	22	20
Nissan	2.430	24	25	23	20	22	23	22
Chrysler	2.409	25	22	20	19	16	17	17
Smart	2.372	26	26	26	23	17	15	18
Seat	2.247	27	27	27	25	26	26	26
Chevrolet/Daew	2.070	28	28	28	26	31	31	29
Kia	1.757	29	30	30	29	30	30	33
Hyundai	1.750	30	29	29	30	28	29	30
Dacia	1.663	31	34	36				
Lancia	1.566	32	33	31	31	29	27	27
Suzuki	1.535	33	31	33	33	34	33	32
Subaru	1.519	34	32	32	32	32	32	31
Dodge	1.332	35	35	35				
Daihatsu	1.226	36	36	34	34	33	34	34

Fiat und Dacia können sich verbessern

Werbeakzeptanz

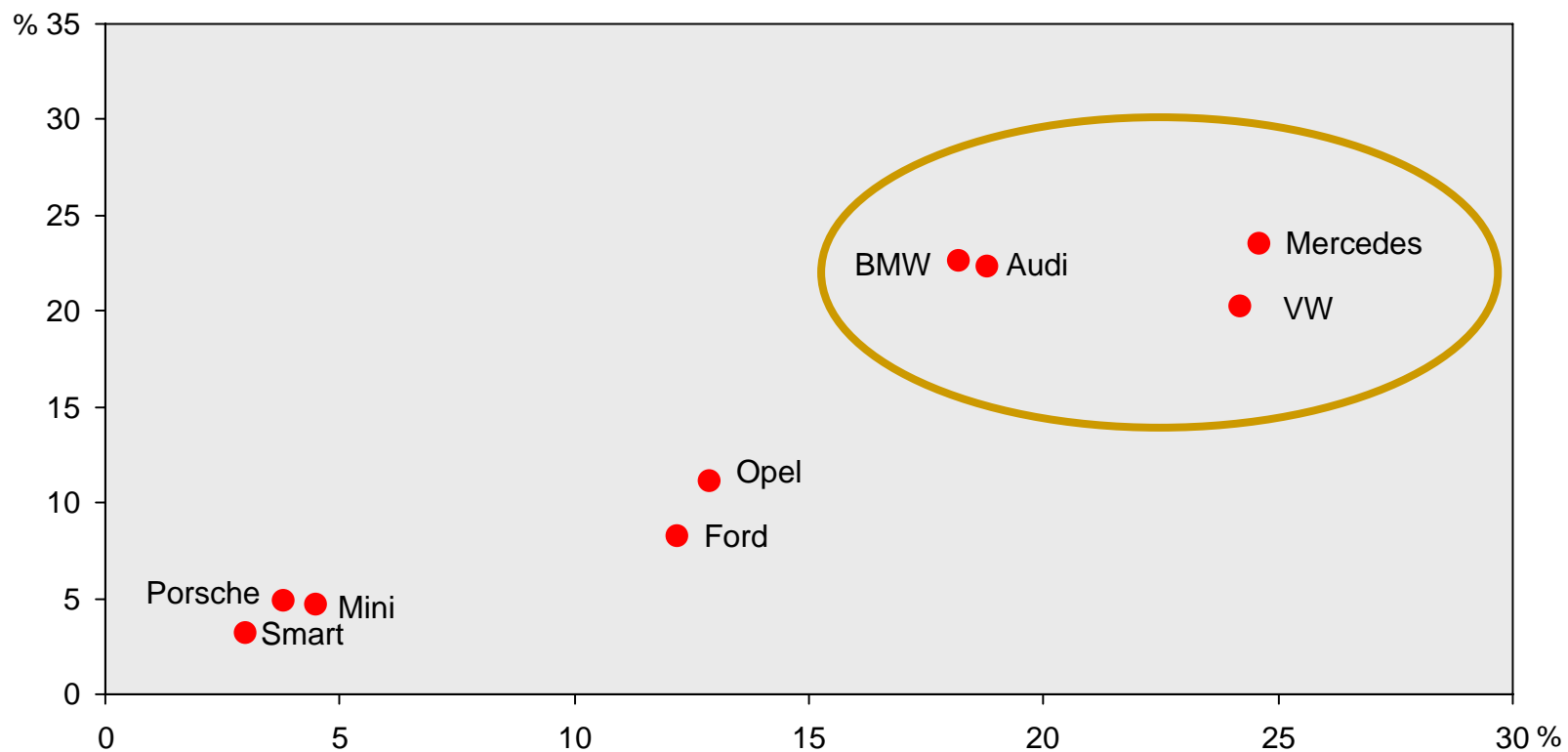
- Beurteilung der Automobilwerbung auf den Items:
 - die Werbung ist mir in letzter Zeit besonders aufgefallen
 - die aktuelle Werbung spricht mich an
 - macht generell gute Werbung
 - die Werbung bietet interessante Informationen
 - hebt sich von üblicher PKW-Werbung ab
 - die Werbung vermittelt einen guten Eindruck vom Auto/der Marke
 - beste Werbung bei den Importmarken
- Anteil der Marken im Share of Mind und Share of Advertising

WERBEPERFORMANCE 2008/I ALLE MARKEN

alle Marken	Rang 1	Rang 2	Rang 3	Rang 4	Rang 5
aufgefallen	Mercedes (2)	VW (1)	Audi	BMW	Opel (n)
ansprechend	Mercedes (2)	VW (1)	Audi	BMW	Opel (n)
generell gut	Mercedes (3)	BMW	Audi (1)	VW	Opel (n)
informativ	VW	Mercedes	BMW	Audi	Opel
hebt sich ab	Mercedes	BMW (5)	Audi	VW	Opel (neu)
guter Eindruck	Mercedes (3)	BMW	Audi (1)	VW	Opel

Werbebeurteilung (2008/I) "generell gut/ist mir in letzter Zeit besonders aufgefallen"

Generell gute Werbung



In letzter Zeit besonders aufgefallen

WERBEPERFORMANCE 05/I - 08/I
Top 10 Rangreihe nach Häufigkeit der Nennungen

gesamt	Gesamtpunkte 2008	Rangplatz						
		08/I	07/II	07/I	06/II	06/I	05/II	05/I
Mercedes	4.010	1	2	2	2	3	4	3
Volkswagen	3.600	2	1	3	3	2	1	2
Audi	3.363	3	3	1	1	1	2	1
BMW	3.298	4	4	4	4	4	3	4
Opel	1.965	5	9	5	5	5	6	5
Toyota	1.621	6	5	7	9	7	5	6
Renault	1.605	7	7	9	8	6	9	10
Ford	1.544	8	10	8	7	10	8	7
Peugeot	1.447	9	8	10	10	9	10	8
Citroen	1.327	10	6	6	6	8	7	9

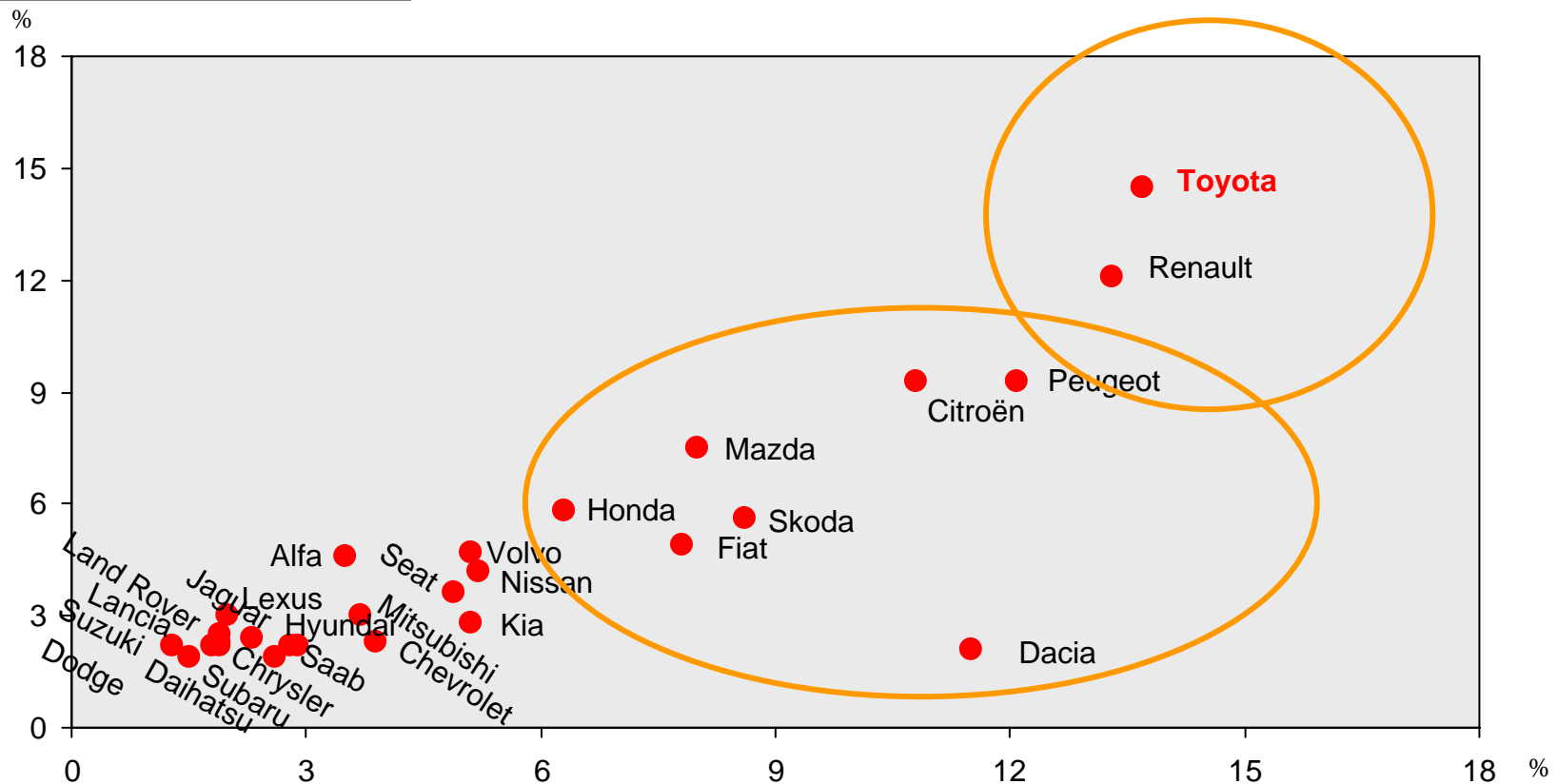
WERBEPERFORMANCE 2008/I IMPORTMARKEN

Importmarken-Käufer

Importmarken	Rang 1	Rang 2	Rang 3	Rang 4	Rang 5
aufgefallen	Toyota (2)	Renault (1)	Peugeot (4)	Dacia (n)	Citroen (3)
ansprechend	Peugeot	Toyota	Citroen (4)	Renault (3)	Mazda (n)
generell gut	Toyota	Renault	Citroen (4)	Peugeot (3)	Mazda
informativ	Renault	Toyota (3)	Skoda (5)	Citroen (n)	Peugeot (2)
hebt sich ab	Toyota (4)	Citroen (1)	Renault (2)	Peugeot (3)	Mazda (n)
guter Eindruck	Toyota	Renault (3)	Peugeot (2)	Skoda	Mazda (n)
auffallende Importm.	Toyota	Renault	Peugeot	Citroen	Mazda

Werbebeurteilung Importmarken (2008/I) "generell gut/ist mir in letzter Zeit besonders aufgefallen"

Generell gute Werbung



In letzter Zeit besonders aufgefallen

WERBEPERFORMANCE Importmarken 05/I - 08/I

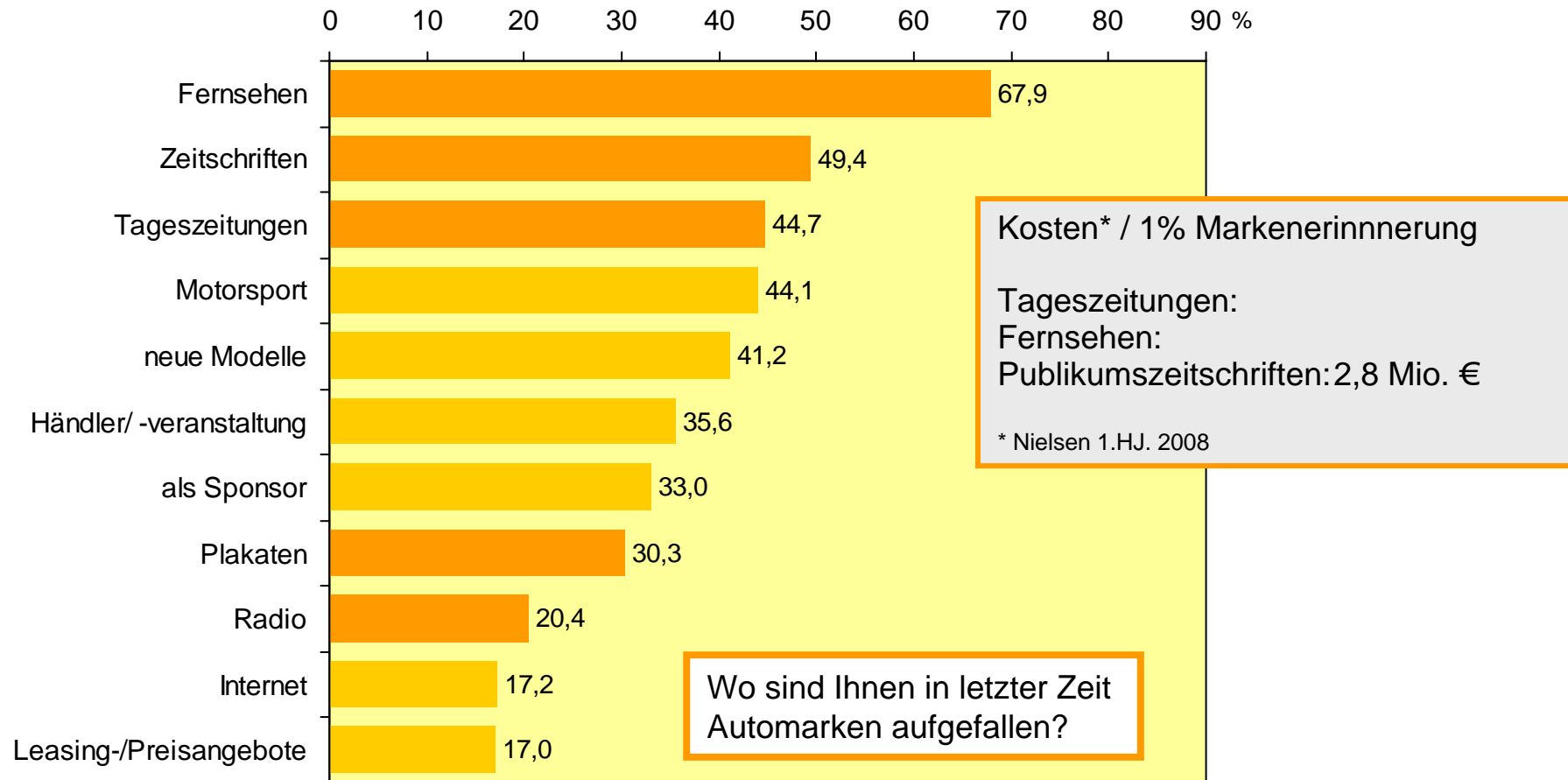
Top 10 Rangreihe nach Häufigkeit der Nennungen

Käufer einer Importmarke	Gesamtpunkte 2008	Rangplatz					
		08/I	07/II	07/I	06/II	06/I	05/II
Toyota	903	1	1	1	1	2	1
Renault	776	2	2	3	3	1	3
Peugeot	663	3	3	4	4	4	5
Citroen	635	4	4	2	2	3	2
Mazda	493	5	6	6	5	5	4
Skoda	450	6	5	5	6	10	9
Dacia	378	7	13	18	16		
Honda	375	8	10	7	7	7	7
Volvo	347	9	7	8	9	6	8
Fiat	325	10	8	10	11	12	10

Medien und Marken

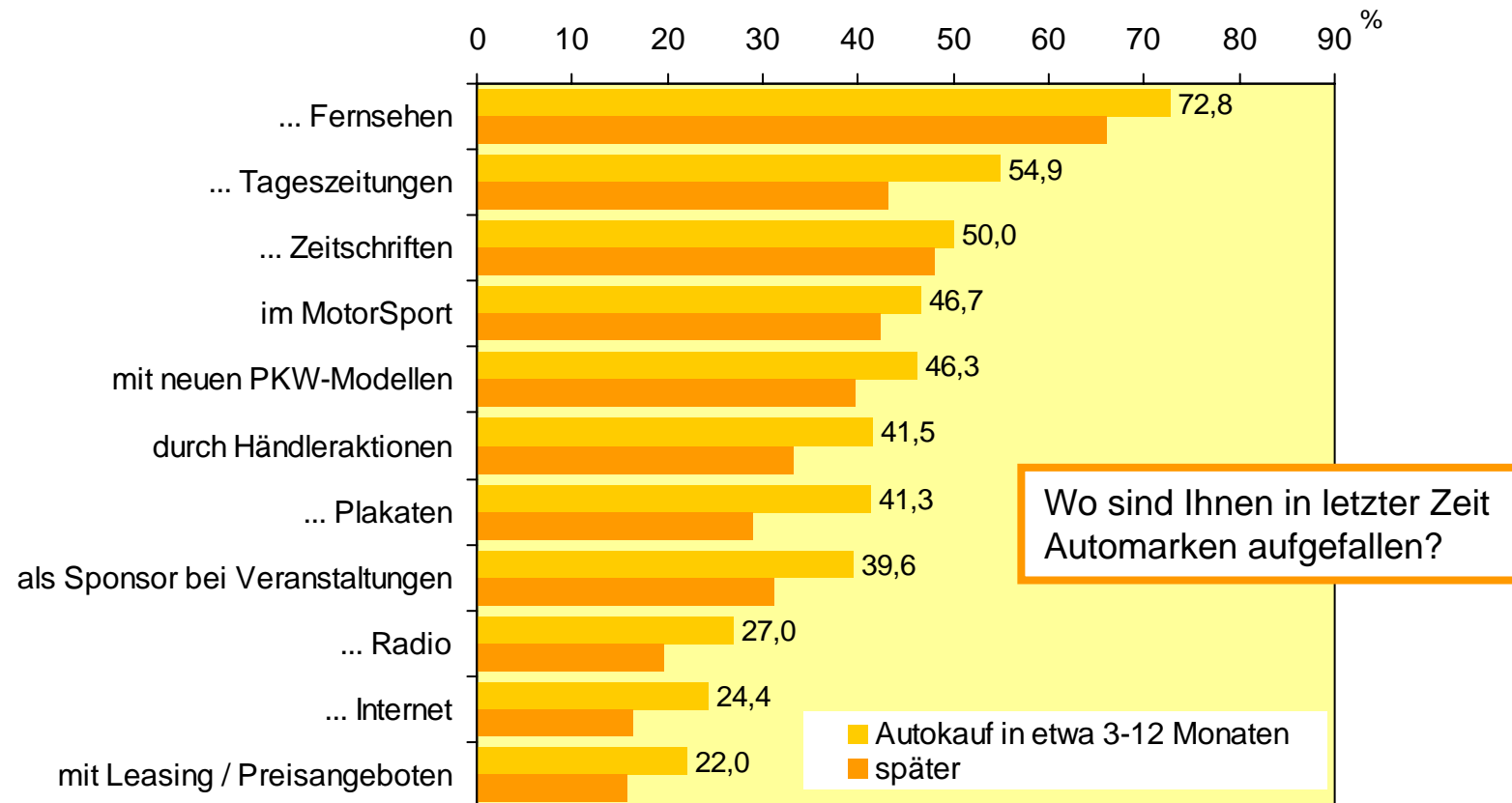
- Markenerinnerung nach Medien
 - klassische Medien
 - Internet
 - Sponsoring
 - Motorsport
 - neue Modelle
 - Händleraktionen
 - Leasing-/Preisangebote
- Markenprofile

Kommunikationsprofil der Automobilmarken TV dominiert die Markenwahrnehmung



Kommunikationsprofil der Automobilmarken

Die Markenwahrnehmung steigt deutlich im Planungsprozess



Markenpräsenz nach Medien 2008

Medien	Gesamt %	1. Platz	2. Platz	3. Platz	4. Platz	5. Platz
gesamt	100	Mercedes	BMW	Audi	VW	Opel
klass. Medien	76,3	Mercedes	VW	BMW	Audi	Opel
<i>Fernsehen</i>	67,9	Mercedes	VW	Audi	BMW	Opel
<i>Publikumszeitschriften</i>	49,4	Mercedes	BMW	Audi	VW	Opel
<i>Tageszeitungen</i>	44,7	VW	Mercedes	Audi	BMW	Opel
<i>Plakat</i>	30,3	VW	BMW	Mercedes	Audi	Opel
<i>Hörfunk</i>	20,4	Opel	Mercedes	VW	BMW	Ford
Internet	17,2	Audi	BMW	Mercedes	VW	Opel
Motorsport	44,1	Mercedes	BMW	Audi	Porsche	Toyota
neue Modelle im Straßenverkehr	41,2	Audi	Mercedes	VW	BMW	Ford
Händleraktionen	35,6	VW	Opel	Audi	Ford	Mercedes
Sponsoring	33,0	Mercedes	Audi	BMW	VW	Opel
Leasing-/Preisangebote	17,0	Opel	VW	Ford	BMW	Renault

Markenpräsenz nach Medien 2008

Importmarken (Importmarkenkäufer)

Medien	Gesamt %	1. Platz	2. Platz	3. Platz	4. Platz	5. Platz
gesamt	100	Toyota	Renault	Citroen	Peugeot	Skoda
klass. Medien	81,4	Renault	Toyota	Peugeot	Citroen	Fiat
<i>Fernsehen</i>	73,8	Renault	Toyota	Citroen	Peugeot	Mazda
<i>Publikumszeitschriften</i>	50,9	Toyota	Renault	Skoda	Peugeot	Citroen
<i>Tageszeitungen</i>	46,2	Renault	Citroen	Toyota	Skoda	Peugeot
<i>Plakat</i>	31,6	Dacia	Toyota	Mazda	Skoda	Peugeot
<i>Hörfunk</i>	23,2	Toyota	Citroen	Dacia	Fiat	Skoda
Internet	18,5	Skoda	Fiat	Mazda	Peugeot	Toyota
Motorsport	44,1	Toyota	Renault	Honda	Fiat	Mitsubishi
neue Modelle im Straßenverkehr	43,4	Dacia	Toyota	Renault	Peugeot	Citroen
Händleraktionen	39,1	Renault	Toyota	Mazda	Citroen	Skoda
Sponsoring	33,0	Toyota	Kia	Hyundai	Skoda	Honda
Leasing-/Preisangebote	17,7	Renault	Toyota	Citroen	Fiat	Peugeot

Daily Talk

- Auto relevante Themen

Meinungen zur ADAC motorwelt

Glaubwürdigkeit, Interesse, Aktualität

Das sagen die Leser zur ADAC motorwelt

%

Informationskompetenz

besonders glaubwürdige Tests	77,8
In jeder Ausgabe finde ich interessante Berichte/Informationen	72,4
Die ADAC motorwelt ist meine wichtigste Informationsquelle zum Thema Autotests / Autofahren	58,0
Informationen über Autos / Automarken, die ich nirgendwo anders finden kann	47,9

Vertrautheit

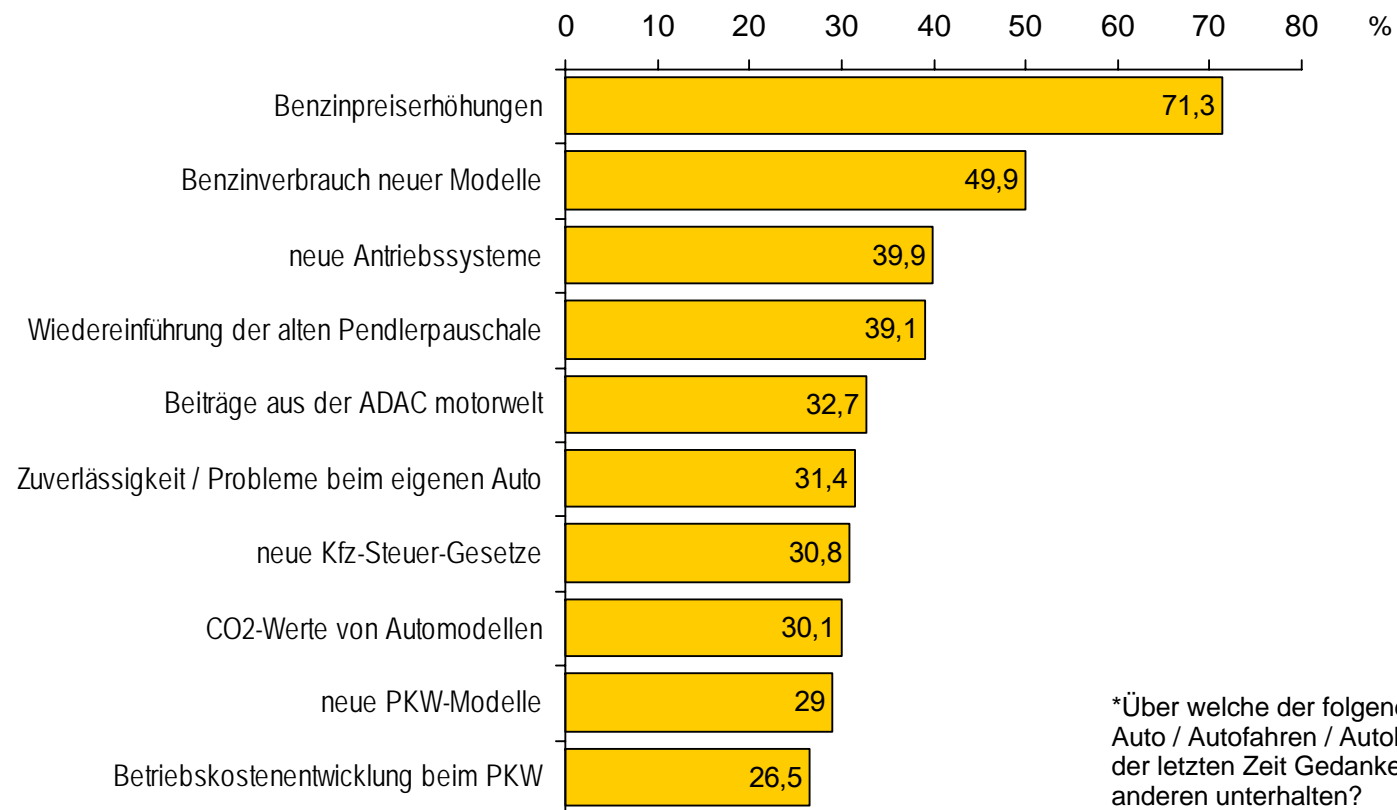
Ich lese jede Ausgabe komplett / alles was mich interessiert	75,0
Die Meinung des ADAC ist mir wichtig	64,7

Aktualität

Durch die Autotests / Autoberichte bin ich immer aktuell informiert	67,1
Tests / Berichte aus der ADAC motorwelt eine kompetente Informationsquelle bei Gesprächen	57,7

Daily Talk* der deutschen Autofahrer

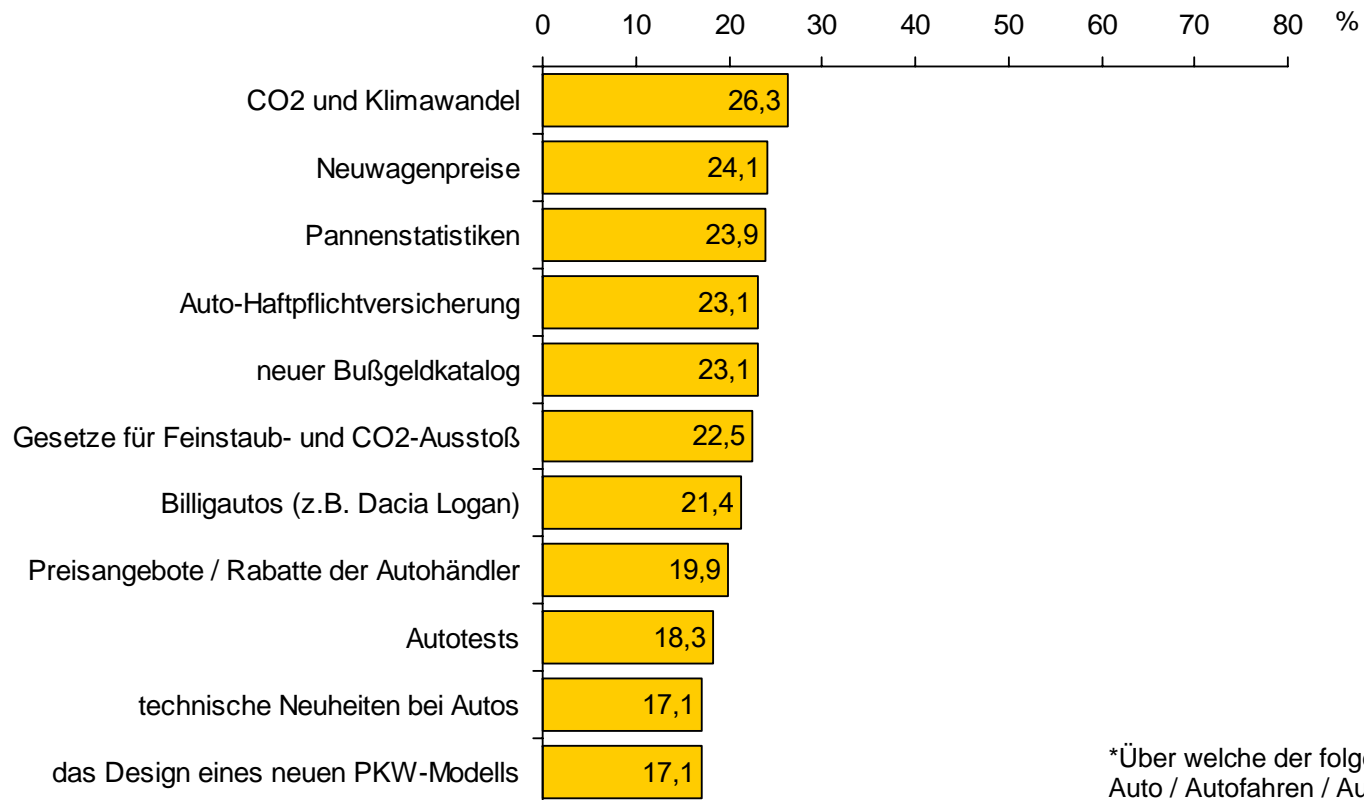
TOP 10 Themen im Juli
Benzinpreise dominierendes Thema



*Über welche der folgenden Themen rund ums Auto / Autofahren / Autokauf / haben Sie sich in der letzten Zeit Gedanken gemacht oder mit anderen unterhalten?

Daily Talk* der deutschen Autofahrer - 2 -

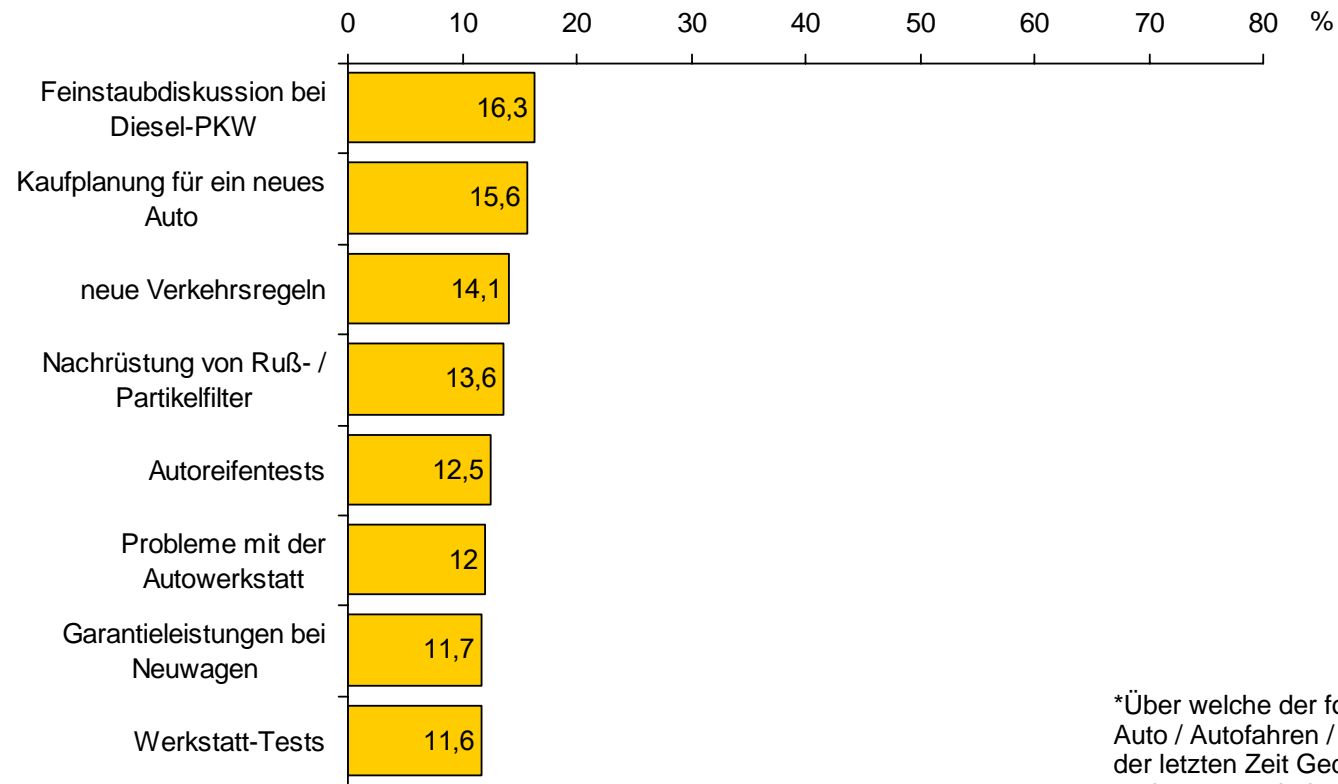
Themen im Juli



*Über welche der folgenden Themen rund ums Auto / Autofahren / Autokauf / haben Sie sich in der letzten Zeit Gedanken gemacht oder mit anderen unterhalten?

Daily Talk* der deutschen Autofahrer - 3 -

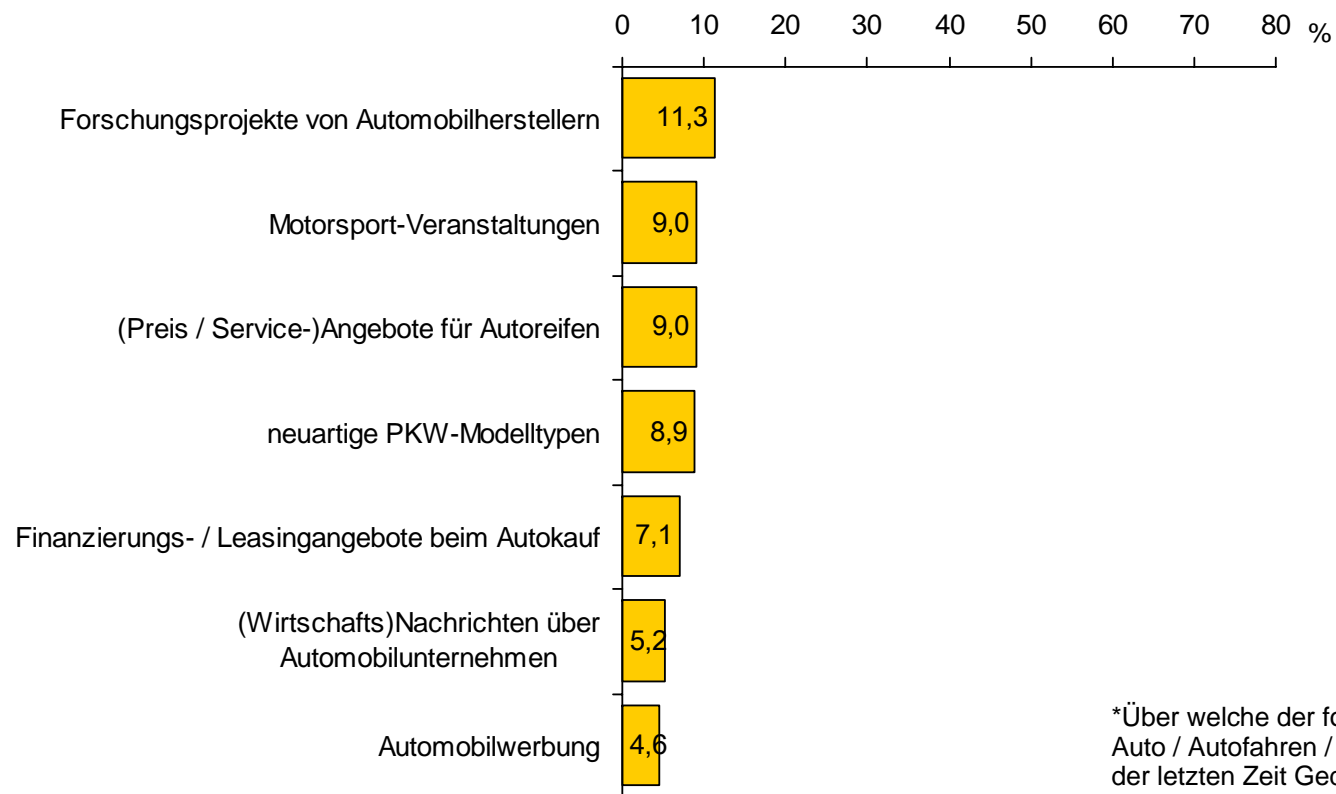
Themen im Juli



*Über welche der folgenden Themen rund ums Auto / Autofahren / Autokauf / haben Sie sich in der letzten Zeit Gedanken gemacht oder mit anderen unterhalten?

Daily Talk* der deutschen Autofahrer - 4 -

Themen im Juli



*Über welche der folgenden Themen rund ums Auto / Autofahren / Autokauf / haben Sie sich in der letzten Zeit Gedanken gemacht oder mit anderen unterhalten?

Daily Talk* der deutschen Autofahrer

TOP 10 Themen im Juli
Benzinpreise gewinnen weiter an Bedeutung

Top 10 Themen 2008	'7/08 %	'12/07 %	Index 2007 =100
Benzinpreiserhöhungen	71,3	62,5	114
Benzinverbrauch neuer Modelle	49,9	46,1	108
neue Antriebssysteme	39,9	30,9	129
Wiedereinführung der alten Pendlerpauschale	39,1	23,0	170
Beiträge aus der ADAC motorwelt	32,7	32,8	100
Zuverlässigkeit / Probleme beim eigenen Auto	31,4	33,0	95
neue Kfz-Steuer-Gesetze	30,8		
CO2-Werte von Automodellen	30,1	25,6	118
neue PKW-Modelle	29,0	31,1	93
Betriebskostenentwicklung beim PKW	26,5	24,1	110

*Über welche der folgenden Themen rund ums Auto / Autofahren / Autokauf / haben Sie sich in der letzten Zeit Gedanken gemacht oder mit anderen unterhalten?

Daily Talk* der deutschen Autofahrer

Themen im Juli

CO2 und Billigauto stärker im Gespräch

Themen 2008	'7/08 %	'12/07 %	Index 2007 =100
CO2 und Klimawandel	26,3	22,8	115
Neuwagenpreise	24,1	25,1	96
Pannenstatistiken	23,9	22,6	106
Auto-Haftpflichtversicherung	23,1	35,8	65
neuer Bußgeldkatalog	23,1	12,3	188
Gesetze für Feinstaub- und CO2-Ausstoß bei PKW	22,5	24,9	90
Billigautos (z.B. Dacia Logan)	21,4	11,4	188
Preisangebote / Rabatte der Autohändler	19,9	23,5	85
Autotests	18,3	22,9	80
technische Neuheiten bei Autos	17,1	22,4	76
das Design eines neuen PKW-Modells	17,1	19,2	89

*Über welche der folgenden Themen rund ums Auto / Autofahren / Autokauf / haben Sie sich in der letzten Zeit Gedanken gemacht oder mit anderen unterhalten?

Daily Talk* der deutschen Autofahrer

Themen im Juli

Themen 2008	'7/08 %	'12/07 %	Index 2007 =100
Feinstaubdiskussion bei Diesel-PKW	16,3	16,2	101
Kaufplanung für ein neues Auto	15,6	11,2	139
neue Verkehrsregeln	14,1	11,2	126
Nachrüstung von Ruß- / Partikelfilter	13,6	15,5	88
Autoreifentests	12,5	17,7	71
Probleme mit der Autowerkstatt	12,0	9,2	130
Garantieleistungen bei Neuwagen	11,7	12,3	95
Werkstatt-Tests	11,6	14,4	81
Forschungsprojekte von Automobilherstellern	11,3	8,7	130
Motorsport-Veranstaltungen	9,0	4,3	209
(Preis / Service-)Angebote für Autoreifen	9,0	12,2	74
neuartige PKW-Modelltypen	8,9	10,0	89
Finanzierungs- / Leasingangebote	7,1	7,7	92
(Wirtschafts)Nachrichten über Automobilunternehmen	5,2	5,6	93
Automobilwerbung	4,6	5,9	78

*Über welche der folgenden Themen rund ums Auto / Autofahren / Autokauf / haben Sie sich in der letzten Zeit Gedanken gemacht oder mit anderen unterhalten?

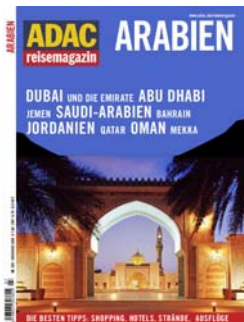
Die Bestseller aus dem ADAC Verlag



ADAC motorwelt
Leser:
18,5 Mio.
Auflage:
13,8 Mio.



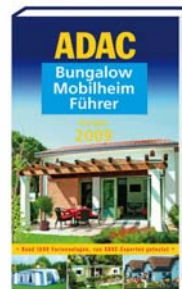
ADAC freizeitmobil
Auflage:
475.000 Ex.



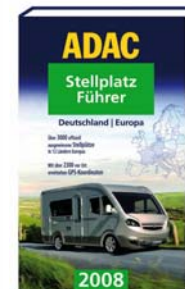
ADAC reise magazin
Leser:
3,4 Mio.
Auflage:
160.000 Ex.



ADAC CCF
Auflage:
Süd: 130.000 Ex.
Nord: 115.000 Ex.



ADAC BMF
Auflage: **je 40.000 Ex**



ADAC Stplf



ADAC Skiguide
Auflage
50.000 Ex.



Auflage: **je 10.000 Ex.**



Auflage: **90.000 Ex.**

Ihre Ansprechpartner in den Verlagsbüros und der Anzeigenabteilung im ADAC Verlag

Nielsen I

Verlagsservice Rüdiger Ritschel
Nicole Simons
Fontenay 1c
20354 Hamburg
Telefon (0 40) 22 72 25-0
Telefax (0 40) 22 72 25-10
E-Mail: info@vsritschel.de

Nielsen II

imedia Medienvertretungs GmbH
Friedrich Sülteimer/Margarete Neumann
Bastionstr. 6a
40213 Düsseldorf
Telefon (02 11) 8 62 99 70
Telefax (02 11) 13 24 10
E-Mail: adac@imedia-net.de

Nielsen IIIa

Armin Müller-Merkert Medienservice
Armin Müller-Merkert
Finkenhofstr. 27
60322 Frankfurt
Telefon (0 69) 59 06 74
Telefax (0 69) 59 63 20 9
E-Mail: mueller-merkert@t-online.de

Frankreich

Leadermedia
Pierre-André Obé
125 avenue des Champs Elysées
75008 Paris
Telefon (1) 53 57 69 13
Telefax (1) 53 57 69 15
E-Mail: p.obe@leadermedia.fr

Nielsen IIIb

Rainer Kölln Medienservice GmbH
Rainer Kölln
Weinbergweg 3
70825 Korntal-Münchingen
Telefon (07 11) 83 99 77-0
Telefax (07 11) 83 99 77-55
E-Mail: koelln.medienservice@web.de

Nielsen IV

Horst Decker Mediaservice GmbH
Patrick Kittler
Hanauer Str. 58
80992 München
Telefon (0 89) 15 50 51
Telefax (0 89) 15 44 88
E-Mail: info@decker-services.de

Nielsen V - VII

Verlagsservice Rüdiger Ritschel
Nicole Simons
Fontenay 1c
20354 Hamburg
Telefon (0 40) 22 72 25-0
Telefax (0 40) 22 72 25-10
E-Mail: info@vsritschel.de

USA

Publicitas North America Inc
330 Seventh Avenue,
5th Floor
USA-New York, N.Y. 10001
Telefon +1 (212) 5 99 50 57
Telefax +1 (212) 5 99 82 98
E-Mail: ppp-newyork@publicitas.com

Geschäftsführung

Dr. Carsten C. Hübner
Telefon (0 89) 76 76 2320

**Verkaufsleitung
Markenartikel**

Ulrich Weise
Telefon (0 89) 76 76 60 40
E-Mail: ulrich.weise@adac.de

**Verkaufsleitung Touristik
und Dienstleistungen**

Harald Huber
Telefon (0 89) 76 76 60 52
E-Mail:
harald.huber@adac.de

Leitung Anzeigenabwicklung

Hannelore Stadler
Telefon (0 89) 76 76 62 12
E-
Mail: hannelore.stadler@adac.de
Lutz Sonntag
Telefon (0 89) 76 76 62 41
E-Mail: lutz.sonntag@adac.de

Gesamt-Anzeigenleitung

Ulrich Witt
Telefon (0 89) 76 76 47 13
E-Mail: ulrich.witt@adac.de

**Leiter Anzeigenverkauf
Verkaufsleitung Kfz-Bereich**

Josef Eisenberger
Telefon (0 89) 76 76 60 35
E-Mail: josef.eisenberger@adac.de

Leiter Anzeigenmarketing

Christian Krause
Telefon (0 89) 76 76 60 55
E-Mail: christian.krause@adac.de