



–4%

#### Minus in Europa

Im Jänner und Februar ging die Zahl der Neuzulassungen europaweit um drei Prozent zurück, im März verstärkte sich das Minus auf vier Prozent.

Vor diesem Hintergrund rechnet Schwartz nicht mit einer echten Erholung des Marktes in den kommenden Monaten: „Der Trend zeigt klar nach unten, die Risiken steigen. Positive Impulse – etwa eine Einigung im chinesisch-amerikanischen Handelsstreit oder ein Brexit-Deal – sind derzeit eher unwahrscheinlich.“

#### Probleme für den Diesel

Besonders stark wirkt sich der aktuelle Abwärtstrend auf Dieselmodelle aus: Die Neuzulassungen von Diesel-Pkw in den fünf größten EU-Märkten (Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Italien und Spanien) sanken im März und im ersten Quartal um 17 Prozent. In Österreich ging der Absatz von Selbstzündern um 16 Prozent (im März) bzw. um 17 Prozent (im ersten Quartal) zurück.

Der Diesel-Marktanteil schrumpfte in den fünf größten Absatzmärkten im März folgedessen gegenüber dem Vorjahresmonat um 5,2 Prozent, wobei die Entwicklung von Land zu Land stark differierte: In

Deutschland stieg der Marktanteil – zum dritten Mal in Folge – um einen Prozentpunkt, während er in Frankreich und Großbritannien um jeweils etwa sechs Prozent sank. In Italien und Spanien zeigt der Trend hingegen deutlich nach unten: In beiden Ländern lagen die Marktanteilsverluste bei etwa neun Prozentpunkten, in Österreich ging der Marktanteil um 2,6 Prozent zurück.

#### E-Autos immer beliebter

Zuwächse gab es im März hingegen bei den Elektroautos (einschließlich Plug-in-Hybriden). Nachdem das Plus im Februar in den Top-5-Märkten noch bei 35 Prozent gelegen war, stieg der Absatz nun um 15 Prozent. Hohe Zuwachsraten waren vor allem in Österreich und Deutschland zu verzeichnen (plus 49 bzw. 42 Prozent), in Italien stieg der Absatz um fünf Prozent, in Großbritannien sank er um fünf Prozent.

„Der Durchbruch der Elektromobilität ist noch lange nicht Realität wie wir sehen aber, dass attraktive neue Elektrofahrzeuge

durchaus das Zeug haben, hohe Verkaufszahlen zu erzielen und nennenswerte Marktanteile einzufahren“, so Schwartz.

„Noch ist die Zahl verfügbarer Modelle sehr gering. Im Lauf dieses und des kommenden Jahres werden allerdings zahlreiche interessante E-Autos auf den Markt kommen, die das Potenzial haben, für einen spürbaren Schub bei den Absatzzahlen zu sorgen. Dann wird die Elektromobilität endlich die Nische verlassen.“ (red)



Gerhard Schwartz, Partner & Sector Leader Industrial Products bei EY Ö.

© EY Österreich

#### ZULU5-STUDIE

### Autoindustrie hat Werbe-Problem

WIEN. Der Schweizer Technologie-Dienstleister zulu5 hat eine crawler-basierte Technologie entwickelt, die in der Lage ist, digital ausgespielte Werbung zu überwachen: Zulu Black – so der Name des Werbeüberwachungstools – achtet darauf, ob Digitalwerbung auf Websites mit grenzwertigen Inhalten ausgespielt wird, ohne dass die werbetreibenden Unternehmen davon wissen.

#### Autoindustrie holt auf

Für das erste Quartal 2019 wurden mehr als 50.000 Werbeeinblendungen auf Websites mit grenzwertigen Inhalten untersucht. Rund 40 Prozent der registrierten Werbeeinblendungen wurden auf kommerziell schädlichen Websites registriert, also Seiten, die schlichtweg Traffic einkaufen und unerlaubterweise Werbemittel ausspielen. 60 Prozent der Werbeeinblendungen wurden auf Websites mit grenzwertigem Content aufgezeichnet, deren Inhalte für die jeweils beworbenen Marken bedenklich sind: also Pornografie, Rauschmittel, Glücksspiel, Extremismus oder Gewaltverherrlichung.

Im Rahmen der Untersuchung wurde auch erhoben, welche Branchen/Wirtschaftssegmente von der Ausspielung von Werbung auf Websites mit grenzwertigem Content besonders betroffen sind: nämlich Kosmetik, Nahrungsmittel und immer öfter Autos. Die Autoindustrie hat im Vergleich zum Vorjahr zugelegt und liegt etwa bei der ungewollten Ausspielung von Werbung auf Websites mit Gewaltinhalten bereits auf Rang 3. (red)