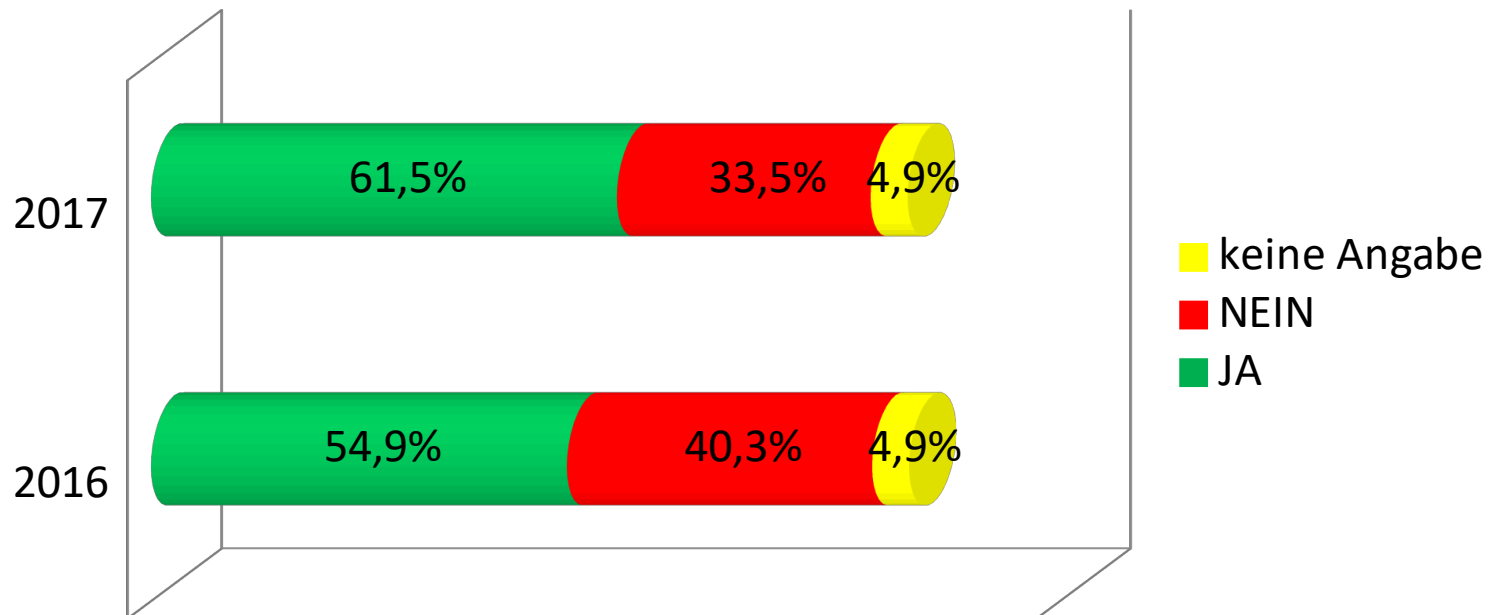


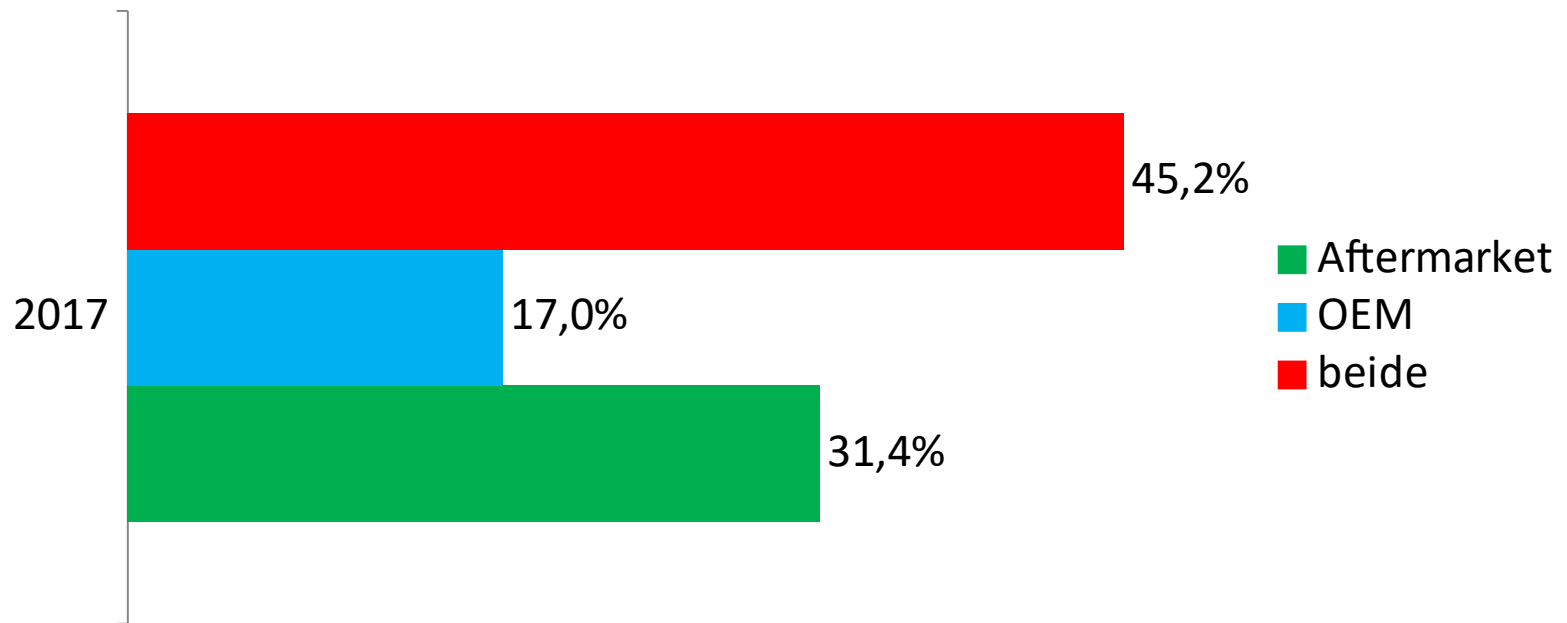
Sportliches Autozubehör liegt weiter im Trend

- Antworten auf die Frage ob das nächste Fahrzeug wieder umgerüstet werden wird



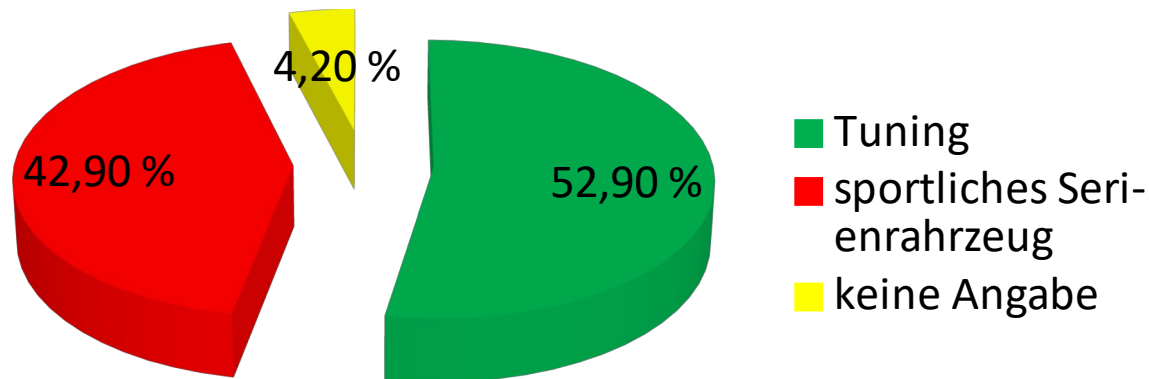
Aftermarkt vs. OEM Zubehör

- der Kunde interessiert sich für beide Anbieter!



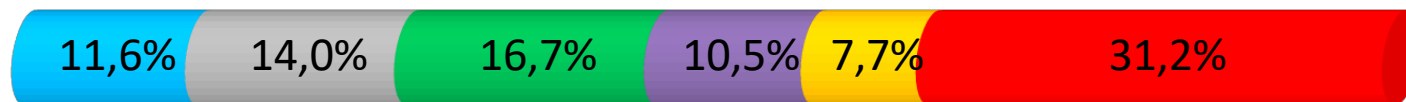
„Kopf an Kopf“

- bei der Frage nach der Entscheidung für ein sportliches Serienfahrzeug oder nachträgliche Veränderungen

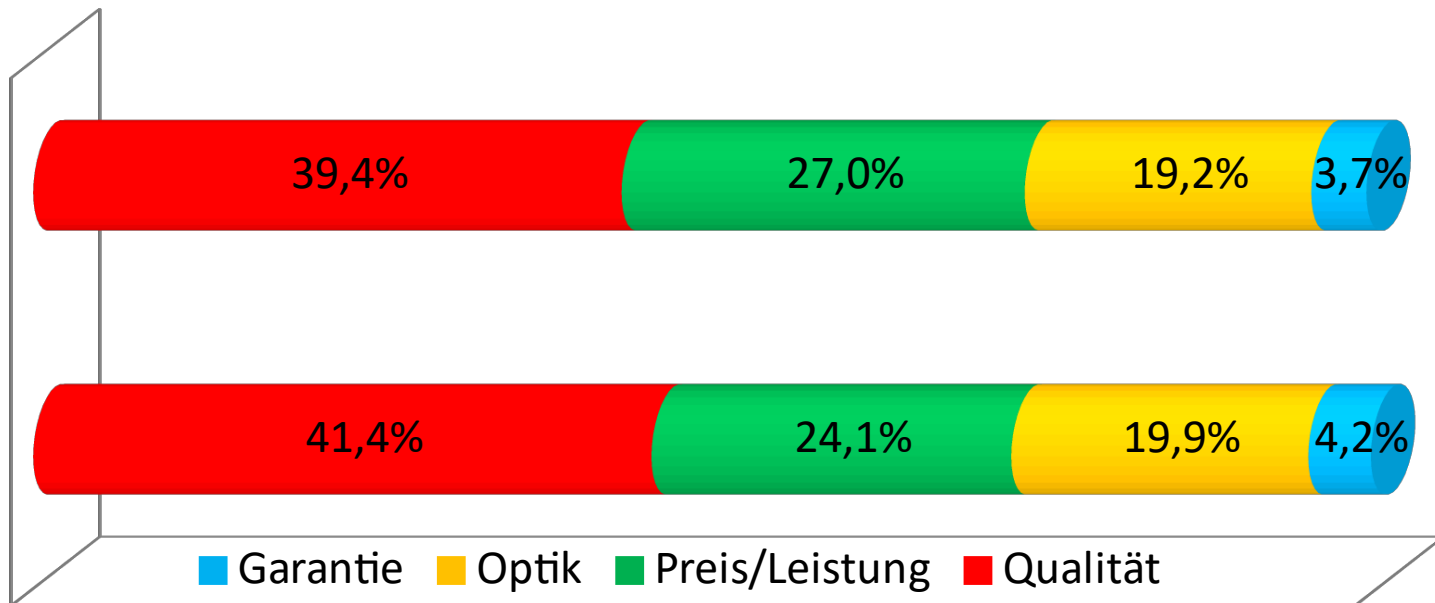


Unverändert hohe Investitionsbereitschaft für Tuning und Zubehör

Welcher Betrag wurde für das aktuelle Fahrzeug für Tuning- und Zubehörteile ausgegeben?



Die Qualität und das Preis-/Leistungsverhältnis eines Produktes stehen für den Kunden im Fokus

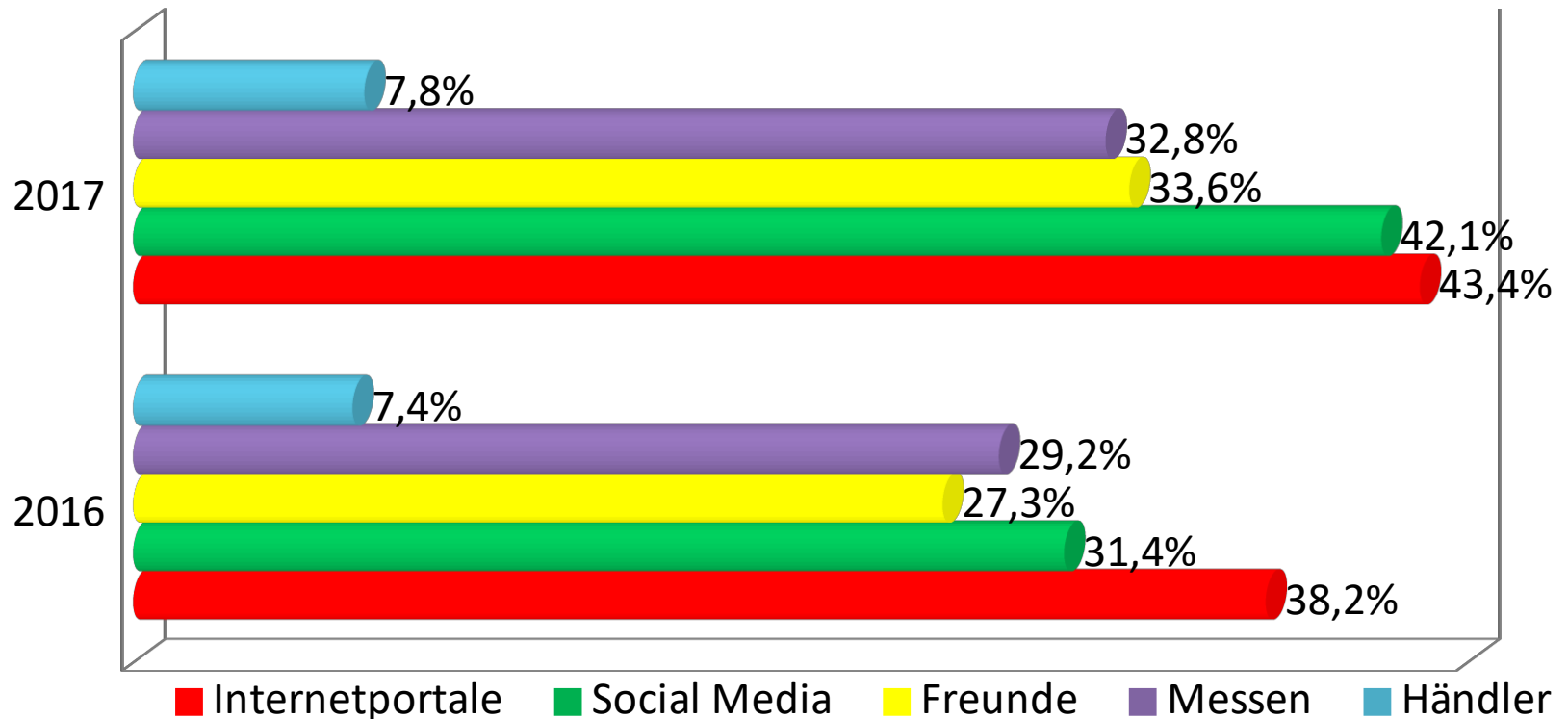




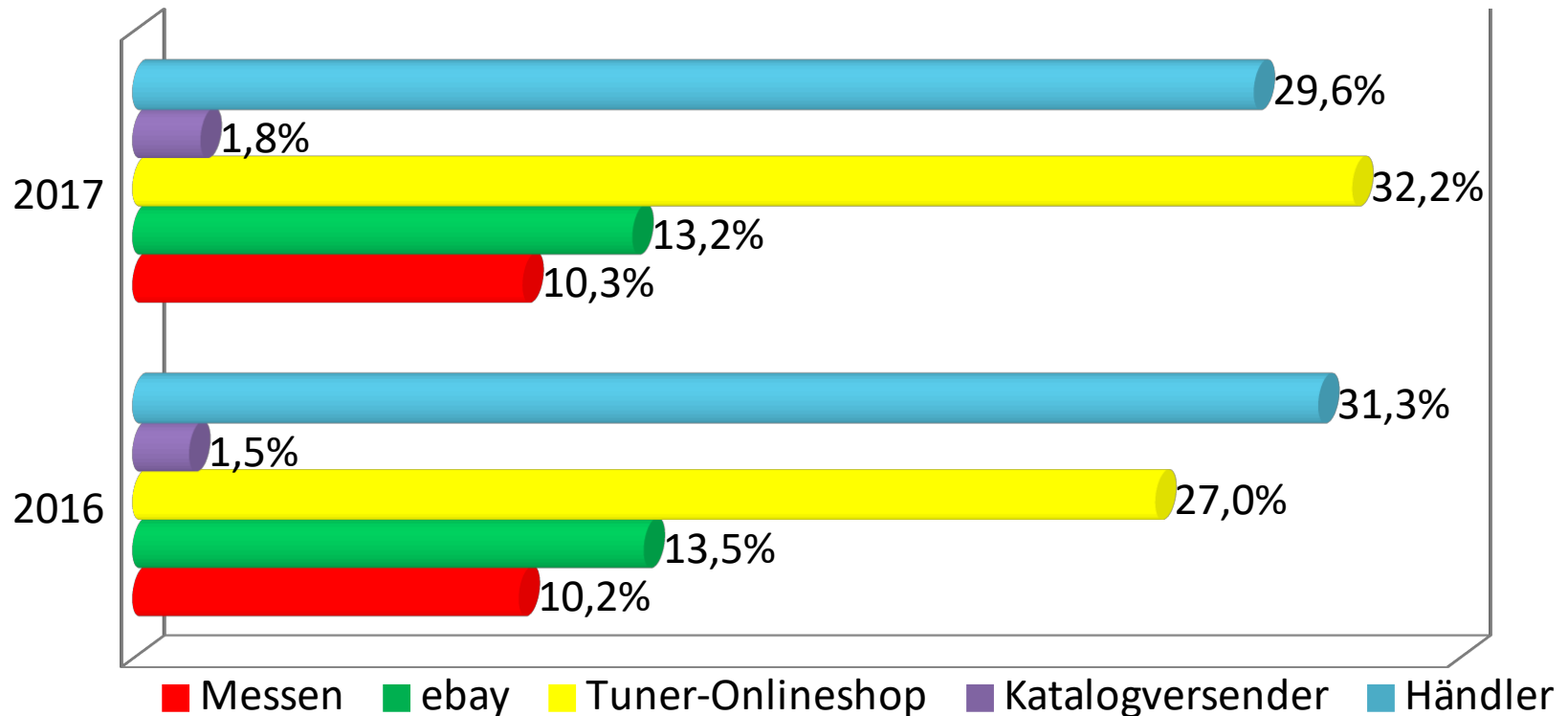
Das Produktranking

- Antworten auf die Frage, mit welchen
Zubehörteilen das aktuelle Fahrzeug umgerüstet
ist

Digitale Medien und Freunde sind maßgebliche Informationsquellen für Tuninginteressierte



Als Beschaffungsquelle spielt der stationäre Handel noch eine maßgebliche Rolle



Deutschland bleibt wichtiger Tuningmarkt

VDAT-Mitglieder vermarkten überwiegend europa- und weltweit. Dementsprechend groß ist die Abweichung in Bezug auf die Umsatzrelevanz des deutschen Marktes der einzelnen Unternehmen.

Es ergibt sich ein nicht repräsentativer Durchschnittswert für den Umsatzanteil Deutschland von 59%

In den vergangenen 3 Jahren stellt sich der deutsche Markt als weitgehend umsatzstabil dar.

Etwa 17% der Firmen geben für den Zeitraum 2015 - 2017 gleichbleibende Umsätze an, knapp 31% melden Umsatzsteigerungen bis 5% - rund 35% sogar darüber. Weitere 17% haben jedoch Umsatzrückgänge zu verzeichnen.