

En miljon svenskar planerar att köpa ny bil

Försäljningen av begagnade bilar har ökat markant sedan sommaren och det råder nu brist på andrahandsmarknaden. Totalt står över en miljon svenskar i begrepp att köpa ny eller begagnad bil. Det visar en kartläggning av bilbranschen som Svensk Direktreklam gjort baserad på statistik från Sifo Orvesto Konsument.

Lågkonjunkturen har lett till att nybilsregistreringarna har varit på historiskt låga nivåer, men nu finns det ljusning i sikte. Det är begagnade bilar som efterfrågas mest. 600 000 svenskar planerar att köpa en begagnad bil och 536 000 planerar att köpa en ny inom två år och det en kombi som de flesta vill ha.

Kartläggningen visar att svenskarna är ett bilburet folk och hela 83 procent har tillgång till minst en bil i hushållet. Av dem som planerar att köpa en begagnad bil är hälften beredda att betala mer än 100 000 kronor. Denna grupp lägger också nästan 50 procent mer på bildelar och tillbehör, som till exempel bilbarnstol, takbox, motorvärmare och däck.

– Vi identifierar var målgrupper finns genom att använda oss av Mosaictyper. Det är analyser som visar var de mest köpsugna bilköparna bor och hur man bäst når dem. Genom oadresserad direktreklam som går till 30 procent av hushållen i Sverige når vi 90 procent av målgruppen, säger Göran Kontin marknadschef på Svensk Direktreklam.

Experians Mosaicsystem ger träffsäkra bilder om var en viss typ av konsument bor. Systemet är bland annat baserat på statistik från SCB och Orvesto.

Mycket viktigt vid köp av begagnad bil:

53 % Säkerhet
49 % Bränsleekonomi
40 % Utrymme
34 % Körglädje
28 % Servicekostnader
18 % Miljöanpassad

Mosaictyper begagnad bilköpare:

Minglande singlar
Multikulturellt
Nya villor och barn
Konventionella familjer
Lantbruk och industri
Jakt och postorder

Källa: Orvesto-konsument 2008: Helår, Experian Mosaic
Bifogat: Beskrivning av olika Mosaictyper

För ytterligare information:

Göran Kontin, marknadschef, Svensk Direktreklam
Telefon: 0708-15 80 18 e-post: goran.kontin@sdr.se

Om Svensk Direktreklam

Svensk Direktreklam AB är Sveriges största privata direktreklamföretag och sysselsätter närmare 400 anställda på 42 franchiseföretag. 10 000 deltidanställda utdelare gör företaget till Sveriges största ungdomsarbetsgivare. Företaget har mer än 30 års erfarenhet av direktreklam och distribuerar årligen över en miljard trycksaker till Sveriges konsumenter. Företaget arbetar i hela värdekedjan kring direktreklamen: från kampanjmål, målgruppsurval, idé, utformning, tryck och distribution av reklamtrycksaker och action marketing till uppföljning och mätning av reklamens effekter. Direktreklam är ett av Sveriges starkaste reklammedia med ett genomsnittligt observationsvärde inom sällanköpshandeln på 55 procent. Svensk Direktreklam är postoperatör sedan 1994 och hanterar oadresserad reklam. Svensk Direktreklam är miljöcertifierat enligt ISO 14001 och omsätter cirka 550 Mkr. SDR-koncernens totala omsättning, inkl action marketing och gratisdistribuerade lokaltidningar, uppgår till ca 750 Mkr.