



C L E P A
*European Association of
Automotive Suppliers*

Nürnberg, 12 November 2008

PRESSEMELDUNG

Nach wie vor Potentiale für innovative Automobilscheinwerfer

Xenon-Licht steht noch immer nicht für Fahrsicherheit bei Nacht

Dass Fahrsicherheit durch innovatives Autolicht gesteigert wird, ist bei Autokäufern und –händlern noch nicht angekommen. Dies ist das aktuelle Ergebnis einer Studie der Nürnberger Marktforschung PULS bei Autokäufern und Autohändlern in Deutschland, Polen und Frankreich. Die Studie wurde im Auftrag von Light.Sight.Safety. erstellt, einem Zusammenschluss der wichtigsten Autolicht-Hersteller. Ziel dieses Zusammenschlusses ist die Unfallreduktion bei Nacht durch besseres Fahrlicht.

In der Studie nennt nur ein geringer Anteil der Autohändler, im Schnitt sechs Prozent, Sicherheit ungestützt als Vorteil von Xenon-Scheinwerfern. Bei den Autokäufern sind diese Anteile sogar noch geringer, in den analysierten Ländern von ein bis zu vier Prozent. Hohe Fahrsicherheit ist eines der wichtigsten Motive beim Fahrzeugkauf. 61 Prozent der französischen und 66 Prozent der polnischen Händler geben Sicherheit als zentrales Kaufentscheidungskriterium ihrer Kunden für Xenonscheinwerfer an.

„Der oft nicht erkannte Zusammenhang von Fahrsicherheit und Xenon-Licht führt dazu, dass nur ein geringer Anteil der Autokäufer bereit ist, den dafür anfallenden Aufpreis von ca. € 1.000,- zu zahlen.“, so PULS-Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner. In Frankreich sind dies fünf Prozent, in Polen vier Prozent und in Deutschland sieben Prozent.

„Xenon bietet gegenüber herkömmlichem Halogen-Licht nicht nur eine dem Tageslicht ähnliche Helligkeit, sondern auch eine um 50 Prozent gesteigerte Reichweite und 5-fach höhere Lebensdauer der Lampen“, erläutert Lex Krzyzanowski, Vorsitzender von Light.Sight.Safety., die Produkteigenschaften

„Der Verkauf von Xenon-Scheinwerfern wird dann anziehen, wenn Autokäufer bewusst wird, welchen Einfluss Xenon-Scheinwerfer auf die Fahrsicherheit haben.“, so Weißner weiter. Nach den Studienergebnissen findet sich Xenon-Licht aktuell in 22 Prozent der deutschen Autos, in Frankreich (10 %) und Polen (7 %) liegen die Ausstattungsraten noch deutlich darunter. So fasst auch Volker Merk, Produktmarketing Manager bei Valeo für Xenon-Scheinwerfer, zusammen: „Es besteht dringender Aufklärungsbedarf zu den Vorteilen neuer Scheinwerfertechnologien im Handel und bei Autokäufern, wobei nicht nur der Sicherheitsaspekt, sondern auch der erhöhte Fahrkomfort vermittelt werden soll.“

-ENDE-

**Für weitere Information steht Ihnen Herr Lex Krzyzanowski, Philips Lighting,
Tel: +31 40 27 57796, e-mail: lex.krzyzanowski@philips.com zur Verfügung**

CLEPA is the European umbrella membership organisation representing the interests of the global automotive supply industry. 80 of the world's most prominent suppliers for car parts, systems and modules and 27 National trade associations and European sectoral associations are members of CLEPA, representing more than 3,000 companies, employing more than three million people and covering all products and services within the automotive supply chain. Based in Brussels, Belgium, CLEPA is recognized as the natural discussion partner by the European Institutions, United Nations and fellow associations (ACEA, JAMA, MEMA, etc).

CLEPA aisbl
Boulevard Brand Whitlock 87
BE-1200 Brüssel

Tel: +32.2.743.91.30
Fax: +32.2.732.00.55

www.clepa.eu
E-mail: info@clepa.be