**Analyse: Markedsandele og mest annoncerede modeller**

**1. Hvad viser dataene?**

* **Volkswagen (VW)** er den stærkeste aktør på tværs af markeder og topper i Tyskland, Østrig, Holland, Luxembourg og Danmark.
* **Danmark**: VW har en tydelig førerposition, efterfulgt af Mercedes-Benz og Ford. Premium-mærker (BMW, Audi) ligger i midten, mens franske mærker (Peugeot, Renault) har mindre vægt end i hjemmemarkederne.
* **Fiat dominerer i Italien**, mens **Peugeot fører i Frankrig og Spanien** – klare hjemmemarkedsfordele.
* På modelniveau er der stor koncentration:
  + **VW Golf** er den mest annoncerede model i Europa.
  + Øvrige topmodeller: Peugeot 208, Ford Focus, Opel Corsa, Renault Clio.
  + Premium-segmentet har spredning, men Mercedes-Benz skiller sig ud med varevogne som **Vito** og **Sprinter**, hvilket Audi og BMW ikke har.

**2. Indsigter og mønstre**

✅ **Hjemmemarkedsdominans er stærk, men ikke absolut** – internationale mærker (VW, Mercedes) klarer sig godt på tværs af markeder, mens lokale mærker især er stærke i hjemlandene.  
✅ **Modelkoncentration giver indsigt, men ikke nødvendigvis hurtigere omsætning** – det handler om at forstå **hvilke egenskaber** (fx prisniveau, driftssikkerhed, TCO) gør modeller attraktive i det enkelte marked.  
✅ **Mercedes’ styrke skyldes kombinationen af personbiler og varevogne**, hvilket gør mærket særligt vigtigt i erhvervs- og flådesegmentet.

**3. Hvordan kan data omsættes til handling?**

* **Find profitlommer frem for kun at jagte volumen:**  
  Selvom volumenmodeller (Golf, 208, Focus) dominerer annoncerne, betyder det også hårdere konkurrence og pressede margener. Aktører kan i stedet identificere nichemodeller med stærk efterspørgsel i segmenter, hvor konkurrencen er mindre.
* **Udnyt hjemmemarkedsfordele til sourcing og margin-optimering:**  
  Store forskelle i mærkefordeling kan give sourcing-muligheder på tværs af grænser. Eksempel:
  + Fiat i Italien → potentielt billigere indkøb til brug i markeder, hvor Fiat ikke er lige så dominerende.
  + Peugeot i Frankrig → samme princip.  
    Denne indsigt kan bruges både af forhandlere og leasing-/flådeselskaber til bedre restværdi og indkøbspriser.

**4. Konklusion**

Volkswagen er den mest konsistente vinder i Europas brugtbilsmarked, men lokale spillere (Fiat, Peugeot) fastholder stærke positioner i deres hjemlande. Mercedes-Benz’ styrke understreges af, at de kombinerer personbiler og varevogne, hvilket gør dem særligt interessante i B2B-segmentet.  
For aktører er nøglen ikke blot at fokusere på volumen, men at forstå **hvorfor** bestemte modeller performer, og at udnytte forskellene mellem markeder til at optimere sourcing og marginer.

**🔍 Hvem ejer brugtbilsmarkedet i Europa – og hvorfor betyder det noget?**

En analyse af millioner af brugtbilannoncer viser et tydeligt mønster:  
✅ **Volkswagen** dominerer på tværs af lande – især i Tyskland, Østrig, Holland, Luxembourg og Danmark.  
✅ **Hjemmemarkedsfordele er stærke**, men ikke altoverskyggende: Fiat holder føringen i Italien, mens Peugeot er kongen i Frankrig og Spanien.  
✅ **Mercedes-Benz** skiller sig ud – ikke kun som premium, men fordi de kombinerer personbiler og varevogne. Det gør dem særligt stærke i flåde- og erhvervssegmentet.

Men det mest interessante spørgsmål er ikke **hvem der er størst**, men **hvad vi kan bruge det til**:

* **Volumenmodeller som VW Golf, Peugeot 208 og Ford Focus er populære – men også konkurrenceprægede.** Vil du konkurrere på pris eller finde nicher, hvor marginen er bedre?
* **Markedsforskelle kan skabe sourcing-muligheder.** Kunne Fiat i Italien eller Peugeot i Frankrig være en nøgle til bedre indkøbspriser og højere margin i andre markeder?

👉 **Indsigten er klar:** Det handler ikke kun om at kende de største mærker – men at forstå, hvordan data kan omsættes til smartere beslutninger om lager, sourcing og profit.

Hvilke mærker og modeller tror du bliver de næste vindere?

#Brugtbilmarked #Bilbranchen #DataInsights #Mobilitet #Flådestyring #Forretningsstrategi

🔍 **Hvem ejer brugtbilsmarkedet i Europa?**

En analyse af millioner af annoncer afslører mønstre, der kan ændre din strategi:

✅ Volkswagen dominerer i store dele af Europa – især Tyskland, Østrig, Holland og Danmark  
✅ Nationale favoritter står stærkt: Fiat i Italien, Peugeot i Frankrig og Spanien  
✅ Mercedes-Benz skiller sig ud – ikke kun som premium, men fordi de kombinerer personbiler og varevogne

**Det mest interessante spørgsmål er ikke hvem der er størst – men hvad vi kan bruge det til:**  
• Volumenmodeller er populære, men hårdt konkurrenceprægede – konkurrerer du på pris eller jagter du margin i nicher?  
• Markedsforskelle kan skabe muligheder: kan Fiat i Italien eller Peugeot i Frankrig være din vej til bedre indkøb og højere marginer?

👉 **Bottom line:** Det handler ikke kun om at kende de største mærker – men om at bruge data til smartere beslutninger om lager, sourcing og profit.

Hvordan bruger du data til at udnytte forskellene?

#brugtbil #dataanalyse #bilbranchen #mobilitet #forretningsstrategi #TrackSights