

TREND-TACHO: FAHRZEUGKAUF

Das Internet ist Impulsgeber

Jeder zweite Neuwagenkäufer hat vor dem Kauf ganz konkrete Vorstellungen, welche Automarke und welches Modell er gerne besitzen möchte. Als erste Informationsquelle nutzen 56 Prozent der Interessenten den Kontakt mit Händlern und 31 Prozent das Internet. „Das Internet wird von den Käufern als Lieferant von verlässlichen Informationen und als Impulsgeber für den Kaufabschluss wahrgenommen“, erläutert Marktanalyst Dr. Ralf Deckers von der BBE Automotive.

Doch trotz der Recherche im Internet besuchen 98 Prozent der befragten Autofahrer in ihrer Kaufphase ein Autohaus. Der Händlerkontakt ist somit fester Bestandteil im Entscheidungsprozess der potenziellen Käufer. Allerdings gehen zwei Drittel der Neuwageninteressenten mit bereits konfigurierten Fahrzeugtypen zu den Verkäufern. „Der Handel kommt oft erst dann richtig ins Spiel, wenn grundlegende

Entscheidungen bereits getroffen sind“, erklärt Deckers.

Mit ihrem Wissen aus dem World Wide Web führen 69 Prozent der Befragten vor dem Kauf eine Probefahrt mit ihrem Wunschauto durch. Die Termine dafür vereinbaren 88 Prozent direkt mit den Verkäufern, acht Prozent per Telefon und fünf Prozent über das Internet.

Dass der persönliche Kontakt zu den Händlern in den Hintergrund rückt, zeigen die folgenden Ergebnisse: Auf die Frage „Können Sie sich vorstellen, Ihren nächsten Neuwagen über das Internet zu kaufen?“ antworteten 40 Prozent der Autofahrer mit „Ja“. Bei den Gebrauchtwageninteressenten können sich sogar 50 Prozent der Befragten einen Onlinekauf vorstellen.

NORBERT RUBBEL

kfz-betrieb DIGITAL

Unter www.trend-tacho.de finden Sie alle veröffentlichten Trend-Tacho-Ergebnisse.

Potenzial Internetkauf

Können Sie sich vorstellen, Ihr nächstes Fahrzeug direkt über das Internet zu kaufen?



Der Onlinekauf eines Fahrzeugs ist für 40 Prozent der befragten Autofahrer vorstellbar.

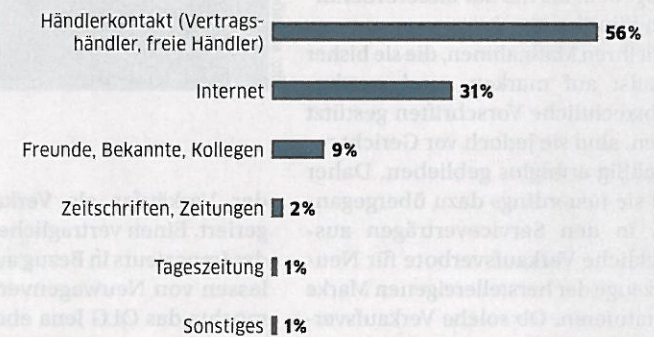
**60 % Nein
40 % Ja**

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Informationsquellen

Welche Informationsquelle haben Sie für den Kauf Ihres Autos zuerst genutzt?



Ihre ersten Informationen über ihr Wunschauto bezogen 31 Prozent der befragten Autofahrer über das Internet.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

KOMMENTAR

kfz-betrieb

Digitale Information - aber traditioneller Kauf des Fahrzeugs



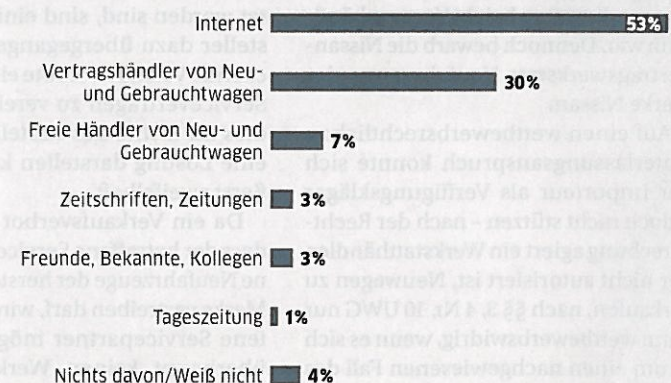
Peter Schuler,
Bundesgeschäftsführer der KUS.

Foto: VBM-Archiv

„Wer heute noch die zunehmenden Einflüsse des Internets negiert, ist aus der Zeit gefallen. Dies gilt auch für den Fahrzeugkauf, egal, ob gebraucht oder neu. Der Trend-Tacho zeigt, dass der geplante Neuwagenkauf verstärkt mit Informationen und Vergleichen im Internet vorbereitet wird. Beim Gebrauchtfahrzeug ist es inzwischen komplett so. Hier ist der Handel zur Präsenz im Internet nahezu verpflichtet. Nach wie vor wird der Käufer den persönlichen Kontakt zum Autohaus suchen. Aber er erscheint dann gut informiert und fast schon entschieden. Mit einem schnellen, aktuellen sowie ansprechend aufgemachten und leicht zu bedienenden Angebot im Internet ist der Handel, ob Gebrauch- oder Neuwagen, mit im Entscheidungsprozess vertreten.“

Bewertung der Informationsquellen

Auf welche Informationsquellen trifft die Aussage „hilft, interessante Marken und Modelle zu entdecken“ zu?



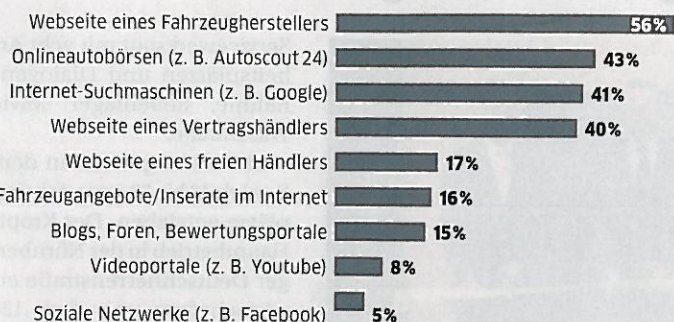
53 % der Befragten meinen, dass das Internet eine große Auswahl von Automarken und Modellen hat.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Genutzte Internetquellen

Welche Internetquelle haben Sie bei Ihrer Neuwagensuche genutzt?



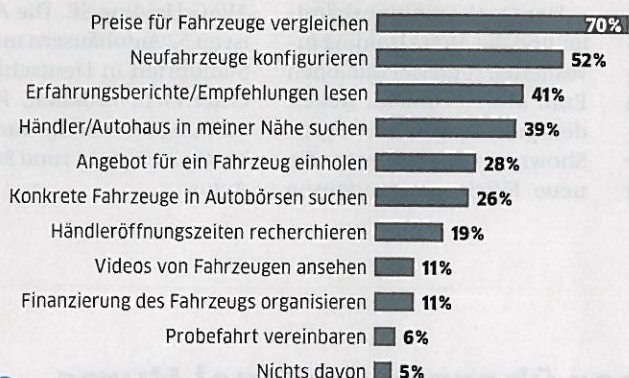
56 % der Neuwagenkäufer, die im Kaufprozess das Internet nutzen, informierten sich über die Webseiten der Hersteller.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Onlinenutzung vor dem Neuwagenkauf

Welche der folgenden Aktivitäten haben Sie im Internet unternommen?



Der Preisvergleich und die Konfiguration von Neuwagen zählen zu den häufigsten Aktivitäten der Internetnutzer.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

KOMMENTAR

kfz-betrieb

Der klassische Automobilhandel wird zum Auslaufmodell



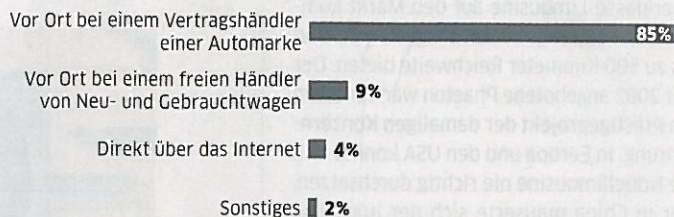
Bild: VBM-Archiv

„Das Internet revolutioniert eine Branche nach der anderen. Auch der Automobilhandel bleibt davon nicht verschont. Es ist der ‚natürliche‘ erste Ansprechpartner, wenn Informationen zum Fahrzeugkauf gesucht werden. Das Internet vermittelt Impulse, macht auf Marken und Modelle aufmerksam und regt zum Kauf an. Mit dieser Macht läuft das Internet dem stationären Handel mehr und mehr den Rang ab. Der Handel wird in eine reduzierte Rolle ans Ende des Kaufprozesses gedrängt. Vor allem als Abholstelle für Probefahrzeuge und als Anlaufstelle zur Vertragsunterzeichnung kommt er ins Spiel. Dann aber ist der Interessent bereits bestens informiert und sucht die schnelle Entscheidung. Das klassische Handelsmodell wird zum Auslaufmodell.“

Dr. Ralf Deckers,
Prokurist ABH
Market Research.

Kaufort

Wo haben Sie letztlich Ihren Neuwagen gekauft?



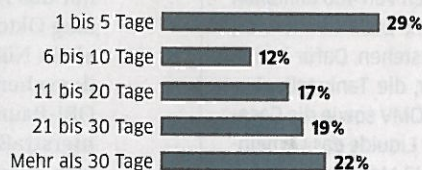
Die Käufer von Neuwagen favorisierten fast ausschließlich die stationären Vertragshändler der Fahrzeughersteller.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Neuwagen-Kaufprozess

Wie lange haben Sie für den Kauf benötigt, angefangen vom ersten Anstoß bis hin zum Vertragsabschluss?



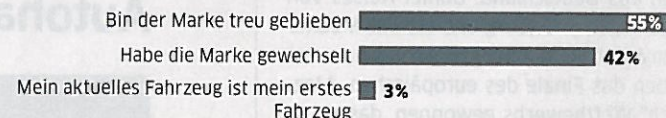
Bei knapp 30 Prozent der befragten Autofahrer betrug die Dauer des Kaufprozesses nur ein bis fünf Tage.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Markentreue

Sind Sie der Marke Ihres vorherigen Fahrzeugs treu geblieben?



Besonders markentreu sind die Fahrer von deutschen Premiummarken wie Mercedes-Benz, BMW und Audi.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

INFOS ZUR STUDIE

kfz-betrieb

BEFRAGTE: Pkw-Fahrer und -Fahrerinnen in Deutschland, die für die Reparatur und Wartung ihres Fahrzeugs verantwortlich sind

STICHPROBE: n = 1.000, repräsentative Zufallsauswahl
DURCHFÜHRUNG: ABH Marketingservice GmbH und BBE Automotive GmbH

AUFTRAGGEBER: KÜS Kraftfahrzeug-Überwachungsorganisation freiberuflicher Kfz-Sachverständiger e. V. und »kfz-betrieb«

Informationen zu den bereits erschienenen Trend-Tachos erhalten Sie unter www.trend-tacho.de

Die komplette Trend-Tacho-Studie mit allen Befragungsergebnissen zur Häufigkeit von Händlerbesuchen, Durchführung einer Probefahrt, zu den genutzten Informationsquellen der Neu- und Gebrauchtwagenkäufer sowie zur Dauer des Kaufprozesses und Bewertung der Internetseiten erhalten Sie für nur 49 Euro. E-Mail: info@kfz-betrieb.de