

TREND-TACHO: NEUWAGENHANDEL

Autokäufer sind informiert

Das Internet hat den Kaufprozess verändert. Rund 60 Prozent der Neuwagenkäufer haben schon vor dem Kauf ganz konkrete Vorstellungen, welche Marke und welches Modell sie besitzen möchten. Sie konfigurieren bereits online ihr Wunschauto, vergleichen Preise und beteiligen sich an Foren und Blogs. Das Ergebnis der Internetrecherche: Die Anzahl der Gespräche mit den Kaufinteressenten in den Autohäusern nimmt tendenziell ab.

Zudem verringert sich der Zeitaufwand des Kaufprozesses. Etwa ein Viertel der Neuwagenkäufer durchlief die Informations- und Kaufentscheidungsphase in nur maximal fünf Tagen. Bei 13 Prozent der Befragten betrug die Zeit vom ersten Kaufanstoß bis zum Vertragsabschluss sechs bis zehn Tage. Zum Vergleich: 2010 waren das durchschnittlich noch 35 Tage.

Doch trotz der Recherche im Internet besuchten 96 Prozent

der befragten Autofahrer im Rahmen ihres letzten Neuwagenkaufs 2,8 Mal ein Autohaus. Der Händlerkontakt ist somit fester Bestandteil im Entscheidungsprozess der potenziellen Käufer. Gut zwei Drittel der Befragten nutzten den Autohausbesuch für eine Probefahrt. Und letztendlich kauften 85 Prozent der Interessenten ihr liebstes Kind in einem Autohaus.

57 Prozent von ihnen sind beim Neuwagenkauf ihrer Marke treu geblieben, und gut 41 Prozent haben sie gewechselt. Das Befragungsergebnis zeigt, dass die Loyalität der Autofahrer zu einem bestimmten Fahrzeughersteller nicht gerade sehr hoch ist. Ist die Markentreue gering, schwindet in der Regel auch die Bindung zum Autohaus.

NORBERT RUBBEL

kfz-betrieb DIGITAL

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

KOMMENTAR

kfz-betrieb

Der Handel muss seine Kompetenz im Onlineauftritt darstellen



Peter Schuler, Bundesgeschäftsführer der KÜS.

„Das Internet verändert die Kaufprozesse. Diese Erkenntnis der Trend-Tacho-Umfrage kommt sicherlich nicht überraschend. Beachtenswert sind allerdings die Details: Information und Angebotsvergleiche gehen klar ans Internet. Hier können die Händler mit ihrer Beratungskompetenz nicht mehr punkten. Das ist ein Problem, denn schließlich wollen sie ja verkaufen. Preisliche Vorgaben sind ebenfalls nicht durchzusetzen, da der Käufer mit aktuellen Preisvergleichen ins Autohaus kommt. Die Zeit der Kaufentscheidung verkürzt sich extrem. Wo bleibt da noch Luft für den Handel, um seine Interessen zu formulieren? Fazit: Der Handel muss seine Kompetenz mehr und mehr im eigenen Onlineauftritt darstellen, um so den potenziellen Autokäufer zu kontaktieren.“

Potenzial Internet

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



Der Onlinekauf eines Autos ist für 40 Prozent der Befragten vorstellbar.

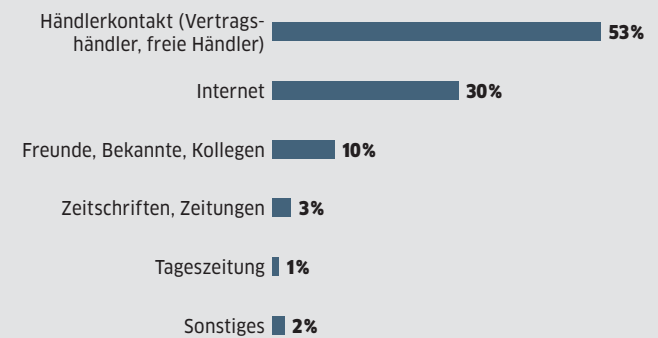
60% Nein
40% Ja

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Informationsquellen

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



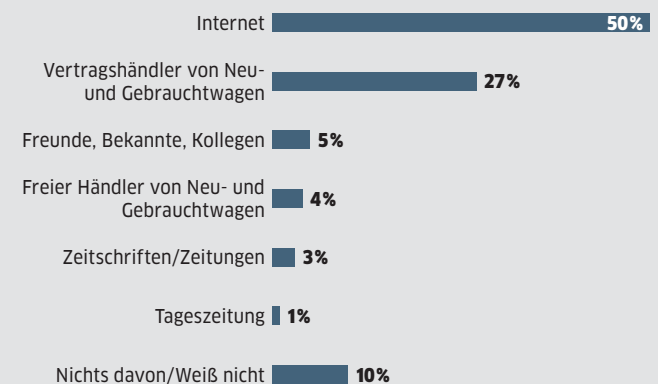
Gut die Hälfte der Kaufinteressenten informierte sich bei einem Händler. Zeitungen spielen hier kaum eine Rolle.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Bewertung der Informationsquellen

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



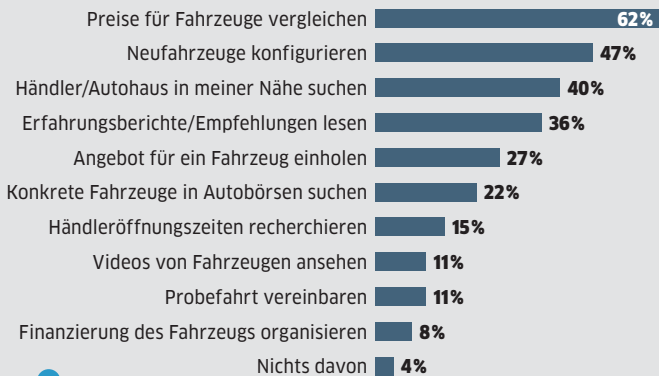
Die Hälfte der Befragten meint, dass das Internet ihnen eine große Auswahl von Automarken und Modellen liefert.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Onlinenutzung vor dem Neuwagenkauf

Welche der folgenden Aktivitäten haben Sie im Internet unternommen?



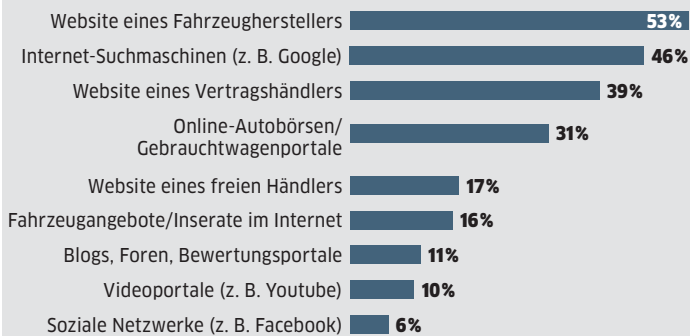
Die Kaufinteressenten nutzen das Internet vor allem für Preisvergleiche und die Konfiguration von Neuwagen.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Genutzte Internetquellen

Welche Internetquellen haben Sie bei Ihrer Neuwagensuche genutzt?



53% der Neuwagenkäufer, die im Kaufprozess das Internet nutzen, informierten sich über die Websites der Hersteller.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

KOMMENTAR

kfz-betrieb

Im digitalen Zeitalter ist der stationäre Handel nicht überflüssig



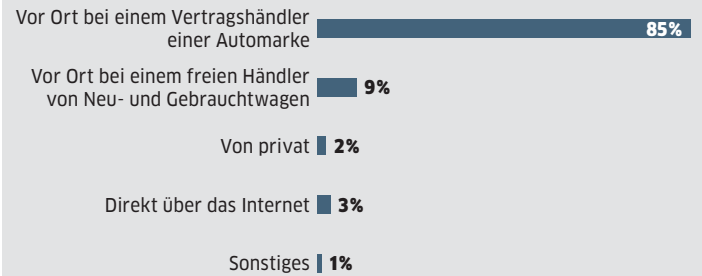
Bild: »kfz-betrieb«

Dr. Ralf Deckers, Leiter Research Projects & Studies, BBE Automotive GmbH.

„Der Kundenkontakt wird zur raren Gelegenheit. Immer stärker vertraut der Kaufinteressent auf das Internet, um sich anregen zu lassen, um Informationen einzuholen und Vergleiche anzustellen. Die Folge ist: Wenn der Kunde im Handel aufschlägt, will er loslegen. Er ist bestens präpariert und relativ fest entschlossen. Gerne wird auch einfach nur die individuelle Fahrzeugkonfiguration vorgezeigt. Die unmissverständliche Botschaft des Kunden lautet dann: ‚Das will ich! Was kannst du mir bieten?‘ Für den Handel bedeutet das, schnell und zielgerichtet zu reagieren. Auch im digitalen Zeitalter wird der stationäre Handel nicht überflüssig. Er wird aber deutlich anders gefordert. Der aktuelle Trend-Tacho zeigt hier klare Entwicklungslinien.“

Ort des Fahrzeugkaufs

Wo haben Sie letztlich Ihren Neuwagen gekauft?



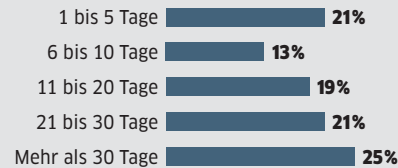
85 Prozent der Käufer von neuen Autos favorisierten die stationären Vertragshändler der Fahrzeughersteller.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Dauer des Kaufprozesses

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



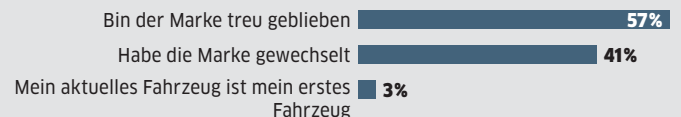
Bei jedem fünften befragten Autofahrer betrug die Dauer des Kaufprozesses nur ein bis fünf Tage.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Markentreue

Sind Sie der Marke Ihres vorherigen Fahrzeugs treu geblieben?



Die Loyalität ist relativ gering. 41 Prozent der Befragten haben bei ihrem letzten Neuwagenkauf die Marke gewechselt.

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: KUS 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 Internetnutzung, Bewertung von Informationsquellen und zum Bekanntheitsgrad von Onlineportalen sowie zu den Onlineaktivitäten der Neuwagenkäufer erhalten Sie für nur 49 Euro. E-Mail: info@kfz-betrieb.de.