

Entscheidungsprozesse beim Gebrauchtwagenkauf

TRÜMPFE GEKONNT AUSSPIELEN

Der Online-Kauf von Gebrauchtwagen ist für viele vorstellbar. Welche Rolle spielt dann der Handel?

Zahlreiche Studien haben bereits belegt, dass das Internet beim Gebrauchtwagenkauf eine entscheidende Rolle spielt. Neue Aspekte ergänzt die Trend-Tacho-Studie „Entscheidungsprozesse beim Neu-/Gebrauchtwagenkauf“ der Fachzeitschrift »kfz-betrieb« und der KÜS: So ist das Internet demnach auch in der finalen Kaufphase so wichtig wie der Kontakt zum Händler. Die Grafik „Genutzte Quellen im Kaufprozess“ zeigt eindeutig, dass das Internet bei Gebrauchtwagen

»Viele Händler sind weit entfernt von einem digitalen Autohaus.«

den kompletten Kaufprozess dominiert.

Wer sich für ein gebrauchtes Auto entscheidet, geht ohnehin kaum zum Händler. 2,4 Händlerbesuche misst der Trend-Tacho pro Fahrzeugkauf. Daraus ergeben sich nicht allzu viele Chancen für den Handel, einen Kunden live zu erleben. Bedenkt man außerdem, dass 37 Prozent der Gebrauchtwagenkäufer ein Fahrzeug online vorkonfigurieren und zu 51 Prozent den Handel mit einem konkreten Angebot konfrontieren, wundert es nicht, dass die Rolle des Handels kritisch betrachtet werden muss.

» Kauf online, Auslieferung beim Handel

Das Marktforschungsunternehmen BBE Automotive befragt für den Trend-Tacho regelmäßig 1.000 zufällig ausgewählte Pkw-Fahrer in Deutschland. An-

gesichts der jüngsten Ergebnisse zum Gebrauchtwagenkauf fragt sich BBE-Geschäftsführer Gerd Heinemann, ob der Handel in Zukunft nur noch die Auslieferung erledigen darf. Seiner Meinung nach wird es so nicht kommen, wenn der Handel erkennt, dass er selbst ein Teil im digitalen Kaufprozess sein muss: „Der Kunde findet den Händler im Rahmen der Online-Suche und informiert sich weiter über dessen Homepage. Viele Händler sind noch weit davon entfernt, als digitales Autohaus überhaupt wahrgenommen zu werden. Die Auffindbarkeit ist nicht gewährleistet und informativer Inhalt ist nicht vorhanden. Hier freut sich die digitale Konkurrenz.“

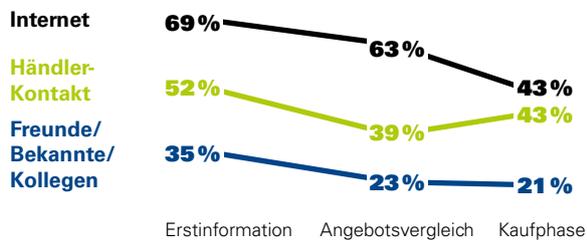
Die mit Abstand wichtigste Informationsquelle für die Käufer sind Online-Autobörsen wie Autoscout 24 und Mobile.de. 66 Prozent nutzen sie; gefolgt

Für den Handel ist es wichtig, seine Chancen zu erkennen und auszuspielen.



» Gebrauchtwagenkauf – Genutzte Quellen im Kaufprozess

Welche Informationsquellen haben Sie für eine erste Information, welche in der Vergleichsphase und welche in der finalen Kaufphase genutzt?

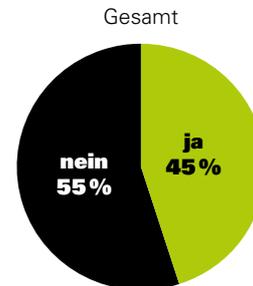


Das Internet dominiert bei Gebrauchtwagen den kompletten Kaufprozess.

Quelle: BBE//Grafik: GWP

» Gebrauchtwagenkauf – Potenzial Internet-Kauf

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



Anteil (ja):
♀ 41 %
♂ 48 %

Ein reiner Online-Kauf ist für viele Gebrauchtwagenkäufer vorstellbar.

Quelle: BBE//Grafik: GWP

von der Suche über Suchmaschinen (39%). Nur jeder Fünfte geht direkt auf die Website eines Vertrags- oder freien Händlers (22 bzw. 20%). Übrigens hilft es an dieser Stelle auch nicht weiter, das Gebrauchtwagenprogramm eines Herstellers zu bedienen: Laut Trend-Tacho sind Weltauto, Junge Sterne und Co. beim Verbraucher weitgehend unbekannt. Sechs Prozent der Befragten haben immerhin schon einmal einen Gebrauchtwagen der Volkswagen-Marke „Das Weltauto“ gekauft; kennen tun diese Marke allerdings nur

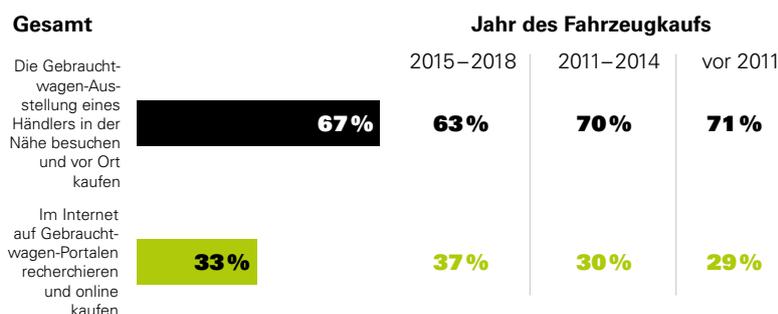
25 Prozent. Den höchsten Bekanntheitsgrad hat das Programm „Junge Sterne“ von Mercedes-Benz; aber auch der liegt bei gerade mal 33 Prozent. Das Internet wird mit einem Anteil von 39 Prozent tendenziell als die verlässlichste Informationsquelle wahrgenommen. Vor vier Jahren waren es nur 22 Prozent. Dieser Zueigen an Aufmerksamkeit geht zulasten des Handels: Hier sank der Wert im gleichen Zeitraum von 33 auf 20 Prozent. Im Schnitt nimmt sich der Gebrauchtwagenkäufer sieben Stunden Zeit, um online nach

passenden Angeboten zu suchen. Dabei ist er nicht allzu festgelegt auf eine bestimmte Marke oder ein Modell. In erster Linie vergleicht er Preise (76%), sucht bestimmte Fahrzeuge in Autobörsen (47%) oder einen Händler in seiner Nähe (34%). Ein konkretes Angebot holen dann allerdings nur noch 22 Prozent online ein und eine Probefahrt vereinbaren nur vier Prozent über das Internet. Hier liegt die große Chance des Handels: Denn drei Viertel der Gebrauchtwagenkäufer haben eine Probefahrt mit ihrem aktuellen Auto gemacht und diese zu 71 Prozent persönlich beim Verkäufer und zu 25 Prozent per Telefon vereinbart.

Schnelligkeit zählt im Geschäft mit Gebrauchten. Der Kaufprozess hat sich innerhalb der letzten Jahre generell beschleunigt (von 23,7 Tagen vor 2011 auf 18,7 Tage seit 2015). Obwohl grundsätzlich die Bereitschaft für den reinen Online-Kauf sehr groß ist, würden die meisten Kunden, wenn sie nur einen Tag Zeit hätten, einen Gebrauchtwagen zu kaufen, zu einem Händler vor Ort gehen. Die Verfügbarkeit der Ware und die Flexibilität im Handeln sind die beiden großen Trümpfe des stationären Handels. SILVIA LULEI

» Gebrauchtwagenkauf – GW-Ausstellung vs. GW-Portale

Nehmen wir an, Sie hätten nur einen Tag Zeit, einen Gebrauchtwagen zu kaufen. Was würden Sie unternehmen, wenn Sie nur eine der beiden Alternativen wählen könnten?



Bei einem Gebrauchtwagenkauf an nur einem Tag würden etwa zwei Drittel einen Händler in der Nähe aufsuchen.

Quelle: BBE//Grafik: GWP