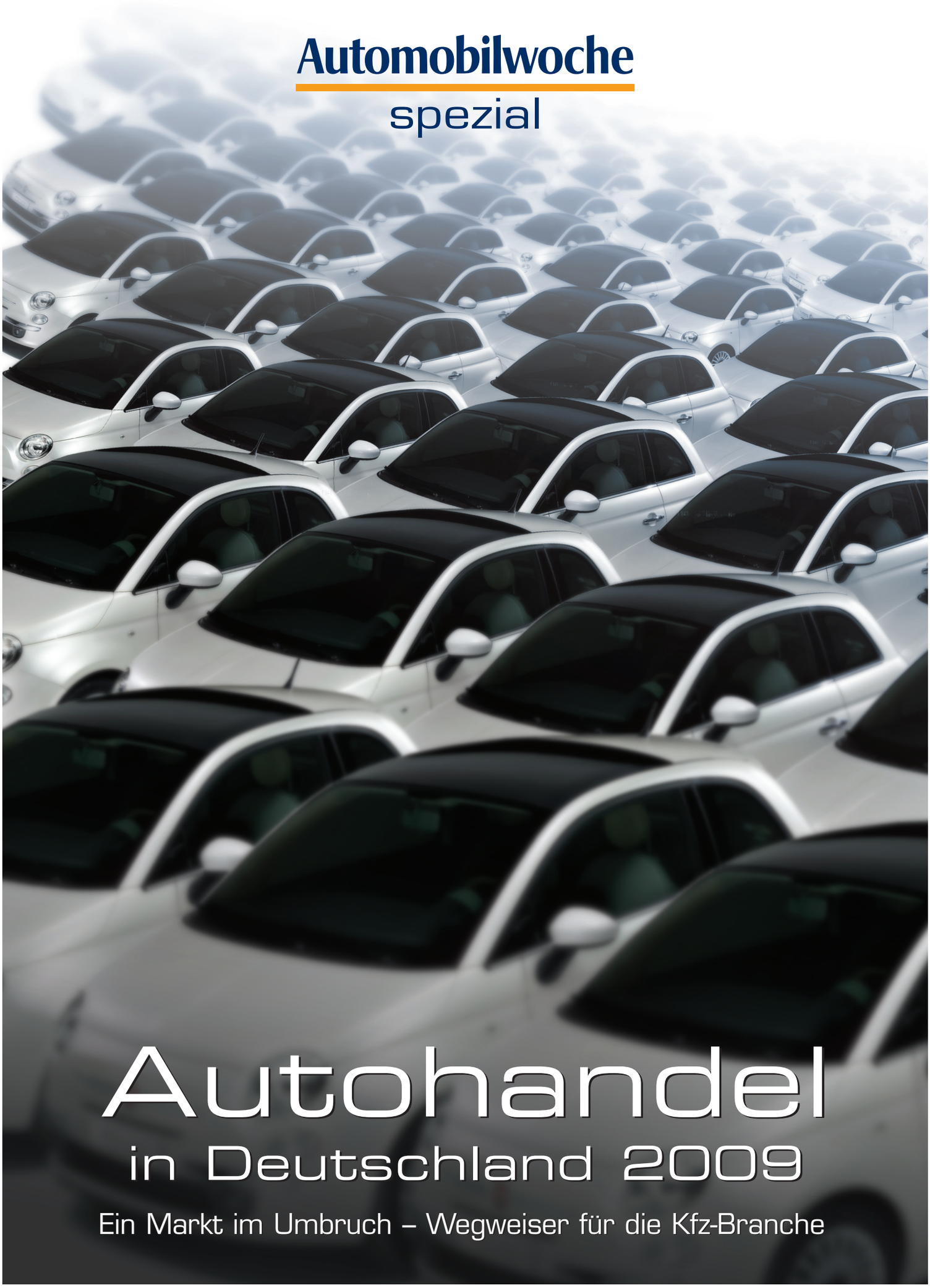
AH_01_Titel.qxp 21.04.2009 12:38 Uhr Seite 3

Automobilwoche
spezial



Autohandel
in Deutschland 2009

Ein Markt im Umbruch – Wegweiser für die Kfz-Branche

AH_24-26_Autohaus_der_Zukunft.qxp 21.04.2009 14:36 Uhr Seite 24

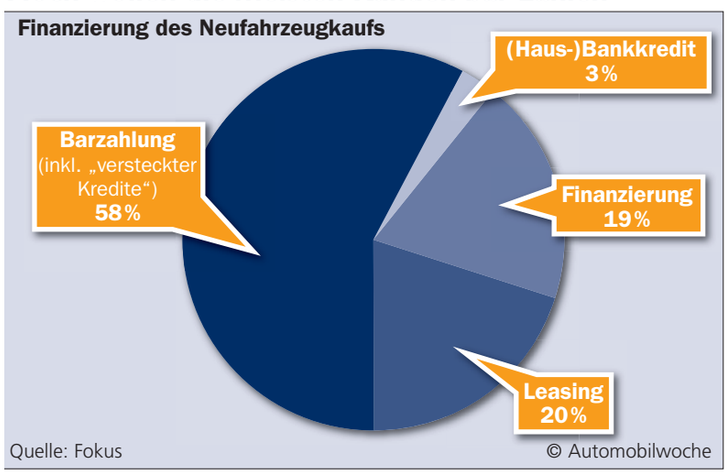
Mobil, treu, umweltbewusst

Autokäufer halten zu ihrem Händler, achten stärker auf Ökologie – und sind bereit, sehr weit zu fahren, um beim Autokauf Geld zu sparen.

Besichtigung und Beratung vor Ort sind die primären Informationsquellen vor dem Neuwagenkauf. Umweltaspekte wie der CO_2-Ausstoß und alternative Antriebsformen wie der Hybridantrieb sind für Autokäufer mittlerweile wichtige Kaufkriterien. Mit Ausnahme des Fahrzeugkaufs beim EU-Importeur haben sich alternative Kanäle wie das Internet oder der Direktkauf bei den Verbrauchern noch nicht etabliert: Dies sind drei zentrale Ergebnisse einer aktuellen Untersuchung der Fokus Management Consulting AG St. Gallen über das Verhalten beim Autokauf. Befragt wurden 500 Endkunden in Deutschland – noch kurz vor dem Inkrafttreten der Abwrackprämie, die die Autohäuser ja in einen vorübergehenden „Ausnahmezustand“ versetzt hat.

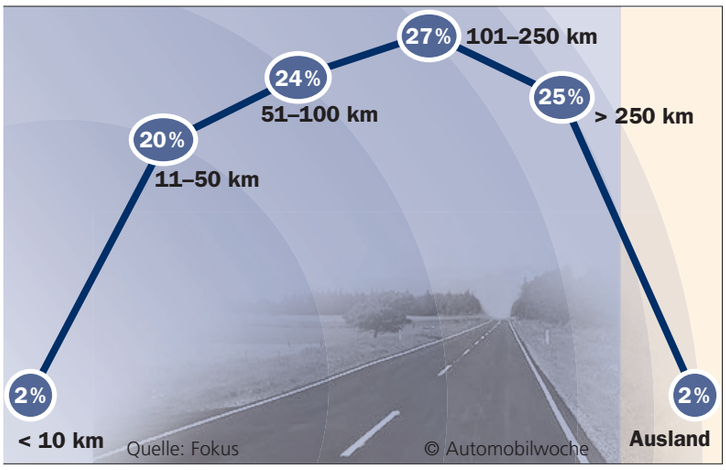
Insgesamt zwölf Themenfelder wurden in der Untersuchung abgefragt. Bei den Informationsquellen, die Neuwagenkunden vor dem Kauf nutzen, präferieren 71 Prozent die Besichtigung des Fahrzeugs und die Beratung durch den Autohändler vor Ort – in ländlichen Regionen sprechen sich sogar 86 Prozent dafür aus. Auch die traditionellen Medien wie Prospekte (49 Prozent) und Fachzeitschriften (46 Prozent) rangieren als Informationsquelle noch vor den Internetseiten der Hersteller (37 Prozent). Umweltaspekte spielen mittlerweile eine wichtige Rolle für die Kaufentscheidung. So integrieren 41 Prozent der Käufer den CO_2-Ausstoß definitiv in ihre Kaufentscheidung, weitere 29 Prozent ziehen diesen Aspekt zumindest in Erwägung. Für 30 Prozent der Befragten spielt das Thema noch keine Rolle. Unter den Kunden, die sich für einen alternativen Antrieb interessieren, setzen sich 34 Prozent mit dem Hybrid auseinander, 29 Prozent interessieren sich für ein gasgetriebenes Auto.

Noch wollen die meisten Kunden bar zahlen



AH_24-26_Autohaus_der_Zukunft.qxp 21.04.2009 14:36 Uhr Seite 26

Wie weit Kunden für einen 15-Prozent-Rabatt fahren

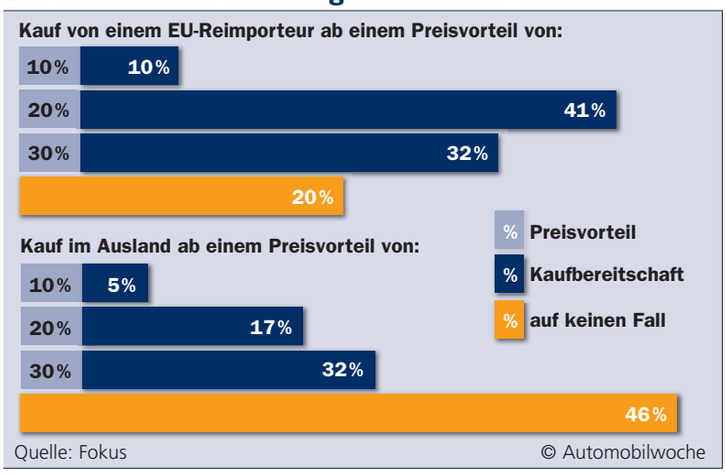


Um einen Neuwagen billiger zu bekommen, ist ein Großteil der Kunden bereit, weit zu fahren: Demnach erklärten 27 Prozent der Befragten ihre Bereitschaft, für einen Rabatt von mindestens 15 Prozent bis zu 250 Kilometer weit zu fahren, 25 Prozent würden sogar noch weiter fahren (siehe Grafik oben). Eine Fahrt ins Ausland hingegen kommt – trotz Preisvorteils – nur für zwei Prozent der Kunden infrage. „Der Neuwagenkauf im Ausland hat sich – im Vergleich zum Kauf beim EU-Reimporteur – noch nicht etabliert“, so Walter Gratzer, Automotive-Experte bei Fokus. Demnach ist fast die Hälfte der Befragten nicht bereit, ihren Neuwagen im Ausland zu kaufen – und zwar unabhängig von der Höhe des Preisvorteils. Dagegen sind die Befragten bei der Beschaffung über einen Reimporteur deutlich geneigter, ein Fahrzeug aus dem Ausland zu erwerben (siehe Grafik unten).

Direktkäufen über das Internet oder via Teleshopping stehen die Kunden dagegen mehrheitlich ablehnend gegenüber. Frauen zeigen sich hier besonders skeptisch. Auch die Alternative, einen Neuwagen im Supermarkt zu kaufen, stellt für die Mehrzahl der Kunden keine ernst zu nehmende Alternative dar. Bereits in der Vergangenheit hatten verschiedene Discounter – zuletzt die Lidl-Kette – diese Möglichkeit im Rahmen ihrer Marketingmaßnahmen genutzt. Nennenswerte Stückzahlen wurden allerdings bisher nicht erzielt.

Nach wie vor kaufen die Kunden lieber bei einem Händler, und zwar nach Möglichkeit bei dem, den sie schon seit Jahren kennen. So sucht mehr als die Hälfte der Befragten (54 Prozent) zum Autokauf immer den gleichen Händler auf, analog dazu ist die Quote der Markentreue. „Mit dem Alter steigt die Loyalität der Kunden signifikant“, beobachtet Gratzer. So bleiben Käufer über 65 Jahren zu über 90 Prozent sowohl der Marke als auch ihrem Händler beim Autokauf treu.

Bereitschaft zur Nutzung alternativer Verkaufskanäle



Autohäuser länger öffnen

Viele Neuwagenkunden wünschen sich allerdings unter der Woche längere Öffnungszeiten im Autohaus. So würden mehr als die Hälfte der Befragten (53 Prozent) einen Neuwagen gerne am frühen Abend zwischen 18 und 20 Uhr besichtigen, 52 Prozent der Befragten (Mehrfachnennungen waren möglich), darunter vor allem Großstädter, plädieren sogar für eine Öffnung bis 22 Uhr. Auch am Wochenende vermissen Kunden die Möglichkeit, ins Autohaus zu gehen. So votiert die Mehrheit der Befragten für eine Öffnung am Samstag- und Sonntagnachmittag.

Als eine der wichtigsten Basisleistungen erwarten Kunden die Möglichkeit, ein in die engere Wahl gezogenes Fahrzeug auch Probe fahren zu können. Zudem legen vor allem weibliche Kunden großen Wert auf einen persönlichen Ansprechpartner. Eine wichtige Rolle spielt für die Kunden außerdem, dass Inspektionskosten möglichst schon im Kaufpreis enthalten sind oder dass man ihnen eine Anschlussgarantie anbietet. Auch Finanzdienstleistungen spielen als Basisangebot eine wichtige Rolle.

Wenn es ums Geld geht, präferieren 58 Prozent der Befragen die Barzahlung ihres Neuwagens (siehe Grafik Seite 24). Bei Kunden ab 55 Jahren bevorzugen sogar drei Viertel diese Zahlungsvariante. Je ein Fünftel der Neuwagenkunden wollen ihr Auto finanzieren oder leasen, wobei Frauen Leasing gegenüber aufgeschlossener sind. Sie sind es auch, die Erinnerungen an Servicetermine, Einladungen zu Events oder Hinweise zu Sonderaktionen besonders schätzen. *Bettina John*