

kfz-betrieb
DIGITAL



Weitere Trend-Tacho-Ergebnisse zu aktuellen Themen aus der Kfz-Branche finden Sie unter www.trend-tacho.de.

GEBRAUCHTWAGENKAUF

Internet verdrängt Handel

Das World Wide Web verändert das Kaufverhalten. Die Interessenten informieren sich im Internet und konfigurieren dort ihre Wunschautos. Und die Autohäuser? Sie entwickeln sich zu Anlaufstellen für Probefahrten und Vertragsunterzeichnungen.

Das Internet hat nicht nur das Informationsverhalten der Käufer und die Geschäftsmodelle der Händler verändert. Es spielt auch im Entscheidungsprozess der Gebrauchtwageninteressenten eine starke Rolle. So kann sich jeder zweite Fahrzeughalter vorstellen, sein nächs-

tes gebrauchtes Auto direkt über das Internet zu kaufen. Dies ergab die Trend-Tacho-Studie der Redaktion »kfz-betrieb« und der Sachverständigenorganisation KÜS.

Für ihre erste Recherche zu ihrem Wunschauto, den Preisen und technischen Daten nutzen 44 Prozent der Befragten die einschlägigen Webseiten der Suchmaschinen, Fahrzeughersteller, Onlinehändler und Foren. Dagegen nehmen 38 Prozent der potenziellen Gebrauchtwagenkäufer den Kontakt zu einem markengebundenen oder freien Gebrauchtwagenhändler auf. Auf der Suche nach ersten Informationen über Gebrauchtfahrzeuge sind die Publikumszeitschriften (zwei Prozent) und Tageszeitungen (ein Prozent) kaum gefragt.

Egal, ob sich die Interessenten unmittelbar beim Händler oder online informieren – sie besitzen ganz klare Präferenzen. Schon vor dem Surfen im Internet oder dem Besuch im Autohaus haben sich bereits zwei Drittel der Käufer für ein gebrauchtes Fahrzeug entschieden. Rund 44 Prozent besitzen sogar ganz konkrete Vorstellungen, welche Automarke und welches Modell sie gern fahren möchten. „Der Ge-

brauchtwagenkäufer informiert sich während des Kaufprozesses durchschnittlich acht Stunden im Internet“, erläutert Dr. Ralf Deckers, Marktanalyst der BBE Automotive und Autor der Trend-Tacho-Studie „Entscheidungsprozess beim Neu- und Gebrauchtwagenkauf“. Das bedeutet, der Onlinekäufer konfiguriert Fahrzeuge, vergleicht Preise, schaut sich Videos zu seinem Wunschauto an und beteiligt sich an Auto-Blogs. Mit seinem Wissen aus dem World Wide Web besucht er dann ein Autohaus, hat aber die meisten Kaufentscheidungen für sich schon getroffen. Das Ergebnis der Internetrecherche: Der Zeitaufwand des Kaufprozesses reduziert sich. Ein relativ hoher Anteil von Schnellentscheidern (39 Prozent) durchläuft die Informations- und Kaufentscheidungsphase in nur maximal fünf Tagen. Bei 20 Prozent der befragten Gebrauchtwagenkäufer betrug die Zeit vom ersten Anstoß zum Kauf bis zum Vertragsabschluss sechs bis zehn Tage. Zum Vergleich: Vor 2008 waren das durchschnittlich 19 Tage.

Die Veränderungen im Kaufverhalten der Kunden haben für die stationären Gebrauchtwagenhändler gravierende Konsequenzen. Der Autohausbesuch und das Gespräch mit dem Verkaufsberater sind für viele Kaufinteressenten zwar noch wichtig. Sie werden aber tendenziell weniger, beobachten die Marktanalysten von der BBE Automotive. „Der Handel wird in eine reduzierte Rolle, immer stärker ans Ende des Kaufprozesses gedrängt“, betont Deckers. Vor diesem Hintergrund könnte sich die „Erlebniswelt Autohaus“ zur Anlaufstelle für Probefahrten und Vertragsunterzeichnungen wandeln.

Es sei denn, die Händler nutzen die wenige vorhandene Zeit mit ihren Kunden noch intensiver für ihre Offerten. Die Chancen dafür sind gut: 83 Prozent der Befragten besuchten im Rahmen ihres letzten Gebrauchtwagenkaufs 2,7



Foto: VBM-ARCHIV

38 Prozent der Gebrauchtwageninteressenten nutzen zwar als erste Informationsquelle das Gespräch mit dem Händler. Sie sind aber über das Internet bereits gut informiert.

Ergebnis: Jeder zweite Gebrauchtwagenkäufer hat beim letzten Fahrzeugkauf die Automarke gewechselt. Ist die Markentreue der Autofahrer gering, ist in der Regel auch die Loyalität zum Autohaus nicht sonderlich hoch.

Die komplette Trend-Tacho-Studie zum Entscheidungsprozess beim Neu- und Gebrauchtwagenkauf ist für 49 Euro erhältlich – E-Mail: info@kfz-betrieb.de. **NORBERT RUBBEL**

NOCH FRAGEN?

Norbert Rubbel, Redakteur



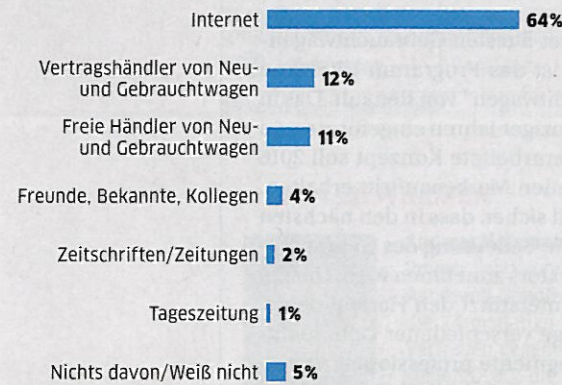
„Knapp 80 Prozent der Kaufinteressenten vergleichen vor ihrem Kauf die Preise im Internet. 56 Prozent suchen dort nach ganz konkreten Fahrzeugen. Ergebnis: Die Händlerbesuche nehmen ab.“

☎ 0931/418-2634
✉ norbert.rubbel@vogel.de

Informationsquellen

Auf welche Informationsquelle trifft die folgende Aussage zu?

„Hilft, interessante Marken und Modelle zu entdecken“

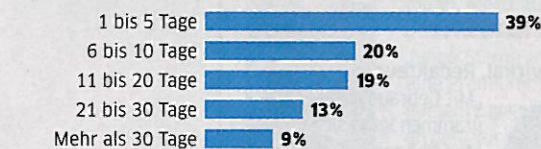


Die markengebundenen und freien Händler sind für die meisten Gebrauchtwagenkäufer als Informationsquelle wenig interessant.

Quelle: BBE Automotive **kfz-betrieb**

Dauer des Kaufprozesses

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



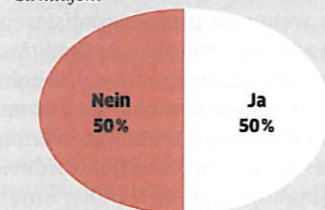
Gebrauchtwagenkäufe vor 2008: ☉ 18,9 Tage
Gebrauchtwagenkäufe 2012-2015: ☉ 15,9 Tage

Bei knapp 40 Prozent der befragten Gebrauchtwagenkäufer betrug die Dauer des Kaufprozesses nur ein bis fünf Tage.

Quelle: BBE Automotive **kfz-betrieb**

Potenzial Internetkauf

Können Sie sich vorstellen, Ihren nächsten Gebrauchtwagen direkt über das Internet zu kaufen?



Der Onlinekauf eines Gebrauchtwagens ist für jeden zweiten Interessenten vorstellbar.

Quelle: BBE Automotive **kfz-betrieb**



Wunschkonfiguration

Nutzbauten für die Kfz-Branche vereinen unterschiedliche funktionale Ansprüche unter einem Dach: die zweckbetonte Werkstatt, die effiziente Verwaltung und den anspruchsvollen Präsentationsbereich für Neuwagen. Das modulare System von Losberger verbindet diese Komponenten, je nach Ihren Anforderungen, auf ideale und vor allem auf wirtschaftliche Weise. Planen Sie Ihre Wunschkonfiguration, und wir bauen sie! Mehr dazu erfahren Sie unter www.losberger.com

