IMPULS

DR. KONRAD WESSNER BLICKT VORAUS, HINTERFRAGT UND KOMMENTIERT

GEHEN UNS DIE AUTOS AUS? ERGEBNISSE EINER AKTUELLEN *puls* STUDIE ZUR OPTIMIERUNG DER INZAHLUNGNAHME UND DES FAHRZEUGANKAUFS

»Nach dem verkorksten Start ins Autojahr 2022 stehen viele Automobilhändler vor der bangen Frage, ob und wann sich die Liefersituation der Neuwagen und die Verfügbarkeit der Gebrauchten wieder normalisieren. Um diesbezüglich nicht nur auf bessere Zeiten zu warten, sondern um aktiv zu werden, sollten wir uns fragen, was wir bei der Inzahlungnahme und dem aktiven Fahrzeugankauf optimieren können.

Hilfreich sind dabei zunächst unbestechliche Kennzahlen wie Quoten und ›Lost Deals‹ bei der Inzahlungnahme sowie aktiv in Eigenregie oder über Plattformen angekaufte Fahrzeuge. Bei unserer aktuellen ***Befragung von 1.016 Autokäufern*** *zeigt sich zunächst, dass der angestammte Weg der Inzahlungnahme des bisherigen Fahrzeugs beim Händler, bei dem die Anschaffung des nächsten Fahrzeugs geplant ist, kein Selbstläufer mehr ist. Getrieben u. a. von Ankaufsplattformen entwickelt sich vielmehr ein heißer Wettbewerb um die Inzahlungnahme und den Ankauf von Fahrzeugen.* ***So vergleichen mittlerweile stattliche 57 % der Autokäufer/-innen die Ankaufpreise zwischen den verschiedenen Wegen.***

In der Folge geben aktuell über alle Automarken hinweg nur noch kümmerliche 31 % ihr bisheriges Fahrzeug beim Händler im Zuge der Anschaffung des nächsten Fahrzeugs in Zahlung.

Weil dies aber 57 % erwägen, konstatieren wir unrühmliche 26 Prozentpunkte ›Lost Deals‹ bei der Inzahlungnahme durch den Markenhandel.

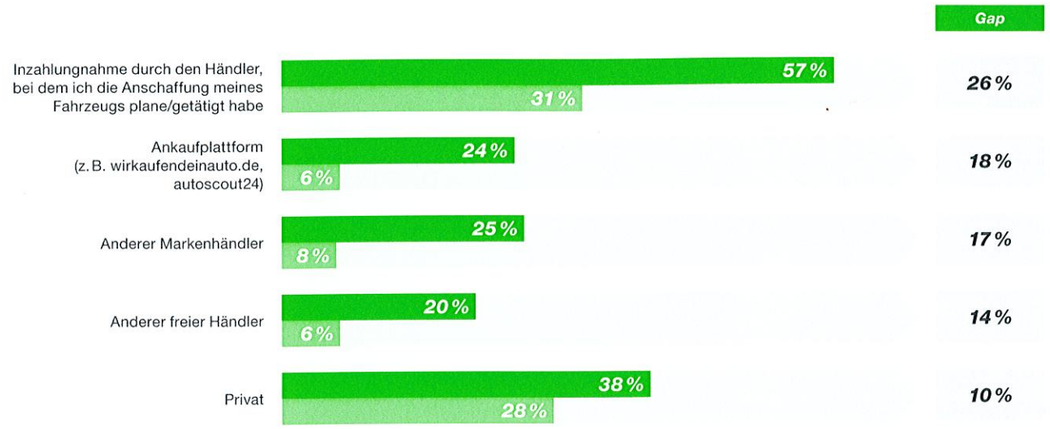
Dass es auch besser geht, zeigen Mercedes-Benz und BMW mit Inzahlungnahme-Quoten von 39 % und 37 %. Als weitere Wege wird der Verkauf des bisherigen Fahrzeugs an privat (38 %), an einen anderen Markenhändler (25 %), an eine Ankaufplattform (24 %) und an einen freien Händler (20 %) erwogen. Bei all diesen Wegen stellen wir unausgeschöpfte Potenziale und damit einen Professionalisierungsbedarf der Ankaufprozesse fest.

Wie unsere Studie weiter zeigt, legen die Kunden beim Verkauf ihrer Fahrzeuge besonderen Wert auf Transparenz, Neutralität, Schnelligkeit und Nachvollziehbarkeit der Bewertungspreise. *Trotz der zu verzeichnenden ›Lost Deals‹ schlagen sich dabei Plattformen und Markenhändler besonders gut, liefern sie sich doch ein Kopf-an-Kopf-Rennen mit einem nahezu gleich hohen Niveau bei der Kundenzufriedenheit mit dem Fahrzeugankauf. Ob es für die mit der Inzahlungnahme vertrauten Markenhändler ein Ruhmesblatt ist, dass sie mit den Plattformen als Quereinsteiger bei der Kundenzufriedenheit auf einem Level liegen, muss jeder selbst beurteilen. Für Plattformen spricht aus Kundensicht ganz klar die Geschwindigkeit. Wer sich also bei der Inzahlungnahme alle Zeit der Welt lässt, den bestraft der Kunde. Das schlägt sich dann auch negativ im Fahrzeugverkauf nieder, ist laut unserer Studie doch für 68 % der Autokäufer/-innen die Inzahlungnahme wichtig oder sehr wichtig für die Anschaffung des nächsten Fahrzeugs. Von daher liegt es nahe,* ***Ankaufangebote mit Preisvorteilen für das nächste Fahrzeug zu verknüpfen*** *und daraus ein preislich attraktives Paket zu schnüren.*

Aufgeweckte Markenhändler können dies als Chance nutzen, ihre Differenzierung als ›One-Stop-Shopping-Anlaufstelle‹ für Ankauf und Inzahlungnahme zu schärfen.«

DR. KONRAD WESSNER
ist seit 1992 Geschäftsführer bei *puls* Marktforschung, berät und begleitet mit seinem Team Unternehmen und Institutionen beim Strategiewandel und vermittelt sein Expertenwissen als gefragter Referent und Autor, insbesondere in der Automobilbranche. Im TECHNO MAGAZIN wird der erfahrene Ökonom regelmäßig aktuelle Branchenthemen beleuchten, bewerten und Anregungen geben.

26 % »LOST DEALS« BEI DER INZAHLUNGNAHME DURCH DEN HÄNDLER. VERGLEICH DER VERKAUFSWEGE BISHERIGER FAHRZEUGE – »KOMMT IN FRAGE« VS. »GENUTZT«



Basis: n = 545 (Intender), n = 410 (Buyer) | Differenz zu 100 % = »Sonstiges«, »Keine Angabe«
Quelle: *puls* Marktforschung GmbH

Neue Mobilitätsangebote für die Autonutzer/innen von Morgen

18. puls Automobilkongress am 8. September 2022

Wo? Im Dauphin Speed Event in Hersbruck (nahe Nürnberg)
Teilnahme vor Ort oder online
Vorabendveranstaltung am 7. September ab 18:00 Uhr

Uwe Artz (Geschäftsführer APZ GmbH)
Anthony Bandmann (Vorstand Ver trieb/ Market ing Volkswagen Financial Services AG)
Prof. Hannes Brachat (Herausgeber AUTOHAUS)
Dr. Johannes Graßmann (Industry Head Automotive+Automotive Retail Google DACH)
Michael Complojer (Industry Manager Automotive Google Germany)
Uwe Feser (Geschäftsführer Feser Graf Automobil Holding GmbH)
Martin Guse (Sprecher Geschäftsführung BDK Bank)
Markus Gold (Leitung Business Development Kunzmann GmbH und Ideengeber LEAD4 CAR)
Jenny Koch (Vorstand Koch Automobile AG)
Axel Nordieker (Geschäftsführer Toyota Kreditbank GmbH)
Helmut Peter (Geschäftsführender Gesellschafter Autohaus Peter Gruppe)
Christian Ritter (Geschäftsführer Torpedo Gruppe und Gründer Sell-from-home)
Theresa Schirak (Betriebsleitung Sehirak Automobile)
Dr. Reinhard Schmidt (Geschäftsführer heycar Mobility Trader GmbH)
Dr. Konrad Weßner (Geschäftsführer *puls* Marktforschung GmbH)
Sebastian Weßner (Geschäftsführer mobility4.me GmbH)

Neue Mobilitätsbedürfnisse
Neue Strategien
Neue Mobilitätsangebote
Neue Mitbewerber
Neue Mitarbeiter/innen

AUTO & WIRTSCHAFT · AUTOHAUS · HORIZONT ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN · BDK · heycar · APZ · Castrol