

Aktuelle Trends im Frühjahr

Eine Umfrage der puls Marktforschung GmbH zeigt, wie Corona Anschaffung und Nutzung von Autos in Deutschland verändert.

AUTOBUSINESS |

Jeder Zweite verschiebt wegen Corona den Autokauf

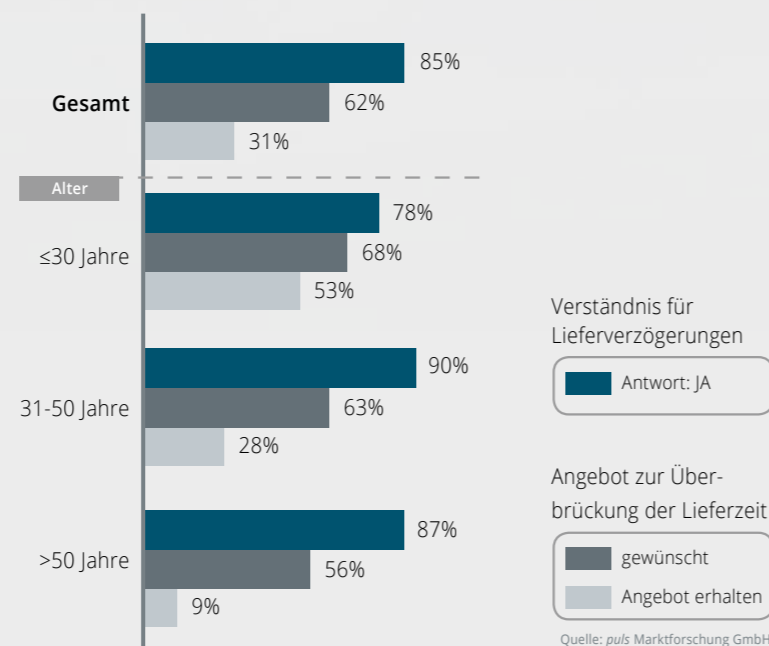
Die Zahlen belegen ganz eindeutig, dass viele Deutsche aktuell den Erwerb eines neuen Fahrzeugs erst zu einem späteren Zeitpunkt in Angriff nehmen wollen. Wichtig: Die überwiegende Zahl gibt den Kauf nicht komplett auf, sondern verschiebt ihn lediglich.

Auswirkungen von Corona auf den Autokauf?	Gesamt	GESCHLECHT		ALTER		
		♀	♂	≤30 J.	31-50 J.	>50 J.
Corona führt zur Verschiebung von Autoanschaffungen.	49%	56%	47%	46%	52%	50%
Corona führt zur Kürzung der Budgets fürs Auto.	40%	48%	37%	46%	41%	33%
Nach Corona werden zurückgestellte Fahrzeuganschaffungen nachgeholt.	28%	25%	29%	26%	34%	25%
Corona führt zur Stilllegung oder dem Verkauf von Fahrzeugen.	19%	24%	17%	24%	17%	16%
Corona führt dazu, dass auf absehbare Zeit keine Autos mehr angeschafft werden.	17%	19%	16%	19%	16%	15%
Corona führt zum Verzicht auf Ausstattungen.	13%	16%	12%	15%	13%	12%
Corona führt zur Anschaffung kleinerer klimafreundlicherer Fahrzeuge.	12%	13%	11%	14%	10%	11%
Keinen Einfluss	22%	19%	23%	20%	23%	23%

Quelle: puls Marktforschung GmbH

Verständnis für Lieferverzögerungen

Wenn das bestellte Fahrzeug aufgrund von Produktionsstillständen im Zuge der Pandemie nicht zum vereinbarten Termin kommt, sehen die meisten Befragten dies nicht als ein schwerwiegendes Problem an. Sie haben vielmehr Verständnis für die Situation. Gleichzeitig sind sie offen für Angebote/Lösungen, mit denen das Autohaus ihnen hilft, die (längere) Wartezeit auf das neue Fahrzeug zu überbrücken.



Quelle: puls Marktforschung GmbH

Kauf im Netz?

Probefahrten und Abholung beim Händler bleiben wichtig. Jeder Vierte kann sich jedoch auch die Online-Anschaffung eines Autos mit Lieferung nach Hause vorstellen.

Autoanschaffung online vorstellbar?	Gesamt	GESCHLECHT		ALTER		
		♀	♂	≤30 J.	31-50 J.	>50 J.
Ja, mit Probefahrt	57%	53%	59%	67%	60%	44%
Ja, ohne Probefahrt	11%	8%	12%	10%	11%	13%
Ja, mit Abholung beim Händler	39%	39%	40%	43%	40%	35%
Ja, mit Lieferung nach Hause	25%	22%	26%	37%	27%	20%
Nein	30%	37%	27%	23%	27%	40%

Quelle: puls Marktforschung GmbH

Großreinemachen

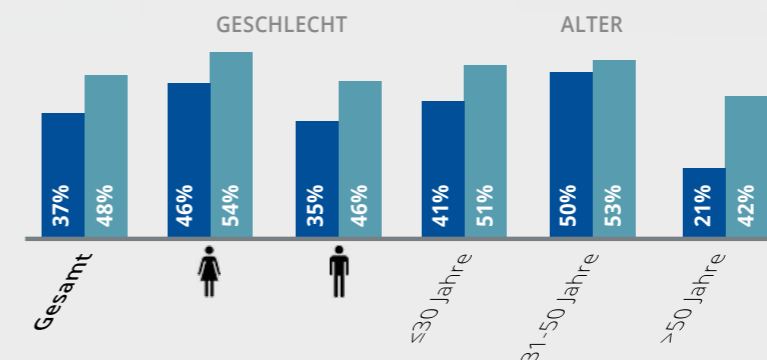
Vor allem Frauen sind vor dem Hintergrund von Corona an dem Angebot einer professionellen Fahrzeug-Innenreinigung bzw. Desinfektion des Autos interessiert. Die Markenwerkstatt wäre immerhin für jeden Dritten der Befragten die erste Anlaufstelle für eine derartige Reinigung.

Was bedeuten diese Zahlen für mein Geschäft? Es lassen sich ein paar grundlegende Handlungsempfehlungen formulieren:

- Aktives Kontaktieren und Qualifizieren der potenziellen Käufer: Wann ist (die verschobene) Autoanschaffung geplant?
- Angebot der Videoberatung oder eines Termins im Autohaus
- Bedarfsanalyse mit den richtigen, auf den Käufer zugeschnittenen Fragen
- Angebote zum Beispiel von Downsizing, Autos on Demand oder einer Überbrückung der Lieferzeit
- Forcierung des Online-Verkaufs als Möglichkeit des Fahrzeugkaufs ohne Autohaus-Besuch und Verkäufer-Kontakt
- Prüfung und Tracking wichtiger Online-Kontaktpunkte wie der eigenen Website
- Sogenannte Lost Deals analysieren, die richtigen Schritte daraus ziehen und letztendlich die Zahl dieser reduzieren
- Angebote zur professionellen Innenreinigung mit Desinfektion

Durchführung der Fahrzeugreinigung?	Gesamt	GESCHLECHT	
		♀	♂
Bei einem speziellen Dienstleister	53%	50%	54%
In der Markenwerkstatt	31%	29%	32%
In einer systemwerkstatt (z. B. ATU, Pit-Stop etc.)	20%	19%	20%
Würde ich selbst machen	17%	22%	15%
Gar nicht	10%	10%	10%

Quelle: puls Marktforschung GmbH



Professionelle Fahrzeugreinigung vor Corona

Antwort: (Sehr) interessant

Interesse an einer Desinfektion des Innenraums während Corona

Antwort: (Sehr) interessant

Quelle: puls Marktforschung GmbH