

Notizen:

puls Studie in Kooperation mit Google bei 1.016 Autokäufern
Heißer Wettbewerb um die Inzahlungnahme der knappen Gebrauchtwagen

Nürnberg/München, 25. Januar 2022

Der Chipmangel und Lieferkettenprobleme führen zu einer für die Automobilindustrie völlig neuen Herausforderung: Die Nachfrage nach Autos übersteigt das Angebot. Eine Möglichkeit, hier Abhilfe zu schaffen liegt darin, Auto-Interessenten aktiv interessante Angebote für die Inzahlungnahme zu machen und so den Ankauf von Fahrzeugen anzukurbeln.

Vor diesem Hintergrund hat die Nürnberger Marktforschung *puls* in Kooperation mit Google 1.016 Autokäufer in Deutschland zur Inzahlungnahme und dem Fahrzeugankauf befragt. Das Kernergebnis: Für diejenigen, die aktuell in der glücklichen Lage sind, ihr aktuelles Fahrzeug zu verkaufen brechen goldene Zeiten an. So zeigt die Studie, dass der angestammte Weg der Inzahlungnahme des bisherigen Fahrzeugs beim Automobilhändler kein Selbstläufer mehr ist. Es entwickelt sich vielmehr ein heißer Wettbewerb um den Fahrzeugankauf. So geben laut Studie nur noch überschaubare 31 % ihr bisheriges Fahrzeug beim Händler im Zuge der Anschaffung des nächsten Fahrzeugs in Zahlung. Weil dies aber 57 % erwägen gehen dem Automobilhandel 26 % mögliche Inzahlungnahmen verloren. Als weitere Wege werden der Verkauf des bisherigen Fahrzeugs an privat (38 %), an einen anderen Markenhändler (25 %), an eine Ankaufplattform (24 %) sowie an einen freien Automobilhändler (20 %) erwogen.

Der Wettbewerb um den Gebrauchtwagenankauf schlägt sich auch darin nieder, dass laut der Studie von *puls* und Google mittlerweile stattliche 57 % der deutschen Autokäufer die Preise vergleichen, die ihnen für den Ankauf von Fahrzeugen geboten werden. Dabei wünschen sich die Kunden laut Studie vor allem einen guten Preis für das Fahrzeug sowie eine transparente, nachvollziehbare und neutrale Bewertung, die spätestens nach einem Tag vorliegen sollte. „Um im Wettbewerb des Fahrzeugankaufs zu bestehen empfiehlt *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weißner attraktive Ankaufangebote für bisherige Fahrzeuge mit attraktiven Angeboten für das nächste Fahrzeug zu verknüpfen und regelmäßig Ankaufquoten zu messen.“

Laut Google zeigt sich das veränderte Konsumentenverhalten auch in den Suchanfragen. Beispielsweise sind die Suchanfragen nach „Lieferzeiten“ in der Automotive Kategorie im Jahr 2021 in Deutschland um 35 % im Jahresvergleich zu 2020 gestiegen (Quelle: Google Trends). Dr. Johannes Graßmann, Industry Head im Automotive Team bei Google Deutschland ergänzt: "Händler, Hersteller sowie Portale haben die Möglichkeit, mit entsprechenden Online-Marketingmaßnahmen ihre Zielgruppe gezielt zu erreichen. Somit können sie auf die Lieferknappheit reagieren und Ankäufe forcieren."

Stefanie Schieber, Industry Head im Automotive Team bei Google Deutschland fügt hinzu: „Die Studie beweist einmal mehr, die Wichtigkeit von Digital im Verkaufsprozess von Autos. Heute ist

50

es wichtiger denn je Marketingmaßnahmen nahezu in Echtzeit an das veränderte Konsumentenverhalten anzupassen.“

-ENDE-

Anzahl Zeilen:	49
Anzahl Anschläge:	2.885 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	25. Januar 2022
Ansprechpartner:	Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400

Abdruck honorarfrei

Über *puls* Marktforschung

Seit über 25 Jahren konzentriert sich *puls* darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung und daraus abgeleitete Maßnahmenempfehlungen abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 18 hochqualifizierte Mitarbeiter. Bei *puls* gibt es kein Marktforschungsprojekt ohne konkrete Maßnahmenempfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien.

Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „For Better Decisions“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie Santander, Mercedes-Benz, Consorsbank, GORE-TEX, Quirin Privatbank, mobile.de, TÜV Süd oder STABILO sichern ihr weiteres Wachstum durch maßgeschneiderte Marktforschung von *puls* ebenso ab wie mittelständische Unternehmen.

Mehr Informationen über *puls* Marktforschung finden Sie unter www.puls-marktforschung.de.