

puls Studie zum Abschluss von Finanzierungs- und Leasingverträgen für Autos

Automobilfinanzierung: Nicht ohne die Händler

Nürnberg, 04. August 2016

Notizen:

Maßgeschneiderte Finanzierungs- und Leasingangebote sind nicht nur Rückenwind für den Automobilverkauf, sondern spielen auch eine entscheidende Rolle bei der Frage, ob sich der Autokauf künftig „bis zur letzten Meile“ ins Internet verlagert: Wie die Nürnberger Marktforschung *puls* mit einer repräsentativen Studie bei 1.013 Autokäufern in Deutschland herausgefunden hat sind Automobilhändler bzw. Verkäufer die entscheidenden Ansprechpartner wenn es um Beratung und Verkauf rund um Finanzierung und Leasing geht. So geben laut *puls* Studie 3 von 4 Autointeressenten an, dass sie durch den Händler vor Ort oder auf der Website erstmalig auf Finanzierungs- bzw. Leasingangebote aufmerksam wurden.

Die große Bedeutung der Automobilhändler für den Abschluss von Finanzierungs- und Leasingverträgen hat gute Gründe: Finanzierungsinteressenten haben Beratungsbedarf: Die wichtigsten Fragen sind laut *puls* Studie die Höhe der monatlichen Rate, mögliche Laufzeiten, die Zinshöhe, die Auszahlungs- bzw. Schlussratenhöhe, die Inzahlungnahme des Vorfahrzeugs, Service- und Wartungsverträge, Ablöseoptionen sowie Garantieverlängerungen. Weil diese Fragen weder das Internet noch „Roboter-Verkäufer“ beantworten können, sind branchenkompetente Spezialisten in Autohäusern gefragt. Von daher wünschen sich Finanzierungs- und Leasingkunden auch zunehmend, vom Händler bzw. Verkäufer bei Vertragsende kontaktiert zu werden. „Automobilhändler sollten vor diesem Hintergrund mittels einer Beratungsscheckliste deutlich machen, was Kunden sparen können, wenn sie sich durch den Profi im Autohaus eine Finanzierungslösung maßschneidern lassen“, empfiehlt *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weißner.

-ENDE-

Anzahl Zeilen:	32
Anzahl Anschläge:	1.672 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	04. August 2016
Ansprechpartner:	Dr. Konrad Weißner +49 (0) 911-9535-400

Abdruck honorarfrei

Über *puls* Marktforschung

Seit über 20 Jahren konzentriert sich die *puls* Marktforschung 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 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 Audi, Opel, Volkswagen, Audi, GORE-TEX, ZF Services oder BASF 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.