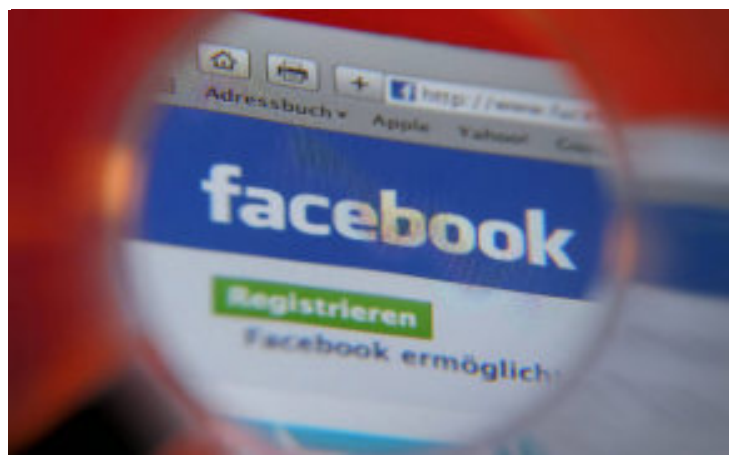


28.05.2013

Marketing**Autohandel setzt vermehrt auf Social Media**

Immer mehr Autohändler nutzen Social Media für ihr Marketing. Laut einer Umfrage der Puls Marktforschung unter 251 markengebundenen und 249 freien Händlern im Auftrag von Autoscout24 im vergangenen Jahr 33 Prozent der deutschen Betriebe auf Facebook, Twitter, Xing und ähnliche Kanäle zurück – eine deutliche Steigerung zum Vorjahr. 2011 nutzten lediglich 17,9 Prozent die sozialen Netzwerke. 32,1 Prozent der Händler sind



Immer mehr Autohändler nutzen Social Media für ihr Marketing.

aktuell mit ihren Aktivitäten zufrieden

2012 hatte Facebook klar die Nase vorne: 98,2 Prozent der Umfrageteilnehmer waren auf der Plattform aktiv. Die Netzwerke Twitter (14,5 Prozent), Xing (12,1 Prozent), Youtube (10,9 Prozent) und Google+ (10,3 Prozent) folgten mit deutlichem Abstand. Dabei geht es den Händlern vor allem um die Präsentation des Unternehmens (83 Prozent) und der eigenen Veranstaltungen (73,3 Prozent).

Auch der Anteil von Social Media am Verkauf ist gestiegen: Für 51,5 Prozent spielt das Web 2.0 bei der Verkaufsanbahnung eine Rolle. 2011 lag diese Quote erst bei 44,7 Prozent. Dabei ist der Kanal für freie Händler (68,1 Prozent) wichtiger als für Markenhändler (61 Prozent). Vor allem Gebrauchtwagen finden ihren Weg in die Netzwerke (80,2 Prozent). 55,4 Prozent der Händler präsentieren auch Neufahrzeuge.

Service- und Werkstattdienstleistungen stellen vier von zehn Händlern im Netz vor. Daneben haben Gewinnspiele eine Bedeutung – dafür verwenden 30,9 Prozent Facebook & Co. Auch für die Suche nach neuem Personal kommt Social Media zum Einsatz (21,2 Prozent). 21,6 Prozent nutzen zudem Videos, um im Internet zum Beispiel auf zu verkaufende Fahrzeuge aufmerksam zu machen. Die Nutzung von Videos für Online-Marketing ist bei Markenhändlern mit einer Quote von 30,7 Prozent deutlich stärker ausgeprägt als bei freien Händlern (12,4 Prozent).

Smartphone-Apps nehmen zu

Ein kleiner, aber wachsender Teil der befragten Händler bietet mittlerweile auch eine eigene Smartphone-App an: 8,8 Prozent im Jahr 2012 gegenüber sechs Prozent in 2011. Vornehmlich geht es dabei um das Abrufen aktueller Angebote im Gebrauchtwagenbereich (86,4 Prozent) und um Terminvereinbarungen (81,8 Prozent). Neuwagen werden bei 77,3 Prozent der Apps angeboten. (se)

Auch AUTOHAUS Online ist auf Facebook aktiv: Besuchen Sie uns doch mal unter <https://www.facebook.com/AUTOHAUSonline!>

Copyright © 1998 - 2013 AUTOHAUS online
(Foto: imago/Bildwerk)

Kommentar verfassen

Ihr Name*

E-Mail*

Ihr Wohnort