



Immer weniger Kunden wollen im Autohaus beraten werden.

## Autohandel

### Trennung von Beratung und Verkauf?

Immer weniger Kunden wollen im Autohaus beraten werden. Laut einer aktuellen Umfrage der Puls Marktforschung unter 1.000 Autokäufern in Deutschland, sehen über die Hälfte der Gebrauchtwagenkäufer (54 Prozent) und 34 Prozent der Neuwagenkäufer keinen Beratungsbedarf beim Händler.

"Autohäuser sollten daher über die Trennung von Beratung und Verkauf nachdenken", erklärte Puls-Geschäftsführer Konrad Weßner am Donnerstag in Nürnberg. Die Kunden tun es bereits: Jeder dritte Neuwagenkäufer (37 Prozent) und jeder zweite Gebrauchtwagenkäufer (48 Prozent) findet eine solche Trennung sinnvoll.

Nach Ansicht von Weßner könnte ein Mobilitätsberater die Kunden zunächst über passende Lösungen informieren. Als Vorbild diene der "Genius"-Berater in Apple-Stores. Der Verkäufer wickle mit dem durch das Internet oder die Mobilitätsberatung entsprechend vorinformierten Kunden den Kauf ab. Die Beratung reduziere sich dann in vielen Fällen auf passende Ausstattungen.

Laut Umfrage gibt es hier die meisten Unsicherheiten: So benötigen 45 Prozent der Neu- und 32 Prozent der Gebrauchtwagenkäufer Unterstützung bei der Wahl der Ausstattung. Bei Finanzierungsfragen sind es hingegen nur noch 28 Prozent bzw. 18 Prozent, bei Fragen zu den Modellen 29 Prozent bzw. 18 Prozent. Am sichersten sind sich die Kaufinteressenten bei der Fahrzeugmarke: Nur 19 Prozent der Neu- und acht Prozent der Gebrauchtwagenkunden wollen sich hier helfen lassen. (se)

Copyright © 1998 - 2013 AUTOHAUS online  
(Foto: Fotolia)

### Kommentare zum Artikel

27.04.2013 00:36

**Tim Taler meint:** Tja, so ist das wenn Analysten/Berater Empfehlungen abgeben, zu Dingen die Sie selbst in Ihrer Komplexität nicht überschauen und für solche unqualifizierten Studien von der Industrie und vom Handel zum Dank dicke Honorare einstreichen wollen. Fatal wenn dann aus so etwas Rückschlüsse gezogen werden! Wie steht es um die Vertriebs Erfahrung von Herrn Weßner? Die letzten Jahre am Point of Sale in z.B. in einem deutschen Autohaus gewesen? Wohl eher nicht! Oder etwa eine Studie vom Nordamerikanischen Markt für Deutschland abgeschrieben? Kommt ja bei den besten Doktoren vor..... :-) In den USA ist dies schon die Praxis und es geht in diesen Märkten auch nur weil bei den meisten Herstellern / Händlern in diesen Ländern die Kombinations- und Individualisierungsmöglichkeiten sehr begrenzt sind und die Fahrzeuge in der Regel schon am Lager stehen. Der Kunde hat in diesen Märkten primär eine ganz andere Erwartung. Nehmen Sie lieber Herr Weßner doch einmal einen deutschen Premiumhersteller. Hier gleicht fast kein ausgeliefertes Auto dem anderen und der Trend zur Individualisierung der Neuwagen durch Sonderausstattungen der Hersteller nimmt im Premiumsegment ja selbst bei hochwertigen Kleinwagen dieser Hersteller eher zu.. Das ist neben einem hohen Qualitätsstandard und gutem Design eines deutschen Hersteller auch auf dem Weltmarkt unser Produktions- bzw. Produktvorteil. Des Weiteren sind heute beim gewerblichen als auch beim privaten Kunden Dienstleistungen für den Handel das Gebot der Stunde. Fast kein Kunde überschaut die Möglichkeiten, die oft nur in Verbindung mit Ausstattungspaketen Ihren Preisvorteil ausspielen! Woran verdient denn der Hersteller und der Handel am meisten.....? Richtig Herr Weßner! An den Sonderausstattungen und eben auch an Finanzdienstleistungen! Viel und teuer an Warenwert verkauft nur der Verkäufer, der dem Kunden erklären kann wofür er es braucht und so Begehrlichkeiten weckt! Also mit der Umfrage dahin wo Sie hingehört: In die Tonne! Dem deutschen Handel kann man nur Raten seine Verkäufer bestmöglich in allen Bereichen zu schulen und die Verkäufer das machen zu lassen was Sie am besren können: BERATEN und dadurch viel und teuer VERKAUFEN!!!! Bitte die nächste Studie.....

26.04.2013 17:33

**Michael Kühn meint:** @ Martin Kopp + @ Detlef Rüdell; sehr geehrte Herren, Ihre Gedanken in Ehren und durchaus nachvollziehbar, jedoch vergleichen Sie augenscheinlich "Äpfel mit Birnen". Anwälte, Steuerberater usw. sind "freie" Berufe im Gegensatz zu den Autohausbetreibern oder auch z.B. Versicherungsvertretern, die quasi einen Handelsvertretervertrag mit einem Unternehmen abgeschlossen haben. Was glauben Sie wieviel Beratungen ein Versicherungsvertreter durchführt, um dann eine KV, LV oder was auch immer, vielleicht abschließen zu können? - Ich denke daher, das Bewußtsein der Konzerne gegenüber ihren Handelspartnern sollte grundsätzlich überprüft werden ! - Nehmen Sie einfach mal den "Eismann-Vertreter" mit seinen Tiefkühlkostangeboten, der fährt jeden Tag seine Touren, zahlt für seinen LKW und verbraucht Kraftstoff usw. , ohne zu wissen, was er am Ende des Tages verkauft hat. (Die Fa. Eismann hat vielen "Selbstständigen" die Existenz ruiniert u. wie im Autohandel auch zu Privatinsolvenz geführt.) - Und das Beispiel von Ihnen Herr Rüdell mit dem KV der Werkstatt ist eine Verfahrensweise, welche früher zunächst auch auf Widerstände stieß u. erst viele Jahre später etabliert war. - Ohne eine entsprechende Mitwirkung/Aufklärung des Herstellers gegenüber den Kunden werden Ihre Gedanken bei den ersten Umsetzungsversuchen von einzelnen Autohäusern eine Art "Interessentenflucht" beschieren. - Autofahren kostet GELD! und wieviel Autohäuser versprechen z.B. einen Ersatzwagen für den Werkstattaufenthalt zum Null/oder Mini-Tarif? Für den Endverbraucher wäre also die bezahlte Probefahrt absolut fragwürdig... (Ich hätte zu diesem Thema einige vernünftige Ideen, jedoch ohne Herstellerinteresse/Unterstützung werde ich diese in diesem Rahmen nicht preisgeben.) Und die Hersteller sind noch weit entfernt von neuen Gedanken oder der Bereitschaft, sich diese überhaupt anzuhören.

26.04.2013 14:29

**Detlef Rüdell meint:** Ich stelle die Frage einmal anders herum. Wenn ich heute zum Steuerberater, Rechtsanwalt, Arzt,

usw.gehe und mir eine Beratung einhole, dann muss ich für diese erbrachte Dienstleistung dafür auch bezahlen. Warum, gehen wir nicht im AH denselben Weg? Wir erbringen dort gegenüber dem Kunden ebenfalls eine Dienstleistung, wir beraten, stellen einen VFW dem Kunden zur Verfügung. (Manchmal auch über das WE) verbunden mit der Hoffnung, dass der Kunde dann bei uns kauft. Darüber hinaus, beantworten wir alle Fragen, die der Kunde zum Fahrzeugkauf wissen will. Die Zeit, die hier investiert wird, in der Hoffnung, dass der Kunde das Fahrzeug kauft, ist Imens. Der Kunde sollte aus meiner Sicht, für diese Beratung und erbrachte Dienstleistung am Kunden auch dafür bezahlen. Diese Kosten kann man dann sehr gern beim Kauf vom Fahrzeug wieder in Abzug bringen. Sorry, der Kunde sollte und muss wissen, dass das was wir bereit sind zu leisten, nicht zum null Tarif zubekommen ist. Mit Sicherheit wird das Szenario beim Kunden erst einmal Protest auslösen, doch mit Sicherheit auch Verständnis, wenn man ihm erklärt, warum man jetzt diesen Schritt geht. Es kann einfach nicht sein, das wir über eine Beratung von mehreren Stunden, hier nicht in der Lage sind, das Gegenüber dem Kunden zu verkaufen. Bei Kostenvorschlägen verhalten wir uns doch auch nicht anders, hier wird der Kunde darüber informiert, dass die Erstellung des Kostenvorschlages Geld kostet. Was für den Kunden nicht verloren ist, wenn er besagten Schaden im AH reparieren lässt. Wir müssen diesen Weg einfach gehen, und dem Kunden das ins Bewusstsein rufen...

26.04.2013 11:54

**Martin Kopp meint:** Ich habe bei meiner täglichen Arbeit den Eindruck, dass immer mehr Leute sich erstmal im Internet schlau machen, und dann ins Autohaus gehen, um noch offene Fragen zu klären und eine (natürlich kostenlose) Probefahrt zu machen. Ist alles klar und der Interessent hat sich mit seinem neuen Wissen auf ein Fahrzeug festgelegt, wird nur noch nach dem möglichen Rabatt gefragt, und dieser mit Angeboten im Netz verglichen. Das der "normale" Händler meist nicht mithalten kann, sollte wohl klar sein. Alle Kosten, die durch die Probefahrt und die Beratung bereits entstanden sind, kann sich der Händler ans Bein binden. All das hat mit Fairness nicht viel zu tun, natürlich möchte jeder möglichst billig kaufen, aber wie will man die erbrachte Dienstleistung des Verkäufers eigentlich bewerten? Vielleicht sollte der Weg wirklich dahin gehen, dass sich Beratung und Verkauf wirklich aufsplitten und der Kunde auch für die Beratung inkl. einer Probefahrt bezahlt, und kauft er im gleichen Autohaus, könnte er ja die Beratungskosten verrechnet bekommen. So wäre gewährleistet, das beim Händler keine Leistungen "abgesaugt" werden, welche ihm sehr viel Geld kosten aber ihm rein gar nichts einbringen. Aber um Missverständnissen vorzubeugen: Ich habe auch eine Menge Kunden, die nicht nur wegen der Beratung kommen, sondern wirklich ein Fahrzeug kaufen wollen und nicht für ein paar Euro Ersparnis über das Internet kaufen und einige hundert km weit fahren. Mal sehen, was die Zukunft im Automobilhandel so bringt, ich werde es gespannt verfolgen.

26.04.2013 09:56

**Nw-Vk meint:** wow - ganz neue Ansichten - ich bin erstmal echt platt und erstaunt. Wo soll das nur hinführen? Wie wird verprovisioniert? Wer bekommt welchen Anteil in welcher Höhe - oder noch besser - wer bekommt überhaupt wieviel Garantielohn? Es wird sich was verändern ( müssen ), es ist ja heute schon so - lassen Sie uns weggehen von den Premiummarken bei denen die Kunden weniger problematisch sind als bei VW, Ford, Hyundai, PSA usw. da bei denen das "haben-will-Gen- mit eine Rolle spielt. Der "normale " Käufer will nach Möglichkeit den "günstigsten Preis " für das Auto seiner Wahl. Trotzdem first class Bedienung inkl. Probefahrt, Hereinnahme.. etc etc. / (Will ich für mein neues Möbel, TV ja genauso ! ). Letztlich ist es ihm egal ob er beim Händler A um die Ecke kauft oder beim Händler B 7 km entfernt. Aber der A wird erstmal ausgeblutet mit Probefahrt und einigen mehr. Entweder die Hersteller müssen die teuren VFW ( ohnehin schon Verlustgeschäft bei Verkauf ) viiiiiiiii stärker bezuschussen ( von mir aus mit 6 Monaten Haltefrist ) oder selbst zur Verfügung stellen oder der Handel muss Geld verlangen. ( siehe aktuell Telekom Flatrate: Bei Handys stört keinen - bei Home-Anschluss ist nun das Geschrei groß ). Aber guter Service im Form von Probefahrten, Prospektbereitstellung, Heizung im Winter, Showroom muss auch Geld kosten, sonst sind wir Händler demnach weg vom Fenster. Ich kann das Reizthema Internet echt nimmer hören - wann wird da gegengesteuert werden... wann dürfen wir wieder Geld verdienen? Es ist traurig mit über 40 Jahren 2600 brutto zu verdienen, da man mit den wenigen Einheiten bei denen ca. 10% Rabatt aus eigener Tasche "Keine" Provision zulässt, und das bei locker 50 Std. die Woche inkl. Samstag..... traurig traurig... da kannst echt überlegen ob bei Aldi für 2400 anfängst... und dir keinen Kopf drum machen musst ob und wie... sondern nur dass 16. Uhr ist und du heimgehen kannst.

26.04.2013 09:42

**Michael Hansmann meint:** Die Aufgabenstellung, die ich persönlich seit Jahren sehe, ist, dass das Vergütungsmodell "Provision" in der Form nicht mehr zeitgemäß ist. Gerne wurde früher ein VERKÄUFER damit geködert, dass er sich sein Gehalt selbst bestimmen kann. In Zeiten, in denen sich die Hersteller die Rabatte nur so um die Ohren hauen, funktioniert das aber nicht mehr. Ein VERKÄUFER ist sowieso per Definition etwas anderes als ein VerkaufsbERATER, denn man wird für VERKÄUFE bezahlt und nicht für BERATUNGEN. GEWÄHRLEISTUNG und GARANTIE werden ja auch mal gerne als Dasselbe angesehen, wer sich in der Materie auskennt weiß jedoch, dass das nun überhaupt nicht der Fall ist. Mittlerweile denkt man ja sogar über einen "geprüften Automobilverkäufer Gebrauchtwagen" nach, aber wo soll das alles hinführen? Muss dann jeder Händler mindestens vier Personen einstellen? Einen geprüften Automobilverkäufer Neuwagen einen geprüften Automobilverkäufer Gebrauchtwagen, einen geprüften Berater Neuwagenkauf und einen geprüften Berater Gebrauchtwagenverkauf? Dann ist ein Verkaufsleiter natürlich auch zwingend notwendig, der koordiniert, dass jeder nur seinen Aufgabenbereich und vor allem, alles richtig macht. Welcher Händler soll sich das leisten? Ergo gibt es in Zukunft nur noch "Kaufstützpunkte" die Herstellerseitig betrieben werden... ??? Und was macht man mit der Auslieferung? Vielleicht kann man da auch Neuwagenauslieferer und Gebrauchtwagenauslieferer ausbilden und einstellen.....Ist vielleicht schön für die Wirtschaft, dass man sechs Menschen Beschäftigung gibt statt einen alles allein zu machen, aber bis vor ein paar Jahren hat gut funktioniert und ich sehe keinen Bedarf das zu ändern. Einfach eine vernünftige Bezahlung für EINEN AutomobilVERKÄUFER gewährleisten bzw garantieren, dann sind alle Diskussionen überflüssig

25.04.2013 23:06

**Heinz Kretschmer meint:** ....P.Marktforschung wichtig für Automobilhandel??? Pressemitteilungen günstigste Werbung!! Heinz M. Kretschmer Nachtrag: dieser Bl.....n bedarf keines Kommentars! Hr.Kühn sehr gut geschrieben !

25.04.2013 21:51

**Thomas Verhofen meint:** Ich benötige meinen Verkäufer, da es bei den Herstellern immer komplizierter wird verschieden Ausstattungspakete zu kombinieren. Manche Extras entfallen, andere wiederum sind nur in Verbindung mit Ausstattungspaketen lieferbar. Außerdem ist mein Verkäufer Ansprechpartner für alle Belange bezüglich Service,

Zubehör, Leasing etc. Ich wurde damals von meinem Verkäufer Akquiriert und fuhr einen Audi. Jetzt fahre ich einen Mercedes-Benz und bin mit der Beratungsleistung ausgesprochen zufrieden. Ich denke die Studie in der nur 1.000 Personen aus einer Grundgesamtheit von rund 3 Mio. Neuwagenkäufern in Deutschland befragt werden ist nicht repräsentativ. Außerdem würden sich die Hersteller Schaden auf den Verkäufer zu verzichten. Immerhin kennt er seinen Markt und steht für Kundenbindung. Eine Trennung von Beratung und Verkauf so wie sie von Herrn Puls nach dem Beispiel von Apple gefordert wird halte ich aus unternehmerischer Sicht für unverantwortlich. Wer schon mal in einem Apple Store war weiß, dass man dort als Kunde um Beratung betteln muss, dabei wird einem das Gefühl der Gleichgültigkeit vermittelt. Wenn das die Zukunft sein soll, wird die Servicewüste Deutschland weiter wachsen zu Lasten der Verbraucher und der Unternehmen.

25.04.2013 20:24

**ThomasF meint:** (...) War dieser Hr. Weßner schon mal in einem Autohaus und hat verkauft?Und musste davon leben?und das auf Dauer... .Bei dieser Art und Weise wird es immer nur nur den billigsten Preis gehen.Die Kunden schätzen den Wert des Fahrzeuges nicht, den Wert des Autohauses usw.Solche Leute wie Hr. W. leben weit weit von der Realität entfernt.

25.04.2013 18:55

**K.Pütter meint:** Ich stimme Herrn Michael Kühn vollkommen zu. Verkaufen heißt Zuhören zu können ist eines der Schlüssel zum Erfolg. Mit dieser und auch anderen Fähigkeiten konnte und durfte ich über 23 Jahre für die Marke Jaguar sehr erfolgreich tätig sein, sowie mit einer ordentlichen Bezahlung und Anerkennung "meiner Oberen". Ich habe mich in der nahen Vergangenheit mit Verkäufern verschiedener Marken unterhalten, und was ich da höre, und was da an Gehalt bzw. Provisionen gezahlt wird, muss ich sagen, dafür wäre ich morgens nicht aufgestanden. Aber Herr Kühn schreibt ja auch von dem Druck vieler, die Familie haben und dies alles ertragen.

25.04.2013 18:25

**Markus Meinhardt meint:** Die einzige Lösung um entspannt beraten & verkaufen zu können ist die Kombination von einem vernünftigen Garantieeinkommen und Provision."Drücken" müssen nur die Verkäufer die im worst case mit 1.000 netto nach Hause gehen (wenn überhaupt) das Regeleinkommen muss abgesichert sei und alles on top kommt bei überdurchschnittlichem Einsatz hinzu. Dann hat man die Ruhe, die Zeit und die seriöse Beratung! Da fällt mir ein altes Sprichwort ein "Schlips & Kragen - nix im Magen" Das trifft leider auf den überwiegenden Teil der Automobilverkäufer zu - das bei einer Wochenarbeitszeit von 50 Stunden und mehr!

25.04.2013 18:01

**Axel Bredtmann meint:** @ Michael Kühn... Es liegt nicht an Vertriebs- oder Verkaufsleitern, sondern an der generellen Ertragslage im Autohandel und an der fehlenden Wertschätzung gegenüber dem Produkt Auto. Wenn es heute bei den meisten Kunden leider nur noch um den billigsten Preis geht, wie soll da eine Nachhaltigkeit - für den Kunden und sein Produkt - entstehen, die ihren Anfang in einer fundierten Beratung hat?Wir passen mittlerweile unsere Beratungszeit und Beratungsintensität dem zu erwartenden Bruttoertrag an und fahren damit hervorragend.

25.04.2013 17:37

**A. Aslau meint:** Was wollen diese angeblich so aufgeklärten Kunden denn für eine Beratung/Vorabinformation zahlen ?Oder soll das dafür notwendige Personal ehrenamtlich tätig werden ? .....

25.04.2013 16:07

**Michael Kühn meint:** ... Verkaufen heißt Zuhören zu können und dann ergibt sich ein möglicher Beratungsbedarf. Nun sind in der Regel die Verkäufer Prov.-Empfänger und müssen Einheiten an den Mann/die Frau bringen. Der Druck heute ist beträchtlich, auch im Hinblick auf den jeweiligen Lagerbestand. Ergo werden auch mal "Standuhren" "schöngeredet... - Das haben mittlerweile immer mehr Endkunden kapiert u. fühlen sich manchmal sogar auch bedrängt... - Deswegen würde ich Beratung u. Verkauf nicht unbedingt trennen, sondern eher beginnen, den Begriff "Verkaufsberater" gegen den Begriff "Prov.-Geier" auszuwechseln; wer eine Familie zu ernähren hat, ist heute leider zu Verhaltensweisen bereit/gezwungen, welche er sicher nicht so plante. (Ich sagte es bereits mehrmals: "Ein Autoverkäufer/berater ist in den letzten Jahren leider oft zu einem Haustür-Drücker im Edeldzwirn degradiert worden"... ) Die jeweils Verantwortlichen im Vertrieb haben es meines Erachtens in der Hand, den Job eines Verkäufers/Verkaufsberaters wieder der ursächlichen Bestimmung zuzuführen um dadurch zum geschätzten Ansprechpartner für Interessenten werden können.

### Kommentar verfassen

Ihr Name\*

E-Mail\*

Ihr Wohnort

[Kommentar senden](#)