

„Mobilitätsstrategien im Automobilhandel“

**Car-Sharing als Chance zur Gewinnung neuer Kunden
Ergebnisse einer aktuellen Studie aus dem *puls*Schlag**

Ralph Meunzel
Dr. Konrad Weißner

AUTOHAUS

 **puls**
FOR BETTER DECISIONS

Was ist der *puls*Schlag?



- **Markenübergreifendes Panel bei 1.700 Entscheidern im deutschen Automobilhandel**
- **Stichprobe pro Monat: 300**
- **Anreiz für teilnehmende Händler: Vergleich mit der Branche**

AUTOHAUS


FOR BETTER DECISIONS

Themen

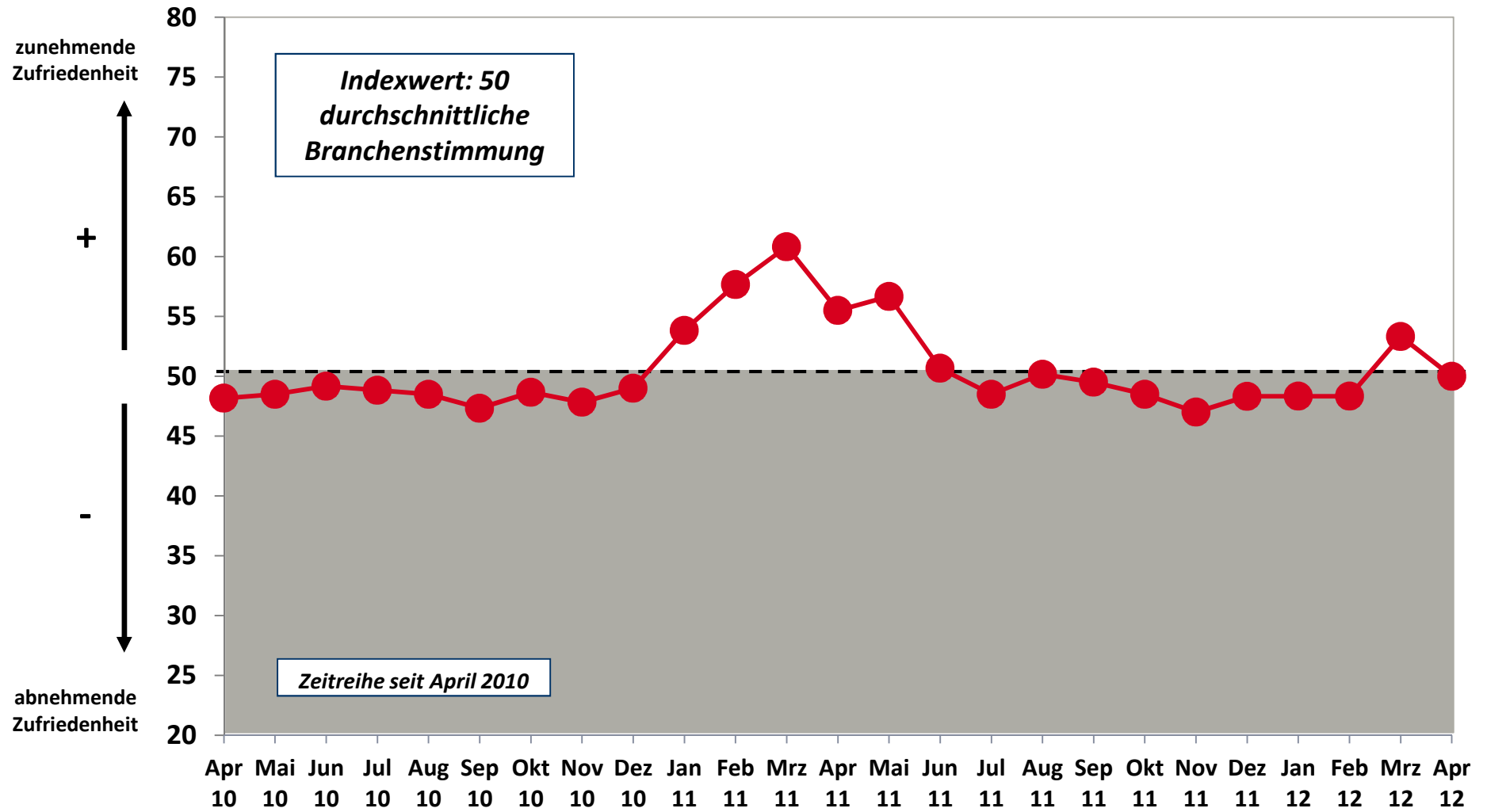
Konstante Themen

- Zufriedenheit im Neu- und Gebrauchtwagengeschäft
- Werkstattauslastung
- Standzeiten
- AUTOHAUS Handelsindex

Variable Themen 2011 / 2012

- Social-Media
- Gebrauchtwagen-Verkäufer
- Neuwagen Lieferzeiten
- Personalrekrutierung
- Print gegen Online
- Finanzmanagement
- Online-Neuwagenvermittlung
- IT-Systeme in der Werkstatt
- Energieeffizienz im Autohaus
- Perspektiven 2012
- Prüforganisationen
- Frauen im Kfz-Gewerbe
- Servicebörsen
- Parallelimporte
- Garantieabwicklung

AUTOHAUS Handelsindex



AUTOHAUS

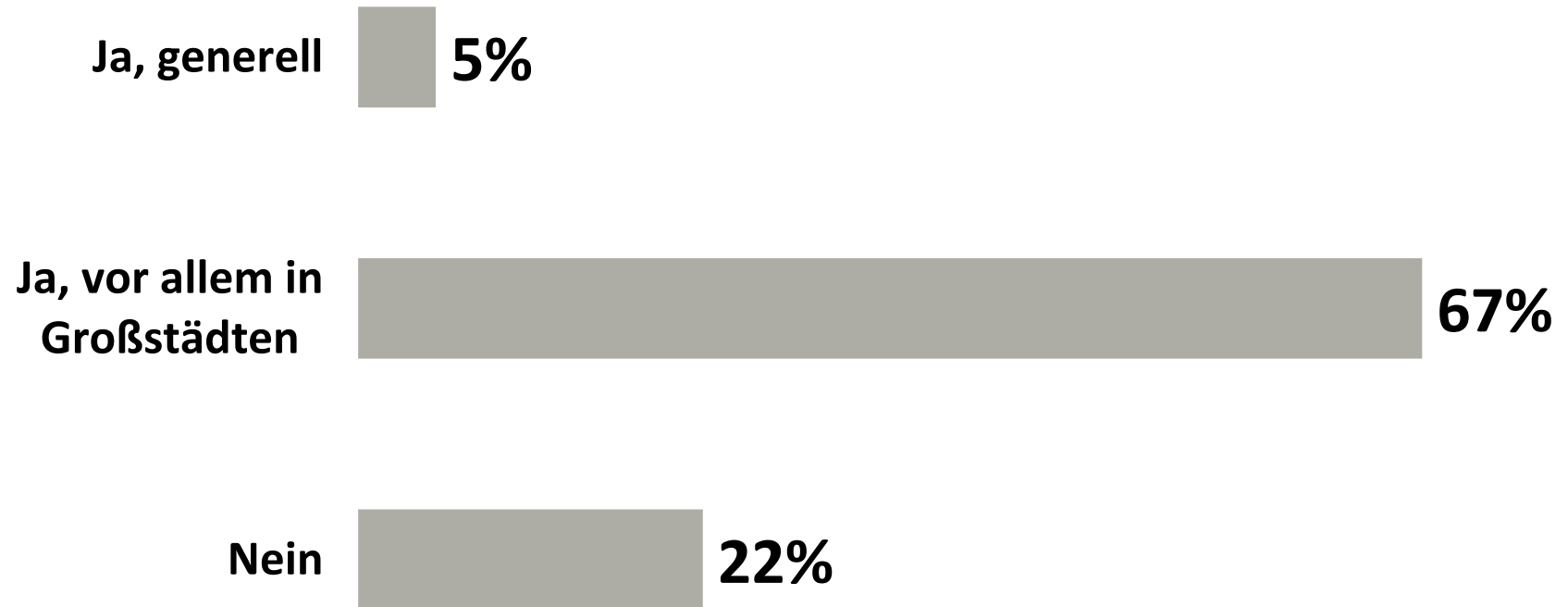
Quelle:
AUTOHAUS *puls*Schlag 05/2012
puls Marktforschung GmbH

puls
FOR BETTER DECISIONS

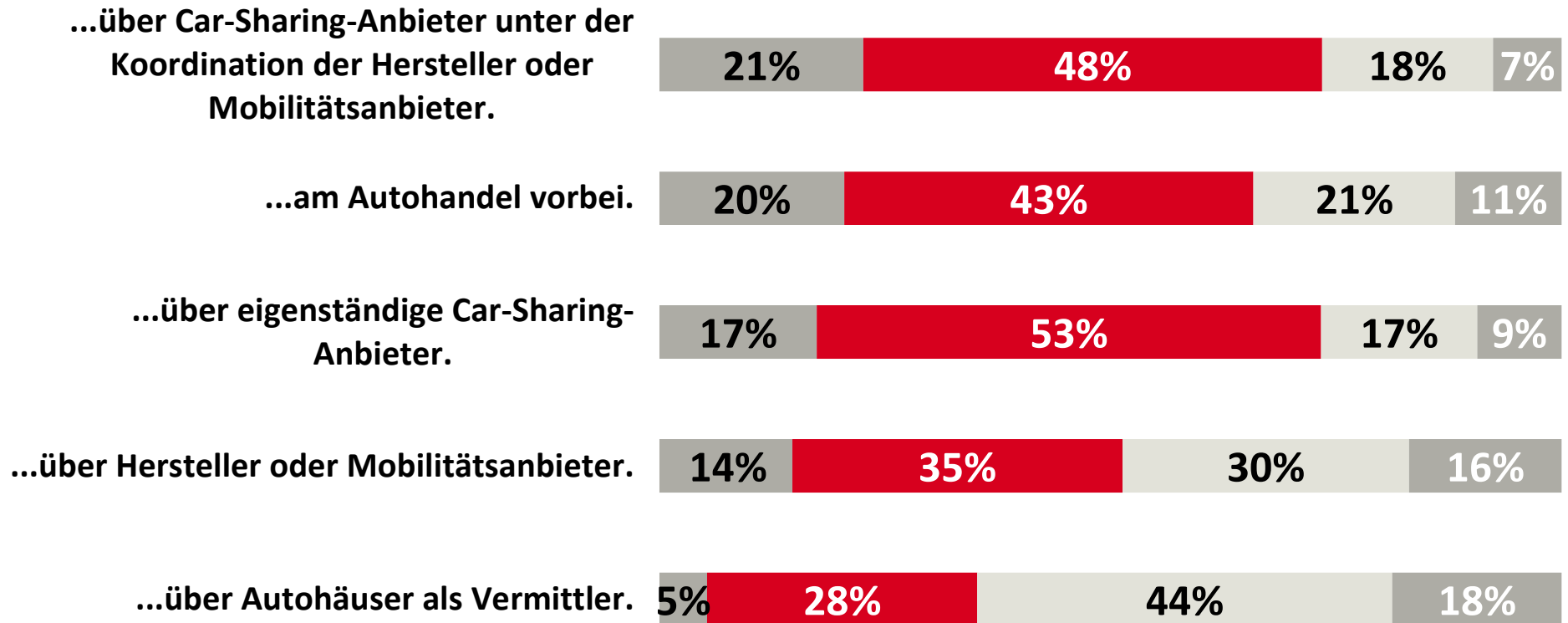
4 Trends zu Beginn

1. Der Status von Autos verändert sich
2. Die Urbanisierung schreitet voran
3. Getrieben von Facebook & Co. Entwickelt sich „Teilen“ zum Trend
4. Car-Sharing wird sich (vermutlich) im Flottenkundengeschäft zuerst durchsetzen

Wird Car-Sharing in den nächsten fünf Jahren an Bedeutung gewinnen?

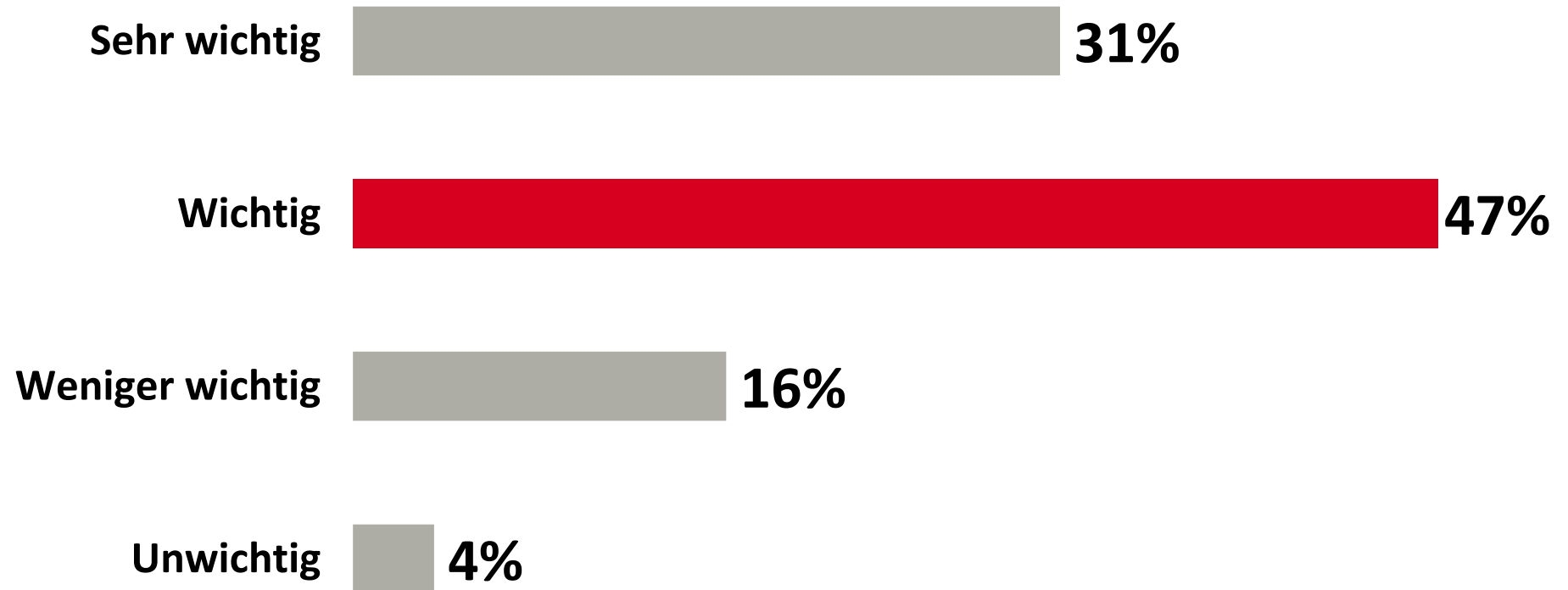


Das Car-Sharing-Geschäft läuft zukünftig ausschließlich ...



■ 1 =Stimme sehr zu ■ 2 =Stimme zu ■ 3 =Stimme eher nicht zu ■ 4 =Stimme nicht zu

Wie wichtig ist es, dass Hersteller das Angebot integrierter Mobilitätskonzepte verstärken?

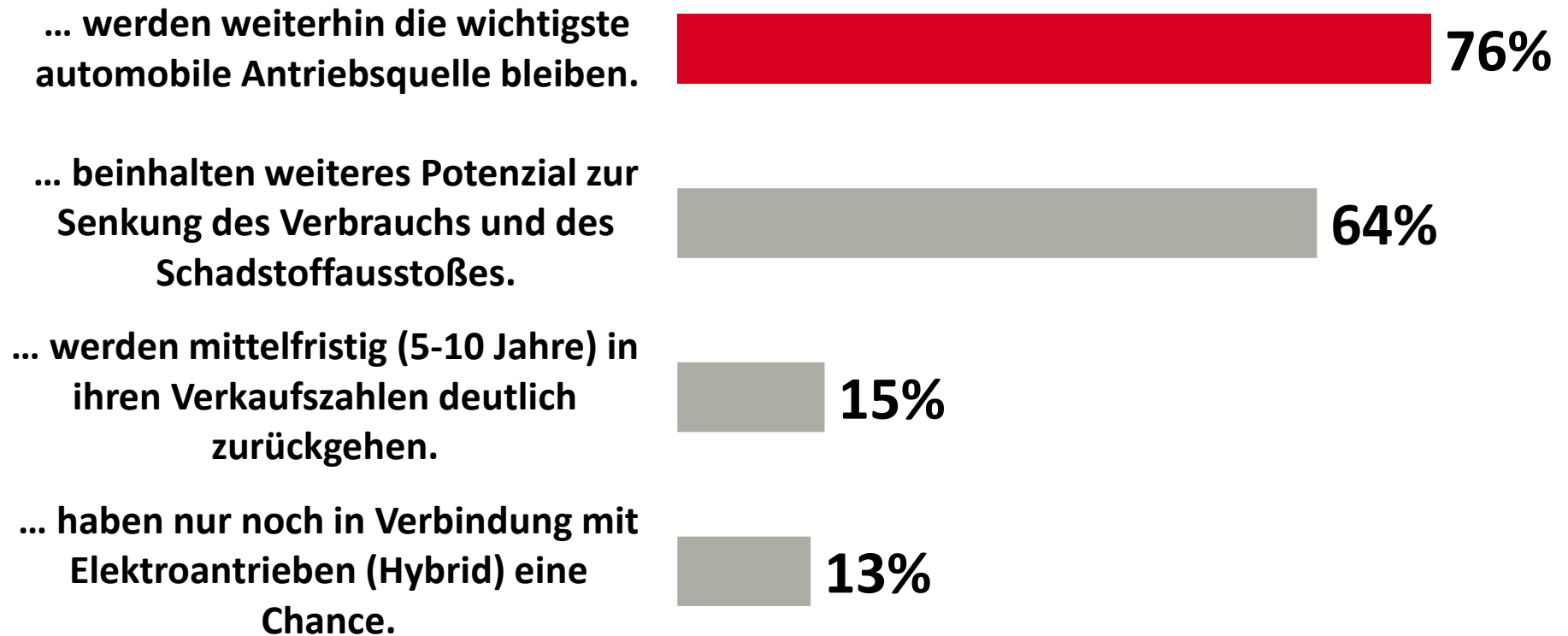


Car-Sharing als Marketinginstrument

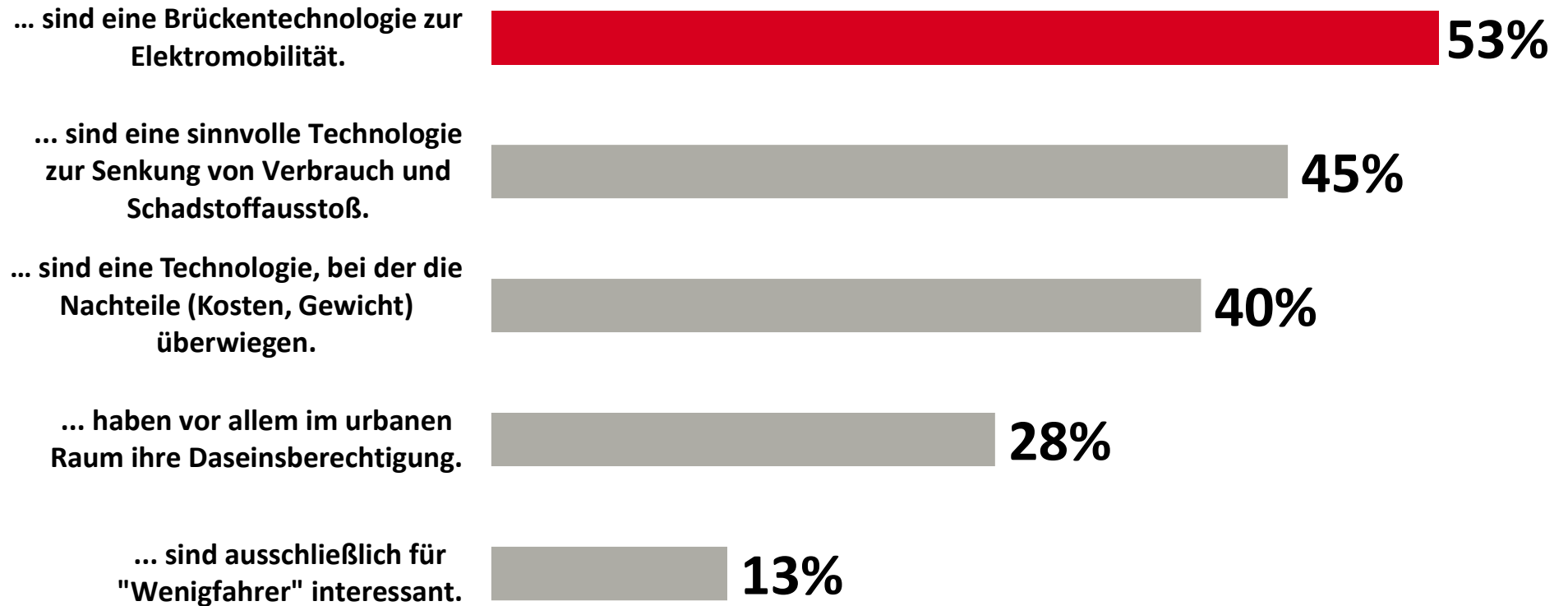
Jeder 2. Händler sieht Car-Sharing als Marketinginstrument, um neue Kunden anzusprechen und sich als Mobilitätsanbieter zu profilieren.

- ➔ Einführung innovativer Fahrzeuge, bei denen eine Testnutzung mehr sagt (und wirkt) als 1.000 Worte.
- ➔ Verrechnung der Car-Sharing Gebühr beim späteren Kauf des Fahrzeugs.

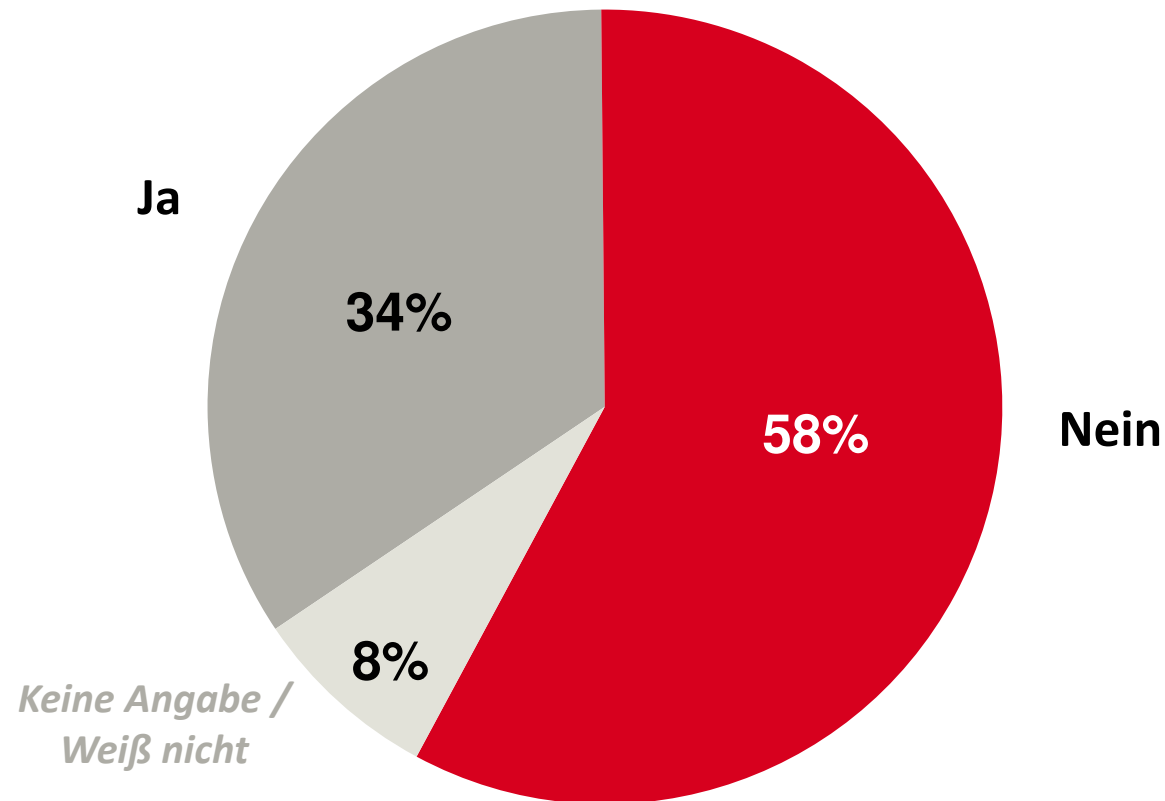
Traditionelle Verbrennungsmotoren ...



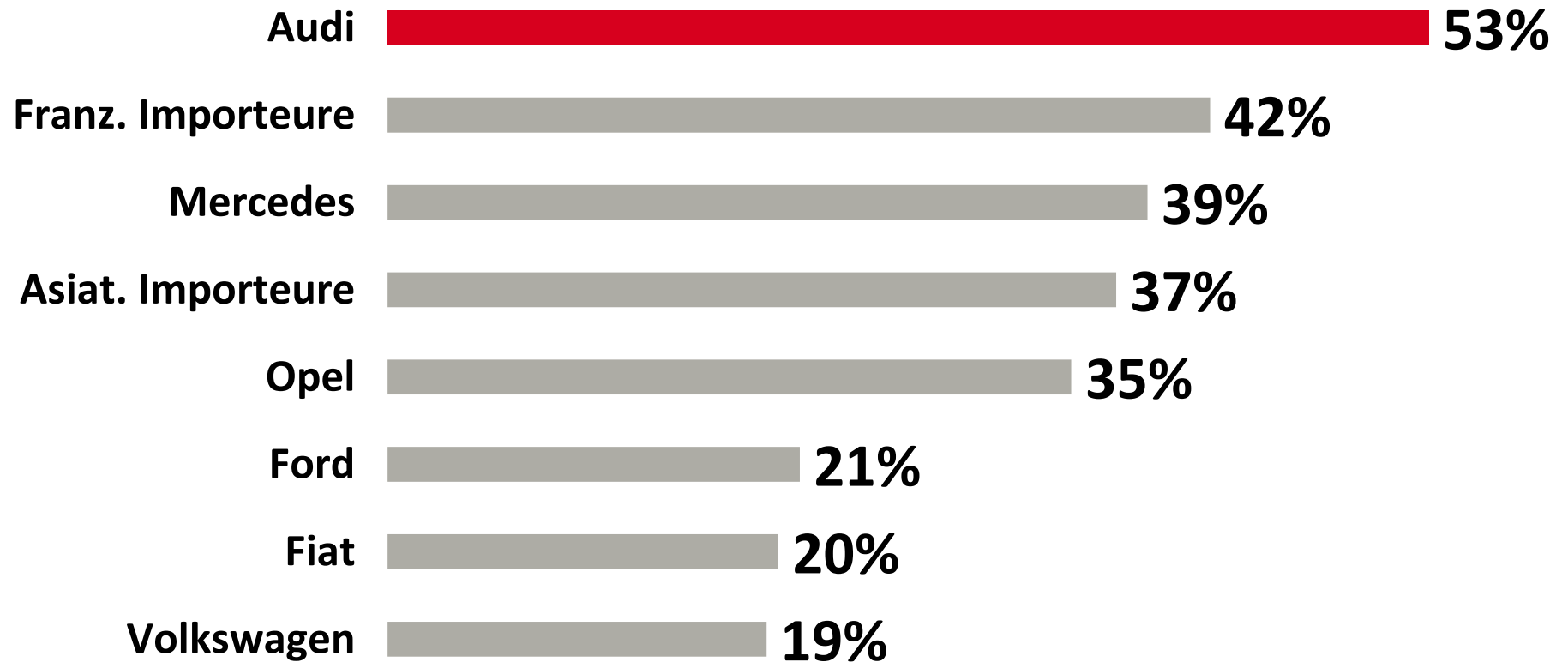
Hybridantriebe ...



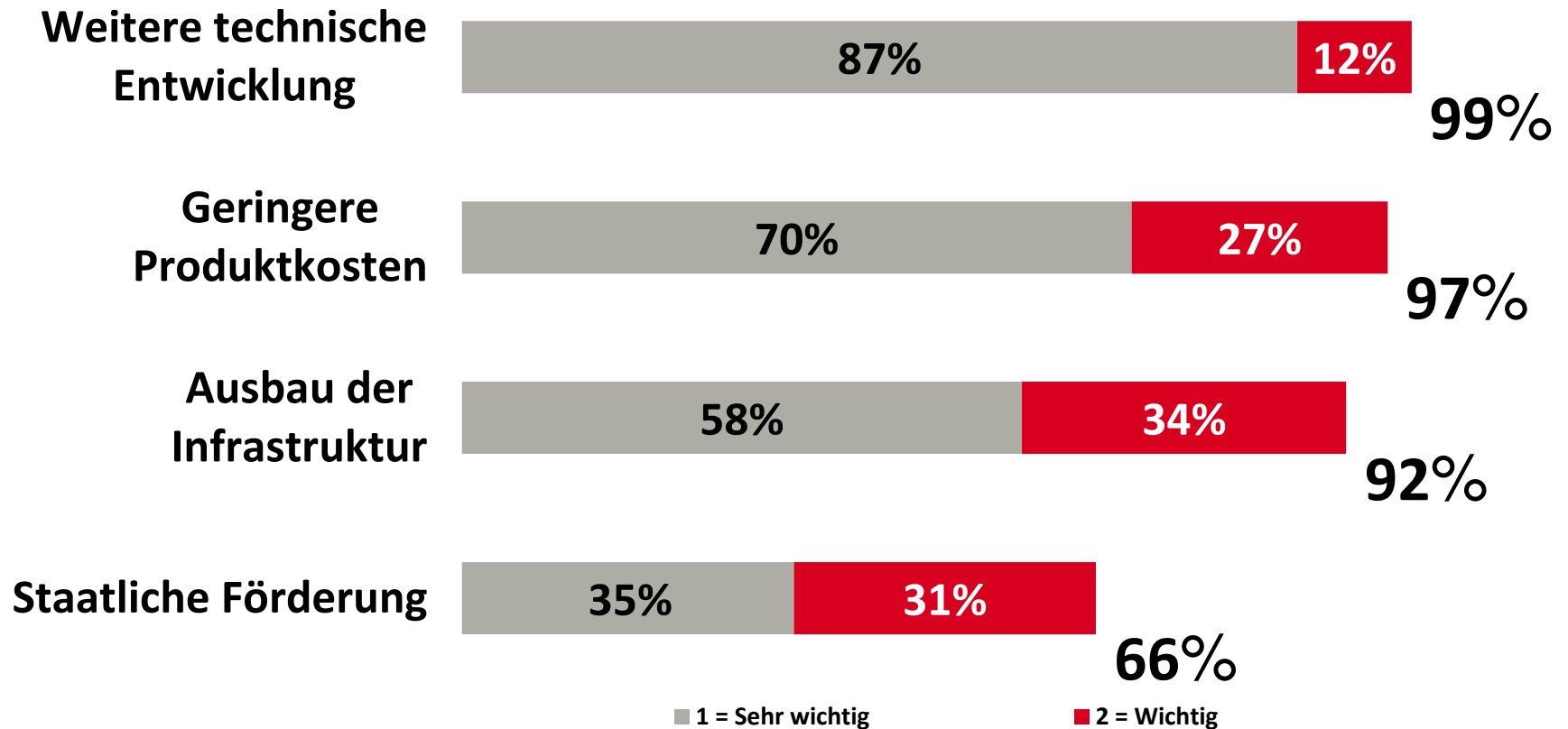
Glauben Sie, dass die automobiler Zukunft elektrisch sein wird?



Zustimmung, dass die automobiler Zukunft elektrisch sein wird.



Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht folgende Schritte, um den Anteil der Elektroautos weiter zu steigern?



Den Statuswandel des Autos zur Marktchance machen: 4 Empfehlungen

1. Einstieg ins Car-Sharing durch Einbringen der Vorführwagen in ein System
2. Leistung und Technologien herausstellen
3. Individualisierungskompetenz aufbauen
4. Umfassende Bedarfsanalyse

Leistung herausstellen / Technologien emotionalisieren

➔ Durch Leistung Price Premium rechtfertigen

„Leichtbau“

„Kraftstoffeinsparung“

„Umweltschonung“

„CO2-Reduzierung“

„Efficient Dynamics“

„Connectivity“

AUTOHAUS

 **puls**
FOR BETTER DECISIONS

Sichtbare Individualisierungskompetenz aufbauen

- ➔ Eigenen Bereich Fahrzeugindividualisierung aufbauen und sichtbar präsentieren
- ➔ Individuelle Mobilitätslösungen in der Werbung herausstellen
- ➔ Schärfung / Aufbau von Händlermarken



„Persönlichkeit ausdrücken“

„Mein Auto ist so cool wie ich“

AUTOHAUS

puls
FOR BETTER DECISIONS

Bedarfsanalyse: Die passende Mobilitätslösung finden

1. Fahrgewohnheiten? Fahrpräferenzen?

➔ Stadtfahrten? Überlandfahrten?
Pendeln? Urlaubsfahrten?

➔ Der passende Antrieb, ergänzende Mobilitätsangebote
(Kurzzeitmiete, Car-Sharing, Bahntickets, etc.)

2. Marken- und Modellpräferenzen?

3. Ausstattung- und Infotainmentpräferenzen?

➔ Passende Mobilitätslösungen „konfigurieren“

➔ Automobilverkäufer als Mobilitätsberater

Mobilität als Lebensstil

- ➔ Clevere (=passende) Mobilität wird zum Statussymbol
- ➔ Vorbild: Lufthansa HON-Circle
- ➔ Kundenloyalisierung durch Mobilitäts-Bonusprogramme

Ausblick:

Warum Mobilitätsangebote den Automarkt beflügeln

Profilierung

*Power für's Image
von Automarken
und Autohäuser*

Profit

*Einstieg in ein
profitables
Zusatzgeschäft*

Vertrieb

*Appetit auf neue
Fahrzeugkonzepte
machen*

AUTOHAUS

 **puls**
FOR BETTER DECISIONS