

Pressemitteilung

Geschäftsjahr 2019: Händler freuen sich über mehr Umsatz und bessere Wettbewerbsposition

Berlin/Dreilinden, 17. Dezember 2019 – Zum Jahresausklang blickt die Mehrheit der Fahrzeughändler auf ein positives Geschäftsjahr 2019 zurück: Fast zwei Drittel (62 Prozent) haben ihr Umsatzziel erreicht oder sogar übertroffen – das sind 25,4 Prozentpunkte mehr als in 2018. Jeder dritte Autohändler (35,5 Prozent) konnte seine Wettbewerbssituation aufgrund eines gesteigerten Abverkaufs optimieren, jeder Zweite (51,5 Prozent) nannte einen verbesserten Kundenservice als Grund. Händler in urbaner Lage profitierten insbesondere von stärkeren Investitionen ins Online-Marketing.

„Die Stimmung im Gebrauchtwagenhandel hat in 2019 einen deutlichen Auftrieb erlebt“, so Martin Fräder, Head of Sales bei mobile.de. „62 Prozent der Händler ziehen ein positives Umsatz-Fazit.“ Vom neuen Jahr erwartet mehr als die Hälfte der Befragten gleichbleibende oder sogar steigende Umsätze (50,3 Prozent). Etwa jeder Dritte (29,5 Prozent) hält sich noch mit einer Prognose zurück – wobei sich schon jetzt abzeichnet, dass insbesondere diejenigen Händler positiv in die Zukunft blicken, die sich im laufenden Jahr erfolgreich gegenüber dem Wettbewerb in Stellung gebracht haben.

Bessere Wettbewerbsposition stimmt Händler positiv

Mehr als jeder zweite Befragte (55,7 Prozent), der für 2020 steigende Umsätze erwartet, konnte bereits in diesem Jahr seine Wettbewerbssituation mit einem verbesserten Kundenservice optimieren.

Insgesamt hat der Ausbau des Kundenservices für die Hälfte der Kfz-Händler in 2019 zu einer besseren Marktpositionierung geführt. „Es ist erfreulich zu sehen, dass dieses Investment für 51,5 Prozent ein Erfolgstreiber ist“, so Fräder. „Das zeigt, wie wichtig der richtige Umgang mit dem Kunden ist und welcher positiven Effekt es hat, wenn man hier entsprechend investiert.“

Online-Marketing verbessert Position von Händlern im städtischen Umfeld

Händler, die ihren Betrieb in einer Stadt haben, sagen zu 44,4 Prozent, dass sie ihre Marktstellung aufgrund stärkerer Investitionen in Online-Marketing verbessert haben – im Vergleich setzten 27,5 Prozent der ländlich ansässigen Autohändler auf diese Maßnahmen. Ein weiterer Grund sei für fast die Hälfte der Städter (43,5 Prozent) der

Ausbau der Kompetenz im digitalen Marketing allgemein. „Unser Ziel als One-Stop-Shop ist es, unseren Autohändlern noch mehr kaufbereite Kunden auf den Hof zu senden. Dafür investieren wir stark in neue Service-Angebote, wie den mobile.de Werbe-Manager“, so Fräder.

Umfragebedingungen

puls Marktforschung hat im Auftrag von mobile.de 400 Autohändler befragt, die ihre Fahrzeuge bei mobile.de anbieten. Die Erhebung fand vom 25. bis 29. November 2019 statt.

Über mobile.de

mobile.de bietet mit mehr als 1,5 Millionen inserierten Pkw, Nutzfahrzeugen und Motorrädern das größte Angebot für den An- und Verkauf von Fahrzeugen in Deutschland (Quelle: CAR-Institut). Zur mobile.de GmbH gehört neben dem deutschen Marktführer mobile.de u. a. Europas größte Autocommunity MOTOR-TALK. Zusammen erreichen beide Plattformen rund 16 Millionen Unique User (Quelle: AGOF digital facts 2019-06). Das 1996 gegründete Unternehmen beschäftigt 290 Mitarbeiter an zwei Standorten in Deutschland und ist ein Tochterunternehmen der eBay Classifieds Group. Zu den mobile.de Nutzern gehören sowohl Privatkunden als auch mehr als 42.000 registrierte Fahrzeughändler, während MOTOR-TALK über 2,9 Millionen registrierte Nutzer verzeichnet.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

mobile.de GmbH, Anna Horneffer, Unternehmenskommunikation,
Marktplatz 1, 14532 Europarc-Dreilinden,
Tel: 030 8109-7822, E-Mail: ahorneffer@team.mobile.de