

Pressemitteilung

Umfrage: Händler punkten mit Services und Transparenz

Berlin/Dreilinden, 29. Mai 2017 – Detaillierte Fahrzeuginformationen, Kfz-Zulassung über den Händler und garantierte Inzahlungnahme des bisherigen Wagens – deutsche Autokäufer wissen genau, was sie wollen. Bei wem sie am Ende ihr Auto kaufen, ist aber vor allem eine Frage des Vertrauens. Das zeigt eine repräsentative Umfrage von puls Marktforschung im Auftrag von mobile.de.

„Vertrauen ist das A und O beim Autokauf. Und der Online-Auftritt eines Händlers der erste Schritt ins Verkaufsgespräch“, sagt Daniel Breves, Commercial Director bei mobile.de. Knapp jeder zweite Befragte (44,8 Prozent) entwickelt sein Vertrauen über die Website des Händlers oder dessen Auftritt in einem der Online-Autoportale. Und für 68,7 Prozent der Befragten ist Vertrauen die wichtigste Voraussetzung auf dem Weg zum passenden Auto.

Transparenz schafft Vertrauen

„Wichtig sind der erste Eindruck und Transparenz. Wer sein angebotenes Fahrzeug ausführlich beschreibt, inklusive detaillierter Fotos, sowie auf sein vorbildliches Serviceangebot hinweist, hat schon die erste Hürde für einen erfolgreichen Verkauf genommen“, so Daniel Breves. Jeder dritte Befragte erwartet außerdem eine persönliche Vorstellung des Ansprechpartners auf der Website (29,3 Prozent). Die wichtigsten Faktoren für den Vertrauensaufbau im Internet (Mehrfachnennungen waren möglich):

- | | |
|--|--------------|
| ▪ Detaillierte Fahrzeugbeschreibungen | 81,9 Prozent |
| ▪ Fotomaterial zu den angebotenen Autos | 71,7 Prozent |
| ▪ Leicht auffindbare Kontaktdaten | 65,4 Prozent |
| ▪ Transparenz über Serviceangebot des Händlers | 57,0 Prozent |

Services, die Kunden begeistern

Laut der Umfrage wünschen sich 67,3 Prozent der Teilnehmer die Zulassung des gekauften Autos über den Händler, 57,3 Prozent die Inzahlungnahme des bisherigen Wagens. Beinahe die Hälfte (43,6 Prozent) erwartet eine Online-Vergabe des Probefahrttermins oder einen Probefahrtsservice ab Wunschort (46 Prozent). Dagegen spielen Spielecken für Kinder (14,5 Prozent) und ein architektonisch



eindrucksvolles Gebäude (7,2 Prozent) eine eher untergeordnete bis gar keine Rolle bei der Wahl des Händlers.

Umfragebedingungen

Alle Daten wurden von der *puls* Marktforschung GmbH bereitgestellt. An der Befragung nahmen 2.159 in Deutschland lebende Autofahrer zwischen 18 und 65 Jahren teil. Die Erhebung fand vom 12.05. bis 16.05.2017 statt.

Über mobile.de

mobile.de bietet mit mehr als 1,4 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 13,53 Millionen Unique User (Quelle: AGOF digital facts 2016-01). 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 40.000 registrierte Fahrzeughändler, während MOTOR-TALK über 2,8 Millionen registrierte Nutzer verzeichnet.

Weitere Informationen erhalten Sie:

mobile.de GmbH, Christian Maas, Unternehmenskommunikation,
Marktplatz 1, 14532 Europarc-Dreilinden,
Tel: 030 8109-7226, E-Mail: chmaas@team.mobile.de

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