

Pressemitteilung

Autokaufstudie 2015: Die Deutschen erwarten Service und Ehrlichkeit

Berlin/Dreilinden, 10. Dezember 2014 – Autokäufer erwarten 2015 von Händlern vor allem Ehrlichkeit (89,3 Prozent) und guten Service (83,7 Prozent). So das Ergebnis einer repräsentativen Studie* im Auftrag von mobile.de. Der erste Teil der Befragung hatte bereits ergeben, dass etwa jeder sechste Deutsche (16,5 Prozent) im kommenden Jahr ein Auto kaufen möchte. Vor diesem Hintergrund zeigt die Fortsetzung nun, wonach Kaufinteressenten Autohäuser auswählen und was ihnen außerdem im persönlichen Kontakt mit dem Verkäufer wichtig ist.

„Wir schaffen im Internet bei Autokäufern Vertrauen durch Transparenz. Dass dies in die Offline-Welt übertragen werden muss, zeigt unsere aktuelle Umfrage“, sagt Malte Krüger, Geschäftsführer von Deutschlands größtem Fahrzeugmarkt mobile.de. „Die besten Chancen haben folglich Händler, die mit hervorragendem Service, schneller Reaktionszeit und Ehrlichkeit überzeugen.“

So gaben im Rahmen einer aktuellen Konsumentenbefragung 83,7 Prozent der Pkw-Kaufplaner an, dass sie als Kunden zu gewinnen sind, wenn ein Autohaus gute Serviceleistungen bietet. Fast zwei Drittel (62,1 Prozent) erwarten eine schnelle Reaktion auf ihre Anfrage. Krüger: „Um 2015 erfolgreich zu sein, sollte die qualifizierte und zügige Bearbeitung eingehender Leads für Händler oberste Priorität haben.“ Autohäuser sollten zudem auf eine starke Web-Präsenz setzen, um potenzielle Kunden von den eigenen Angeboten zu überzeugen und zur Kontaktaufnahme anzuregen. Krüger: „Im Internet fällt schon Wochen vor dem eigentlichen Kauf die Entscheidung, ob Interessenten zu einem Händler kommen oder nicht. Er muss bereits dort mit Vertrauenswürdigkeit, Transparenz und besonderem Service überzeugen.“ Wie die Befragung zeigt,

tendiert über ein Drittel (35,9 Prozent) der Autokaufplaner zu Händlern, deren Online-Inserate besonders aussagekräftig sind. Für jeden Fünften (20,7 Prozent) muss die Website überzeugen – bei jedem Zehnten (11,1 Prozent) haben die Social-Media-Aktivitäten des Gewerbetreibenden Einfluss auf die Händlerwahl.

Der Verkäufer: sachlich, nüchtern und wenig umgarnend

Im persönlichen Kontakt mit dem Autoverkäufer ist den Deutschen Ehrlichkeit und Zuverlässigkeit am wichtigsten. 89,3 bzw. 88,6 Prozent der Kaufinteressenten wollen 2015 auf einen Händler mit diesen Eigenschaften setzen – erst mit etwas Abstand ist seine Verhandlungsbereitschaft für sie von Relevanz (77,4 Prozent). Drei von vier Interessenten (76,6 Prozent) wollen zudem eine eher sachliche, nüchterne Beratung. Umgarnet werden wollen lediglich 6,7 Prozent.

Kleine, aber feine Unterschiede

Die Studie zeigt, dass Frauen und Männer unterschiedlich priorisieren: Während weibliche Interessenten fast ausnahmslos (99,1 Prozent) die Ehrlichkeit des Verkäufers in den Vordergrund stellen, sehen das nur 80,0 Prozent der Männer so. Oberste Priorität hat für sie die Zuverlässigkeit ihres Gegenübers – 84,2 Prozent sind dieser Meinung. Frauen ist dieser Charakterzug am zweitwichtigsten (93,3 Prozent). Zudem wünschen sich deutlich mehr Kundinnen verhandlungsoffene Händler (Frauen: 85,1 Prozent/Männer: 70,1 Prozent). Absolut einig sind sich beide Geschlechter hinsichtlich der Beratung. 76,8 Prozent der Frauen und 76,4 Prozent der Männer gaben an, dass sie eher sachlich und nüchtern sein sollte. Gerade das Verkaufsgespräch wird in Ost und West unterschiedlich bewertet: Während sich im Osten der Republik nur jeder Vierte (24,0 Prozent) offen für eine witzige, humorvolle Beratung zeigt, sind es in den alten Bundesländern 40,0 Prozent der Kaufinteressenten. Bemerkenswert ist, dass jüngere Käufer weniger Verhandlungsbereitschaft erwarten als ältere. Während dieser Aspekt für 61,3 Prozent der 17–29-

Jährigen wichtig ist, sind es bei den 40–49-Jährigen schon 89,3 Prozent. In der Altersgruppe 60 plus wünscht sich fast jeder (93,1 Prozent) einen verhandlungsoffenen Verkäufer.

***Umfragebedingungen**

Im Auftrag von mobile.de befragte TNS Infratest die Deutschen, womit Autohäuser sie 2015 – unabhängig von Rabattaktionen – überzeugen können und was ihnen im persönlichen Kontakt mit dem Verkäufer wichtig ist. Die Befragung wurde vom 11. bis 17. November 2014 unter 2.010 Teilnehmern durchgeführt.

Über mobile.de

mobile.de wurde 1996 gegründet und ist mit 7,62 Millionen Unique Usern pro Monat (AGOF internet facts 2014-08) der meistbesuchte Fahrzeugmarkt für den An- und Verkauf von Fahrzeugen in Deutschland. Derzeit stehen mehr als 1,4 Millionen Fahrzeuge zur Auswahl. Damit bietet mobile.de hierzulande das größte Pkw-, Nutzfahrzeug- und Motorradangebot (Quelle: CAR-Institut). Zu den Nutzern gehören sowohl Privatkunden als auch mehr als 40.000 registrierte Fahrzeughändler. Der Fahrzeugmarkt bietet seinen Service insgesamt in neun Sprachen an. mobile.de gehört zur mobile.international GmbH, die neben dem deutschen Marktführer auch Marktplätze in Italien und Frankreich betreibt. Das Unternehmen beschäftigt 160 Mitarbeiter am Standort Dreilinden/Berlin und ist ein Tochterunternehmen der eBay International AG.

Abdruck honorarfrei
Beleg erbeten

Weitere Informationen erhalten Sie:

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

mobile.international GmbH, Aileen Wagefeld, Unternehmenskommunikation,
Marktplatz 1, 14532 Europarc-Dreilinden, Tel: 030 8109-7214, E-Mail:
awagefeld@team.mobile.de