

Pressemitteilung

Autobesitzer-Studie: Online-Bewertungen für Kfz-Händler sind längst überfällig

Berlin/Dreilinden, 17. Juli 2015 – Hotels, Versandhändler, Restaurants oder Immobilien – in den meisten Branchen sind Bewertungsmechanismen im Internet gängig. Auch der Autohandel kann von mehr Klarheit für Kunden profitieren: Für mehr als die Hälfte der deutschen Autofahrer (52,2 Prozent) wäre eine unabhängige Beurteilung im Web eine echte Entscheidungshilfe. Drei Viertel (75,1 Prozent) würden bei einem Autokauf ihre Händlerwahl davon abhängig machen. 54,5 Prozent wären sogar bereit, bei einem positiv bewerteten Händler höhere Preise zu zahlen. Das ergab eine repräsentative Umfrage, die das Marktforschungsinstitut *puls* im Auftrag von mobile.de durchgeführt hat.

Online-Bewertungsportale boomen und haben sich in einigen Branchen bereits zur relevantesten Entscheidungsgrundlage für Kunden entwickelt. Wäre dies auch beim Autokauf der Fall? Ja, meint der führende deutsche Online-Markt mobile.de und will nach Abschluss einer im Juli startenden Testphase Händlerbewertungen fest ab 2016 etablieren. „Endkonsumenten und Händler werden beide profitieren: Langfristig sorgen wir mit Händlerbewertungen bei unseren Endkonsumenten für mehr Klarheit beim Autokauf. Das bringt unterm Strich mehr Kunden ins Autohaus“, so Malte Krüger, Geschäftsführer der mobile.de GmbH. „Gleichzeitig erhalten Autohändler kontinuierlichen Zugang zu wertvollem Kundenfeedback. Damit können sie ihre Stärken und mögliche Schwachpunkte erkennen und bearbeiten.“ Eine aktuelle Befragung unter 1.094 deutschen Autofahrern belegt diesen Ansatz. Die Studie zeigt, dass unabhängige Online-Händlerbewertungen stark angenommen würden und großen Einfluss hätten.

Online-Bewertungen: wichtige Entscheidungshilfe beim Autokauf

Laut der aktuellen Studie würden 52,2 Prozent der deutschen Autofahrer unabhängige Bewertungen im Internet als Hilfe beim Autokauf wahrnehmen. Dabei ist der Anteil der Befürworter unter den Gebrauchtwagenbesitzern mit 55,1 Prozent etwas höher als bei den Eigentümern von Neuwagen (49,3 Prozent). Junge Autokäufer treiben den Trend voran: Die Mehrheit der 18–24-jährigen Autofahrer (60 Prozent) spricht sich klar für Beurteilungsmöglichkeiten aus, auch bei den 25–34-, den 35–44- und 45–54-Jährigen sind es je mehr als die Hälfte der Befragten (25–34 Jahre: 55,8 Prozent; 35–44 Jahre: 54,8 Prozent; 45–54 Jahre: 52,5 Prozent). In den Altersgruppen 55–64 Jahre und 65 plus glauben 46,8 bzw. 39,7 Prozent, dass Online-Bewertungen sie unterstützen würden.

Der Einfluss auf die Händlerwahl wäre enorm

Wie relevant unabhängige Online-Bewertungen sind, zeigt sich darin, dass sich die große Mehrheit der Autofahrer (75,1 Prozent) bei der Wahl des Händlers davon beeinflussen ließe. Krüger: „Wir wissen, dass sich alle Gebrauchtwagen- und 80 Prozent der Neuwagenkäufer im Internet informieren. Aber das ‚Finden‘ im Internet reicht allein nicht mehr. Online-Nutzer wollen bereits mit einer ersten Einschätzung und einem guten Gefühl zum Händler ihrer Wahl fahren“, so Krüger. „Vor diesem Hintergrund unterstreichen die Befragungsergebnisse, wie wichtig das qualifizierte und auf die Kundenbedürfnisse ausgerichtete Agieren im Web für ein erfolgreiches Geschäft ist.“

Zahlungsbereitschaft bei positiv bewerteten Händlern größer

Die Befragung zeigt zudem, dass Autofahrer grundsätzlich bereit sind, bei besonders positiv bewerteten Händlern mehr Geld auszugeben. Über die Hälfte der Befragten (54,5 Prozent) gibt dies an. 40,4 Prozent von ihnen würden 3 bis 5 Prozent mehr zahlen – jeder Fünfte (20,1 Prozent) würde sogar 6 bis 10 Prozent mehr oben drauf packen. Dabei sitzt der Euro bei den Herren noch

lockerer als bei den Damen. 57,2 Prozent der Männer und 51,9 Prozent der Frauen würden für ein Auto von gut beurteilten Händlern mehr zahlen. Im Übrigen ist den deutschen Autofahrern die Vertrauens- bzw. Glaubwürdigkeit bei einem Autokauf aber relevanter als der Preis. Für 32,4 Prozent der Befragten ist die Seriosität das entscheidende Kriterium – für 31,7 Prozent ist es der faire Preis.

Positiv bewertete Händler sind seriös und kundenorientiert

Auf die Fragen, welches Bild sie von einem gut bewerteten Autohändler haben, nannte die Mehrheit der Teilnehmer die Stichworte vertrauens-/glaubwürdig bzw. seriös (67,0 Prozent) und service-/kundenorientiert (64,7 Prozent). Auch das Kriterium „kompetent“ wird häufig (58,4 Prozent) mit einer guten Bewertung in Verbindung gebracht. „Im Internet fällt in Sekunden die Entscheidung, ob ein Händler besucht wird oder nicht“, sagt Krüger und ergänzt: „Mehr und mehr werden primär diejenigen entscheidende Marktvorteile erlangen und Erfolg haben, die im Internet mit Vertrauenswürdigkeit, Klarheit und besonderem Service überzeugen. Das gilt für den Handel mit Gebrauchtwagen wie Neufahrzeugen gleichermaßen.“

Umfragebedingungen

Alle Daten wurden von der *puls* Marktforschung bereitgestellt. An der Befragung nahmen 1.094 deutsche Autofahrer teil. Die Erhebung fand zwischen dem 09.06. und dem 15.06.2015 statt. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die deutschen Autofahrer.

Über mobile.de

mobile.de wurde 1996 gegründet und ist mit 7,29 Millionen Unique Usern pro Monat (AGOF internet facts 2015-04) 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.de 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.de GmbH, Christian Maas, Unternehmenskommunikation,
Marktplatz 1, 14532 Europarc-Dreilinden,
Tel: 030 8109-7226, E-Mail: chmaas@team.mobile.de

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