

# AUTOHAUS **next**

pulsSchlag

## BLICK IN DEN MARKT

Pessimisten erstmals in der Mehrzahl: Neuwagen unter Druck.

ab Seite 6

## KOMMENTAR

Gebrauchtwagen-Garantien sind eine Erfolgsgeschichte.

Seite 16

08

17. JAHRGANG  
14. AUGUST  
2017

**GEBRAUCHTWAGEN**

TOP  
THEMA  
ab  
Seite 17

**Allzweckwaffe  
GW-Garantie**

PRÄSENTIERT VON

 **Santander**  
CONSUMER BANK

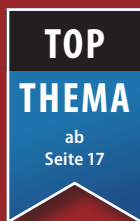
IN KOOPERATION MIT

 **puls**  
MARKTFORSCHUNG



## INHALT

AUTOHAUS Handelsindex	Seite 03
Marktlage aktuell	Seite 04
pulsSchlag <b>COCKPIT</b>	Seite 05
Neuwagengeschäft	Seite 06
Gebrauchtwagengeschäft	Seite 10
Werkstattgeschäft	Seite 12



### **Topthema: GW-Garantie**

Expertenkommentar	Seite 16
Ausstattungs-Quote	Seite 17
Dauer und Kosten	Seite 18
Service-Durchführung	Seite 19
Bestandteil einer GW-Marke	Seite 21
Zufriedenheit	Seite 22
Top-3-Ziele	Seite 23

© by AUTOHAUS, urheberrechtlich geschützt. Vervielfältigung nur nach vorheriger Absprache mit der Springer Fachmedien München GmbH



Das Haar in der „Gebrauchtwagensuppe“ sind die vom Juni (89 Tage) auf Juli (93 Tage) **deutlich gestiegenen Standtage.**

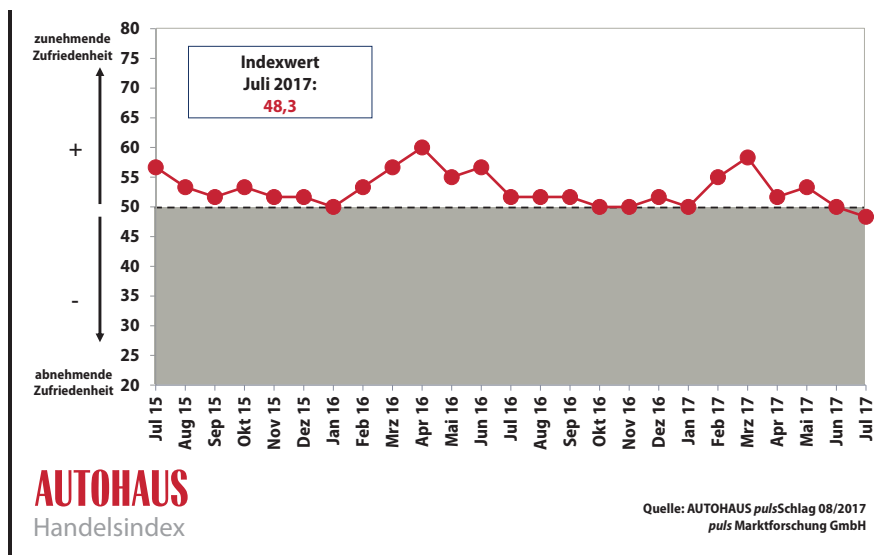
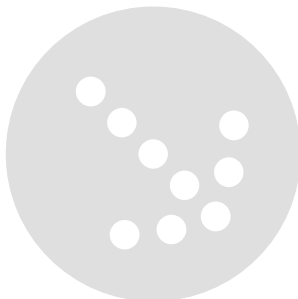
### Konsolidierung

Während die Neuzulassungen im Juli um homöopathische 1,5% über Vorjahr liegen, gehen die Preisnachlässe beim Neuwagenverkauf im gleichen Monat auf 12,1% zurück. Wenn es um die Abwägung zwischen Stückzahlen und Preisnachlässen geht, steht eine leichte Wachstumsabschwächung aber in einem gesunden Verhältnis zur Rückläufigkeit der „Preisnachlasskrankheit“ im Neuwagenverkauf. Angesichts der Kundenverunsicherung rund um den Diesel konsolidiert sich auch die Stimmung im Neuwagenverkauf, mit dem im Juli 49% der Händler (sehr) zufrieden sind. Als Stabilisator erweist sich einmal mehr das Gebrauchtwagengeschäft, mit dem sich immerhin 54% der Händler (sehr) zufrieden zeigen. Das Haar in der „Gebrauchtwagensuppe“ sind aber die vom Juni (89 Tage) auf Juli (93 Tage) deutlich gestiegenen Standtage. Dieser Wert wird vermutlich von der problematischen Vermarktbarkeit älterer Dieselfahrzeuge unruhlich nach oben getrieben.

Als Stabilisator erweist sich einmal mehr das Aftersales-Geschäft. Zum einen bewegt sich die Werkstattauslastung mit 84% auf konstant hohem Niveau. Zum anderen hebt sich das Servicegeschäft bei den Drei-Monats-Perspektiven positiv von den Erwartungen im Neu- und Gebrauchtwagengeschäft ab: So erwarten für die kommenden drei Monate 22% der Händler eine Verbesserung, 66% eine konstante Entwicklung und eine klare Minderheit von 10% eine Verschlechterung im Servicegeschäft in den kommenden drei Monaten. Fazit: Treiben Sie Ihr Aftersales-Geschäft weiter voran, bleiben Sie beim GW-Verkauf am Ball und achten Sie auf ein gesundes Verhältnis zwischen Stückzahlen und Preisnachlässen im Neuwagenverkauf!

Dr. Konrad Weißner  
Geschäftsführer  
Puls Marktforschung GmbH

### Stimmung im Autohandel



## Naht Durchbruch der E-Mobilität?

**In wenigen Jahren werden E-Antriebe fast so günstig wie Verbrennungsmotoren sein. Laut der Analyse einer Beratungsagentur könnte dies einen Boom bei der Elektromobilität nach sich ziehen.**

Der derzeit noch große Preisunterschied zwischen Elektroantrieb und Verbrennungsmotor wird sich bis zum Jahr 2025 drastisch verkleinern. Unter anderem dieser Umstand dürfte mittelfristig für einen starken Anstieg der Verkaufszahlen bei den E-Autos sorgen, glaubt die Beratungsagentur Oliver Wyman. Laut deren Analyse könnte sich im Zuge des Elektro-Booms die Wertschöpfungskette von den klassischen Zulieferern der deutschen Autoindustrie stärker in andere Länder verlagern. Der Untersuchung zufolge wird der E-Antrieb 2025 nur noch knapp 20 Prozent teurer als der Verbrennungsmotor sein, was eine zunehmende Durchdringung der E-Mobilität zur Folge haben dürfte. Die Berater gehen davon aus, dass die in vielen Märkten derzeit noch vorherrschende Skepsis gegenüber E-Autos rasch abnehmen wird. Sofern die E-Mobilität in einem ähnlichen Umfang wie derzeit in China gefördert wird, könnte der Marktanteil der Stromer bei Neufahrzeugen bereits 2030 auf 50 Prozent ansteigen.

Deshalb empfiehlt die Studie den Zulieferbetrieben der Autoindustrie, sich stärker auf die E-Mobilität hin auszurichten. Andernfalls könnten sie mittelfristig ihre momentanen Wettbewerbsvorteile, etwa gegenüber chinesischen Konkurrenten, einbüßen. Der drohende Wettbewerbsnachteil hätte zur Folge, dass sich auch die Wertschöpfungsketten der Autoindustrie in andere Länder verlagern. (Mario Hommen/SP-X)

## Flottenmarkt weiter stark

**Große Unterschiede zwischen den Marktsegmenten: Während der Flottenmarkt deutlich gewachsen ist, waren die taktischen Zulassungen rückläufig.**

Der deutsche Flottenmarkt ist weiter ein wichtiger Treiber der Zulassungsstatistik. Nach Dataforce-Berechnungen hob sich der Relevante Flottenmarkt im Juli mit einem Zuwachs von 7,3 Prozent zum Vorjahresmonat deutlich von den übrigen Marktsegmenten ab. "Offenbar haben die Fuhrparkleiter ihre Neuanschaffungen unbeeindruckt von der Diesel-Debatte vorgenommen", teilte der Marktbeobachter mit.

Anders stellt sich die Situation im Privatmarkt dar. Obwohl das Marktsegment im Vergleich zu 2016 1,9 Prozent an Volumen zulegen, waren die Neuzulassungen auf dem zweitniedrigsten Juli-Wert in siebzehn Jahren Dataforce-Aufzeichnungen. "Vor allem an einem Diesel interessierte Käufer werden wohl erst einmal abwarten, ob sich Fahrverbote sicher vermeiden lassen", hieß es. Gemäß der AUTOHAUS Neuzulassungsbank verbuchte der deutsche Pkw-Markt im Juli insgesamt ein moderates Wachstum von 1,5 Prozent. Grundsätzlich lässt sich der Studie zufolge sagen, dass die Zufriedenheitswerte des Handels noch einmal leicht zulegen haben.

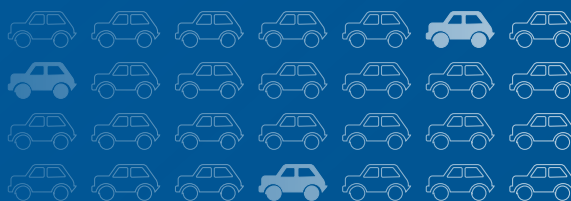
## AUTOHAUS HANDELSINDEX

# 48,3



Die "Dieselthematik" hinterlässt ihre Spuren auch in der Händlerzufriedenheit. Trotz leichten Mehrverkäufen gegenüber dem Vorjahr um 1,5% lag der AUTOHAUS pulsSchlag Zufriedenheitsindex im Juli mit 48,3 erstmals seit längerem wieder unter dem Mittel von 50.

## ZUFRIEDENHEIT IM GEBRAUCHTWAGENGESCHÄFT



# 54%

**+1 Punkt  
gegenüber  
Vormonat**

Die Kollegen vom GW-Verkauf sind nochmals etwas zuversichtlicher als im Vormonat, 54% votierten im AUTOHAUS Panel mit (sehr) zufrieden.



## ZUFRIEDENHEIT IM NEUWAGENGESCHÄFT

Nur noch 49% zufriedene NW-Händler registrierten wir im Juli. Angesichts der anhaltend hohen Nachfrage mit leichtem Wachstum ein klares Indiz für eine Krise.



## WERKSTATT-AUSLASTUNG

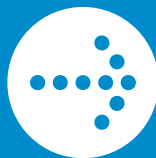
**83%** Hoppla! Wäre es nicht das wichtige Servicegeschäft, könnte man über den kleinen Ausrutscher hinwegsehen: Ein Punkt minus zum Vorjahr für den Juli.

## quartalsTrend

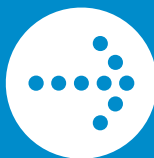
...die nächsten 3 Monate



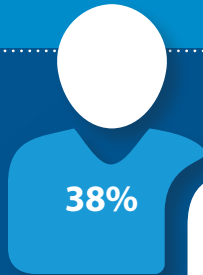
WERKSTATT



GEBRAUCHTWAGEN



NEUWAGEN



## VERBESSERUNGSBEDARF

Wo gibt es aus Sicht der Händler Verbesserungsbedarf bei den Gebrauchtwagengarantien? 50% wünschen sich einen größeren Versicherungsumfang bzw. eine bessere Risikoabdeckung, 38% bemängeln das Preis-Leistungs-Verhältnis.

## STANDZEIT GW

**93** Tage



Das ist die Zahl des Monats, leider keine erfreuliche: 4 Tage mehr GW-Standzeit zum Juni zeigen, wie groß die Verunsicherung der Kunden aktuell ist.

## NEUWAGENRABATTE

Mit noch höheren Rabatten lässt sich die Dieselkrise auch nicht bekämpfen, scheinen sich unsere Händler im Juli gedacht zu haben. Die Nachlässe sanken sogar, um 0,3 Punkte zum Juni.



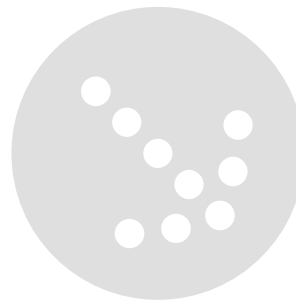
12,1%



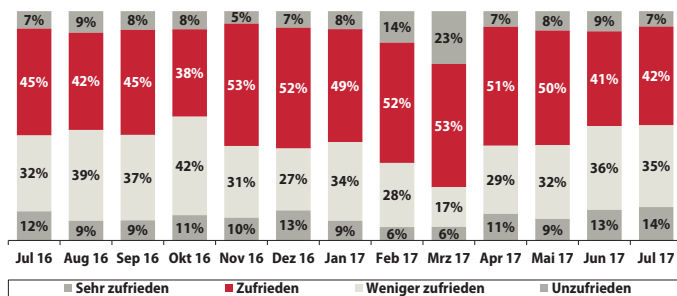
08 2017

## Neuwagengeschäft

**Laune angeschlagen** Einen weiteren Prozentpunkt verlor die Stimmung gegenüber dem Juni im Neuwagen-Business. Auch das Zulassungsplus von 1,5% zum Vorjahr konnte die Händler nicht trösten.



### Wie zufrieden sind Sie mit den Neuwagenverkaufsabschlüssen?



Monatsvergleich  
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

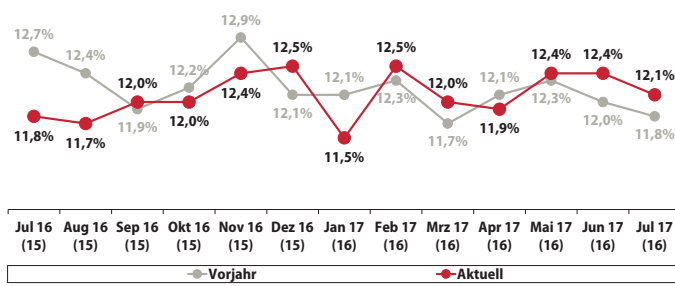
Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 08/2017  
puls Marktforschung GmbH

### 1 Zufriedenheit Nur noch 49% (sehr) zufrieden

- Von 50 auf 49% fiel die Stimmung im Neuwagengeschäft von Juni auf Juli, das ist für sich gesehen noch kein Beinbruch. Vor dem Hintergrund der an sich steigenden Zulassungen im Vergleich zum Vorjahresmonat wird jedoch klar, dass etwas nicht stimmen kann. Der Diesel verrußt allen die Laune.
- 14% bezeichnen sich inzwischen als vollständig "unzufrieden", ein relativ hoher Wert und ein Indiz dafür, dass manche Betriebe zu kämpfen haben.



**Wie viel reinen Nachlass haben Sie im Neufahrzeugbereich durchschnittlich auf den Listenpreis (Netto) beim Verkauf gegeben?**

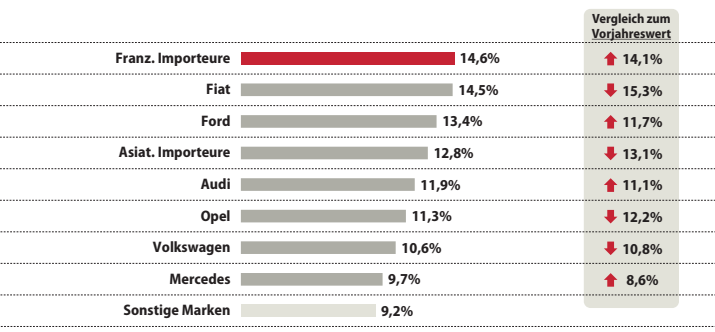


Monatsvergleich Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 08/2017 puls Marktforschung GmbH

**2 Rabatte im Jahresrückblick Unauffällig**

- Wer erwartet hatte, dass die Neuwagenrabatte aktuell wegen der angespannten Situation rund um die Selbstzünder-Vermarkung durch die Decke gehen, sieht sich eines Besseren belehrt: 12,1% notierte das AUTOHAUS Panel im Juli und damit sogar 0,3 Punkte weniger als im Vormonat.
- Zur Erinnerung: Im Juli 2015 lag der mittlere Nachlass sogar bei 12,7%.

**Wie viel reinen Nachlass haben Sie im NW-Bereich im Juli 2017 durchschnittlich auf den Listenpreis (Netto) beim Verkauf gegeben?**



Mittelwertvergleich Mittelwert: 12,1% (↑ 11,8%) Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 08/2017 puls Marktforschung GmbH

**3 Nachlass auf Listenpreis nach Marken Minimale Verschiebungen**

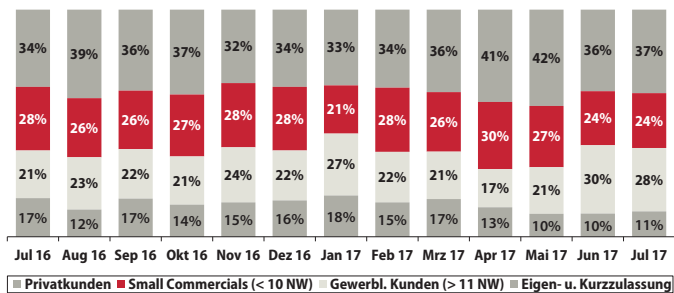
- Im Rabatt-Ranking der Hersteller ändert sich gegenüber dem Juni nicht viel. Am meisten beim Preis nachgeben mussten Audi-Händler mit einem Plus von 0,9 Punkten und liegen damit nach Opel nur noch im Mittelfeld.
- Fiat-Häuser schafften es, sich von 15,2% auf 14,5% zu verbessern, mit dem Effekt, dass Rabatt-Spitzenreiter im Juli die französischen Importeure sind (14,6%).



08 2017

## Neuwagengeschäft

Verkaufte Neuwageneinheiten nach Sparten  
(bereits vorliegende Vertragsabschlüsse)



Monatsvergleich

Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 08/2017  
puls Marktforschung GmbH

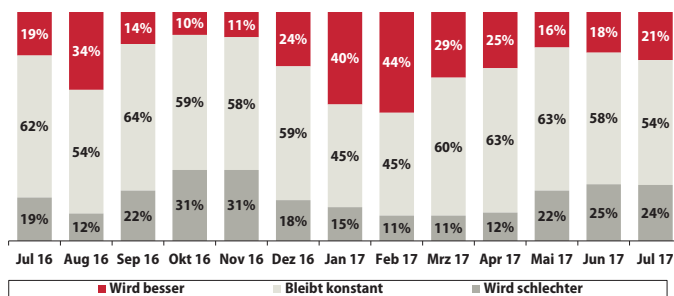
### 4 Neuwagenkäufe nach Kundengruppen Private halten sich weiter zurück

- Nach wie vor performen die Privaten mit deutlich unter 40% eher schwach (37%), allerdings gab es auch schon vor der großen Diesel-Verunsicherung solche Werte.
- Relativ stark bleiben die gewerblichen Kunden mit einem Markt-Anteil von insgesamt 52%.

## quartalsTrend



Wie wird sich das Geschäft aus Ihrer Sicht im NW-Bereich in den nächsten 3 Monaten entwickeln?



Monatsvergleich  
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 08/2017  
puls Marktforschung GmbH

### 5 Perspektive: Trendumkehr?

- Die Prognose für die kommenden drei Monate zeigt vor allem eines: Der Handel ist gespalten. Die Optimisten legen zahlenmäßig von 18% auf 21% zu, der Anteil derer, die weitere Rückgänge befürchten, ist mit 24% aber ebenfalls sehr hoch.



# Seminarindex

## AUTOHAUS akademie

---



### SommerAkademie

Die SommerAkademie ist eine ganz besondere Veranstaltung, die fachliche mit persönlicher Weiterbildung in entspannter Atmosphäre verbindet. Prof. Hannes Brachat und seine Gastreferenten widmen sich auf dieser Veranstaltung den zentralen Themen, die die Branche bewegen. Durch die Kombination aus Tagung und Freizeitprogramm bieten sich unzählige Gelegenheiten für intensiven Austausch und gute Gespräche. Copyright Bild:© Burg Schwarzenstein

#### Termin & Ort:

30.08. bis 01.09.2017, Relais & Chateaux Hotel Burg Schwarzenstein, 65366 Geisenheim - Johannisberg



### AUTOHAUS/Santander Flottenkunden-Forum

Gewerbekunden sind eine bedeutende Umsatzsäule für den Handel. Starke Affinität und Treue zum Autohaus zeichnen diese Zielgruppe aus. Um in diesem Geschäft zu bestehen, ist also eine zielgruppengerechte Kundenbetreuung von zentraler Bedeutung. Gewerbekunden wünschen sich ein maßgeschneidertes Angebot an Leistungen und Produkten, Komplettlösungen, Service- und Finanzdienstleistungen aus einer Hand. Copyright Bild:© Thaut Images, stock.adobe.com

#### Termin & Ort:

27.09.2017, Hotel Pallas Wiesbaden



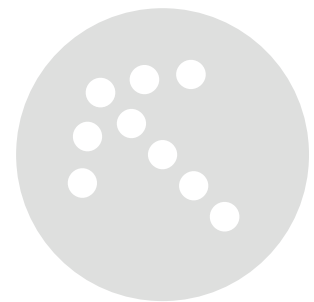
[www.autohaus.de/akademie](http://www.autohaus.de/akademie)



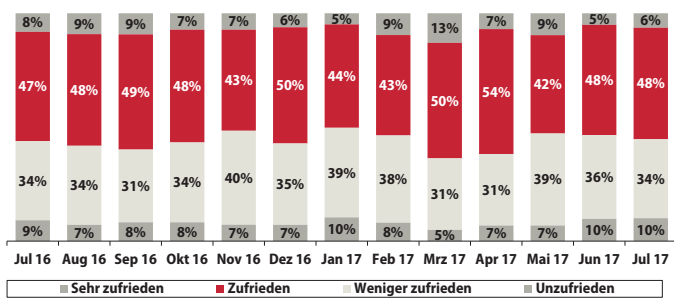
08  
2017

## Gebrauchtwagengeschäft

**Positiv:** Trotz längerer Standzeiten sind die Gebrauchtwagenexperten unter den Händlern relativ guter Laune: 54%, und damit ein Punkt mehr als im Vormonat, sind (sehr) zufrieden.



### Wie zufrieden sind Sie mit den Gebrauchtwagenverkaufsabschlüssen?



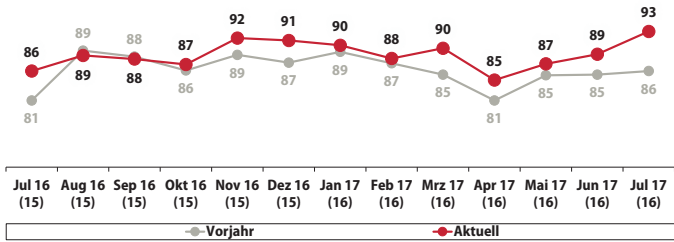
Monatsvergleich  
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 08/2017  
puls Marktforschung GmbH

### 6 Zufriedenheit mit GW-Geschäft Niveau 2016 fast erreicht

- Der Blick ein Jahr zurück zeigt: Mit 55% war die Stimmung der GW-Händler im Juli 2016 kaum besser als im Juli 2017 (54%). Das erstaunt dann doch: Krise? Welche Krise?

Wie viele Tage beträgt Ihre GW-Standzeit vom Bestand?



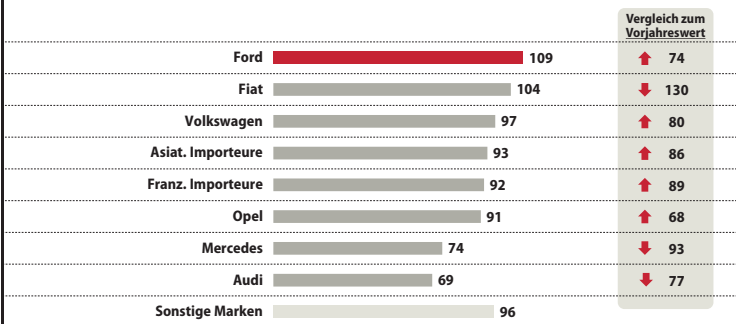
Monatsvergleich

Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 08/2017  
puls Marktforschung GmbH

7 GW-Standzeit im Jahresüberblick  
Neuer Spitzenwert

- Objektiv betrachtet stimmt aber doch etwas nicht, denn die Standzeiten auf den GW-Plätzen unserer Panelisten schossen im Juli regelrecht durch die Decke: 93 Tage dauerte es im Schnitt bis zum Besitzerwechsel, nochmal 4 Tage länger als im Juni und ganze 7 Tage länger als vor einem Jahr.

Wie viele Tage beträgt Ihre GW-Standzeit vom Bestand?



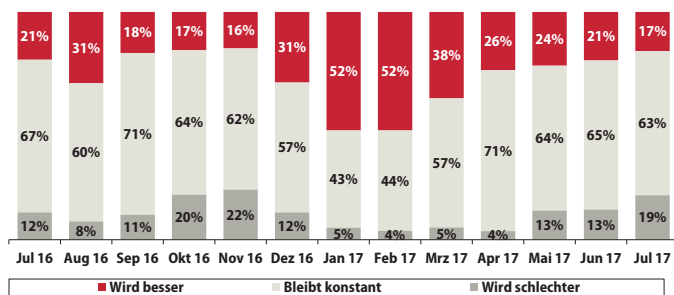
Mittelwertvergleich  
Mittelwert: 93 (↑ 86)

Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 08/2017  
puls Marktforschung GmbH

8 GW-Standzeit (nach Marke)  
Ford schießt von 74 auf 109 Tage

- Der Standzeiten-Vergleich mit dem Vorjahr zeigt am besten, welche Marken aktuell Probleme mit ihrem Gebrauchtbestand haben. Massiv betroffen sind offenbar die Ford-Händler, deren Standtage im Juli 2017 bei 109 Tagen lagen (und damit sogar Fiat überholten), und zuvor im Juli 2016 noch mit 74 Tagen glänzten.
- Nach wie vor sehr gefragt sind gebrauchte Audi, möglicherweise verbaute Mogel-Diesel schienen die Käufer nicht sonderlich zu schrecken.

Wie wird sich das Geschäft aus Ihrer Sicht im GW-Bereich in den nächsten 3 Monaten entwickeln?



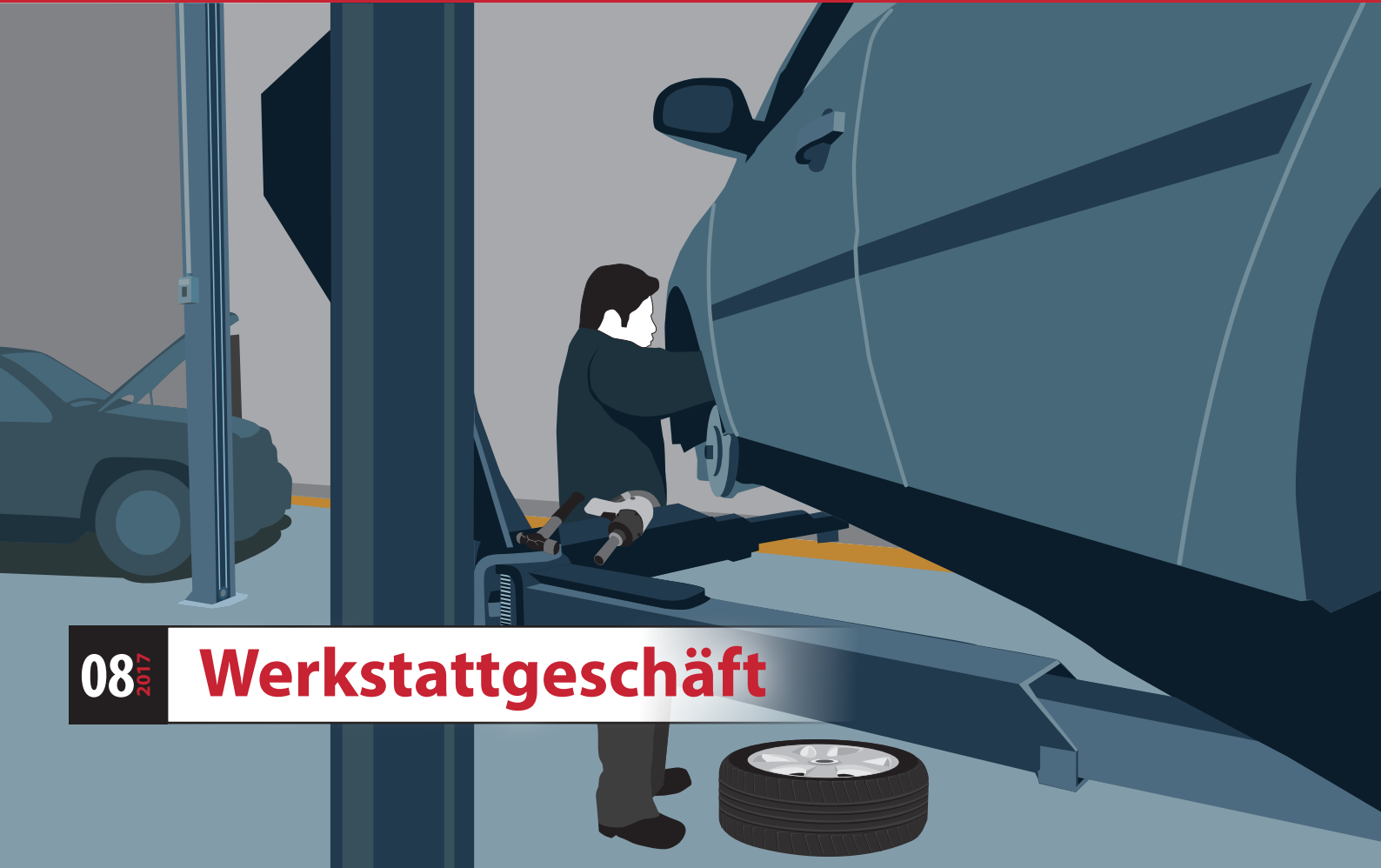
Monatsvergleich  
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 08/2017  
puls Marktforschung GmbH

quartalsTrend

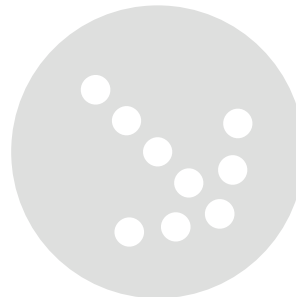
9 Perspektive:  
Angespannt

- Die perspektivische Einschätzung der GW-Händler für die kommenden 3 Monate zeigt zwei Auffälligkeiten: Einmal glauben nur noch 17% an einen Aufschwung (im Juni waren es noch 21%, im Vorjahr ebenfalls 21%), zum anderen steigt die Zahl der Pessimisten auf satte 19%. Beides ist nur bedingt mit jahreszeitlichen Schwankungen oder der Urlaubszeit zu erklären.

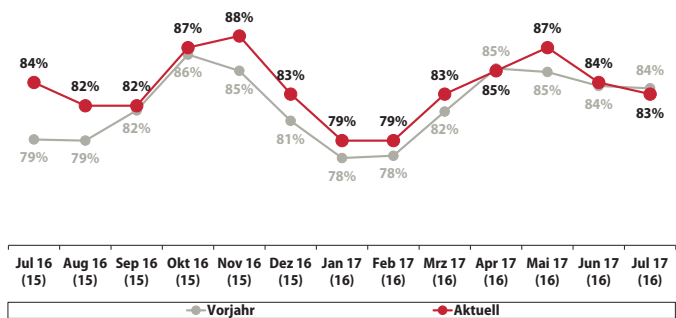


## 08 2017 Werkstattgeschäft

**Urlaubzeit:** An der Auslastung der Werkstätten lässt sich gut ablesen, dass die deutschen Kunden zum Großteil gerade im Urlaub sind.



Zu wie viel Prozent war Ihre Werkstatt ausgelastet?



Monatsvergleich

Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 08/2017  
puls Marktforschung GmbH

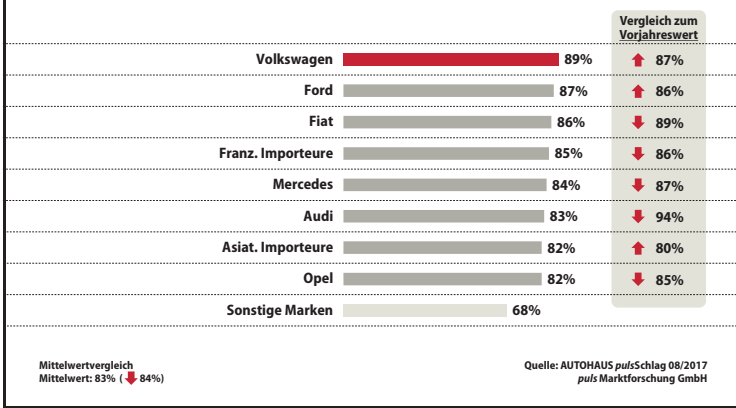
### 10 Werkstattauslastung im Jahresüberblick Erstmals unter Vorjahr

- Das "Servicetal" im Monat Juli ist gelernt und erschreckt niemanden, der in der Branche aktiv ist. Auch ein Blick auf den Juli 2015 zeigt: Die aktuellen 83% Auslastung sind im Vergleich zu den damaligen 79% ausgezeichnet!
- Allerdings: Erstmals seit Monaten verzeichnen wir einen leichten Rückgang im Vergleich zum Vorjahresergebnis, und das lag im Juli 2016 bei 84%.

**Markenübergreifend Sommerpause** Bei Volkswagen-Partnern geht es in den Werkstätten mit 89% Auslastung immer noch richtig rund, allgemein tendiert der Trend aber zum Sommerloch.



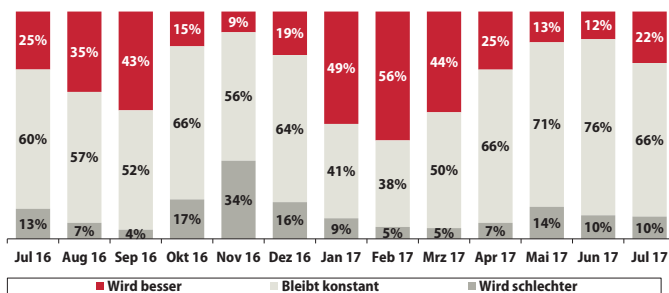
**Zu wie viel Prozent war Ihre Werkstatt im abgelaufenen Monat Juli 2017 ausgelastet?**



**11 Werkstattauslastung nach Marken Gewinner und Verlierer**

- Im Vergleich zum Vorjahresmonat Juli 2016 verloren die Audi-Werkstätten mit 94% zu aktuell 83% am meisten Serviceperformance.
- Am stärksten zugelegt haben im gleichen Zeitraum die Händler der Konzernmutter VW mit 87% zu 89%.

**Wie wird sich das Geschäft aus Ihrer Sicht im Service-Bereich in den nächsten 3 Monaten entwickeln?**



Monatsvergleich  
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 08/2017  
puls Marktforschung GmbH

quartalsTrend

**12 Perspektive Tendenz positiv**

- Im Vergleich zum Juni stieg im Juli die Zahl derer, die perspektivisch einen Aufschwung im Servicegeschäft erwarten von 12% auf 22%. Trotzdem glaub eine stabile Zwei-Drittel-Mehrheit von 66% eher an gleichbleibende Geschäfte. Zumindest für die kommenden drei Monate.

# TAKE CARE!

Santander AutoCare.



## Santander AutoCare Solo

### Reparaturkostenversicherung – langfristige Sicherheit für Sie und Ihre Kunden

AutoCare gibt es auch unabhängig von der Santander AutoFlat. Santander AutoCare Solo schützt Ihre Kunden über eine Laufzeit von 24, 36, 48 oder 60 Monaten vor unkalkulierbaren Reparaturkosten an Motor, Getriebe und Elektrik. Für Sie als Händler-Partner sichert sie Ihnen eine langfristige Belegung des Werkstattgeschäftes durch Reparaturarbeiten. Dies sorgt für eine enge Verbindung zwischen Ihrem Unternehmen und Ihren Kunden und sichert Ihnen perspektivisch Folgeaufträge für Wartung und Inspektion.

[www.santander.de](http://www.santander.de)



# Santander

CONSUMER BANK

KOMMENTAR

## Zufriedene und loyale Kunden = hervorragende Aftersales-Erträge!



**Maik Kynast,**  
Bereichsleiter Vertrieb  
Mobilität, Santander  
Consumer Bank AG

**D**er aktuelle AUTOHAUS pulsSchlag beschäftigt sich mit Gebrauchtwagen-Garantien und schon die Antwort auf die erste Frage hat es in sich: Fast die Hälfte der Befragten gibt die Quote für verkaufte Gebrauchtwagen inklusive einer GW-Garantie mit 81-100 Prozent an. Das ist ein beeindruckender Wert. Der Handel hat seit einiger Zeit erkannt, dass eine Gebrauchtwagen-Garantie ein hervorragendes Mittel zur Kundenloyalisierung ist, bei gleichzeitiger Erhöhung der Aftersales-Erträge.

Noch etwas deutlicher – fast 60 Prozent sagen, dass die GW-Garantie ein fester Bestandteil eines Servicepakets ist. Die Top-3-Ziele die der Handel mit dem Verkauf einer GW-Garantie verfolgt sind dann auch die Absicherung von Gewährleistungsfällen, höhere Kundenbindung und die Förderung der Kundenzufriedenheit.

Das passt, denn die Kunden von heute erwarten eine Risikoentlastung und so hat sich die Garantieleistung langsam aber sicher zu einem Schwergewicht unter den Kaufkriterien entwickelt. Wenn ein Defekt am Fahrzeug auftritt, geht es für den Fahrer nicht nur darum, möglichst schnell wieder mobil zu sein, sondern eben auch um den finanziellen Aspekt. Denn das Budget für eine Reparatur überfordert viele Kunde.

Kein Problem für einen Kunden mit einer GW-Garantie oder Reparaturkostenversicherung, er fährt einfach in die Werkstatt und lässt den Schaden beheben. Für den Händler ergeben sich so folgende profitable Vorteile:

Die Garantieleistung dient als impulsgebendes Kaufkriterium, die anfallenden Reparaturleistungen werden in der eigenen Werkstatt durchgeführt und erhöhen so die Werkstattauslastung. Wenn die Garantieleistung, wie bei der Santander AutoCare an das Fahrzeug gebunden ist, kann eine nachhaltige und langfristige Wertschöpfungskette in Gang gesetzt werden, von der alle Seiten profitieren. Weiterer Vorteil: Durch den erhöhten Kundenkontakt ist der Händler auch erster Ansprechpartner für ein neues Fahrzeug.



Die Garantieleistung dient als **impulsgebendes Kaufkriterium**, die anfallenden Reparaturleistungen werden in der eigenen Werkstatt durchgeführt.

Das Geschäft mit Gebrauchtwagen-Garantien bzw. Reparaturkosten-Versicherungen hat also deutlich an Fahrt aufgenommen. In anderen europäischen Ländern liegt die Quote allerdings schon weit höher. Dort hat sich der Verkauf einer Garantie bereits als erfolgreicher Standard etabliert. Steigen Sie jetzt ein und bieten Sie die GW-Garantie bzw. Reparaturkostenversicherung aktiv beim Verkauf Ihrer Fahrzeuge an.

In diesem Sinne, wünsche ich Ihnen garantiert gute Geschäfte!

58 Prozent der Händler vergeben die GW-Garantie als Bestandteil der GW-Marke. Das trifft zu 75 Prozent besonders bei den Premiumherstellern zu.



KOMMENTAR

## Erfolgsgeschichte GW-Garantien

Über 80 Prozent der Gebrauchtwagen, die der Handel an Privatkunden verkauft, sind mit einer Garantie ausgestattet. Dass es nicht 100 Prozent sind, liegt unter anderem an den Neuwagengarantien. Der Fachhändler verkauft bekanntlich eher neuere Gebrauchte. Hier gilt dann oft noch die Herstellergarantie. Eine zusätzliche längere GW-Garantie ist dann unnötig bzw. würde auch höhere Kosten verursachen. Die Laufzeit der GW-Garantie entspricht fast zu 80 Prozent der gesetzlichen Gewährleistungspflicht von einem Jahr. Immerhin 16 Prozent der im AUTOHAUS Panel befragten Entscheider geben an, die Gebrauchtwagen mit einer zweijährigen Garantie auszustatten. Eine Laufzeit von drei Jahren und mehr wird nur von vier Prozent der Händler vergeben. Händler deutscher Volumenmarken statten ihre GW zu 22 Prozent mit einer zweijährigen Absicherung aus. Die Händler großer Importfabrikate nur zu 10 Prozent. Die Kosten für die Garantie werden im Durchschnitt mit 272 Euro angegeben. Für die befragten Händler ist die GW-Garantie an erster Stelle eine Absicherung im Falle einer Gewährleistung. An zweiter Stelle stehen Kundenloyalität und Förderung der Kundenzufriedenheit. Dennoch kommen nur 61 Prozent der Kunden zur Jahresinspektion. Nach zwei Jahren sind es aber immer noch 46 Prozent Kunden, die zur Wartung ins Haus

kommen. Ein Viertel der Händler arbeitet bei der GW-Garantie ausschließlich mit dem Hersteller und Importeur zusammen. 31 Prozent nur mit externen Garantieversicherern und 44 Prozent setzen auf beide Anbieter. Der Anteil an vergebenen GW-Garantien von externen Anbieter ist also höher (57 zu 42 Prozent). Die Hersteller und Importeure konnten mit den eigenen GW-Labels ihren Marktanteil in den vergangenen Jahren deutlich steigern. 58 Prozent der Händler vergeben die Garantie als Bestandteil der GW-Marke. Das trifft zu 75 Prozent besonders bei den Premiumherstellern zu. Der Grund dafür ist evident: Gerade die deutschen Premiummarken haben die Vertriebsschiene junge Gebrauchte in den vergangenen Jahren deutlich ausgebaut und parallel zum Neuwagenverkauf entwickelt. 82 Prozent der befragten Händler sind mit dem Angebot ihres Herstellers/Importeurs (sehr) zufrieden. Der Handel ist mit dem Angebot von externen Anbieter allerdings zu 86 Prozent (sehr) zufrieden. Verbesserungsbedarf sieht der Handel beim Versicherungsumfang, dem Preis-Leistungsverhältnis und der Rückvergütung. In Summe ist das Konzept GW-Garantie aber trotzdem eine Erfolgsgeschichte. Das GW-Geschäft hat damit an Nachhaltigkeit gewonnen.

**Ralph M. Meunzel,**  
Chefredakteur AUTOHAUS

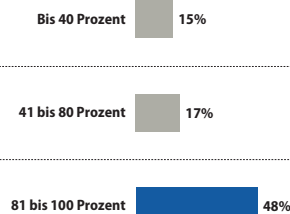


# Allzweckwaffe GW-Garantie

## Gebrauchtwagengarantien mit multifunktionalem Einsatz

Gewährleistungs-Absicherung, Kundenbindung, Qualitätsargument, Abgrenzung zum Privatverkäufer, Werkstatt-Bindung: Die Liste der Gründe, warum GW-Garantien für den Gebrauchtwagenhandel inzwischen unverzichtbar sind, ist lang, die Zufriedenheit hoch. Dennoch hat der Handel auch einige Wünsche. Alle Details in diesem Top-Thema.

Wie viele Prozent der **gebrauchten Fahrzeuge**, die Sie an private Kunden verkaufen, sind mit einer GW-Garantie ausgestattet?



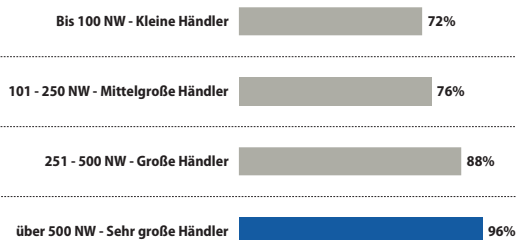
Mittelwert (Gesamt): 81%  
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 08/2017  
puls Marktforschung GmbH

### 1 **Ausstattungs-Quote** 81% der Gebrauchten mit GW-Garantie

- Den weit überwiegenden Teil ihrer Gebrauchtwagen rüsten die Händler mit einer speziellen GW-Garantie aus, im Mittel sind es 81%.
- Wären die Fahrzeuge im Fachhandel nicht so jung und die Neuwagengarantien mancher Hersteller nicht so lang, läge die Quote vermutlich bei nahe 100%.

Wie viele Prozent der **gebrauchten Fahrzeuge**, die Sie an private Kunden verkaufen, sind mit einer GW-Garantie ausgestattet?



Mittelwert (Gesamt): 81%

Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 08/2017  
puls Marktforschung GmbH

### 2 **Ausstattungs-Quote (nach Händlergröße)** Je größer, desto mehr

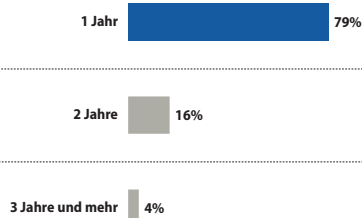
- Die Ausrüstungsquote gebrauchter Fahrzeuge mit GW-Garantie steigt mit der Händlergröße bzw. der Anzahl verkaufter Fahrzeuge. Bei den sehr großen Händlern sind es 96%, bei kleinen 72%.



## TOP-THEMA

Hilft das Angebot einer GW-Garantie bei der Auslastung der eigenen Werkstatt? Eine "Rücklaufquote" von nur 61% zur ersten Jahresinspektion lässt Potenzial offen.

### Wie lange gilt die GW-Garantie in der Regel?

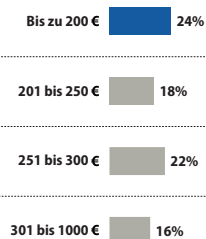


Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 08/2017  
puls Marktforschung GmbH

### 3 Dauer der GW-Garantie Ein Jahr ist die Regel

- In der Regel umfasst die GW-Garantie ein Jahr und damit das Gewährleistungs-Minimum.
- Immerhin 20% der Garantien dauern auch zwei oder mehr Jahre.

### Wie hoch sind die Kosten einer GW-Garantie im Schnitt pro Fahrzeug?



Mittelwert (Gesamt): 272 €  
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 08/2017  
puls Marktforschung GmbH

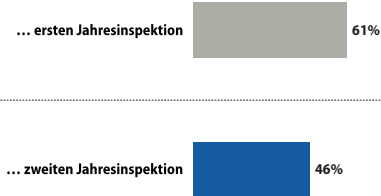
### 4 Kosten pro Fahrzeug Im Schnitt 272 Euro

- Die Kosten für eine GW-Garantie sind abhängig vom Fahrzeug und der Dauer. Im Mittel werden rund 272 Euro pro Fahrzeug fällig.



©natali\_mis - stock.adobe.com

**Wie viele Kunden, die bei Ihnen ein gebrauchtes Auto kaufen, kommen damit zur ...**



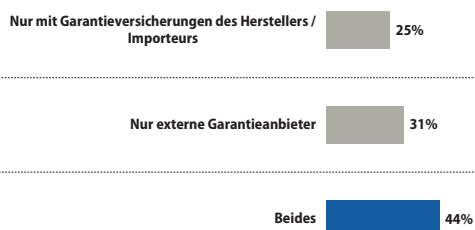
Mittelwertvergleich!

Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 08/2017  
puls Marktforschung GmbH

**5 Werkstattbindung  
GW-Garantie als Servicemagnet**

- Die GW-Garantie gilt als Kundenbindungsinstrument für Werkstätten, immerhin 61% der GW-Käufer erledigen ihre erste Jahresinspektion auch beim GW-Verkäufer. Im zweiten Jahr sind es allerdings nur noch 46%.

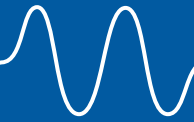
**Arbeiten Sie dabei mit Garantieangeboten Ihres Herstellers / Importeurs oder mit externen Garantieanbietern zusammen?**



Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 08/2017  
puls Marktforschung GmbH

**6 Art des Garantie-Anbieters  
Intern und extern**

- Nur rund 25% der GW-Händler nutzen ausschließlich die vom Hersteller oder Importeur offerierte GW-Garantie, 31% arbeiten ausschließlich mit externen Anbietern zusammen.
- Der häufigste Fall ist die Nutzung sowohl markeneigener als auch externer Versicherer, 44% verfahren so.



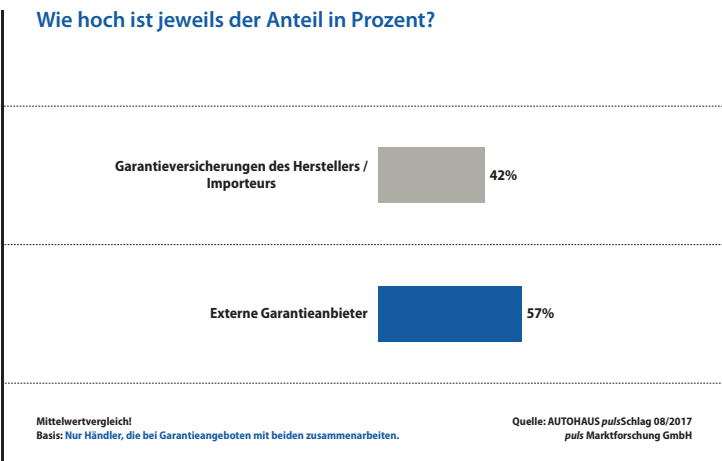
**TOP-THEMA**

Gute Noten: 82% der Händler sind mit Hersteller-GW-Garantien zufrieden, sogar 86% mit den externen Anbietern.

BEI RUND 58% DER GW-HÄNDLER IST DIE GW-GARANTIE **LEISTUNGSBESTANDTEIL EINER GW-MARKE.**



Wie hoch ist jeweils der Anteil in Prozent?



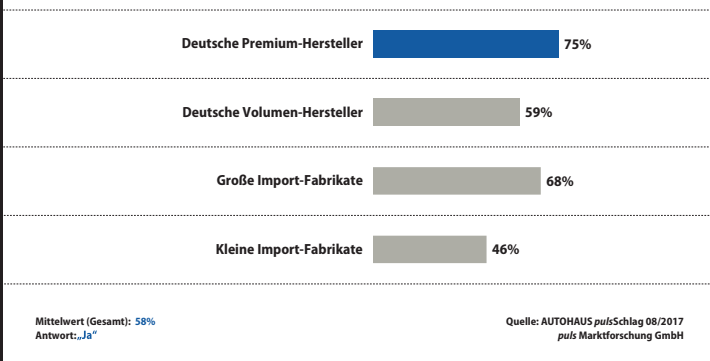
**7 Anteil intern/extern**  
**Externe Anbieter gewinnen**

- Händler, die sowohl interne als auch externe GW-Garantien nutzen, vertrauen dabei lieber auf ihre eigene Wahl und bevorzugen externe Anbieter. Ihr Anteil liegt bei 57%.



©Kurhan - stock.adobe.com

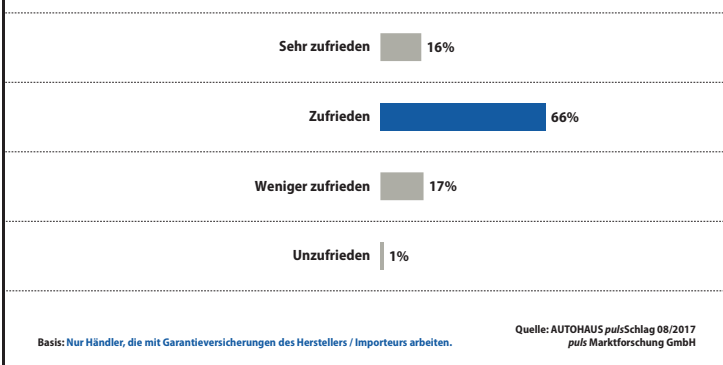
**Ist in Ihrem Haus die GW-Garantie Bestandteil des Servicepakets einer „Gebrauchtwagen-Marke“?**



**8 Bestandteil einer GW-Marke Premium-Händler führend**

- Händler deutscher Premiummarken waren Vorreiter beim Aufbau qualitätssichernder GW-Marken, wichtiger Baustein ist in nahezu jedem Fall das Angebot einer GW-Garantie. Rund 75% der GW-Garantien bei Premiumhändlern sind daher Bestandteil des Servicepakets einer GW-Marke.
- Bei kleinen Importfabrikaten liegt dieser Anteil bei nur 46%. Der Mittelwert liegt laut AUTOHAUS Panel bei 58%.

**Wie zufrieden sind Sie mit Leistung und Angebot der Hersteller GW-Garantie insgesamt?**



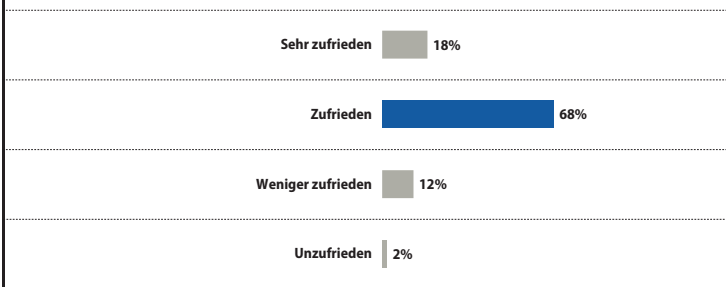
**9 Zufriedenheit (Hersteller GW-Garantie) 82% (sehr) zufrieden**

- Gute Noten für die Garantieanbieter (Garantieversicherung über Hersteller/Importeure): 16% vergeben ihrer Zufriedenheit mit Leistung und Angebot ein "sehr zufrieden", 66% ein "zufrieden".



© nd3000 – Adobe Stock

## Wie zufrieden sind Sie mit Leistung und Angebot des externen Garantienanbieters insgesamt?



Basis: Nur Händler, die mit externen Garantianbietern arbeiten.

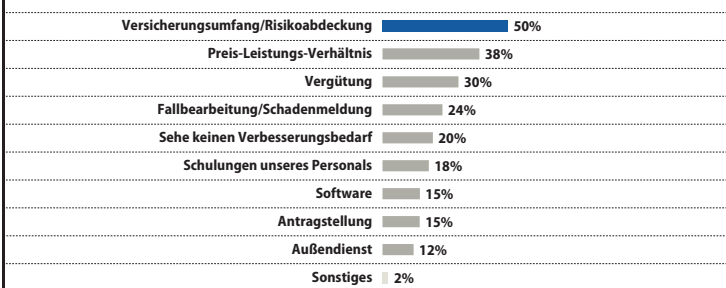
Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 08/2017  
puls Marktforschung GmbH

## 10 Zufriedenheit (externe GW-Garantie)

86% (sehr) zufrieden

- Noch bessere Noten bekommen externe GW-Anbieter von den Gebrauchthändlern: Insgesamt äußerten sich hier 86% (sehr) zufrieden mit Leistung und Angebot.

## Wo sehen Sie beim Thema GW-Garantie Verbesserungsbedarf?



Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 08/2017  
puls Marktforschung GmbH

## 11 Verbesserungsbedarf

Risikoabdeckung zu gering

- Die größte Kritik der Händler an den Leistungen der GW-Versicherer betrifft den Kern: 50% bemängeln deren Umfang und die Risikoabdeckung. Kein Wunder, denn Überbringer der schlechten Botschaft "Das zahlt die GW-Versicherung leider nicht" sind später die Betriebe.
- Eine ähnliche Rolle spielt das Preis-Leistungs-Verhältnis, das 38% als kritikwürdig erachten, aber auch die Vergütung für die Vermittlung gefällt 30% der Händler nicht.



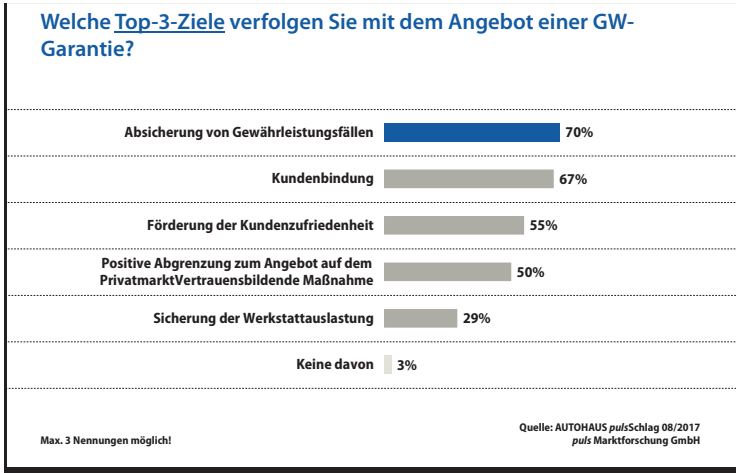
©oneinpunch - stock.adobe.

**TOP-THEMA**

Hauptziel einer GW-Garantie ist die Absicherung von Gewährleistungsfällen, das sagen 70% der Händler. An Platz 2 folgt die Kundenbindung mit 67%.

30%

KNAPP EIN DRITTEL DER HÄNDLER BEMÄNGELT DIE VERGÜTUNG FÜR DIE VERMITTLUNG EINER GW-GARANTIE, 50% DEREN RISIKOABDECKUNG.



**12 Top-3-Ziele GW-Garantie**  
Absicherung und Bindung

- Die Absicherung von Gewährleistungsfällen (70%), allgemeine Kundenbindung (67%) sowie die Förderung der Kundenzufriedenheit (55%) sind aus Sicht der befragten Händler die Top-3-Ziele einer GW-Garantie.

## ARCHIV katalog



07/2017  
Zukunft des Diesels



06/2017  
Diesel unter Druck



5/2017  
Aftersales der Zukunft



4/2017  
Fahrzeugübergabe



3/2017  
Carsharing im Handel



2/2017  
Events im Autohaus



1/2017  
Verkäufer



12/2016  
Finanzdienstleistungen  
im After-Sales



11/2016  
Perspektiven 2017



10/2016  
Zu- und Verkauf von  
Gebrauchtwagen



9/2016  
Gewerbliche Kunden



8/2016  
Werkstattausrüstung



7/2016  
Gebrauchtwagen-  
Hereinnahme



6/2016  
Kundenbewertungen im  
Internet



5/2016  
Chancen und Risiken der  
Digitalisierung



4/2016  
Teile- und  
Lagermanagement



3/2016  
E-Mobilität



2/2016  
Outsourcing



1/2016  
Disposition



12/2015  
Kfz-Versicherung



## Werden Sie Meinungs-Macher beim AUTOHAUS pulsSchlag!

Der pulsSchlag ist das monatliche Stimmungsbarometer der Branche. Die Umfrage wird durchgeführt in Kooperation mit puls Marktforschung unter Autohändlern im deutschsprachigen Markt. Das Befragungs-Panel besteht aus 1.600 Händlern, eine Stichprobe daraus wird jeden Monat zu einer 3-7 minütigen Online-Befragung eingeladen.

Werden Sie jetzt Mitglied im AUTOHAUS-Panel! Tragen Sie mit Ihrem Wissen dazu bei, Erkenntnisse für die Branche zu gewinnen und vergleichen Sie Ihren Betrieb mit den Branchenbenchmarks. Als Belohnung winken hochwertige Prämien und Einkaufsgutscheine.

Anmeldung unter: [www.autohaus.de/pulsschlag](http://www.autohaus.de/pulsschlag) im Bereich „Mitmachen“



## Digital und jederzeit: das pulsSchlag Abo



### Lesen Sie die digitale Ausgabe des pulsSchlag 12 Mal im Jahr.

Das Barometer der Branche steht ganz bequem per ePaper und App für Smartphone, Tablet oder für den PC bereit. Zur neuesten Ausgabe lädt Sie der Newsletter des AUTOHAUS pulsSchlag ein.

Mehr Informationen unter: [www.autohaus.de/pulsschlag](http://www.autohaus.de/pulsschlag) im Bereich „Abo“

## DIGITALES ARCHIV



AUTOHAUS pulsSchlag hilft Ihnen die aktuelle Marktlage richtig einzuschätzen sowie Trends zu erkennen und zu nutzen. Die Ergebnisse basieren auf einer monatlichen Online-Befragung von ca. 1.600 Marken- und markenunabhängigen Händlern aus Deutschland zu Konjunktur- und Verkaufserwartungen. Das Archiv mit allen Ausgaben seit 2007 ist eine wertvolle Recherche-Basis für die Themen der Branche.

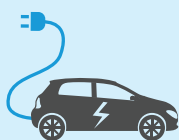
Mehr Informationen unter: [www.autohaus.de/pulsschlag](http://www.autohaus.de/pulsschlag) im Bereich „Archiv“



## THEMENVERZEICHNIS

Die Top-Themen der vergangenen Jahre zeigen, was den Automobilvertrieb bewegt. Erfahren Sie mehr über die Meinung der Branche zu den entscheidenden Themen: Die TopThemen zeigt das Stimmungsbild im Handel.

**[Heben Sie den pulsSchlag Datenschutz]** Welches Thema brennt dem Handel gerade auf den Nägeln? Wo werden die entscheidenden Weichen gestellt? Monatlich wählt das Redaktionsteam ein Top-Thema für den AUTOHAUS pulsSchlag aus und setzt damit den Schwerpunkt der Ausgabe. Die Übersicht der monatlichen Schwerpunktthemen zeigt die große Bandbreite der Themen. Sie macht aber auch Brennpunkte deutlich und erlaubt im Vergleich Entwicklungen abzulesen.



### Alternative Antriebe

E-Mobilität	03/2016
E-Mobilität	01/2011



### Aftersales & Werkstattgeschäft

Werkstattausrüstung	08/2016
Lager- und Teilemanagement	04/2016
Werkstattauslastung	02/2015
Aftersales-Marketing	08/2015
Digitale Dialogannahme	05/2014
Smart Repair	06/2014
Räder- und Reifengeschäft	07/2014
Teile & Service	04/2013
Servicebörsen im Internet	02/2012
IT-Systeme in der Werkstatt	04/2012
Werkstattersatzmobilität	06/2012
Ersatzteilmanagement	07/2012
Meister-HU	10/2012



### Online & Digitalisierung

Kundenbewertungen im Internet	06/2016
Digitalisierung im Autohaus - Chancen und Risiken	05/2016
Digitaler Showroom	11/2015
Online-Marketing	06/2015
Leadmanagement	03/2015
IT im Handel	09/2014
Social Media im Handel	02/2014
Digitale Dialogannahme	05/2014
Internetstrategien im Handel	03/2013
Servicebörsen im Internet	02/2012
Autohausbewertung im Internet	12/2012
Social Media im Handel	02/2011
Print- und Onlinenutzung	06/2011
Online-Neuwagenbörsen	07/2011



### Finanzdienstleistungen

Finanzdienstleistungen im After-Sales	12/2016
Finanzdienstleistungen im Handel	10/2014
Finanzmanagement	08/2011
Flatrate Finanzdienstleistungen	01/2010
Restwerte und Leasingrückläufer	05/2010
Neuwagenanschlussgarantien	11/2010



### Flotte & Gewerbliche Kunden

Gewerbliche Kunden	09/2016
Transportergeschäft	09/2012



### Gebrauchtwagen

Gebrauchtwagen Zu- und Verkauf	10/2016
Gebrauchtwagen Hereinnahme	07/2016
Gebrauchtwagen Handelsportale	09/2015
Auktionen	04/2015
Gebrauchtwagen-Marketing	04/2014
Gebrauchtwagen-Verkäufer	03/2011



### Handelsthemen

Fahrzeugübergabe	04/2017
Events im Autohaus	02/2017
Outsourcing	02/2016
Disposition	01/2016
Mystery Shopping	10/2015
Kundenzufriedenheit	07/2015
Junge Zielgruppen	03/2014
GVO Gruppenfreistellungsverordnung	12/2013
Customer Relationship Management (CRM)	10/2013
Frauen im Kfz-Gewerbe	01/2012
Parallelimporte	03/2012
Call-Center und Telefonmarketing	08/2012
Rentabilität im Automobilhandel	11/2012
Energieeffizienz im Autohaus	10/2011
Prüforganisationen	12/2011
Bauinvestitionen	09/2010



### Hersteller und Handel

Carsharing im Handel	03/2017
Der Hersteller-Außendienst	01/2013
Kundenzufriedenheitsbefragungen durch Hersteller	07/2013
Lieferzeiten	04/2011
Garantieabwicklung	09/2011
Garantie und Kulanz	10/2010
Margensysteme	12/2010



### Personal im Handel

Der Automobilverkäufer	01/2017
Personal im Autohaus	05/2015
Auswirkungen des Mindestlohns	12/2014
Trainingsstrategien	08/2014
Personal Recruiting	01/2014
Automobile Weiterbildung	08/2013
Der Automobilverkäufer	11/2013
Personalrekrutierung	02/2013
Personalrekrutierung	05/2011



### Perspektive für die Branche

Perspektiven 2020	01/2015
Perspektiven 2014	09/2013
Perspektive Autohauszukunft	05/2013
Zukunft des Handels	05/2012
Perspektiven 2012	11/2011



### Versicherungen

Versicherung im Autohaus - Kfz-Versicherung	12/2015
---------------------------------------------	---------

# Das Stimmungsbarometer der Branche



**1.600  
Händler**

» **Datenerhebung:  
Methodisch und  
repräsentativ**

Grundlage der Befragung ist das AUTOHAUS-Panel bestehend aus rund 1.600 Marken- und markenunabhängigen Händlern aus Deutschland (Stand 04/2017). Diese werden monatlich in einer Online-Umfrage zu Konjunktur- und Verkaufserwartungen befragt.

**60 Jahre**

» **Auswertung:  
Fachkompetenz seit  
60 Jahren**

Die AUTOHAUS Fachredaktion setzt Themen, erkennt Trends und weiß, was Händler für erfolgreiches Handelsgeschäft benötigen. Der pulsSchlag bietet die Essenz draus, etwa mit Expertenkommentaren oder dem Handelsindex. Die Ergebnisse werden monatlich ausgewertet, historisch eingeordnet und analysiert: dafür steht die AUTOHAUS Fachredaktion seit 60 Jahren

**seit 2001**

» **Methodik:  
Branchennah  
und unabhängig  
seit 2001**

Die monatlichen Erhebungen werden von der AUTOHAUS Redaktion in Zusammenarbeit mit dem renommierten Meinungsforschungsinstitut puls im AUTOHAUS-Panel durchgeführt – und das schon seit 16 Jahren und im 17. Jahrgang befragt.

**AUTOHAUS pulsSchlag** ist das Stimmungsbarometer der Branche für Entscheidungsträger in Autohäusern und Werkstätten.

Die Trends und Tendenzen der Befragungsergebnisse geben wertvolle Hilfe dabei, die aktuelle Marktlage richtig einzuschätzen sowie Marktentwicklungen zu erkennen und zu nutzen.

Ein Blick auf das Top-Thema der aktuellen aber auch der vergangenen Ausgaben zeigt mit analytischem Blick, welche Themen die Branche gerade besonders bewegen.

Die Daten des pulsSchlag geben eine monatliche Momentaufnahme der Stimmung im Handel und erlauben aus dem historischen Vergleich Stimmungen und Trends abzuleiten.

» **Top-Thema:  
Was die Branche bewegt**

Jeden Monat steht ein Aspekt der Branche mit dem „Top Thema“ besonders intensiv auf dem Prüfstand. Was denkt die Branche über die Digitalisierung? Wie tickt der Gebrauchtwagenvertrieb? Was sind die Strategien bei der Personalführung? Das Top Thema greift monatlich genau das Thema auf, das der Branche gerade besonders auf den Nägeln brennt.

**160  
mal Top-  
Thema**

**3 Tage**

» **Aus der Branche, für die Branche**

Der Erhebungszeitraum beträgt 3 Tage und beginnt jeweils mit dem ersten Montag eines Monats. Die durchschnittliche Interviewdauer liegt bei ca. 5–7 Minuten. Die Stichprobenziehung und Rekrutierung (auf Basis eines festen Quotierungsschemas) der Teilnehmer erfolgt per E-Mail-Einladung an das AUTOHAUS-Panel. Bis die Ergebnisse dann im pulsSchlag zu lesen sind, vergehen durchschnittlich nur 3–4 Wochen. Das bedeutet: frische Daten aus der Branche, für die Branche.

**Werden Sie**

**Panel-Teilnehmer beim  
AUTOHAUS pulsSchlag**

Dann werden Sie Mitglied im AUTOHAUS pulsSchlag Panel!

Tragen Sie mit Ihrem Wissen und Ihrer praktischen Erfahrung dazu bei, wichtige Informationen und Erkenntnisse für die Automobilbranche zu gewinnen und Trends frühzeitig zu erkennen. Als Belohnung winken tolle Prämien.

Mehr Informationen unter:

**[www.autohaus.de/  
pulsschlag](http://www.autohaus.de/pulsschlag)**

**Verlag:**

Springer Fachmedien München GmbH  
Aschauer Str. 30, 81549 München  
E-Mail: [pulsschlag.autohaus@springer.com](mailto:pulsschlag.autohaus@springer.com)

**Redaktion:**

Ralph M. Meunzel  
(Chefredakteur AUTOHAUS)  
Jörg Schwieder

**Erscheinungsweise:**

monatlich, 12 Ausgaben pro Jahr

**Bezugspreis:**

Abonnementpreis: € 69,90 pro Jahr.  
Abonnementkündigung:  
schriftlich 6 Wochen  
zum Ende des Bezugszeitraums

**Datenerhebung:**

Niklas Haupt  
puls Marktforschung GmbH ·  
90571 Schwaig

**Projektleitung:**

Jörg Schwieder  
(Leiter Sonderprojekte AUTOHAUS)

**Mit freundlicher**

**Unterstützung der:**

Santander Consumer Bank AG  
Santander-Platz 1  
41061 Mönchengladbach



**© 2017 by AUTOHAUS**

Texte und Grafiken des AUTOHAUS pulsSchlag sind urheberrechtlich geschützt. Die Springer Fachmedien München GmbH gestattet die Übernahme von Grafiken und Texten in Datenbestände, die ausschließlich für den privaten Gebrauch bestimmt sind. Eine Weiterleitung des AUTOHAUS pulsSchlag an Dritte ist nicht gestattet. Die Übernahme und Nutzung der Daten zu anderen Zwecken bedarf der schriftlichen Zustimmung der Springer Fachmedien München GmbH.

## Definitionen

**Werkstattauslastung:**

Verhältnis von produktiven Stunden (tatsächliches Arbeiten) am Fahrzeug zu anwesenden Stunden

**Standzeit:**

Zeitpunkt, ab dem ein Fahrzeug dem Händler tatsächlich zum Verkauf zur Verfügung steht bis zum Verkauf des Fahrzeuges!

**AUTOHAUS Handelsindex:**

Der Index basiert auf den Angaben der Händler zur Zufriedenheit mit dem Neu- und Gebrauchtfahrzeuggeschäft im jeweils abgelaufenen Monat (im Vergleich zum Vorjahresmonat).

**Methode/Stichprobe:**

Der AUTOHAUS pulsSchlag basiert auf einer monatlichen Online-Befragung von Marken-Händlern und markenunabhängigen Händlern aus dem gesamten Bundesgebiet zu Konjunktur- und Verkaufserwartungen. Der Erhebungszeitraum beträgt 3 Tage und beginnt jeweils mit dem ersten Montag eines Monats (bereits seit 2001). Die durchschnittliche Interviewdauer liegt bei ca. 5–7 Minuten. Die Stichprobenziehung und Rekrutierung (auf Basis eines festen Quotierungsschemas) der Teilnehmer erfolgt per E-Mail-Einladung über ein eigens dafür eingerichtetes Online Panel, in dem aktuell ca. 1.600 Händler (Stand 04/2017) registriert sind.