

AUTOHAUS NEXT

pulsSchlag

BLICK IN DEN MARKT

Abwarten: Nach der "Diesel-Entscheidung" reagiert das Panel verhalten.

ab Seite 6

TOP-THEMA

Ohne Online-GW-Börsen geht es nicht. Aber wie zufrieden sind die Händler?

Seite 16

03

18. JAHRGANG
14. MÄRZ
2018

TOP
THEMA
ab
Seite 17

Zufrieden mit den
GW-Börsen?

PRÄSENTIERT VON

 **Santander**
CONSUMER BANK

IN KOOPERATION MIT

 **puls**
MARKTFORSCHUNG



INHALT

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



Topthema: Zufrieden mit den **GW-Börsen?**

Expertenkommentar	Seite 16
Gelieferte Leads	Seite 17
Renditevergleich	Seite 18
Börsen im Vergleich	Seite 19
Newcomer HeyCar	Seite 21
Spezialbörsen	Seite 22

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



Angesichts der problematischen **Vermarktbarkeit gebrauchter Dieselfahrzeuge** stellen wir auch im Gebrauchtwagenverkauf einen Stimmungsschwung fest.

Fluch und Segen der Dieselpremie

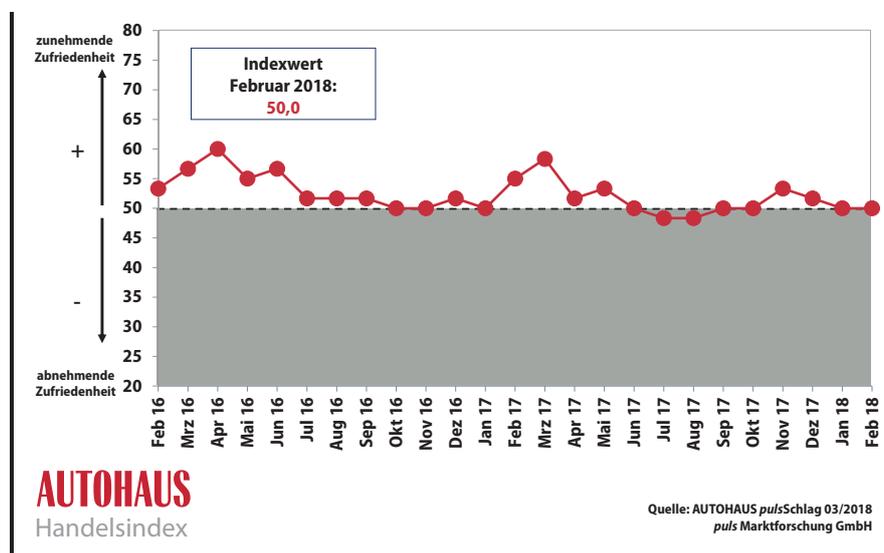
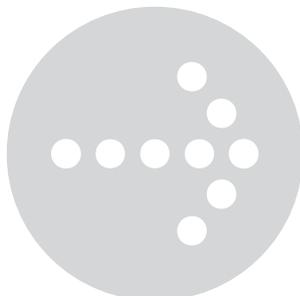
Wie so häufig in der Vergangenheit ist im Februar die Realität im Automobilgeschäft besser als die Stimmung im Handel. Was die Realität betrifft, so setzt das Automobilgeschäft mit einem Zuwachs um 7% bei den Neuzulassungen im Februar die Wachstumsdynamik der letzten Monate eindrucksvoll fort.

Treiber dieser Dynamik ist das Privatgeschäft mit einem satten Plus von 21% bei den Neuzulassungen. Weil dahinter wohl maßgeblich die intensiv beworbenen Diesel-Eintauschprämien stecken und der Handel Vorzieheffekte erwartet kühlt sich die Stimmung im Neuwagenverkauf im Februar und für die kommenden drei Monate auch merklich ab. Angesichts der problematischen Vermarktbarkeit gebrauchter Dieselfahrzeuge stellen wir auch im Gebrauchtwagenverkauf einen Stimmungsschwung fest. Fels in der Brandung ist einmal mehr die Werkstattauslastung, die sich bei 81% stabilisiert.

Auch hinsichtlich der Erwartungen für die kommenden 3 Monate sieht der Automobilhandel die Perspektiven des Servicegeschäfts deutlich positiver als im Neu- und Gebrauchtwagengeschäft. Um aus der Dieselpremie mehr Segen als Fluch zu machen sind Automobilhändler von daher gefordert, einen Masterplan für die Kundenloyalisierung via attraktiver Aftersales Angebote aufzustellen. Viel Erfolg bei der Loyalisierung der Kunden, die von der Umweltprämie „ins Haus gespült“ werden!

Dr. Konrad Weißner
Geschäftsführer
Puls Marktforschung GmbH

Stimmung im Autohandel



© Foto: ZDK



Weniger Streit ums Auto

Reparatur zu teuer? Fehler am Gebrauchtwagen? Kommt es zum Streit mit Werkstatt oder Autohändler, schlichtet die Schiedsstelle. 2017 hatten die Vermittler 9.805 Einsätze.

Das Verhältnis des deutschen Autofahrers zu seiner Kfz-Werkstatt und zu seinem Gebrauchtwagenhändler wird immer besser. Zumindest, wenn man nach der Häufigkeit der Schiedsstellen-Einsätze geht. Die nämlich hat im vergangenen Jahr laut dem Zentralverband des Deutschen Kfz-Gewerbes (ZDK) erneut gegenüber dem Vorjahr abgenommen: von 10.537 auf 9.805 Anträge.

Der Großteil der Anträge (83,2 Prozent) bezog sich auf Reparatur und Wartung. Die Kunden bemängelten nicht nachvollziehbare oder zu hohe Rechnungen, unsachgemäße Arbeit sowie nicht in Auftrag gegebene und trotzdem durchgeführte Arbeiten.

Rund 90 Prozent der Fälle wurden bereits in der Vorverhandlung geklärt, 959 Mal musste die Schiedskommission entscheiden. In 42 Prozent der Streitigkeiten kam es zu einem Vergleich, in 22 Prozent bekam die Kfz-Werkstatt Recht. Bei 15 Prozent der Fälle verließ der Kunde die Verhandlung als Sieger. Weitere 21 Prozent der Verfahren sind bis jetzt noch nicht abgeschlossen.

Die Kfz-Schiedsstellen wurden 1970 ins Leben gerufen und vermitteln seitdem bei Streitigkeiten zwischen Verbrauchern und Kfz-Werkstätten bzw. Gebrauchtwagenhändlern. Der Schiedskommission gehören ein Vertreter des Kfz-Gewerbes und des ADAC sowie ein Kfz-Sachverständiger an. Für Verbraucher ist das Anrufen der Schiedsstelle kostenfrei, es können jedoch Gebühren für Gutachten oder Ähnliches anfallen.

Für Werkstätten und Händler, die in der Kfz-Innung organisiert sind, ist die Entscheidung verbindlich. Der Kunde hingegen kann bei Unzufriedenheit mit dem Ergebnis auch weiterhin vor ein Gericht ziehen. (sp-x)

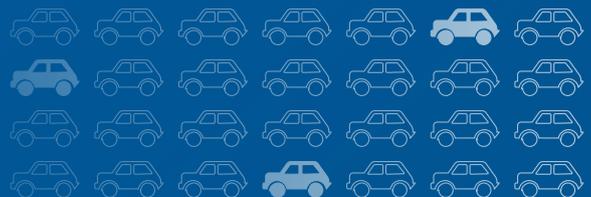
AUTOHAUS HANDELSINDEX

50,0



Obwohl sowohl Neu- als auch GW-Händler deutliche Rückgänge ihrer Zufriedenheit mit dem jeweiligen Geschäft meldeten, bleibt die kumulierte Zufriedenheit im Februar stabil.

ZUFRIEDENHEIT IM GEBRAUCHTWAGENGESCHÄFT



Die Vorzeichen für die Vermarktung gebrauchter Diesel stehen aktuell sehr schlecht, die Zufriedenheit der GW-Händler rutschte im Februar ab.



ZUFRIEDENHEIT IM NEUWAGENGESCHÄFT

Drohende Fahrverbote, neue Hersteller-Skandale, nach wie vor unklare Vorgaben aus der Politik: Das Neuwagengeschäft ist aktuell eine Hängepartie, die Zufriedenheit der Händler sinkt weiter.



WERKSTATT-AUSLASTUNG

81% Der Trend im Aftersales bestätigt sich: Auch im Februar lag die Auslastung der Werkstätten deutlich über dem Vorjahreswert.

quartalsTrend

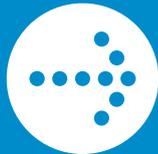
...die nächsten 3 Monate



WERKSTATT



GEBRAUCHTWAGEN



NEUWAGEN



RENDITE AUF GW-BÖRSEN

GW-Börsen sind ein wichtiger Absatzkanal, unbestritten. Aber lässt sich mit deren Leads auch Geld verdienen? 44% der Händler sagen: Weniger als über andere Kanäle, 41% sehen keinen Unterschied. Nur 3% geben an, über GW-Börsen mehr zu verdienen.

STANDZEIT GW

96 Tage



Auch an diesem neuen Negativ-Rekordwert dürfte die aktuelle Dieseldebatte maßgeblichen Anteil haben. Der Wert Februar 2017 lag noch bei 88 Tagen.

NEUWAGENRABATTE

Im Februar stiegen die Rabatte auf den Listenpreis bei Neuwagen wieder etwas, um 0,4 Punkte auf jetzt 12,1%. Im Vorjahresmonat waren es 12,5%.



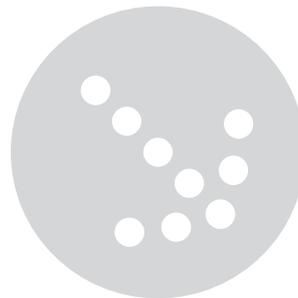
12,1%



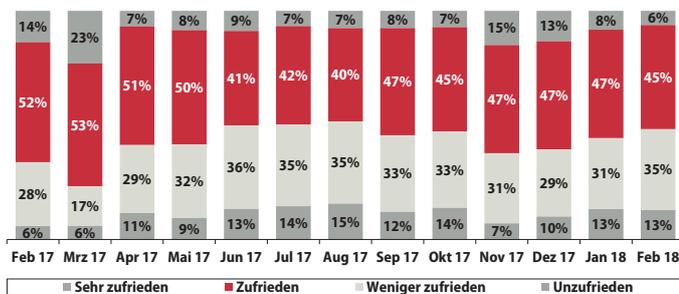
02 2018

Neuwagengeschäft

Die Dieselentscheidung des Bundesverwaltungsgerichts und die andauernden Unsicherheiten zeren an den Nerven der Neuwagenhändler. Das "Prämiengewitter" reinigt da nur bedingt.



Wie zufrieden sind Sie mit den Neuwagenverkaufsabschlüssen?



Monatsvergleich
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

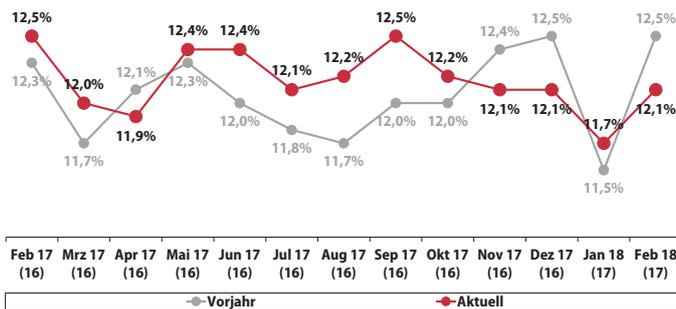
Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 03/2018
puls Marktforschung GmbH

1 Zufriedenheit Knappe Mehrheit optimistisch

- Kommt die blaue Plakette? Wo bleiben die Euro-6-Temp-Fahrzeuge? Autohandel ist gerade nicht ganz einfach. Eine knappe Mehrheit von 51% der Neuwagenhändler votierte im AUTOHAUS Panel mit (sehr) zufrieden, das sind vier Punkte weniger als im Januar und stattliche minus 13 Punkte gegenüber dem Vorjahres-Februar.



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

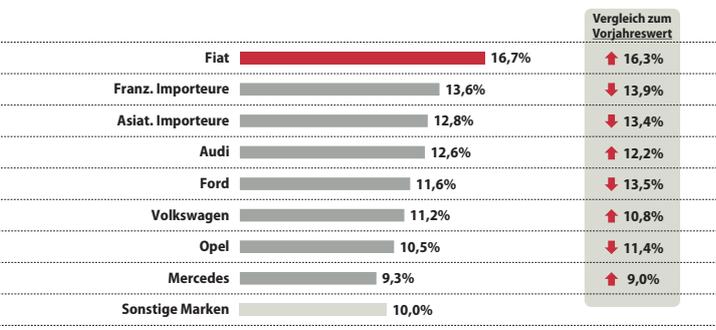


Monatsvergleich Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 03/2018 puls Marktforschung GmbH

2 Rabatte im Jahresrückblick Etwas mehr Weniger

- Die Nachlässe stiegen im Februar auf 12,1% zum Listenpreis, das sind 0,4 Punkte mehr als im Januar aber auch 0,4 Punkte weniger als im Vorjahresmonat.

Wie viel reinen Nachlass haben Sie im NW-Bereich im Februar 2018 durchschnittlich auf den Listenpreis (Netto) beim Verkauf gegeben?



Mittelwertvergleich Mittelwert: 12,1% (↓ 12,5%) Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 03/2018 puls Marktforschung GmbH

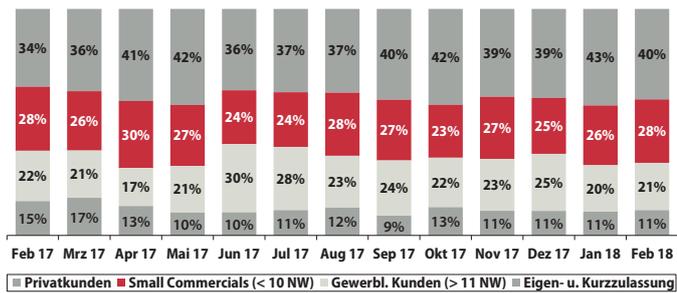
3 Nachlass auf Listenpreis nach Marken Markenverschiebungen

- Interessante Verschiebungen im Markenranking der Nachlasskönige: Audi gibt heute mehr Rabatt als früher und liegt im Ranking mit 12,6% Nachlasse nur noch auf Platz 5. Opel verfolgt dagegen eine immer strengere Preispolitik und gewährt aktuell nur 10,5% auf den Listenpreis. Mercedes bleibt sich treu und verbilligt sich gegenüber dem Vorjahr nur leicht auf 9,3% – Platz eins.

02 2018

Neuwagengeschäft

Verkaufte Neuwageneinheiten nach Sparten
(bereits vorliegende Vertragsabschlüsse)



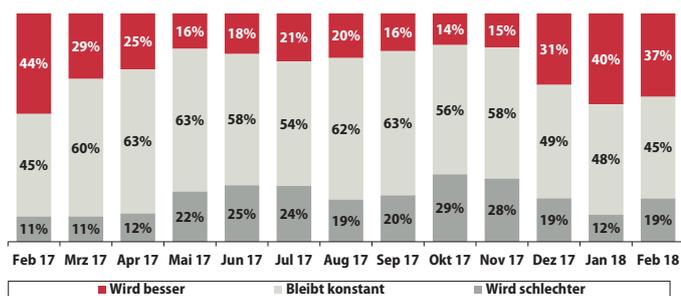
Monatsvergleich

Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 03/2018
puls Marktforschung GmbH

4 Neuwagenkäufe nach Kundengruppen Wenig Veränderung

- Der Anteil privater Kunden ging um 3 Punkte zurück, Businesskunden zogen etwas an. Die Nachricht lautet daher: Das deutliche Neuzulassungsplus im Februar von 7% verteilte sich auf die Kundengruppen in etwa zu gleichen Teilen.

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 03/2018
puls Marktforschung GmbH

quartalsTrend

5 Perspektive: Zweifel beim Ausblick

- Kann das noch lange gut gehen? Diese Zweifel plagen offenbar viele Neuwagenexperten im Handel, denn die Aussichten auf die kommenden drei Monate sind mehr als verhalten: Nur noch 37% sind optimistisch, im Februar 2017 waren es noch 44%. Die Skeptiker ("wird schlechter") legten auf 19% zu.



Seminarindex AUTOHAUS akademie



Datenschutz im Autohaus – Bußgelder vermeiden

Ab Mai 2018 gelten die Regelungen der EU-Datenschutz-Grundverordnung und des neuen Bundesdatenschutzgesetzes. Neben umfangreichen Dokumentationspflichten und steigenden Bußgeldern gewinnt auch die IT-Sicherheit weiter an Bedeutung. Auf diesem Seminar zeigen wir Ihnen neben den wichtigsten Datenschutzgrundlagen, wie Sie den Datenschutz im Autohaus eigenständig organisieren und dokumentieren. Mit Hilfe der Mustervorlagen können Sie die Vorgaben einfach und schnell umsetzen. Erfahren Sie, warum ein guter und lebendiger Datenschutz im Autohaus mehr bringt als bedrucktes Papier.

© weerapat1003 / Fotolia

Termine & Orte:

- 20. April 2018 in Köln
- 04. Mai 2018 in München
- 09. Mai 2018 in Hannover



www.autohaus.de/akademie



5. AUTOHAUS E-Marketing Day: Leadmanagement erfolgreich umsetzen

Aus Interessenten Kunden machen – ein originäres Ziel jedes Unternehmens. Ein wichtiges Instrument dafür ist ganzheitliches Leadmanagement, mit dem Sie Interessenten über alle verfügbaren Kanäle ansprechen und informieren. Optimierte Websites sind dabei ein Mittel, Interessenten im Internet abzuholen. Doch was nutzen die höchsten Besucherzahlen, wenn potenzielle Kunden dann doch nicht Ihnen in Kontakt treten? Wie Sie Website-Besucher in der Praxis zum Kunden machen, sagen Ihnen namhafte und innovative Branchenexperten auf dem 5. AUTOHAUS E-Marketing Day. Erfahren Sie, wie Sie Interessenten im Netz abholen und zu echten Kunden entwickeln.

© treenabeena | AdobeStock.com

Termin & Ort:

- 24. April 2018 in Mainz



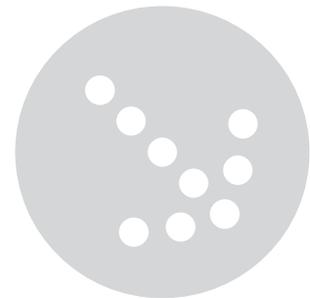
© David_Rey - stock.adobe.com



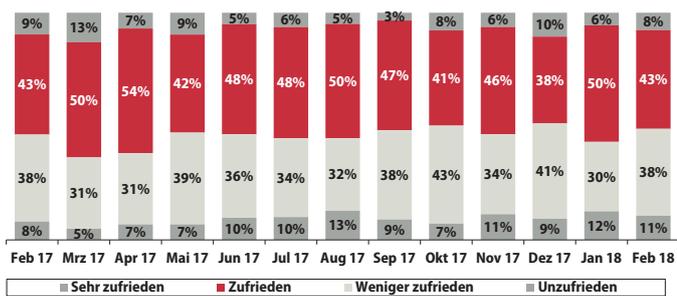
02 2018

Gebrauchtwagengeschäft

Lange Standzeiten, weitere Prämien für die Neuwagenfraktion, maue Perspektiven für alte und junge Selbstzünder-Fahrzeuge: Das GW-Geschäft erlebt eine Zufriedenheits-Rückschlag.



Wie zufrieden sind Sie mit den Gebrauchtwagenverkaufsabschlüssen?



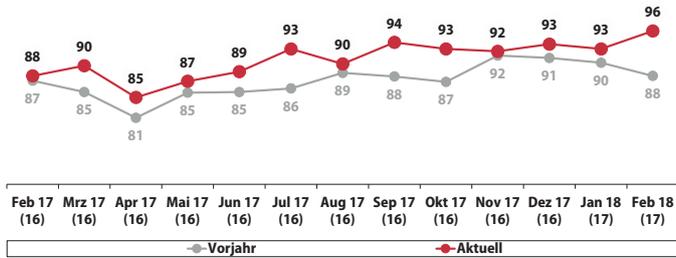
Monatsvergleich
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 03/2018
puls Marktforschung GmbH

6 Zufriedenheit mit GW-Geschäft Guter Start

- "Trotz Diesel-Urteil: Wir wollen keine Fahrverbote" – diesem Mantra konservativer Politiker schenken aktuell offenbar nur wenige Käufer und Verkäufer von Gebrauchtwagen ihr Vertrauen.
- Die Zufriedenheit im GW-Handel rutschte im Februar auf nur noch 51%.

Wie viele Tage beträgt Ihre GW-Standzeit vom Bestand?



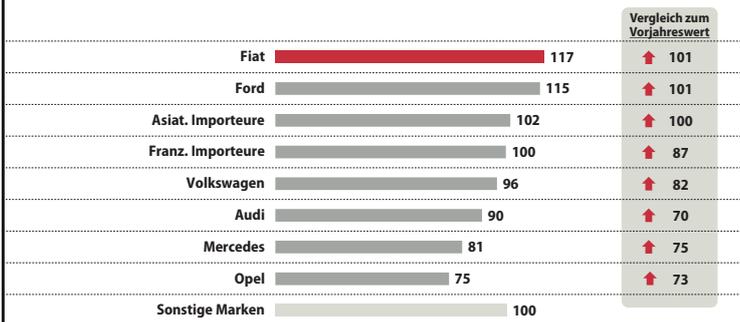
Monatsvergleich

Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 03/2018
puls Marktforschung GmbH

7 GW-Standzeit im Jahresüberblick
Eine Schere klafft

- Es gibt kein besseres Indiz für eine drohende GW-Krise: 96 Tage dauert aktuell der Wiederverkauf eines Gebrauchtfahrzeugs. Das sind 8 Tage mehr als im gleichen Zeitraum 2017 und 3 Tage mehr als noch im Januar.

Wie viele Tage beträgt Ihre GW-Standzeit vom Bestand?



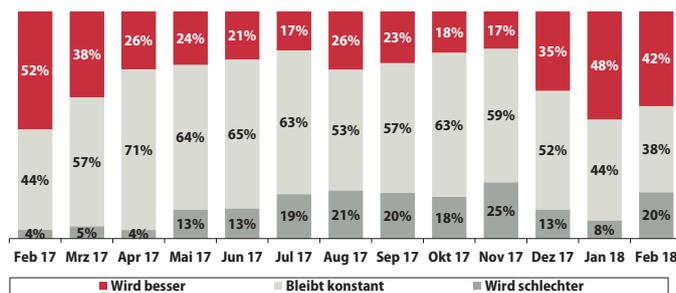
Mittelwertvergleich
Mittelwert: 96 (↑ 88)

Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 03/2018
puls Marktforschung GmbH

8 GW-Standzeit (nach Marke)
Keine Ausnahmen

- Egal welche Marke: Die Gebrauchten aller Autohäuser standen im Februar deutlich länger als im Vorjahresmonat.
- Relativ glimpflich kamen die Opelhändler davon, ihre Spanne bis zum Wiederkauf liegt aktuell bei nur 75 Tagen. Der Negativ-Rekordwert mit 117 Tagen kam diesmal von den Fiat-Händlern. Aber auch die französischen Importeure (100 Tage) und Volkswagenhändler (96 Tage) spüren, dass die Geschäfte mitunter zäh werden.

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 03/2018
puls Marktforschung GmbH

quartalsTrend

9 Perspektive:
Kurzfristig wenig Hoffnung

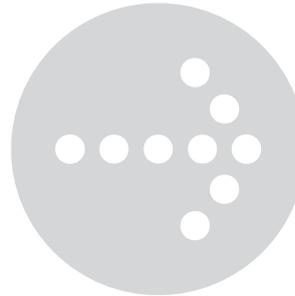
- Dass die Geschäfte in den kommenden drei Monaten besser laufen, davon gehen nur 42% der GW-Händler aus, saisonbedingt hätten es um die 52% sein müssen, wie auch im Februar 2017. Die Pessimisten liegen bei 20% – weit über dem Vorjahreswert.



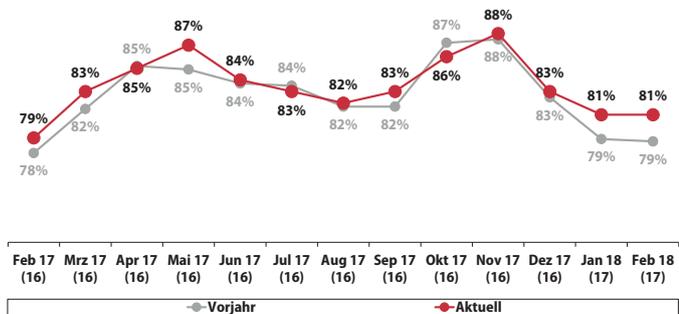
02 2018

Werkstattgeschäft

Mit Bonus starten die Werkstätten ins neue Jahr:
Der Winter dämpft zwar die Nachfrage, jedoch
weniger stark als in den Vorjahren.



Zu wie viel Prozent war Ihre Werkstatt ausgelastet?



Monatsvergleich

Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 03/2018
puls Marktforschung GmbH

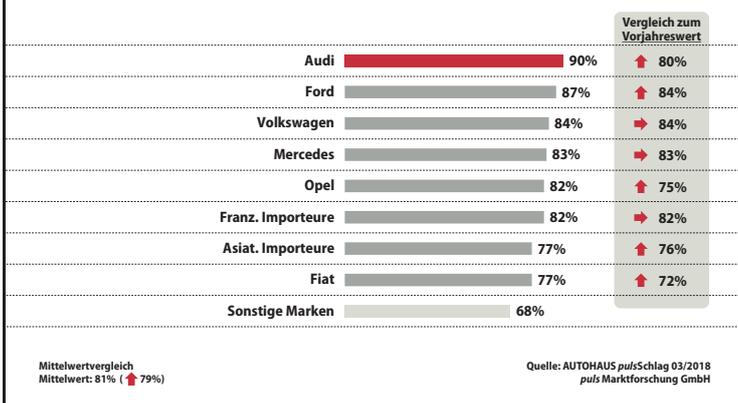
10 Werkstattauslastung im Jahresüberblick Trend hält an

- Schon seit Längerem meldet das AUTOHAUS Panel aus den Werkstätten eine tendenziell leicht steigende Auslastung. In diesen Wintermonaten wird sie besonders augenfällig und liegt schon im zweiten Monat (81%) zwei Punkte über dem Vorjahr – und sogar drei Punkte über dem Niveau von 2016 (78%).

Mit **77% Auslastung** liegen die Werkstätten der Fiat-Händler sowie der asiatischen Importeure als einzige deutlich unter dem Durchschnitt von 81%.



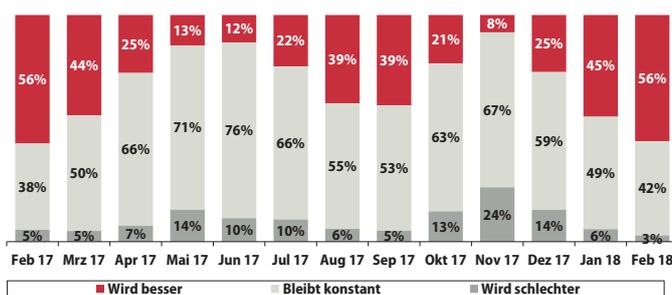
Zu wie viel Prozent war Ihre Werkstatt im abgelaufenen Monat Februar 2018 ausgelastet?



11 Werkstattauslastung nach Marken
Es geht nur nach oben

- Audi knackt die 90% Schallmauer in der Werkstattauslastung, und das im Winter. Im Vorjahresmonat waren es noch 80%. Es folgen Ford (87%) und VW (84%).
- Ebenfalls bemerkenswert: Einen Rückgang im Service im Vergleich zum Februar 2017 meldete keine einzige Marke.

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



quartalsTrend

12 Perspektive
Alles nach Plan

- Befragt nach den Aussichten im Service für die kommenden 3 Monate sagen 56% der Werkstätten, dass es (weiter) bergauf geht. Das lässt, ausgehend vom heutigen Auftragsstand, nur positive Vermutungen zu.



TOP-THEMA

Ohne die GW-Börsen – so eine große Mehrheit der Händler – ist kein erfolgreiches Geschäft mit Gebrauchtwagen mehr möglich.



KOMMENTAR

GW-Börsen essenziell für das Geschäft

Über 80 Prozent der im aktuellen AUTOHAUS Panel befragten Entscheider geben an, dass die GW-Plattformen im Internet essenziell für das Geschäft sind. Ohne diese Börsen – so eine große Mehrheit der Händler – ist kein erfolgreiches Geschäft mit Gebrauchtwagen mehr möglich. Damit herrscht also nach eigenen Angaben eine große Abhängigkeit des Handels von den Absatzmittlern im Web – was sich ja auch in regelmäßigen, teilweise deutlichen Preiserhöhungen der beiden Marktführer ausdrückt. Andererseits sind diese Börsen für den Handel nicht der alleinige Absatzkanal. Das bestätigt auch die Menge der von den Börsen gelieferten Leads. Der Handel gibt an, dass im Schnitt nur 33 Prozent der Leads von den GW-Börsen im Netz kommen. Da stellt sich die Frage, ob die Abhängigkeit tatsächlich so groß ist, wie sie der Handel empfindet.

Hinsichtlich der erzielten Rendite der GW-Geschäfte besteht übrigens laut Panel kein Unterschied zwischen mobile.de, AS24 und Co. sowie den anderen Kanälen. Über die Hälfte der Befragten bei deutschen Premiummarken stellen fest, dass die Rendite bei den von den Börsen initiierten Verkäufen geringer ist, obwohl gerade die Premiumvertreter zu 88 Prozent der Ansicht sind, dass „ohne GW-Börsen kein erfolgreiches Geschäft mehr möglich ist“. Die Zufriedenheitswerte der Börsen entsprechen in etwa der Nutzung der Plattformen. Vor den Herstellerbörsen rangieren mobile.de und AS24. Immerhin hat sich HeyCar trotz der kurzen Existenz bereits auf Platz vier

vorgeschoben. Auch wenn 42 Prozent der Händler angeben, diese Börse (noch) nicht zu kennen. HeyCar wurde bekanntlich von der VWFS AG ins Leben gerufen, um die Phalanx der beiden Platzhirsche zu erschüttern – und um vor allem die Händler der VW-Marken von den hohen Gebühren zu entlasten. Die eigenen Händler bewerten übrigens die Marktchancen von HeyCar zu 50 Prozent als (sehr) gut. Die GW-Börsen listen nicht nur die Fahrzeuge auf, sondern haben inzwischen weitere Features entwickelt. So besteht inzwischen die Möglichkeit, dass der Kunde den Händler bewertet. Hier hat die Akzeptanz inzwischen zugenommen. Rund 59 Prozent der im AUTOHAUS Panel befragten Entscheider bezeichnen diese Möglichkeit als (sehr) gut. Bei gekauften Platzierungen in den Börsen beläuft sich die Zustimmung allerdings nur noch auf rund ein Drittel. Dies dürfte auch damit zu tun haben, dass es sich teilweise um Lockangebote handelt. Beim Angebot von Preisbewertungen der vom Händler eingestellten Gebrauchten haben die Anbieter allerdings ein Akzeptanzproblem. So sind nur 29 Prozent der Händler mit diesem Feature zufrieden. Das gilt auch für Finanzierungsangebote der Börsen an den Kunden. Diese Offerte stößt bei einer großen Mehrheit eher auf Ablehnung. Das dürfte daran liegen, dass dieses Geschäft vom Handel als sein ureigenes angesehen wird und dieses Konkurrenzangebot durch einen Geschäftspartner nicht akzeptiert wird.

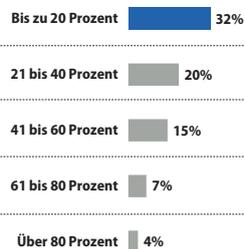
Ralph M. Meunzel,
Chefredakteur AUTOHAUS

Zufrieden mit den GW-Börsen?

Zwei Platzhirsche, ein Newcomer – und viele Fragen

Gefühlt ist ein Gebrauchtwagengeschäft ohne Online-Börsen heutzutage überhaupt nicht mehr möglich. Tatsächlich transportieren die beiden Riesen mobile.de und AS24 zusammen mit allen Mitbewerbern jedoch nur rund ein Drittel aller GW-Leads in die Autohäuser. Diese und viele andere Fakten in unserem Top-Thema!

Wie viel Prozent Ihrer Gebrauchtwagen verkaufen Sie etwa über Leads von Online-GW-Börsen wie mobile.de, AS24.de etc?

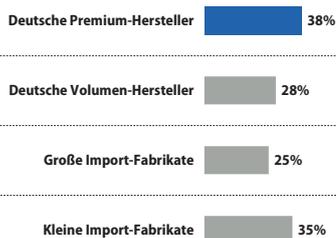


Mittelwert (Gesamt): 33 Prozent
Differenz zu 100%: Weiß nicht

1 Gelieferte Leads Im Mittel 33 Prozent über Börsen

- Rund 33% ihrer Gebrauchten verkaufen Autohäuser aufgrund von Kunden-Anfragen, die über Online-GW-Börsen generiert wurden.
- Nicht wenige, nämlich rund 32% der Betriebe, erhalten sogar noch weniger Leads von GW-Börsen, nämlich "bis zu 20%". Einige Spezialisten freilich konzentrieren sich voll und ganz auf den Online-Absatz und schaffen Werte von 60%, 80% oder noch mehr – das sind jedoch Ausnahmen.

Wie viel Prozent Ihrer Gebrauchtwagen verkaufen Sie etwa über Leads von Online-GW-Börsen wie mobile.de, AS24.de etc?



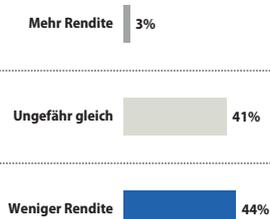
Mittelwertvergleich
Mittelwert (Gesamt): 33%

2 Gelieferte Leads (nach Markengruppen) Premium verkauft viel online

- Erstaunlich: Ausgerechnet GW-Fahrzeuge von Premium-Markenhäusern werden zu rund 38% über Online-Börsen verkauft. Hintergrund könnte eine besonders intensive Nutzung von herstellereigenen GW-Börsen sein – oder eine besonders hohe Anzahl gewerblicher Kunden.



Erzielen Sie beim Verkauf eines Gebrauchtwagens über Online-GW-Börsen im Schnitt eine höhere oder niedrigere Rendite als beim Verkauf über andere Kanäle?

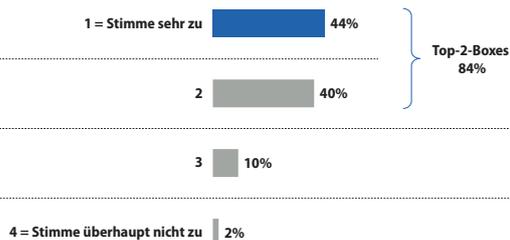


Differenz zu 100%: Weiß nicht

3 Erzielbare Rendite Eher weniger

- Gefragt nach der erzielten Rendite beim Verkauf eines GW über Online-Börsen sagen 44% der Händler, dass diese geringer sei als beim Verkauf über andere Kanäle.
- 41% schätzen die Rendite "ungefähr gleich" ein, nur 3% erzielen mehr.

Stimmen Sie der Aussage „Ohne Online-GW-Börsen ist kein erfolgreiches GW-Geschäft mehr möglich“ zu?



Differenz zu 100%: Weiß nicht

4 Relevanz von GW-Börsen Unverzichtbar

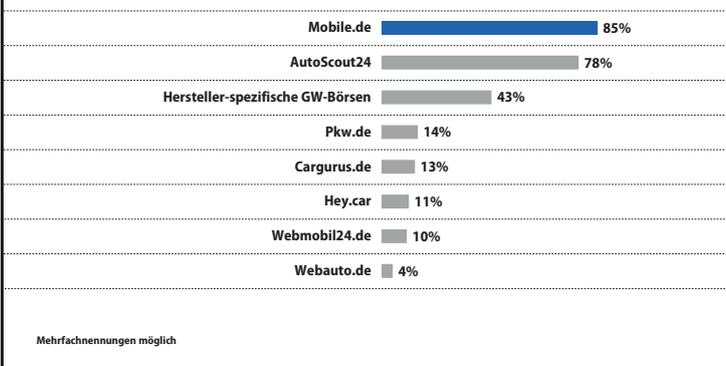
- 84% der Händler stimmen der These zu, dass ohne GW-Börsen ein erfolgreiches GW-Geschäft nicht möglich ist. Nur 12% votieren anders.
- Diese bewusst subjektive Einschätzung scheint zunächst der Antwort auf Frage 1 zu widersprechen, nach der nur rund ein Drittel der Leads von solchen Börsen stammen. Fragt sich: Was würde ohne GW-Börsen passieren? Würde ein Drittel der GW andersfalls gar nicht verkauft, würde es viel länger dauern, wäre der Preis schlechter?



TOP-THEMA

84% der Händler stimmen der These zu, dass ohne GW-Börsen ein erfolgreiches GW-Geschäft nicht möglich ist. Nur 12% votieren anders.

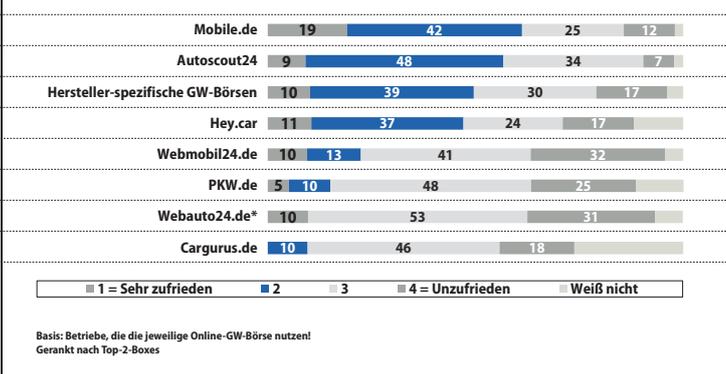
Welche der folgenden Online-GW-Börsen nutzen Sie, um Gebrauchtwagen zu verkaufen?



5 Nutzung von GW-Börsen Zwei Platzhirsche – und dann lange nichts

- Fragt man die Händler nach der Nutzung, liegen die beiden Marktführer mobile.de und AS24 auf den vorderen Plätzen, alle anderen weit dahinter.
- Lediglich die Hersteller-eigenen Börsen spielen noch eine gewisse Rolle (43%), alle zusammengenommen.

Wie zufrieden sind Sie mit ...?



6 Zufriedenheit mit GW-Börsen Zwei Platzhirsche – und ein Newcomer

- Ein etwas anderes Bild ergibt sich, fragt man die Händler nach der Zufriedenheit mit den einzelnen Anbietern. Auch hier liegen mobile.de und AS24 klar vorne, gefolgt von den Herstellerbörsen. Allerdings folgt auf Platz vier bereits HeyCar – mit erstaunlich guten Werten für einen Newcomer.

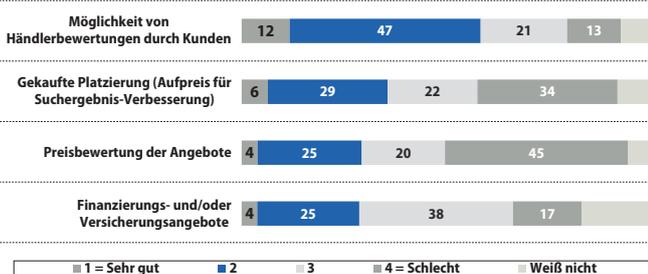


TOP-THEMA

Die Börsen laufen Gefahr, sich Sympathien der Händler durch einige (neue) Nebenleistungen und Angebote zu verspielen.

KAUFBARE PLATZIERUNGEN FINDET NUR EIN GUTES DRITTES DER HÄNDLER IN ORDNUNG, PREISBEWERTUNGEN ODER BÖRSENEIGENE FINANZIERUNGS- UND VERSICHERUNGSANGEBOTE LEHNEN DIE WEITAUS MEISTEN AB.

Wie bewerten Sie folgende Angebote/ Leistungen von Online-GW-Börsen?



Geränkt nach Top-2-Boxes

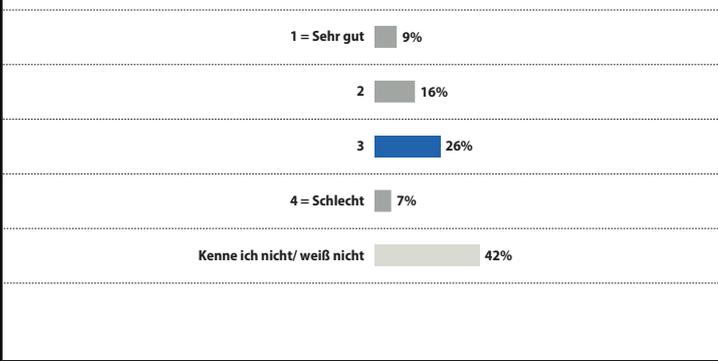
7 Bewertung einzelner Leistungen Viele Neuerungen fallen durch

- Die Grundzufriedenheit mit den Börsen stimmt, wie Chart 6 gezeigt hat. Allerdings laufen die Börsen gerade Gefahr, sich Sympathien durch einige (neue) Nebenleistungen und Angebote zu verspielen.
- Akzeptanz bei einer Mehrheit findet inzwischen die Händlerbewertung, kaufbare Platzierungen finden nur ein gutes Drittel in Ordnung, Preisbewertungen oder börseneigene Finanzierungs- und Versicherungsangebote lehnen die weitaus meisten ab.



© svetazi - stockadobe.com

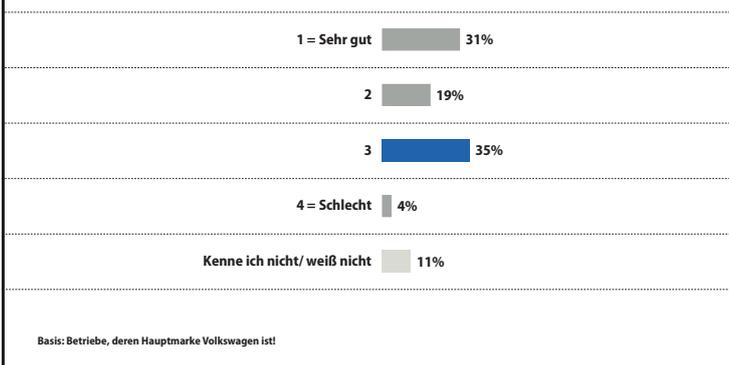
Volkswagen Financial Services hat die Online-GW-Börse „Hey.car“ ins Leben gerufen. Wie bewerten Sie die Marktchancen?



8 Marktchancen für HeyCar (alle Marken) Mittelmäßig

- Die Erfolgsaussichten für die neue Börse HeyCar sind nach Ansicht von Händlern aller Marken eher mittelmäßig.
- Allerdings gaben 42% der Befragten an, die Börse noch gar nicht zu kennen. Hier schlummert Potenzial, die Zufriedenheitswerte derjenigen Händler, die HeyCar bereits kennen, sind durchaus eindrucksvoll (Chart 6).

Volkswagen Financial Services hat die Online-GW-Börse „Hey.car“ ins Leben gerufen. Wie bewerten Sie die Marktchancen?

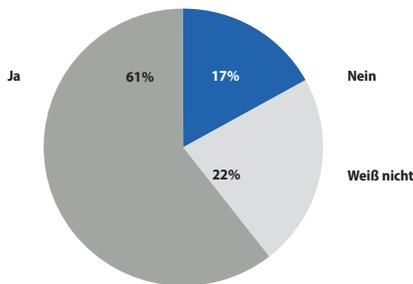


9 Marktchancen für HeyCar (nur VW) Deutlich besser

- Betriebe, deren Hauptmarke VW ist, antworten auf die gleiche Frage deutlich optimistischer: 50% sehen die Chancen von HeyCar, sich zu behaupten, bei "sehr gut" oder "gut".
- Unbekannt ist HeyCar hier nur bei 11% der Händler.



Haben Ihrer Meinung nach reine Spezial-Börsen (z. B. für Oldtimer, Nutzfahrzeuge, Motorräder, Campingfahrzeuge etc.) eine Zukunft?



10 Spezial-Börsen Daseinsberechtigung bewiesen

- Offenbar haben entsprechende Spezialbörsen, z. B. für Oldtimer oder Reisemobile, vielen Händlern ihre Daseinsberechtigung bereits bewiesen: 61% der Befragten sehen für dererlei Anbieter eine Zukunft, nur 17% verneinen das.

Haben Ihrer Meinung nach reine Spezial-Börsen (z. B. für Oldtimer, Nutzfahrzeuge, Motorräder, Campingfahrzeuge etc.) eine Zukunft?



Anteil: Ja

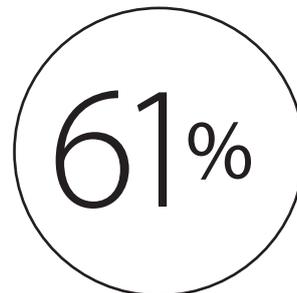
11 Spezial-Börsen (nach Händlergröße) Große Händler positiver

- Je größer die Händler, desto eher geben sie Spezialbörsen eine Chance, unter den sehr großen Händlern sind knapp drei Viertel (72%) überzeugt, dass solche Sparten-Angebote eine Berechtigung haben.



©Skavronskiy_A.V. - stock.adobe.

61% DER BEFRAGTEN SEHEN FÜR ANBIETER VON **SPEZIALBÖRSEN** FÜR Z. B. NUTZFAHRZEUGE, OLDTIMER, MOTORRÄDER ODER CAMPINGFAHRZEUGE EINE ZUKUNFT, NUR 17% VERNEINEN DAS.



ARCHIV katalog



02/2018
Fit für das digitale Zeitalter?



01/2018
Nachfolgeregelung:
Alles im Griff?



12/2017
Perspektive 2018



11/2017
Marktsituation
Gebrauchtwagen



10/2017
Schadenreparatur
im Jahr 2025



09/2017
Online-GW-Händler



08/2017
GW-Garantie



07/2017
Zukunft des Diesels



06/2017
Diesel unter Druck



05/2017
Aftersales der Zukunft



04/2017
Fahrzeugübergabe



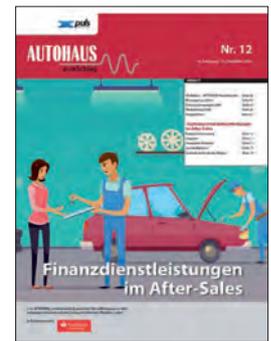
03/2017
Carsharing im Handel



02/2017
Events im Autohaus



01/2017
Verkäufer



12/2016
Finanzdienstleistungen
im After-Sales



11/2016
Perspektiven 2017



10/2016
Zu- und Verkauf von
Gebrauchtwagen



09/2016
Gewerbliche Kunden



08/2016
Werkstatt-Ausrüstung



07/2016
Gebrauchtwagen-
Herinnahme

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 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 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.

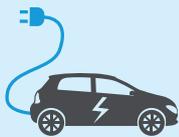
Mehr Informationen unter: www.autohaus.de/pulsschlag im Bereich „Archiv“



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)

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.

Verlag:

Springer Fachmedien München GmbH
Aschauer Str. 30, 81549 München
E-Mail: 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



© 2018 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.