







Studienreport

„Integration von Fahrerassistenzsystemen in den Verkauf“





Marktforschungsstudie unter 275 Autohändlern

Durchführungszeitraum: März 2017

Studienansatz

-  Obwohl die Zahl der Verkehrsunfälle in Deutschland im vergangenen Jahr laut Statistischem Bundesamt um 2,8 Prozent gestiegen ist, ist die Zahl der Todesopfer 2016 um 7,1 Prozent gesunken und damit auf dem niedrigsten Stand seit mehr als 60 Jahren. Dabei gehören unachtsames Verhalten des Fahrers, überhöhte Geschwindigkeit und Alkohol am Steuer zu den häufigsten Unfallursachen.
-  Abhilfe können hier moderne Fahrerassistenz- und Fahrsicherheitssysteme schaffen, die einen wesentlichen Beitrag zur Korrektur des menschlichen Fehlverhaltens leisten und damit ein wichtiger Sicherheitsgewinn sind. Dabei reicht das Angebot von der elektronischen Einparkhilfe über Notbremsassistent und Verkehrszeichenerkennung bis hin zu adaptiver Abstands- und Geschwindigkeitsregelung (ACC).
-  Allerdings sind längst nicht alle Autofahrer von den neuen Features begeistert. So mancher Neuwagenbesitzer reagiert genervt, wenn das Lenkrad plötzlich vibriert, Warntöne erklingen oder das Fahrzeug abrupt abgebremst wird, was dazu führt, dass die Hilfssysteme selten oder gar nicht genutzt werden.
-  Für die Akzeptanz der Fahrerassistenzsysteme spielt die praktische Einführung in die Funktionen eine ganz zentrale Rolle – zumal der Autohandel damit auch seine Verkaufschancen erhöht. Denn in der Praxis lernt der Autokäufer die Bedienung der Hilfssysteme kennen und wird im besten Fall auch von den Vorzügen überzeugt.
-  Doch mit welchen Fahrerassistenzsystemen sollte ein Automobil überhaupt ausgestattet sein, damit es sich optimal verkaufen lässt? Schließlich erfreuen sich einige Technologien großer Beliebtheit, während andere nahezu überflüssig sind. Und wieviel Zeit nehmen sich die Händler, um ihre Kunden über die Funktionen der technischen Helfer zu informieren? Auf jeden Fall müssen die Autoverkäufer selbst bestens mit den Systemen vertraut sein, um ihre Verkaufschancen zu erhöhen.
-  Dabei stellt sich allerdings die Frage, ob Neuwagenkäufer auch dazu bereit sind, für die sicherheitsrelevanten Features Geld auszugeben, wenn sie nicht zur Serienausstattung gehören. Diese und weitere Fragen beleuchtet eine bundesweite Befragung von 275 Autohändlern, die im März 2017 im Auftrag der LeaseTrend AG durchgeführt wurde. Dabei wurden Ein-Markenbetriebe, Mehrmarkenbetriebe sowie markenunabhängige Autohändler befragt.

Studiendesign

-  **Marktforschungsinstitut:** *puls* Marktforschung GmbH, Schwaig b. Nürnberg
-  **Fallzahl:** n = 275 Interviews
-  **Methodik:** Online über den *puls* AutokäuferMonitor
-  **Befragungszeitraum:** 1. bis 8. März 2017

Stichprobenstruktur

Markenbetriebe	
Ein-Markenbetrieb	46%
Mehrmarkenbetrieb	42%
Markenunabhängiger Betrieb	10%

* Differenz zu 100% = Sonstige Händler

Händlergröße	
Bis 100 NW - Kleine Händler	18%
101 - 250 NW - Mittlere Händler	26%
251 - 500 NW - Große Händler	23%
über 500 NW - Sehr große Händler	25%

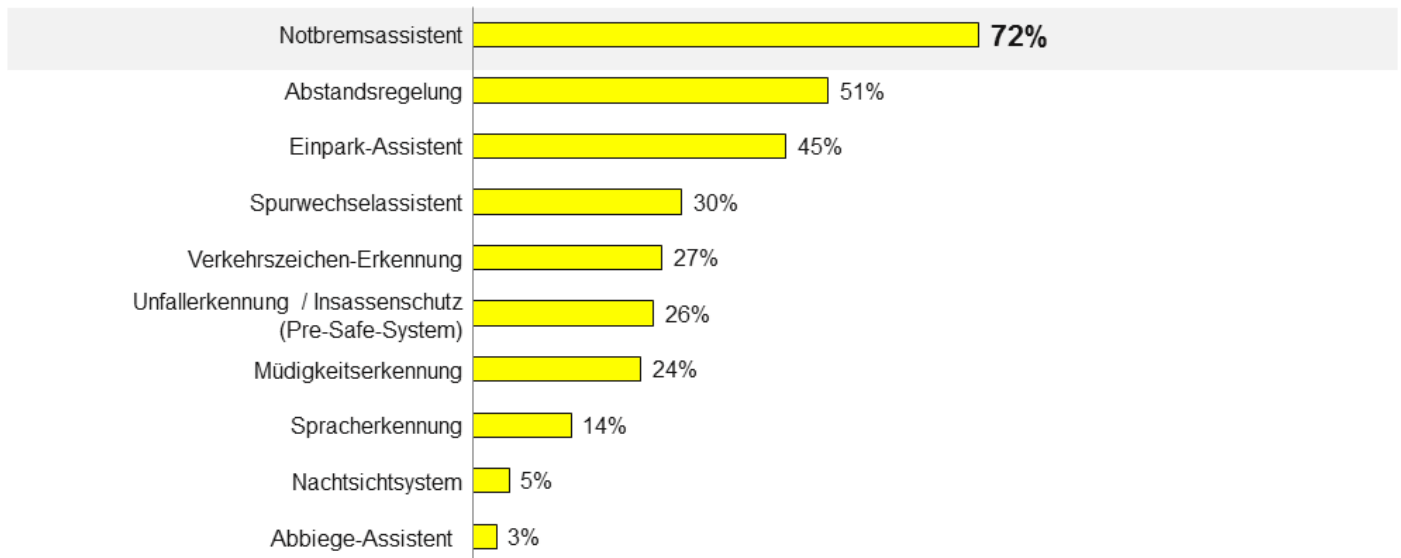
* Differenz zu 100% = Keine NW

Strategische Gruppe	
Deutsche Premium-Hersteller	22%
Deutsche Volumen-Hersteller	29%
Große Import-Fabrikate	22%
Kleine Import-Fabrikate	17%

* Differenz zu 100% = Sonstige




Frage 1

Mit welchen der folgenden Systeme sollte ein Pkw Ihrer Meinung nach unbedingt ausgestattet sein, um optimal verkauft werden zu können?



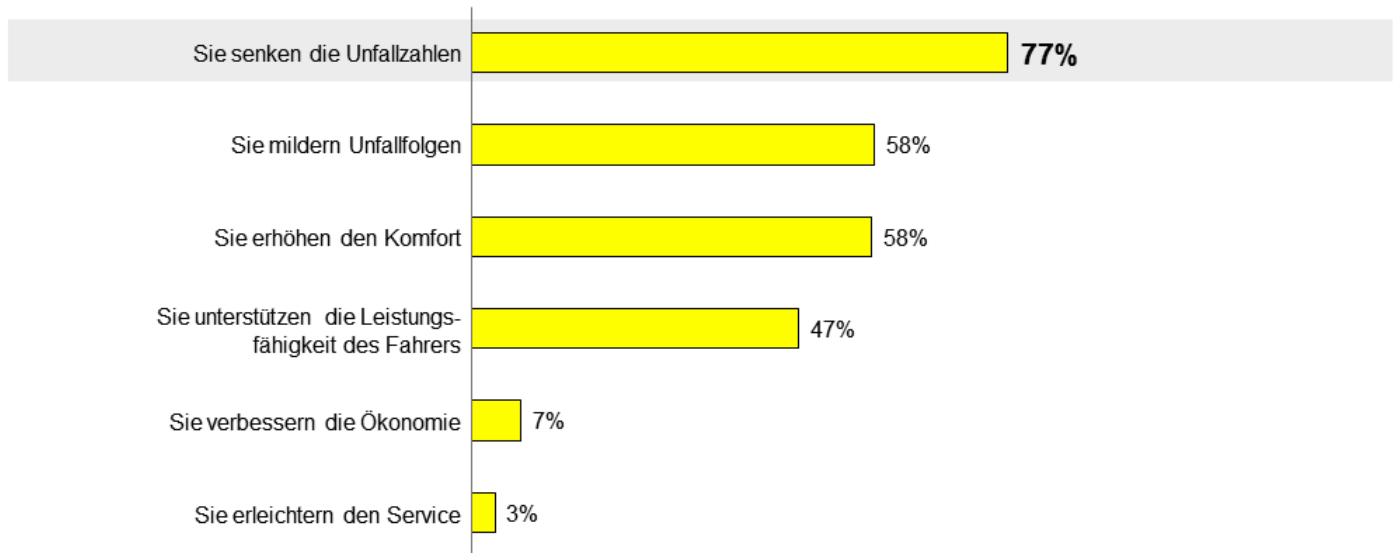
Basis: n = 275 | Mehrfachnennungen möglich

Notbremsassistent erhöht Verkaufschance

-  Fahrerassistenzsysteme spielen beim Autokauf eine immer wichtigere Rolle. Nicht nur, dass einige Versicherungen für die elektronischen Helfer Rabatte auf die Versicherungsprämie geben. Darüber hinaus kann das Plus an Sicherheit die Attraktivität des Fahrzeugs deutlich erhöhen. Immerhin geben 72 Prozent der 275 befragten Autohändler an, dass ein Pkw sich optimal verkaufen lässt, wenn er mit einem Notbremsassistenten ausgestattet ist. Dieser Meinung sind vor allem markenunabhängige Betriebe (87 Prozent) und die Händler großer Import-Fabrikate (80 Prozent).
-  Für mehr als die Hälfte der Händler (51 Prozent) bietet die Abstandsregelung Vorteile beim Fahrzeugverkauf, dicht gefolgt vom Einpark-Assistenten (45 Prozent), der sich bei den Autofahrern immer größerer Beliebtheit erfreut.
-  Weniger verkaufsfördernd werden dagegen die Spracherkennung (14 Prozent), das Nachtsichtsystem (5 Prozent) und der Abbiege-Assistent (3 Prozent) eingestuft, die auf den letzten Plätzen der Skala rangieren.


Frage 2


Was sind die wesentlichen Vorteile (besten Vertriebsargumente) von Fahrerassistenzsystemen?




Basis: n = 275 | Mehrfachnennungen möglich

Mehr Sicherheit am Steuer

- 

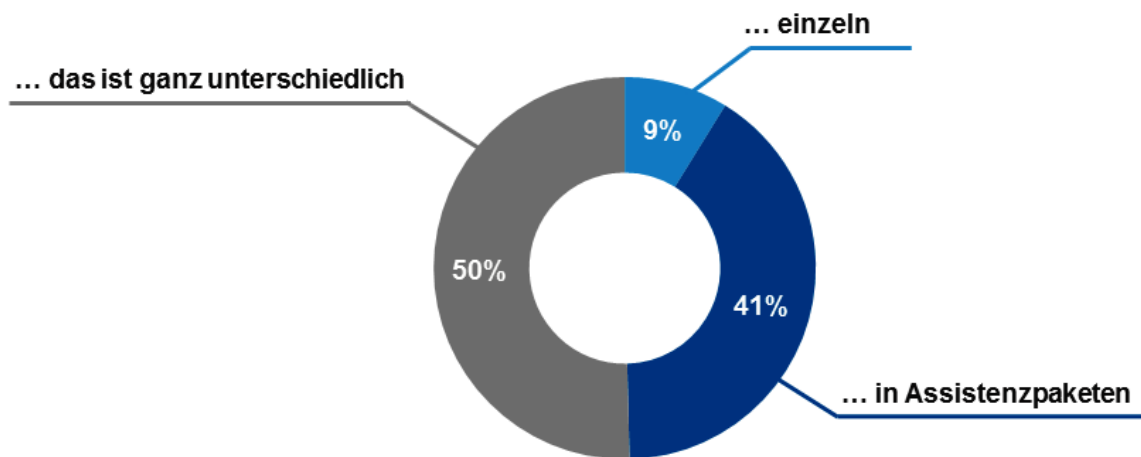
Obwohl die Zahl der Verkehrsunfälle hierzulande in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen ist, denken 77 Prozent der Autohändler, dass sie die Unfallzahlen senken können. Diesen Vorteil sehen insbesondere markenunabhängige Händler (85 Prozent), sehr große Händler mit mehr als 500 Neuwagen (86 Prozent) und die Händler deutscher Volumen-Hersteller (80 Prozent).
- 

Darüber hinaus haben sie das Potenzial, die Unfallfolgen zu mildern und erhöhen den Komfort (jeweils 58 Prozent). Zudem unterstützen sie die Leistungsfähigkeit des Fahrers (47 Prozent) – ein Aspekt, der vor allem für ältere Autofahrer relevant ist, wenn sie nicht mehr so kraftvoll in die Bremse treten können oder bei Nacht weniger erkennen.
- 


Eine verbesserte Ökonomie (7 Prozent) oder erleichterter Service (3 Prozent) werden dagegen kaum als Vorteil wahrgenommen und deshalb auch weniger als Vertriebsargument genutzt.

Frage 3

Verkaufen sich die Assistenzsysteme besser einzeln oder in Assistenzpaketen?

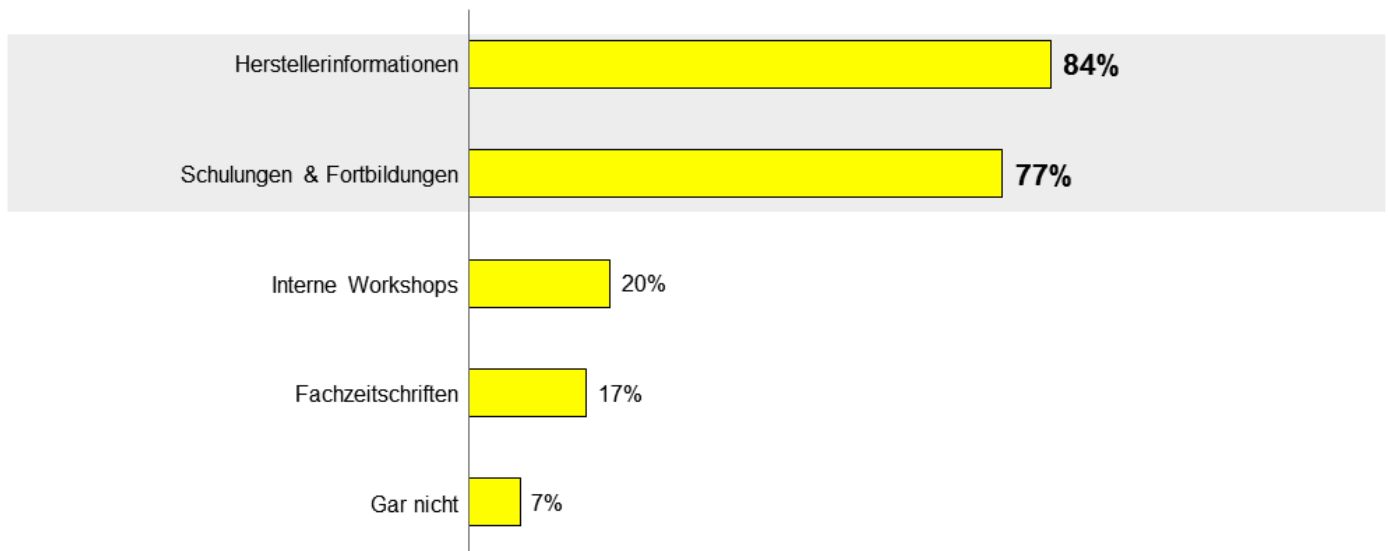


Kaum Präferenzen beim Verkauf

-  Beim Kauf eines Pkw gehören einige Fahrerassistenzsysteme zum Serienumfang, andere werden entweder einzeln oder in Paketen verkauft. Fast die Hälfte der Händler (48 Prozent) verkauft die elektronischen Helfer erfolgreicher in Paketen als einzeln (9 Prozent) – darunter fallen besonders Mehrmarkenbetriebe (48 Prozent), große Händler mit 251 bis 500 Neuwagen (57 Prozent) sowie die Anbieter deutscher Premium-Marken (48 Prozent).

Frage 4

Wie stellen Sie sicher, dass Ihre Verkäufer stets über die aktuelle Leistungsfähigkeit der jeweiligen Systeme informiert sind?



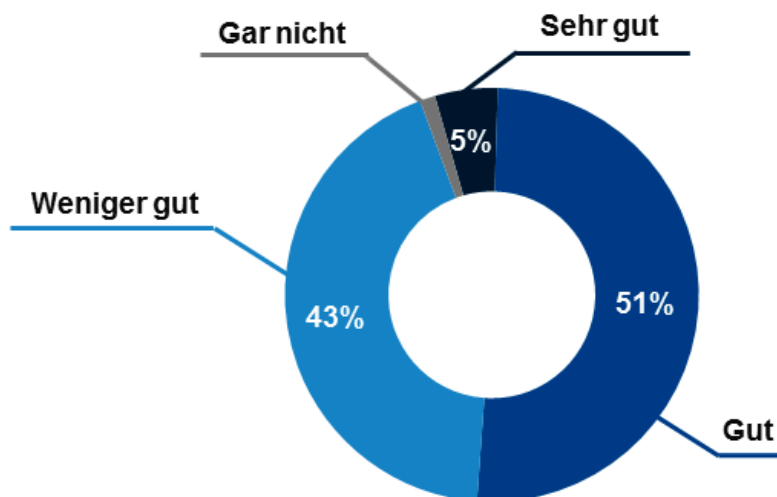
Basis: n = 275 | Mehrfachnennungen möglich

Herstellerinformationen erhöhen Verkaufskompetenz

- 🚗 Wenn es um die Leistungsfähigkeit von Fahrerassistenzsystemen geht, werden die Verkäufer in den Autohäusern größtenteils durch Herstellerinformationen (84 Prozent) und Fortbildungen bzw. Schulungen (77 Prozent) auf dem aktuellen Stand gehalten.
- 🚗 Während ein Fünftel der Händler sein Verkaufspersonal im Rahmen interner Workshops schulen lässt, setzen 17 Prozent der Befragten auf Fachzeitschriften als Schulungsmaterial. Dagegen lassen sieben Prozent der Händler ihre Verkäufer überhaupt nicht weiterbilden, was in Anbetracht des rasanten technischen Fortschritts eher kritisch zu sehen ist.

Frage 5

Wie gut sind Ihre Kunden in der Regel über Fahrerassistenzsysteme informiert?

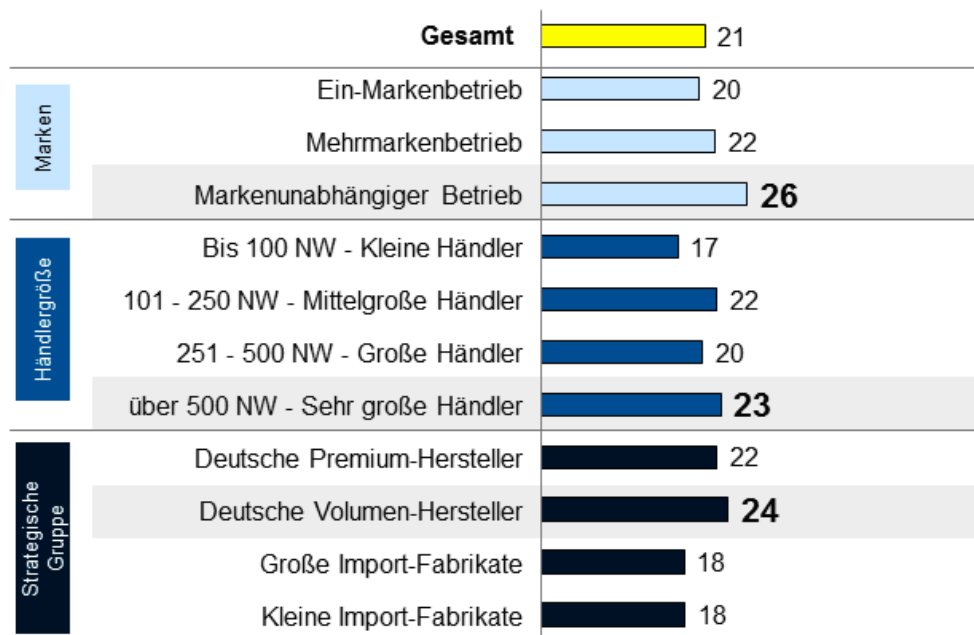


Kunden kennen sich mit elektronischen Helfern aus

- 🚗 Aus Sicht der Händler sind erstaunlicherweise 56 Prozent der Autokäufer sehr gut bzw. gut über Fahrerassistenzsysteme informiert. Das gilt vor allem für die Kunden von Ein-Markenbetrieben (57 Prozent), sehr großen Händlern mit mehr als 500 Neuwagen (63 Prozent) und den Händlern großer Importfabrikate (66 Prozent).
- 🚗 44 Prozent der Kunden sind nach Einschätzung der befragten Händler dagegen weniger gut bzw. gar nicht informiert. Hier scheinen vor allem die Käufer markenunabhängiger Betriebe Defizite zu haben, von denen 46 Prozent ihre Kunden als wenig informiert und 37 Prozent die Käufer als gar nicht informiert bezeichnen.

Frage 6

Wieviel Zeit nehmen Sie sich im Durchschnitt, um einem Kunden die Funktion der Assistenzsysteme im Fahrzeug zu erklären?



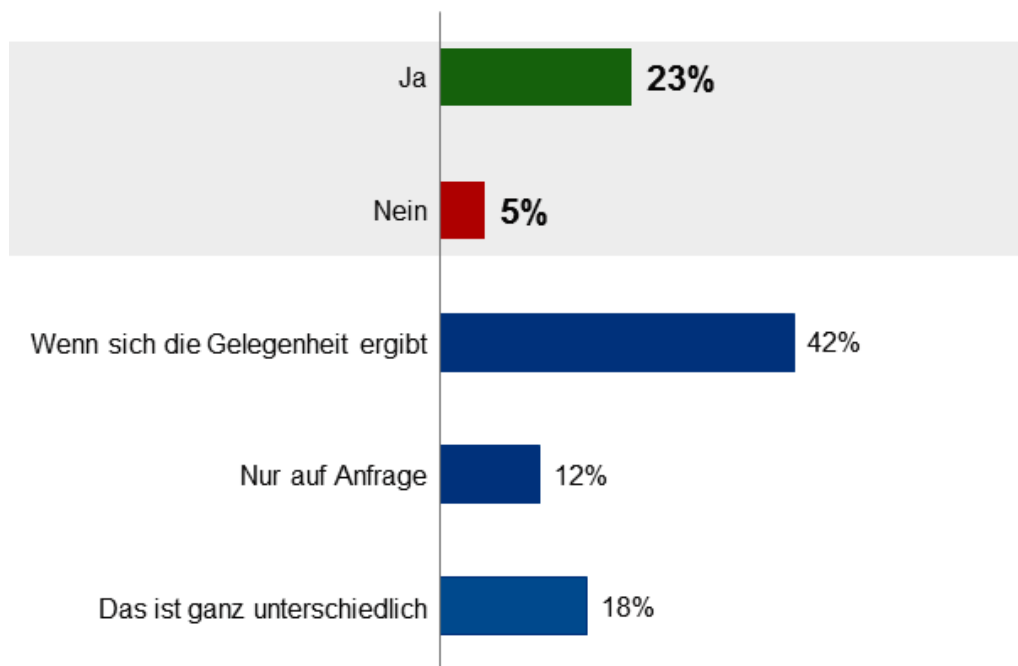
Basis: n = 275 | Angaben in Minuten

Einweisung dauert 20 Minuten




- 🚗 Im Durchschnitt werden die Kunden 21 Minuten lang vom Händler zu den Features beraten.
- 🚗 Während kleine Händler mit bis zu 100 Neuwagen für die Beratung lediglich 17 Minuten veranschlagen, nehmen sich große Händler mit mehr als 500 Neuwagen dafür 23 Minuten Zeit.
- 🚗 Die Händler kleiner und großer Import-Fabrikate kommen dabei mit 18 Minuten aus, während die Händler deutscher Volumen-Hersteller ihre Kunden durchschnittlich 24 Minuten rund um die Assistenzsysteme beraten.

Frage 7

Testen Sie die Funktion der jeweiligen Systeme mit Ihren Kunden auch in der Praxis (während der Probefahrt)?



Theorie ja, Praxis nein

-  Lediglich ein knappes Viertel der Händler (23 Prozent) hat ein Fahrerassistenzsystem im Rahmen einer Probefahrt mit dem Kunden getestet – obwohl die praktische Einführung für die spätere Nutzung eine zentrale Rolle spielt.
-  42 Prozent der Händler testen die Funktionen dagegen nur sporadisch, wenn sich die Gelegenheit dazu ergibt. Während 18 Prozent der Händler diesbezüglich keine konkrete Vorgehensweise haben, muss der Kunde bei 12 Prozent der Verkäufer aktiv nachfragen, damit er in den Genuss einer Praxis-Demonstration kommt.
-  Lediglich 5 Prozent der befragten Händler gaben an, grundsätzlich kein System während der Probefahrt zu testen.