

PRESSEINFORMATION

Intelligente Co-Piloten sind wichtig für den Verkauf

- **Notbremsassistent erhöht Verkaufschance**
- **Kunden kennen sich mit elektronischen Helfern aus**
- **Demonstration während der Probefahrt eher selten**

Oberhaching/München, 11. April 2017 – 21 Minuten nehmen sich deutsche Autohändler im Durchschnitt Zeit, um ihren Kunden die Funktionsweise von Fahrerassistenzsystemen zu erklären. Dabei liegen die deutschen Volumenhersteller mit 24 Minuten vor den Premiummarken, die dafür 22 Minuten veranschlagen. Die Händler kleiner und großer Import-Fabrikate kommen dagegen jeweils mit 18 Minuten aus. Dies geht aus einer aktuellen Studie des unabhängigen Leasinganbieters LeaseTrend hervor, der im März 2017 bundesweit 275 Autohändler von Puls Marktforschung befragen ließ.

Fahrerassistenzsysteme spielen beim Autokauf eine immer wichtigere Rolle. Nicht nur, dass einige Versicherungen für die elektronischen Helfer Rabatte auf die Versicherungsprämie gewähren. Darüber hinaus kann das Plus an Sicherheit die Attraktivität des Fahrzeugs nachweislich erhöhen. Immerhin sind fast drei Viertel der befragten Händler (72 Prozent) der Ansicht, dass sich ein Pkw optimal verkaufen lässt, wenn er mit einem Notbremsassistenten ausgestattet ist. Für mehr als die Hälfte der Händler (51 Prozent) bietet die Abstandsregelung Vorteile beim Fahrzeugverkauf, dicht gefolgt vom Einpark-Assistenten (45 Prozent), der ein Plus an Bequemlichkeit bietet. Weniger verkaufsfördernd werden dagegen die Spracherkennung (14 Prozent), das Nachtsichtsystem (fünf Prozent) und der Abbiege-Assistent (drei Prozent) eingestuft, die von den Händlern am seltensten genannt wurden.

Mehr Sicherheit am Steuer

Da Fahrerassistenzsysteme einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung und Korrektur des menschlichen Fehlverhaltens am Steuer leisten, wundert es nicht, dass mehr als drei Viertel der Autohändler (77 Prozent) die Senkung der Unfallzahlen für das beste Vertriebsargument halten. Darüber hinaus haben sie das Potenzial, die Unfallfolgen

zu mildern, erhöhen den Komfort (jeweils 58 Prozent) und unterstützen die Leistungsfähigkeit des Fahrers (47 Prozent) – ein Aspekt, der vor allem für ältere Autofahrer relevant ist, da mit zunehmendem Alter die körperliche Leistungsfähigkeit nachlässt.

Kunden sind gut informiert

Ob City-Safety, Lane Departure Warning oder Totwinkel-Assistent – trotz der abenteuerlichen Bezeichnungen gaben mehr als die Hälfte der Autohändler (56 Prozent) an, dass ihre Kunden sehr gut bzw. gut über Fahrerassistenzsysteme informiert sind. Das gilt vor allem für die Kunden von Händlern großer Importfabrikate (66 Prozent) sowie deutschen Premium-Herstellern (64 Prozent). 44 Prozent der Kunden kennen sich dagegen nicht so gut mit den elektronischen Co-Piloten aus – hier scheinen vor allem die Kunden kleiner Import-Fabrikate Defizite zu haben, von denen 43 Prozent laut Angaben der Händler weniger gut informiert sind.

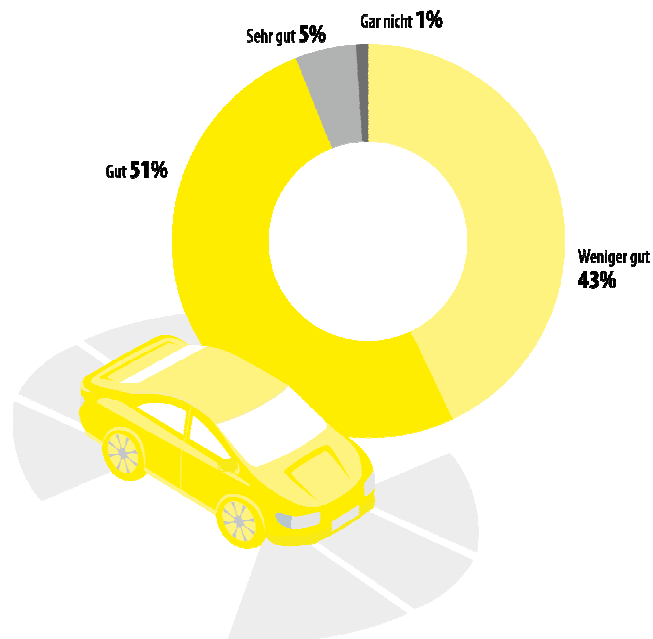
Immerhin nehmen sich die Händler in deutschen Autohäusern im Durchschnitt 21 Minuten Zeit, um den Kunden die Features zu erläutern. Allerdings steht eine Vorführung der Assistenzsysteme lediglich bei einem knappen Viertel der Händler (23 Prozent) fest auf dem Programm. Obwohl die praktische Einführung die Verkaufschancen deutlich erhöhen kann, bieten 42 Prozent der Befragten nur sporadisch einen Test der elektronischen Helfer an, wenn sich die Gelegenheit dazu ergibt. Während 18 Prozent der Händler diesbezüglich keine konkrete Vorgehensweise haben, muss der Kunde bei zwölf Prozent der Verkäufer aktiv nachfragen, damit er in den Genuss einer Praxis-Demonstration kommt. Fünf Prozent testen dagegen grundsätzlich kein System während der Probefahrt.

Herstellerinformation anstatt Schulung

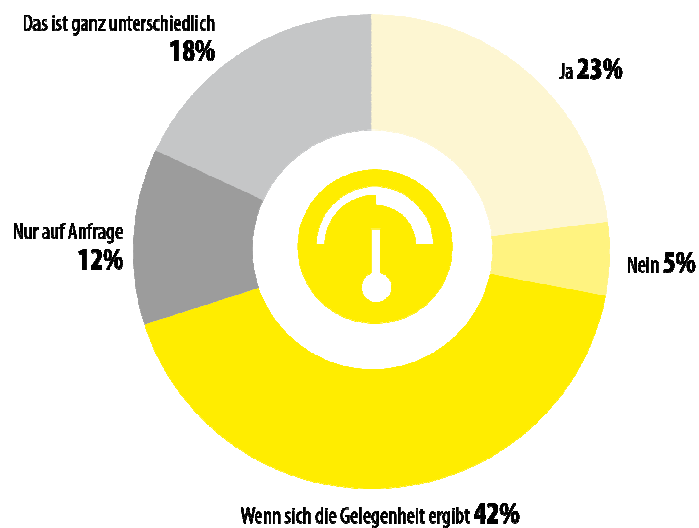
Wenn es um die Leistungsfähigkeit von Fahrerassistenzsystemen geht, werden die Verkäufer in den Autohäusern größtenteils durch Herstellerinformationen (84 Prozent) und Fortbildungen bzw. Schulungen (77 Prozent) auf dem aktuellen Stand gehalten. Während ein Fünftel der Händler sein Verkaufspersonal im 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 und des Sicherheitsgewinns eher kritisch zu sehen ist.

Die kompletten Studienergebnisse stehen unter www.lease-trend.de zum Download bereit.

Grafiken



Über die Hälfte (56 Prozent) der befragten Händler sind der Meinung, dass ihre Kunden sehr gut bzw. gut über Fahrerassistenzsysteme informiert sind.



Lediglich bei einem knappen Viertel (23 Prozent) der befragten Händler steht eine praktische Vorführung der Assistenzsysteme während der Probefahrt fest auf dem Programm.

Fragen zur Studie richten Sie an:

AD HOC PR
Nicole Heymann
Berliner Straße 107
33330 Gütersloh
Tel.: 0 52 41/90 39-37
Fax: 0 52 41/90 39-39
Mail: hey mann@ad hocpr.de