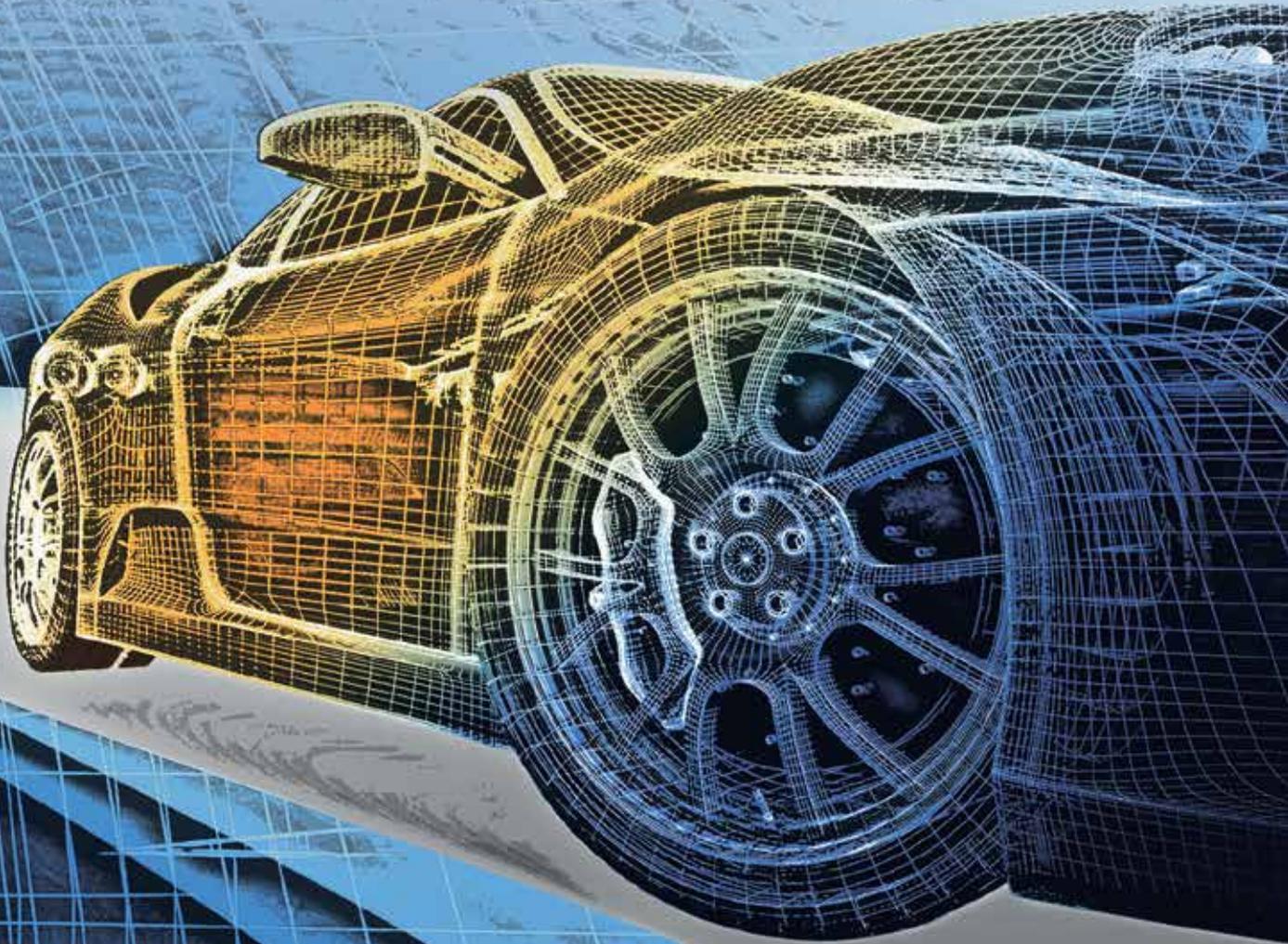


DAT Report 2017

 **DAT**
GROUP
www.dat.de/report



Schutzgebühr 21,50 Euro inkl. MwSt.



Auswahl an Fragen, die wir im DAT-Report 2017 erstmals gestellt haben:

„Wer entscheidet maßgeblich über Marke/Modell beim Pkw-Kauf?“

„Entspricht der Kraftstoffverbrauch Ihres Fahrzeugs den Herstellerangaben?“

„Wie lange hat der Verkaufsprozess für Ihren Vorwagen gedauert?“

„Wie zufrieden sind Sie mit den an Ihrem Auto durchgeführten Reparaturarbeiten?“

„Welche Auswirkung hat der Abgasskandal auf Ihren Autokauf?“

„Achten Sie auf bestimmte Marken beim Öl- und Reifenkauf?“

„Bevorzugen Sie eine ausführliche Dialogannahme oder eine kurze Schlüsselübergabe beim Werkstattbesuch?“



Jens Nietzsche,
DAT-Geschäftsführer
Inland (Sprecher)

Liebe fakteninteressierte Leserinnen und Leser,

spätestens seit mit „post-truth“ zuerst das Oxford English Dictionary und danach die Gesellschaft für deutsche Sprache „postfaktisch“ zum Wort des Jahres 2016 gewählt haben, beschäftigen sich Politiker, Journalisten und andere Meinungsbildner öffentlich mit der Frage, weshalb neuerdings gefühlte Wahrheiten die Entscheidungen von Menschen dominieren und nicht mehr die Faktenlage. Für die knapp 4.000 Endverbraucher, die sich Ende letzten Jahres an der Befragung zu unserem DAT-Report beteiligt haben, kann ich Ihnen versichern, dass sich diese – zumindest bei Themen, die ihre Fahrzeuge betreffen – erneut sehr wohl an Fakten orientiert haben.

Für unsere Branche ist dies eine beruhigende Nachricht. Wir bei der DAT sind stolz darauf, mit dem Report sowie unseren übrigen Produkten und Dienstleistungen dazu beitragen zu können, dass Entscheidungen auch zukünftig auf Basis von Fakten getroffen werden. Um Ihnen die automobilen Fakten des Jahres 2016 so frühzeitig wie noch nie in der über 40-jährigen Geschichte unserer Marktstudie zur Verfügung zu stellen, haben wir keine Mühen gescheut. Der Dank hierfür gilt insbesondere dem Leiter unserer Unternehmenskommunikation, Herrn Dr. Endlein und seinem Team. Die Kolleginnen und Kollegen haben dafür über den Jahreswechsel auf so manchen Tag Erholung verzichtet.

Neu im DAT-Report 2017 sind zahlreiche Inhalte, darunter zum Beispiel das Werkstattkapitel mit neuen Fakten zu den strategischen Geschäftsfeldern „Öl“ sowie „Räder und Reifen“. Viel detaillierter haben wir auch erfragt, welche Ansprache die Kunden in der Werkstatt bevorzugen und welche Wahrnehmungen sie im Unfallgeschäft haben. Für Erkenntnisse im Zusammenhang mit der Online-Reparatursuche haben wir erstmals eine Auswertung von über einer Million Suchen auf dem Werkstattportal www.fairgarage.de hinzugezogen.

Neben den traditionellen Untersuchungen rund um den Autokauf haben wir zahlreiche neue Fragen gestellt, zum Beispiel nach dem Kenntnisstand der Verbraucher zu alternativen Antrieben, dem Einfluss des Pkw-Labels auf den Neuwagenkauf und welche Auswirkungen die manipulierten Abgaswerte auf den Autokauf insgesamt hatten.

Mit neuen, hochaktuellen Inhalten, erweiterten Infografiken und zahlreichen DAT-Praxis-Tipps liefern wir mit dem DAT-Report 2017 insbesondere den Verantwortlichen in der Automobil-, Finanz- und Versicherungswirtschaft die notwendigen Entscheidungshilfen. Die dafür erbrachten Leistungen kosten eine Stange Geld, weshalb wir uns erlaubt haben, den DAT-Report erstmalig mit der überschaubaren Schutzgebühr von 21,50 Euro zu versehen. Zu diesem und allen anderen Themen freuen wir uns über Ihr Feedback unter report@dat.de.

Herzlichst Ihr



Helmut Eifert,
DAT-Geschäftsführer
Ausland



Dr. Thilo Wagner,
DAT-Geschäftsführer
Produkte

Bilder: Joannis Tsirtsiris/DAT



ab Seite **6**



ab Seite **12**

KAPITEL 1 BESTANDSAUFNAHME

- 1. Bestandsaufnahme 7**
- 1.1 Autokauf und Emotionen 7
- 1.2 Kritik am Kraftstoffverbrauch 8
- 1.3 Allgemeine Aussagen zum Auto 9
- 1.4 Ausstattung, Fahrleistung und Nutzung 10

KAPITEL 2 PKW-KAUF

- 1. Pkw-Kauf 2016 13**
- 1.1 Kaufüberlegungen 13
- 1.2 Dauer Kaufentscheidungsprozess 14
- 1.3 Marktsituation 15
- 1.4 Der Gebrauchtwagenkäufer 16
- 1.5 Der Neuwagenkäufer 18
- 2. Gebrauchtwagen 20**
- 2.1 Informationsverhalten 20
- 2.2 Kaufkriterien 22
- 2.3 Der Ø-Gebrauchtwagen 23
- 2.4 Kaufort 24
- 2.5 Anschaffungspreise 26
- 2.6 Finanzierung 29
- 2.7 Versicherung und Garantie 30
- 2.8 Kriterien für die Händlerwahl 32
- 3. Neuwagen 34**
- 3.1 Informationsverhalten 34
- 3.2 Kaufkriterien 36
- 3.3 Der Ø-Neuwagen 37
- 3.4 Anschaffungspreis 38
- 3.5 Finanzierung 40
- 3.6 Kriterien für die Händlerwahl 42
- 4. Der Vorwagen 43**
- 4.1 Kennzahlen des Vorwagens 43
- 4.2 Abnehmer und Verkauf 44
- 4.3 Preis des Vorwagens 46
- 4.4 Dauer des Verkaufsprozesses 47

Untersuchungsmethode/Befragungszeitraum

Für den DAT-Report 2017 wurde eine repräsentative Befragung durch die GfK von insgesamt 3.867 Privatpersonen zum Autokauf und zum Werkstattverhalten durchgeführt. Für den Pkw-Kauf waren es 2.596 Personen (Bedingung: Der Pkw-Kauf musste im Zeitraum März bis Juni 2016 stattgefunden haben). Der Befragungszeitraum war Juli bis Oktober 2016 (face-to-face). Für den Reparatur- und Wartungsbereich wurden 1.271 Autofahrer/Pkw-Halter befragt (Fragebogen per Post). Der Befragungszeitraum war von Oktober bis November 2016.

Auch als PDF (auf Deutsch und Englisch) erhältlich unter www.dat.de/report

**EXKURS
ABGAS UND ALTERNATIVE ANTRIEBE 48**



ab Seite **52**



ab Seite **76**

W — **KAPITEL 3 WARTUNG UND REPARATUR**

- 1. Gesamtübersicht 53**
- 2. Fahrzeugwartung 54**
 - 2.1 Wartungshäufigkeit 54
 - 2.2 Wartungskosten 55
 - 2.3 Wartungsort 56
 - 2.4 Wartungsart 56
- 3. Öl 58**
- 4. Räder & Reifen 61**
- 5. Reparaturen 63**
 - 5.1 Art, Häufigkeit und Kosten 63
 - 5.2 Durchführungsort 65
- 6. Unfallreparaturen 66**
 - 6.1 Abwicklung, Kosten, Bezahlung 66
 - 6.2 Durchführungsort 67
- 7. Der Kunde 68**
 - 7.1 Kontaktaufnahme 70
 - 7.2 Durchführungsort gesamt 72
 - 7.3 Zufriedenheit mit der Werkstatt 73
 - 7.4 Schiedsstellen/Sachverständige 74
- 8. Auftrags- und Werkstattvolumen 75**

M — **KAPITEL 4 TRENDS UND KENNZAHLEN**

- 4. Kennzahlen 77**
 - 4.1 Entwicklung der Teilmärkte 77
 - 4.2 Entwicklung der Einkommen 78
 - 4.3 Entwicklung der Preise/Kosten 78



1 BESTANDSAUFNAHME



1.1 Autokauf und Emotionen Seite **7**

1.2 Kritik am Kraftstoffverbrauch Seite **8**

1.3 Allgemeine Aussagen zum Auto Seite **9**

1.4 Ausstattung, Fahrleistung und Nutzung Seite **10**

A1 Emotionen beim Pkw-Kauf 2016



ID: 2017A1

Quelle: DAT

1. Bestandsaufnahme

1.1 Autokauf und Emotionen

Ist der Autokauf ein Erlebnis? Oder ein notwendiges Übel? Den knapp 2.600 Autokäufern, die für den DAT-Report 2017 befragt wurden, wurde erstmals die Frage gestellt, wie sie im Nachhinein den Pkw-Kauf empfunden haben (vgl. Grafik A1). Fast 60 % der Neuwagenkäufer (57 %) bestätigten, dass für sie der Autokauf ein Erlebnis und mit Freude verbunden war. Für nur 8 % war es ein notwendiges Übel bzw. anstrengend und stressig. Für 35 % war es dagegen kein besonderes Erlebnis. Interessant ist hierbei die Unterscheidung nach Männern und Frauen: Für 64 % der männlichen Neuwagenkäufer war der Autokauf ein Erlebnis, bei Frauen lag dieser Wert nur bei 41 %. 15 % der Frauen, und damit deutlich mehr als bei den Männern (5 %), empfanden den Autokauf als Stress. Wenn man nur auf die Teilgruppe der Neuwagenkäufer blickt, die ihr Fahrzeug über ein Neuwagenportal erworben haben, so ergab die Befragung, dass 61 % den Autokauf als Erlebnis empfanden. Für nur 8 % war er mit Stress verbunden.

Für Gebrauchtwagenkäufer spielen oft andere Faktoren beim Autokauf eine Rolle. Daher liegen diejenigen, die den Autokauf positiv beurteilen (39 %), sehr nahe bei denen, die diesen Prozess als eher emotionslos betrachtet haben (40 %). Ganz offensichtlich war der Stressfaktor (immerhin 21 % aller Gebrauchtwagenkäufer) deutlich höher als bei den Neuwagenkäufern.

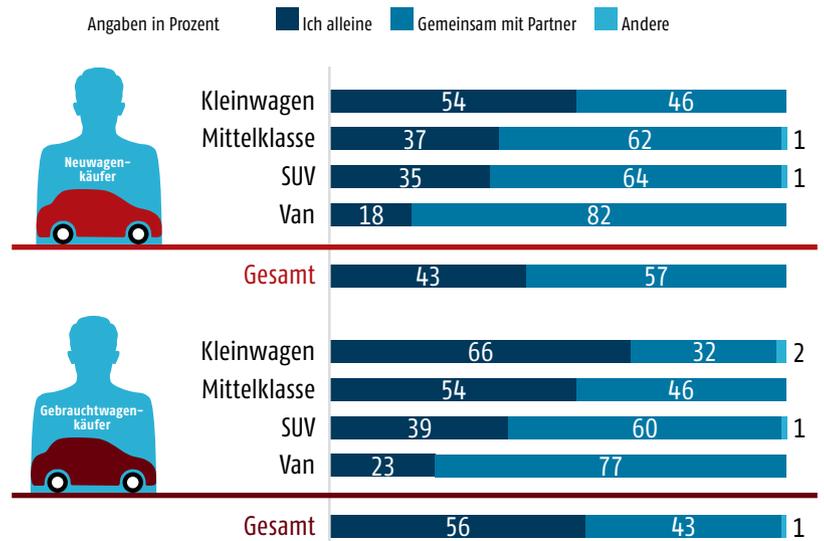
Eine wichtige Erkenntnis bezogen auf den marken- gebundenen Automobilhandel bringt die Unterscheidung nach „Kaufort“: Der Stressfaktor war beim Kauf auf dem Privatmarkt mit 26 % am höchsten, gefolgt vom freien

Handel (25 %). Beim Markenhandel gaben nur noch 15 % der Befragten an, der Kauf sei ein notwendiges Übel gewesen. Auch beim Gebrauchtwagenkauf unterscheiden sich Männer und Frauen deutlich: Während Männer zu 46 % im Pkw-Kauf ein positives Erlebnis sahen, galt dies nur für 30 % der Frauen.

In Grafik A2 wird deutlich, wer der tatsächliche Entscheider beim Autokauf 2016 war: Je nach Segment

>>

A2 Entscheider beim Pkw-Kauf 2016



ID: 2017A2

Quelle: DAT

A3 Gründe für Pkw-Kauf 2016

Mehrfachnennungen möglich



Grund	Neuwagen-käufer	Gebrauchtwagen-käufer
Lust auf neues Fahrzeug	44 %	25 %
Spontankauf/gutes Angebot	14 %	17 %
Ersatzfahrzeug wegen hoher Reparaturkosten	14 %	24 %
Neue familiäre Situation	12 %	12 %
Zuverlässigeres Fahrzeug	11 %	14 %
Wirtschaftlicheres Fahrzeug	11 %	10 %
Leasing/Leasingvertrag endete	8 %	k.A.
Hatte vorher kein Fahrzeug	6 %	18 %
Umweltfreundlicheres Fahrzeug	4 %	3 %
Ersatzfahrzeug aufgrund von Unfall	4 %	6 %

Sonstiges je 5 Prozent

ID: 2017A3 Quelle: DAT

spielt der Partner eine immer wichtigere Rolle. Bezogen auf alle Neuwagen- und Gebrauchtwagenkäufer zeigt sich, dass eine Investition in einen Neuwagen tendenziell eher gemeinsam entschieden wird, während beim Gebrauchtwagenkauf Schnelligkeit und sofortige Verfügbarkeit oft zu Einzelentscheidungen führen.

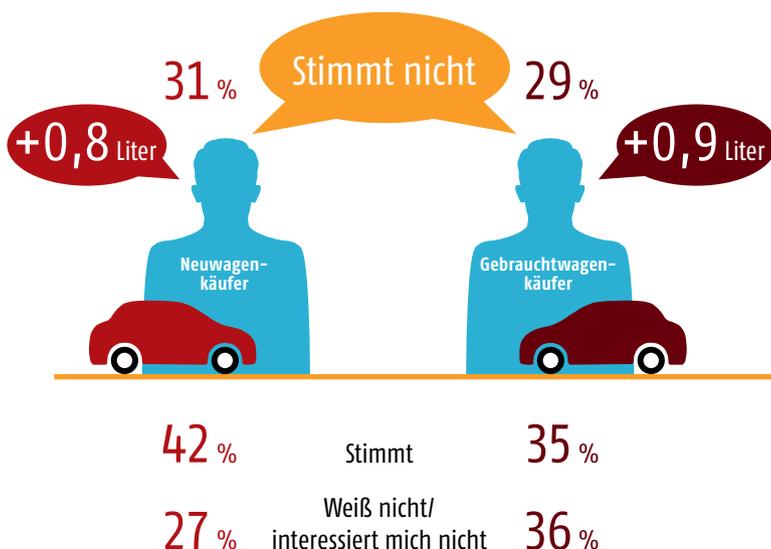
Gründe für den Autokauf

Auf die Frage, was die Gründe für den aktuellen Autokauf waren, zeigt sich bei den Neu- und Gebrauchtwagenkäufern ein teilweise stark differierendes Bild. Wie in Grafik A3 zu sehen ist, hatten vor allem die Neuwagenkäufer in hohem Maße offensichtlich einfach Lust auf ein neues Fahrzeug (44 %). Betrachtet man dagegen die Teilgruppe der Neuwagenkäufer, die ihren Pkw über ein Neuwagenportal erworben haben, so war bei diesen die Lust auf ein neues Fahrzeug mit 33 % deutlich geringer. Sie benötigten zu 27 % ein Ersatzfahrzeug aufgrund hoher anstehender Reparaturkosten.

Aufgeschlüsselt nach Alter der Käufer hatten bei allen Neuwagenkäufern besonders die Generation 50 plus mit 49 % und die Generation 60 plus mit 51 % viel Lust auf einen Neuwagen.

Dies konnte von der gleichen Teilgruppe der Gebrauchtwagenkäufer so nicht bestätigt werden (Generation 50 plus: 29 %, Generation 60 plus: 27 %). Für sämtliche Gebrauchtwagenkäufer waren zu 24 % auch hohe anstehende Reparaturkosten ausschlaggebend für den Autokauf. Allerdings war zu einem etwas höheren Grad als bei den Neuwagenkäufern auch der Spontankauf oder der Wunsch nach einem zuverlässigeren Fahrzeug ein Thema. Beide Käufergruppen gaben zu 12 % eine Veränderung der familiären Situation an. Dies ist ein Thema, das der Handel regelmäßig bei seinen Stammkunden abfragen sollte.

A4 Kraftstoffverbrauch nach Herstellerangaben 2016



1.2 Kritik am Kraftstoffverbrauch

Die Diskussion um den Kraftstoffverbrauch und die genormten Angaben der Automobilhersteller und Importeure begleiten die Branche seit vielen Jahren. Den Autokäufern wurde für den DAT-Report 2017 erstmals die Frage gestellt, ob der eigene Kraftstoffverbrauch den Werksangaben entspricht oder nicht – und ob das für die Befragten eine Rolle spielt. Grafik A4 zeigt, dass es bei 31 % der Neuwagen- und 29 % der Gebrauchtwagenkäufer Abweichungen gibt. Wenn man dann ermittelt, wie hoch die jeweiligen Abweichungen waren, so lagen die Werte im Schnitt unter einem Liter (Neuwagenkäufer: 0,8 l; Gebrauchtwagenkäufer: 0,9 l auf 100 km). Männer und Frauen unterscheiden sich bei beiden Käufergruppen jeweils dadurch, dass der von den Frauen angegebene Mehrverbrauch immer etwas unter den Werten der Männer liegt.

Alle Autokäufer, bei denen Abweichungen vorhanden waren, wurden ferner gefragt, ob sie darüber verärgert wären. Dabei gaben 90 % der Neuwagen- und 87 % der Gebrauchtwagenkäufer zu Protokoll: „Nein, damit habe ich gerechnet bzw. liegt in meinem Toleranzbereich“. Anhand der Gesamtheit der Autokäufer wurde deutlich, dass die Abweichungen 27 % der Neuwagen- und 36 %

ID: 2017A4 Quelle: DAT

der Gebrauchtwagenkäufer nicht interessieren (vgl. Grafik A4). Bei 35 % der Gebrauchtwagen- und 42 % der Neuwagenkäufer stimmten offenbar die Herstellerangaben. 60 % der Neuwagen- und 63 % der Gebrauchtwagenkäufer bestätigten ferner, sie hätten aufgrund der Kraftstoffpreise ihr individuelles Fahrverhalten nicht geändert.

1.3 Allgemeine Aussagen zum Auto

Weitere Einstellungen zum eigenen Automobil sind in Grafik A5 zusammengefasst. Ein eindeutiges Statement der Autokäufer ist, dass sie sich ohne Automobil deutlich in ihrer Mobilität eingeschränkt sehen. Betrachtet man nur die Teilgruppen der Autokäufer, die in einer Großstadt mit mehr als 500.000 Einwohnern leben, so bestätigen dies 93 % der Neuwagen- und ebenso 93 % der Gebrauchtwagenkäufer. Bei Einwohnern von Kleinstädten mit unter 20.000 Einwohnern trifft dies für 94 % der Gebrauchtwagen- und 93 % der Neuwagenkäufer zu.

Auf die Frage, ob Autofahren Spaß mache, antworteten die Autokäufer des Jahres 2016 ebenfalls zu hohen Prozentsätzen mit „Ja“. Hier unterschieden sich allerdings die Angaben der Männer und Frauen: Neuwagenkäuferinnen bestätigten dies nur zu 87 %, Gebrauchtwagenkäuferinnen zu 86 %, die Werte der Männer lagen mit 94 % und 91 % deutlich darüber.

Wenn es um die Frage der Persönlichkeit geht und um die Rolle, die das Automobil dabei spielt, die eigene Persönlichkeit auszudrücken, waren die Autokäufer des Jahres 2016 sehr unterschiedlicher Ansicht (vgl. Grafik A5). Während die Durchschnittswerte bei Neu- und Gebrauchtwagenkäufern über den Vorjahreswerten lagen (Neuwagenkäufer 2015: 54 %, Gebrauchtwagenkäufer 2015: 45 %), waren bei den Neuwagenkäufern vor allem die Männer mit 63 % ganz vorne. Neuwagenkäuferinnen sahen dies nur zu 48 % so. Interessant ist in diesem Zusammenhang die Betrachtung nach Markengruppen. Neuwagenkäufer deutscher Premiumfabrikate bestätigten zu 78 % die Aussage, sie würden mit dem Automobil die Persönlichkeit ausdrücken. In den Teilgruppen lag BMW knapp vor Audi und Mercedes-Benz. Alle deutschen Marken zusammen kommen auf 62 %, die Importeursmarken auf 52 %.

Bei den Gebrauchtwagenkäufern zeigt sich ein ähnliches Bild auf etwas niedrigerem Niveau. 42 % der Gebrauchtwagenkäuferinnen sehen in ihrem Fahrzeug die Möglichkeit, ihre Persönlichkeit auszudrücken, Männer zu 56 %. Nach Markengruppen kommen die Käufer deutscher Premiumfabrikate auf 72 %, alle deutschen Marken gemeinsam auf 55 %, die Importeursfabrikate auf 41 %. Bei der Gruppe Pkw-Halter, die ebenfalls für den DAT-Report 2017 befragt wurde und ihren Wagen im Schnitt vor vier Jahren erworben hat, zeigt sich ein deutlich anderes Bild. Die Möglichkeit, die eigene Persönlichkeit mit dem Automobil auszudrücken, gilt nur für 23 % der Befragten.

Gefragt nach der Interessenslage für neue Entwicklungen im Automobilbereich ergab sich, dass 62 % der Neuwagen- und 50 % der Gebrauchtwagenkäufer neue Entwicklungen aktiv verfolgen. Dies zeigt sich auch im

Kenntnisstand zu alternativen Antrieben (siehe hierzu den Exkurs auf S. 48 ff.). Aufgesplittet nach Geschlecht ist es bei Neu- und Gebrauchtwagenkäufern nahezu identisch: Für zwei Drittel der Frauen sind neue Entwicklungen im Automobilbereich nicht wichtig, bei den Männern ist das Verhältnis genau umgekehrt, wobei das Interesse der Neuwagenkäufer mit 74 % sogar noch deutlich über dem der Gebrauchtwagenkäufer liegt.

Inwieweit die Autokäufer des Jahres 2016 auf den technischen Zustand achten und inwiefern sie Wert auf Original-Ersatzteile legen, ist ebenfalls in Grafik A5 dargestellt. Bei den Gebrauchtwagenkäufern liegt das Thema Original-Ersatzteile mit 44 % zwar deutlich unter dem Wert der Neuwagenkäufer. Wer seinen Gebrauchtwagen allerdings beim Markenhändler erworben hat, der legt zu 64 % Wert darauf. Und auch bei der Betrachtung nach Alter gilt: Je älter der Käufer, desto wichtiger sind ihm Original-Ersatzteile.

A5 Aussagen zum Auto 2016



	Neuwagenkäufer	Gebrauchtwagenkäufer	
Einstellungen	Ohne Auto ist meine Mobilität deutlich eingeschränkt	92 %	91 %
	Wagen muss in einwandfreiem technischen Zustand sein	94 %	88 %
	Mir macht Autofahren Spaß	92 %	89 %
	Sparsames Auto darf mehr kosten	66 %	50 %
	Auto ist Möglichkeit, Persönlichkeit auszudrücken	58 %	50 %
Kenntnis/Aktivitäten	Kleinere Roststellen und Kratzer werden sofort repariert	85 %	67 %
	Kenne die technischen Funktionen meines Autos genau	66 %	61 %
	Verfolge neue Entwicklungen im Automobilbereich	62 %	50 %
	Bei Reparaturen lege ich Wert auf Original-Ersatzteile	75 %	44 %
	Aufgrund der Kraftstoffpreise Fahrverhalten geändert	40 %	37 %

A6 Ausstattungsgrad von Pkw 2016

Angaben in Prozent



Komfort	Neuwagenkäufer	Gebrauchtwagenkäufer	Pkw-Halter
Radio (digital, DAB)	21	10	22
Radio	76	85	75
Einparkassistent	23	11	21
Einparkhilfe/Parktronic	62	41	38
Elektrisch öffnende Heckklappe	19	8	14
Elektrische Sitzverstellung	26	14	19
Freisprecheinrichtung (Festeinbau)	52	28	40
Head-up-Display	7	3	4
Keyless Access/Schlüsselloser Zugang	17	4	17
Klimaanlage/-Automatik	93	87	90
Rückfahrkamera	24	8	15
Schiebedach	20	17	17
Sitzheizung	64	45	58
Sport-/Leder-/Multifunktionslenkrad	71	55	48
Ledersitze	18	15	19
Sportsitze	20	16	18
Standheizung	10	6	9
Tempomat	69	47	55
Zentralverriegelung	95	91	94
Licht			
Adaptives Fahr-/Kurven-/Abbiegelicht	34	17	26
Fernlichtassistent	18	7	13
Lichtsensoren	56	35	31
Xenon-Scheinwerfer	29	21	23
Sicherheit			
Abstandsregeltempomat	17	5	9
eCall/SOS-Funktion	7	2	5
Müdigkeitserkennung	13	3	10
Nachtsichtassistent	5	1	2
Notbremsassistent	27	10	10
Regensensor	65	44	47
Reifendrucksensor/-überwachung	100	24	37
Seiten-Airbag	79	67	66
Spurhalteassistent	19	5	9
Totwinkel-/Spurwechselassistent	12	2	7
Verkehrsschilderkennung	9	2	7
Optik			
Abgedunkelte Scheiben/Privacy Verglasung	35	23	36
Leichtmetallfelgen	75	66	66
Metallic-Lackierung	71	67	61
Optik-Paket	14	7	10
Connectivity/Infotainment			
Bluetooth	65	33	41
Internet	12	4	5
Navigationssystem	59	35	39
Smartphone-Spiegelung/Carplay/Android Auto	4	2	4
Sonstiges			
Alarmanlage	16	12	26
Automatikgetriebe	20	13	28
Sportfahrwerk/Adaptives Fahrwerk	12	10	17
Start-Stopp-Automatik	62	24	27

1.4 Ausstattung, Fahrleistung und Nutzung

Im Jahr 2016 waren die neu gekauften Pkw erneut umfangreicher und besser ausgestattet als die gebraucht gekauften oder die Bestandsfahrzeuge. Das liegt an den zahlreichen Innovationen der Hersteller, Importeure und Zulieferer, wie zum Beispiel den unterschiedlichsten Assistenzsystemen, aber auch an gesetzlichen Vorgaben wie ESP oder RDKS (Reifendruckkontrollsystem). Deutlich gesteigert haben sich die Start-Stopp-Automatik und Lichtsensoren. Da alle Autokäufer deutlich mehr in ihre Fahrzeuge investiert haben als im vergangenen Jahr, sind auch aufpreispflichtige Ausstattungsmerkmale wie Leichtmetallfelgen oder Metallic-Lackierung stark gestiegen. Besonders der Metallic-Lack erreichte bei den Neuwagen 71 % Durchdringung. Andere Merkmale sind oftmals Bestandteil von sogenannten Ausstattungspaketen (z. B. Freisprecheinrichtung, fest eingebautes Navigationssystem), und auch bei diesen ist von 2015 zu 2016 eine Steigerung zu beobachten gewesen. Als neue Gruppe von Ausstattungsmerkmalen wurden in Grafik A6 erstmals Systeme zur Konnektivität mit aufgenommen. So zeigten die Neuwagen mit 65 % bereits einen hohen Grad der Durchdringung von Bluetooth-Schnittstellen. Die Internetfunktionalität/Hotspot-Bereitstellung ist erst in 12 % der Neuwagen vorhanden, und die Integration von Smartphones via Carplay oder Android Auto zu 4 %.

Betrachtet man die Ausstattungsmerkmale der Gebrauchtwagen, so wird in Grafik A6 deutlich, dass auch diese essenziell besser ausgestattet waren. Würde man nur die Fahrzeuge betrachten, die über den Markenhandel verkauft wurden, wären die Ausstattungsgrade aufgrund des jungen Alters der Pkw nahe am Neuwagen-niveau. Einige der Merkmale haben bereits eine Durchdringung nahe 100 % erreicht, weswegen sie nicht mehr in die Liste aufgenommen wurden (Servolenkung, elektrische Fensterheber). Andere Merkmale kamen im Neuwagenbereich automatisch auf 100 % (ESP und RDKS; beide Ausstattungsmerkmale sind seit dem 1. November 2014 für alle neuen Pkw und Reisemobile in der EU verpflichtend), sind aber bei Gebrauchtwagen und Bestandsfahrzeugen noch wenig repräsentiert.

Die Daten für die Ausstattungsmerkmale basieren auf den Aussagen der Pkw-Käufer und der Autofahrer, insofern unterliegen einige der Merkmale, mit denen der Halter eines Fahrzeugs i. d. R. nicht in Berührung kommt (z. B. Seiten-Airbag), einer höheren Schwankungsbreite als Assistenzsysteme, die er täglich nutzt oder vor Augen hat (Radio, Navigationssystem, Multifunktionslenkrad, Spurhalteassistent etc.).

Die 2016 gekauften Neuwagen lagen damit insgesamt bei 23,95 (2015: 19,44) Ausstattungsmerkmalen mit einer Bandbreite von 20,87 bei den Importmarken bis zu 28,85 bei den deutschen Premiummarken.

Gebrauchtwagen kamen auf durchschnittlich 18,38 Merkmale (2015: 13,97). Die Spanne reichte hier von 14,34 Merkmalen bei Importmarken bis 21,32 bei deutschen Premiummodellen. Bei den Pkw der Fahrzeughalter wurden durchschnittlich 18,48 Ausstattungen gezählt (2014: 15,88).

Jahresfahrleistung

Autofahrer in Deutschland verbringen viel Zeit in ihren Fahrzeugen. Hierbei variieren die gefahrenen Kilometer deutlich zwischen den Stadt- und Landbewohnern und zwischen gewerblicher und privater Nutzung. Für den DAT-Report werden Privatpersonen befragt, immerhin gaben jedoch 16 % an, sie seien Selbstständige und Firmeninhaber. 84 % und damit die große Mehrheit waren private Endverbraucher. Grafik **A7** zeigt die Verteilung der Jahresfahrleistung in unterschiedlichen Fahrleistungsklassen. Im Vergleich zum Vorjahr ist die durchschnittliche jährliche Fahrleistung von 14.350 km auf 15.320 km deutlich gestiegen.

Wer in einer Kleinstadt mit weniger als 20.000 Einwohnern wohnt, legte im Schnitt 16.440 km und damit deutlich mehr Strecke im Jahr zurück als Großstädter (mehr als 500.000 Einwohner) mit 13.310 km. Noch deutlicher ist die Unterscheidung zwischen Diesel- und Benzin-Pkw: Halter von Dieselfahrzeugen fuhren 2016 im Schnitt pro Jahr 21.340 km. Der Wert für die Benzinfahrzeuge lag mit nur 12.300 km Jahresfahrleistung deutlich darunter. Junge Fahrzeuge mit einem Alter bis zwei Jahre wurden ebenfalls deutlich länger im Jahr gefahren (19.050 km) als Pkw mit acht Jahren und mehr (13.210 km).

Abschließend zeigt die Betrachtung nach Geschlecht, dass weibliche Pkw-Halter 2016 im Jahresdurchschnitt 12.490 km mit ihrem Fahrzeug zurückgelegt haben. Männliche Halter kamen auf 16.740 km.

Nutzung des Pkw

Für welche verschiedenen Anlässe die Fahrleistung erbracht wurde, zeigt Grafik **A8**. Im Jahr 2016 entfielen 58 % (2015: 60 %) der Jahresfahrleistung oder gut 8.855 km (2015: 8.610 km) auf private Fahrten. Zwischen Wohnung und Arbeitsstätte wurden 34 % (2015: 33 %) der Jahresfahrleistung oder gut 5.270 km (2015: 4.736 km) erbracht. Die Werte für Männer lagen hier bei 33 %, Frauen kamen auf 38 %. Für rein geschäftliche Zwecke wurden statistisch von jedem Pkw nur noch 1.195 km (2015: 1.005 km) zurückgelegt. In der Gesamtbetrachtung waren das 8 % der Jahresfahrleistung.

Analysiert man die unterschiedlichen Altersgruppen der Autofahrer, so legten die 30- bis 49-Jährigen wie im Vorjahr 47 % ihrer Jahresfahrstrecke auf dem Weg von und zur Arbeitsstätte zurück. Die mindestens 50 Jahre alten Fahrzeughalter (darunter fallen auch die zahlreichen Rentner) nutzten nur zu 25 % ihr Fahrzeug für Strecken zwischen Wohnung und Arbeitsstätte; 8 % der Fahrten waren wie 2015 geschäftlicher Natur. 67 % entfielen auf rein private Fahrten. Der Anteil der Fahrer über 60 Jahre betrug bei dieser Nutzungsart 78 %.

Auch in diesem Fall zeigt die weitere Analyse der Zahlen nach Wohnort eine deutliche Unterscheidung. Für die Fahrt zur Arbeit fielen bei Bewohnern von Kleinstädten 37 % der Fahrleistung an, rein private Fahrten wie Einkauf, Urlaub, Ausflüge etc. kamen auf 54 %. Rein dienstliche Fahrten machten 9 % der Wegstrecken aus. In der Großstadt mit einer Einwohnerzahl größer 500.000 waren die Ergebnisse folgendermaßen: 29 % entfielen auf den Arbeitsweg, 63 % auf die rein private Nutzung

A7 Jährliche Fahrleistung 2016

Basis: Pkw-Halter

unter 5.000 km	5 %
5.000 - 9.999 km	19 %
10.000 - 12.999 km	27 %
13.000 - 15.999 km	18 %
16.000 - 19.999 km	4 %
20.000 - 24.999 km	13 %
25.000 - 29.999 km	5 %
über 30.000 km	9 %

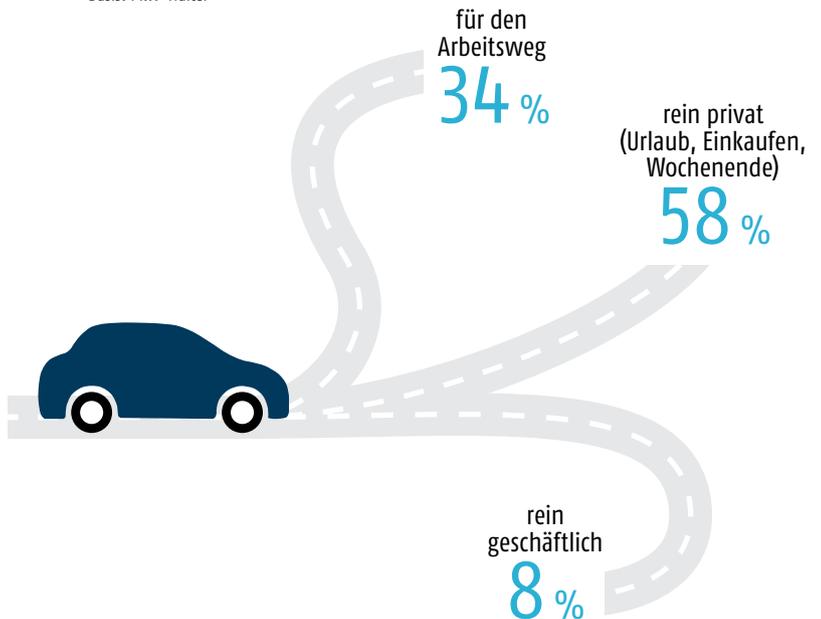


ID: 09751070

Quelle: DAT

A8 Nutzung des Pkw 2016

Basis: Pkw-Halter



ID: 09761071

Quelle: DAT

und die verbleibenden 8 % wurde der Pkw rein geschäftlich genutzt. Betrachtet man nur für die geschäftliche Nutzung sämtliche Dieselfahrer, so lagen diese mit 15 % deutlich über den anderen Teilgruppen in der Befragung für den DAT-Report 2017.



PKW-KAUF



1. Pkw-Kauf 2016 Seite **13**

2. Gebrauchtwagen Seite **20**

3. Neuwagen Seite **34**

4. Der Vorwagen Seite **43**

Exkurs: Abgas und alternative Antriebe Seite **48**



P1 Pkw-Kauf 2016

	Alter	km-Stand	Preis
Markenhandel 84 % Garantie 100 % Gewährleistung	4,4 Jahre	51.480 km	15.480 €
Gebraucht Freier Handel 66 % Garantie 100 % Gewährleistung	7,8 Jahre	90.400 km	8.850 €
Privatmarkt 7 % Garantie 0 % Gewährleistung	8,4 Jahre	103.310 km	7.140 €
Neu Neuwagenhandel 100 % Garantie 100 % Gewährleistung	0 Jahre	0 km	29.650 €

ID: 2015P1

Quelle: DAT

1. Pkw-Kauf 2016

1.1 Kaufüberlegungen

Der Autokauf stellt den Käufer aufgrund der Vielfalt des Angebots vor eine Reihe von Entscheidungen. Im Laufe des Kaufprozesses spielen daher mehrere Alternativüberlegungen eine Rolle, die wiederum durch das Informationsverhalten beeinflusst werden.

Welche Marke?

Viele Autokäufer erwogen 2016 vor dem Kauf, die bisherige Marke zu wechseln. Nur 16 % der Gebrauchtwagenkäufer gaben an, sie würden immer die gleiche Marke kaufen. Für 48 % kämen zwei bis drei Marken infrage, 36 % gaben an, dass ihnen die Marke beim Autokauf mehr oder weniger egal sei, da Funktionalität und/oder der Preis im Vordergrund stünden. Für die Neuwagenkäufer galt: 31 % gaben an, immer die gleiche Marke zu kaufen – ein Anstieg von fünf Prozentpunkten gegenüber 2015. 48 % würden zwischen zwei oder drei Marken wechseln und 21 % meinten, die Marke spiele beim Autokauf keine nennenswerte Rolle. Im Vergleich zwischen Männern und Frauen gaben nur 14 % der Gebrauchtwagenkäuferinnen und 21 % der Neuwagenkäuferinnen an, sie seien sehr markentreu. Bei den Männern lag dieser Anteil bei ebenfalls niedrigen 19 % für den Gebrauchtwagen- und bei 35 % (2015: 29 %) für den Neuwagenkauf.

Neu oder gebraucht?

Eine weitere, elementar wichtige Entscheidung vor dem Kauf ist „neu oder gebraucht?“. Nur 10 % der Gebrauchtwagenkäufer 2016 hatten den Kauf eines Neu-

fahrzeugs in Erwägung gezogen. Das sind sechs Prozentpunkte weniger als im Vorjahr. Fragt man die Neuwagenkäufer, ob sie auch mit dem Gedanken gespielt hatten, einen Gebrauchten zu kaufen, so bestätigten dies wie im Vorjahr immerhin 22 %. Speziell für die Käufer neuer Importfahrzeuge war der Gebrauchte wesentlich häufiger (30 %) eine Alternativüberlegung wert als für die Käufer deutscher Marken (17 %). Betrachtet man ausschließlich die Käufer von Neufahrzeugen der deutschen Premiumhersteller, so war ein Gebrauchter nur für 10 % eine Alternative. Besonders auffällig war der Unterschied bei jungen Käufern bis 29 Jahren: Sie haben zu 35 % auch den Kauf eines Gebrauchtwagens erwogen, wohingegen die Generation 50 plus nur zu 15 % mit diesem Gedanken gespielt hat.

Zu welchem Händler?

Bei der Entscheidung für eine Marke sind auch die Besuche bei Händlern anderer Marken für den Kaufprozess relevant. So hatten 2016 immerhin 47 % der Neuwagenkäufer (2015: 40 %) vor dem Kauf auch Kontakt zu Händlern anderer Marken. Für Neuwagenkäufer deutscher Premiumhersteller galt dies zu 37 %. Betrachtet man alle deutschen Fabrikate zusammen, so kontaktierten diese Käufer zu 43 % Händler anderer Marken. Käufer von Importfabrikaten gingen am häufigsten „fremd“: Sie informierten sich zu 55 % bei Händlern anderer Marken. Sobald die Entscheidung für eine Marke gefallen war, wurde von 77 % aller potenziellen Käufer unter den Angeboten der Händler dieses Fabrikats verglichen.

Wie viele Händlerkontakte?

Wer im Jahr 2016 einen Neuwagen gekauft hat, der hatte Kontakt zu insgesamt 3,1 Händlern (inklusive des Händlers, bei dem das Fahrzeug gekauft wurde). Das

>>

bedeutet: Vor dem Kauf kontaktierten die Neuwagenkäufer weitere 2,1 Händler (2015: 2,3), davon 1,3 (2015: 1,6) der Marke des gekauften Fahrzeugs und 0,8 (2015: 0,7) Händler anderer Marken. Dabei hatten die Käufer von Neufahrzeugen deutscher Premiumhersteller zusätzlich zu dem Händler, bei dem gekauft wurde, insgesamt

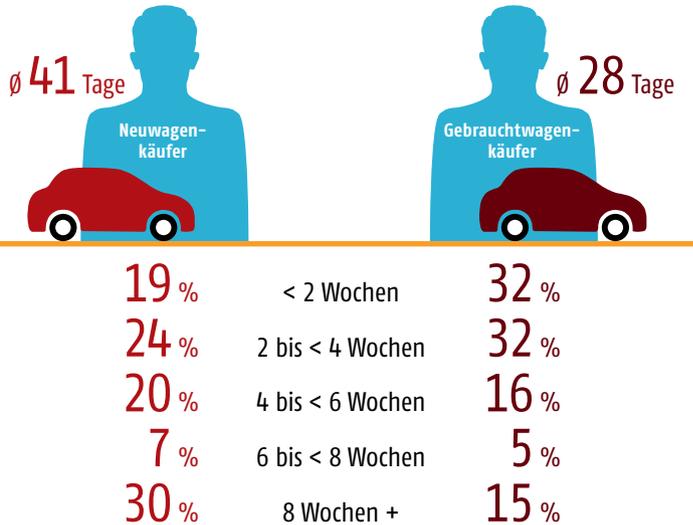
1,7 Händlerkontakte vor dem Kauf, davon waren 1,2 bei der jeweiligen Marke, 0,5 waren bei einer Fremdmärke. Betrachtet man alle deutschen Premium- und Volumenmarken gemeinsam, so hatten die Käufer insgesamt 2,0 Händlerkontakte. Davon waren 1,3 bei der eigenen und 0,7 bei einer fremden Marke. Käufer neuer Importmodelle hatten vor dem Kauf 2,4 Händlerkontakte, davon 1,4 bei der eigenen und 1,0 bei einer fremden Marke.

Käufer von Gebrauchtwagen kontaktierten insgesamt nur 2,3 Händler für den Kauf ihres Pkw (inklusive des Händlers, bei dem am Ende gekauft wurde). Das bedeutet: Abgesehen vom Händler, bei dem gekauft wurde, gab es nur 1,3 Händlerkontakte und damit knapp einen Kontakt weniger als beim Neuwagenkauf. Diese Abfrage brachte ebenfalls die Erkenntnis, dass von allen Gebrauchtwagenkäufern 20 % gar keinen Kontakt zu Händlern hatten, sondern ausschließlich auf dem Privatmarkt gekauft hatten.

1.2 Dauer Kaufentscheidungsprozess

Gefragt nach der Dauer des Kaufentscheidungsprozesses, d. h. beginnend mit der ersten aktiven Informationssuche nach einem Fahrzeug bis hin zum Kauf des aktuellen Fahrzeugs, zeigten sich folgende Ergebnisse (vgl. Grafik P2): Der Gebrauchtwagenkäufer 2016 benötigte im Schnitt 28 Tage und damit nur knapp einen Monat für seine Entscheidung. Der Neuwagenkäufer nahm sich mit 41 Tagen gut zwei Wochen mehr Zeit. Fast ein Drittel der Käufer eines neuen Pkw brauchte sogar zwei Monate oder länger für die Entscheidung.

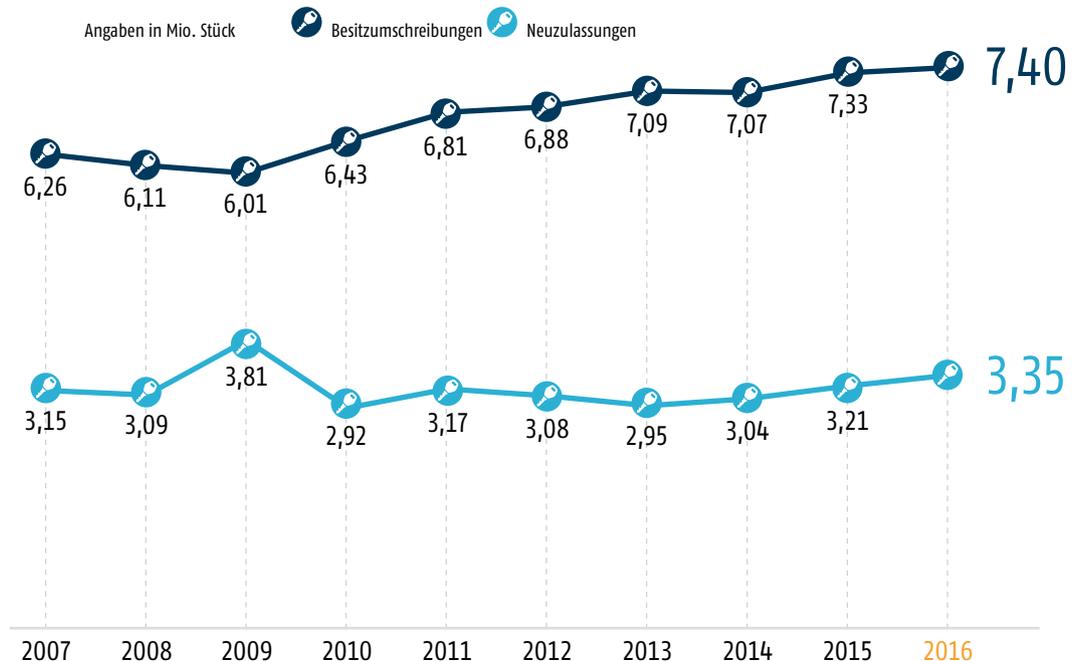
P2 Zeitspanne der Kaufentscheidung 2016



ID: 2016P2

Quelle: DAT

P3 Pkw-Neuzulassungen und -Besitzumschreibungen

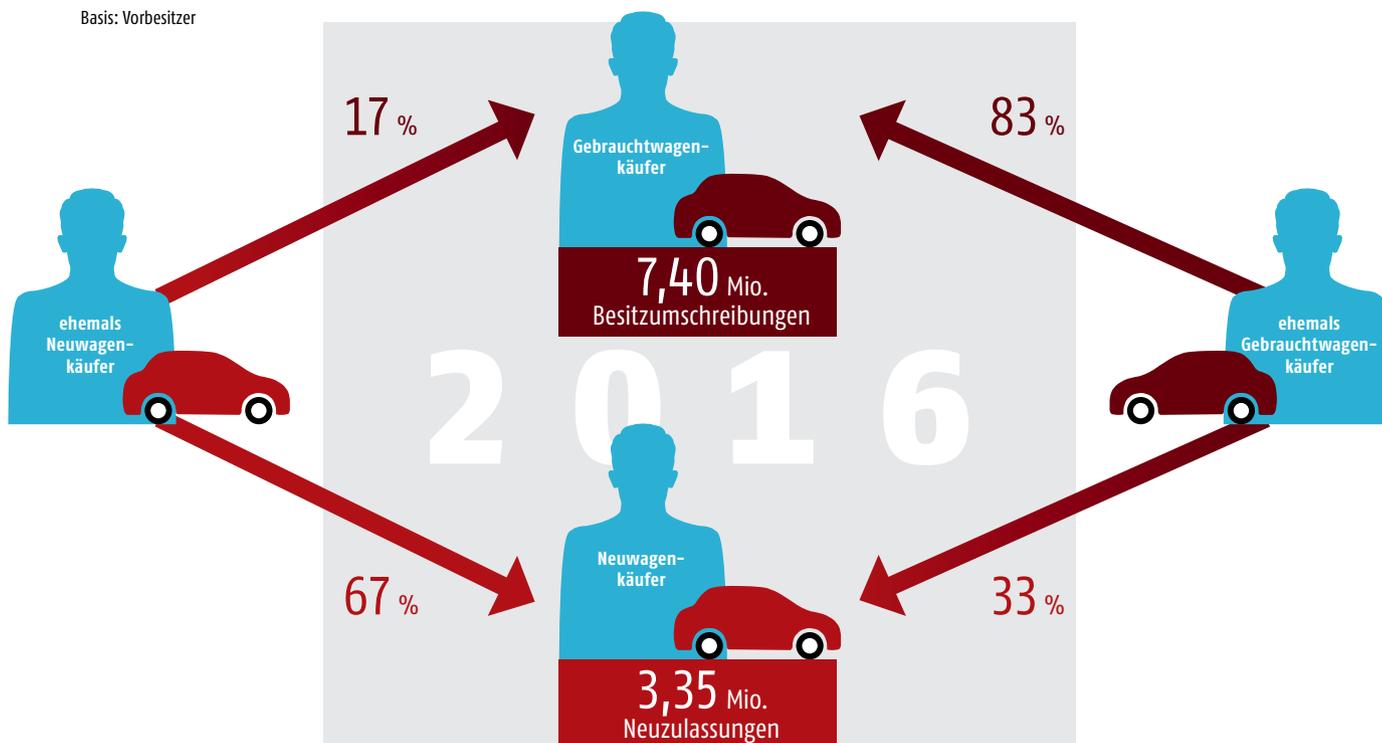


ID: 09011001

Quelle: KBA

P4 Gebrauchte vs. Neu: Priorität beim Autokauf 2016

Basis: Vorbesitzer



ID: 2015P4

Quelle: DAT/KBA

1.3 Marktsituation

Im Automobiljahr 2016 registrierte das Kraftfahrt-Bundesamt (KBA) 3.351.607 Neuzulassungen. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies ein Plus von 145.565 Einheiten bzw. 4,5 % Wachstum. Der Zuwachs im Neuwagenbereich ist nicht nur auf die positive wirtschaftliche Situation der Unternehmen zurückzuführen, die vor allem für die Neuzulassungen verantwortlich sind, sondern auch auf den gestiegenen Privatmarktanteil, der 2016 35 % des Gesamtmarktes ausmachte (2015: 34,2 %).

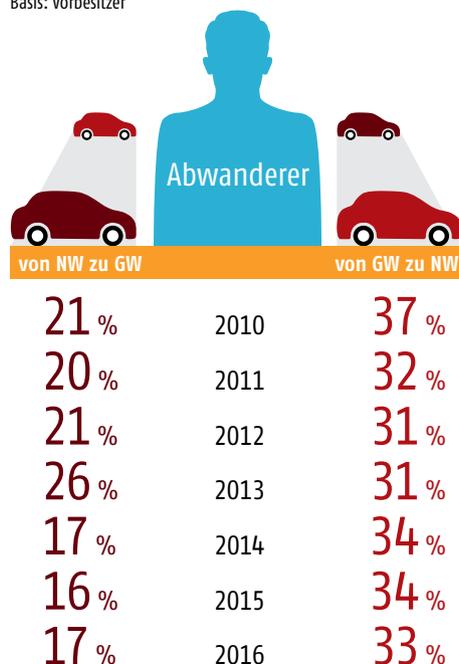
Die Zahl der Besitzumschreibungen ist gegenüber 2015 ebenfalls angestiegen. Insgesamt wechselten 7.402.856 Gebrauchtwagen ihren Besitzer. Das ist ein Prozent mehr als 2015 oder in absoluten Zahlen sind es 72.424 Pkw mehr als im Vorjahr. Im Verhältnis kommen auf jeden Neuwagen 2,2 Gebrauchte. In Summe erreichte der Pkw-Markt ein Volumen von 10.754.463 Einheiten. Die Trendentwicklung zeigt Grafik P3.

Wanderungsbewegungen

Die Bewegungen der „Wanderer“ zwischen den Märkten, das heißt, wer ist von einem ehemaligen Neuwagen zum Gebrauchtwagenkäufer geworden und umgekehrt, sind in Grafik P4 dargestellt. Die große Mehrheit der Käufer ist ihrer Wahl treu geblieben: 67 % der ehemaligen Neuwagenkäufer haben sich wieder für einen Neuwagen entschieden, 83 % der ehemaligen Gebrauchtwagenkäufer sind erneut auf dem Gebrauchtwagenmarkt fündig geworden. Diese Zahlen im Trend zeigt Grafik P5. Demnach sind die Anteile der „Wanderer“ relativ stabil geblieben.

P5 Wanderungsbewegung Neu- und Gebrauchtwagenmarkt

Basis: Vorbesitzer



ID: 2016P5

Quelle: DAT

1.4 Der Gebrauchtwagenkäufer

Im Jahr 2016 haben 86 % aller Gebrauchtwagenkäufer einen Pkw mit besserer Ausstattung als beim vorigen Kauf gewählt. Anhand von Grafik P6 wird zudem deutlich, dass 79 % aller Käufer ein wirtschaftlicheres Fahrzeug erworben haben.

Mit einem Alter von 41,2 Jahren war der durchschnittliche Gebrauchtwagenkäufer 2016 etwas älter als im Jahr zuvor (2015: 40,1 Jahre). Wie Grafik P7 weiter zeigt, waren von allen Gebrauchtwagenkäufern 58 % Männer und 42 % Frauen. Alle Käufer (Männer und Frauen) konnten zum Zeitpunkt des Kaufs im Schnitt 21 Jahre Fahrpraxis mit dem eigenen bzw. einem ihnen zur Verfügung stehenden Pkw vorweisen. Wer sich im Jahr 2016 für einen Gebrauchtwagen eines deutschen Premiumherstellers entschieden hatte, war zum Zeitpunkt des Kaufs bereits 43,4 Jahre alt. Käufer von Gebrauchtwagen deutscher Marken insgesamt kamen auf 41,4 Jahre, Käufer von Importfabrikaten auf 40,9 Jahre.

Bezogen auf den Bildungsgrad verfügten 48 % aller Käufer über die mittlere Reife, 19 % hatten Abitur, 10 % absolvierten ein Hochschulstudium mit Abschluss. Unter den Gebrauchtwagenkäufern 2016 befanden sich sehr viele Angestellte, sie bildeten mit 45 % die größte Gruppe in der Betrachtung nach dem Beruf. Die zweitstärkste Gruppe waren die Facharbeiter mit 20 %, gefolgt von den Personen, die sich zum Zeitpunkt des Kaufs noch in einer Ausbildung befanden.

Geringe Markenbindung

Gebrauchtwagenkäufer sind in der Regel weniger an eine bestimmte Marke gebunden als Neuwagenkäufer. Sie hatten zwar vor dem Kauf bereits zu knapp zwei Dritteln ein bestimmtes Modell im Kopf, bezeichneten sich selbst aber als eher weniger markenloyal. In Zahlen bedeutet das: 36 % waren generell keiner bestimmten Marke verbunden. Wirklich markentreu zu sein, d. h.

immer die gleiche Automarke zu kaufen, das kam wie im Vorjahr nur für 17 % infrage.

Ein fabrikneuer Pkw war 2016 nur für 10 % aller Gebrauchtwagenkäufer eine Alternativüberlegung wert. Wer beim Markenhändler seinen Gebrauchten erworben hat, der erwog zu 14 % auch den Kauf eines Neuwagens. Das sind zehn Prozentpunkte weniger als im Vorjahr und zeigt, dass die Angebotssituation besonders an jungen, Gebrauchtwagen sehr hoch war. Interessant ist ferner die Entwicklung der Zweitwagen: 2006 waren in 38 % der Käuferhaushalte zwei Pkw vorhanden, 2016 lag dieser Anteil bereits bei 49 %. Drei und mehr Fahrzeuge waren es 2006 und 2016 bei 9 % der Käuferhaushalte.

Nahezu auf Vorjahresniveau war das Haushaltsnettoeinkommen: Wenn ein Gebrauchtwagenkäufer 2016 von allen Mitgliedern seines Haushalts das gesamte monatliche Nettoeinkommen – also das Haushaltseinkommen nach Abzug aller Steuern und Sozialabgaben – zusammenrechnet, so kam er auf einen durchschnittlichen Betrag von 3.098 Euro. Für seinen Gebrauchtwagen gab der Gebrauchtwagenkäufer im Schnitt 11.430 Euro aus. Das heißt, bezogen auf das Jahreseinkommen (monatliches Haushaltsnettoeinkommen multipliziert mit 12) gab er fast ein Drittel seines jährlichen Haushaltsnettoeinkommens für die Anschaffung seines Pkw aus.

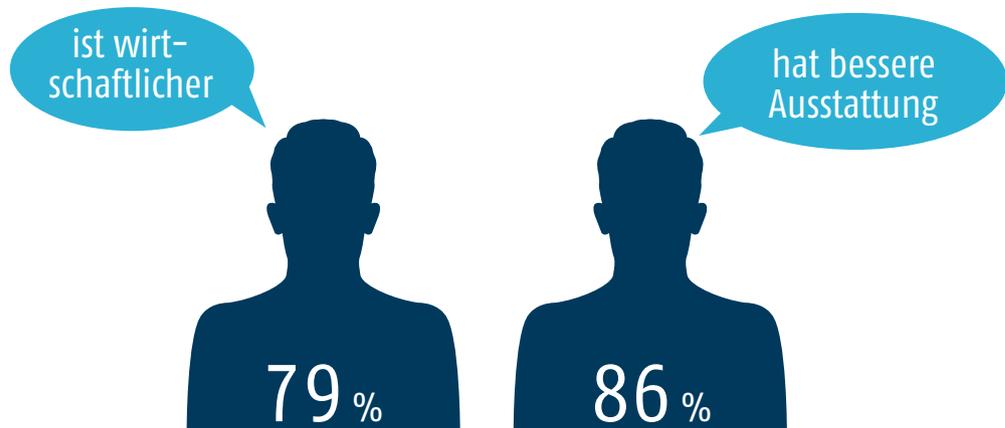
Ausgeprägte Internetnutzung

94 % aller Gebrauchtwagenkäufer hatten 2016 Zugang zum Internet, und wer Zugang zum Internet hatte, nutzte dieses im Schnitt zu 74 % bei der Kaufentscheidung. Die Käufer der Altersgruppe 30 bis 49 Jahre nutzten sogar zu 80 % das Internet, die Generation über 50 Jahre immerhin noch zu hohen 61 %. Wer das Internet im Rahmen des Gebrauchtwagenkaufs nutzte, besuchte zu 95 % die gängigen Online-Gebrauchtwagenplattformen. Den Wunschwagen fanden dort immerhin 46 % der Käufer und kauften diesen daraufhin bei dem jeweiligen privaten oder gewerblichen Anbieter.



der GW-Käufer nutzten das Internet für den Autokauf

P6 Vergleich jetziger Gebrauchtwagen zu Vorwagen 2016



ID: 2017P6

Quelle: DAT

Basis: Vorbesitz- und Zusatzkäufer



P7 Der Gebrauchtwagenkäufer 2016

♂ 58 %
♀ 42 %

41,2
Jahre alt

1,7
Pkw im Haushalt

21,2
Jahre Fahrpraxis

Käufer

72 %
Vorbesitzkäufer

74 %
nutzten Internet bei
Kfz-Kaufentscheidung

21 %
Erstkäufer

7 %
Zusatzkäufer

36 %
sind generell keiner
Automarke fest verbunden

10 %
haben auch Neuwagen
in Erwägung gezogen

3.098 €
Haushaltsnettoeinkommen

gab
11.430 €
für seinen Pkw aus

29 %
15.000 € und mehr

88 %
würden gleiches
Modell erneut kaufen

Gebrauchtwagen



der NW-Käufer haben auch einen Gebrauchtwagen in Erwägung gezogen

1.5 Der Neuwagenkäufer

Der Neuwagenmarkt in Deutschland ist vor allem ein Verdrängungsmarkt, d. h. mittlerweile ersetzen 85 % der Käufer beim Kauf ihres neuen Pkw ein bisheriges Fahrzeug, nur noch 7 % motorisierten sich zum ersten Mal mit einem fabrikneuen Pkw und 8 % erwarben einen Zweit- oder Drittwagen. Hierbei war das Thema Wirtschaftlichkeit für die Käufer besonders wichtig: Wie in Grafik P8 deutlich wird, war der neue im Vergleich zum bisherigen Pkw wirtschaftlicher (80 %). Ganze 89 % der befragten Neuwagenkäufer hatten eine bessere Ausstattung als beim alten Fahrzeug gewählt.

Die Käufer fabrikneuer Pkw des Jahres 2016 waren, das zeigt Grafik P9, im Schnitt 45,1 Jahre alt. Sie erreichten damit erneut ein geringeres Durchschnittsalter als die Fahrzeughalter, die das Kraftfahrt-Bundesamt (KBA) ermittelt. Das Durchschnittsalter der dort registrierten Halter lag 2015 bei rund 52,5 Jahren (die 2016er-Zahlen lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor). Man muss jedoch zwischen Haltern und Käufern differenzieren, da die Kaufentscheidung häufig jüngere Personen treffen, die nicht zwangsläufig mit denen in den Fahrzeugdokumenten eingetragenen Personen übereinstimmen müssen. Relevant jedoch ist, dass die für den DAT-Report befragten Personen die hauptsächlichsten Nutzer des Fahrzeugs sind. Wer sich für einen Neuwagen eines deutschen Premiumherstellers entschied, war im Schnitt 48 Jahre alt; das Durchschnittsalter der Käufer aller deutschen Fabrikate lag bei 45 Jahren, das von Käufern der Importmarken ebenfalls bei 45. Die Neuwagenkäufer mit mittlerer Reife bildeten mit 39 % die größte Gruppe, gefolgt von Hochschulabsolventen (25 %) und Käufern mit Abitur (24 %). 33 % der Neuwagenkäufer 2016 waren Angestellte, 18 % in leitender Funktion.

Neuwagenkäufer sind generell im Vergleich zu den Gebrauchtwagenkäufern stärker markenorientiert. 31 % (2015: 26 %) gaben an, immer die gleiche Automarke zu kaufen, 21 % bezeichneten sich – wie im Vorjahr – da-

gegen als nicht markenloyal. Grafik P9 zeigt ferner, dass Neuwagenkäufer bereits auf gut 25 Jahre Fahrpraxis mit dem eigenen oder einem ihnen zur Verfügung stehenden Fahrzeug zurückblicken konnten. 95 % betonten, es sei heutzutage wichtig, ein Automobil zu besitzen. 44 % gaben als Kaufgrund an, sie hätten Lust auf ein neues Fahrzeug gehabt.

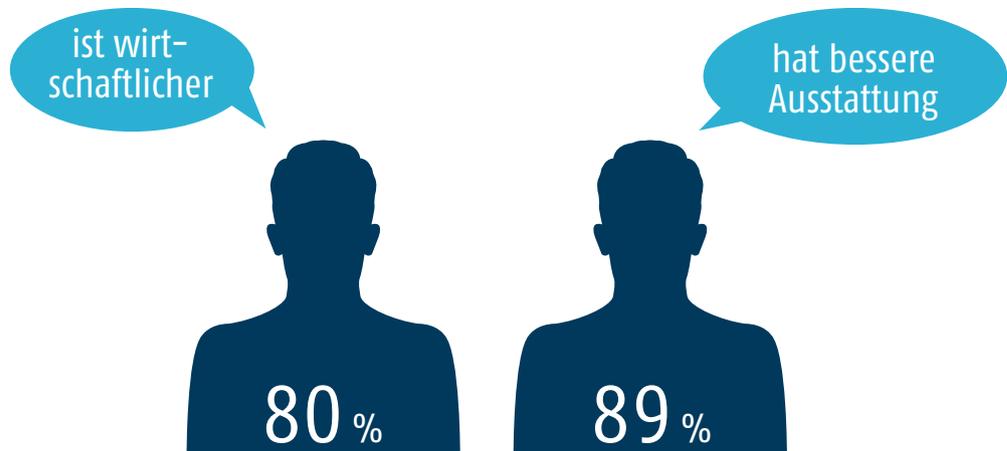
Höheres Haushaltsnettoeinkommen

Einen deutlichen Sprung nach oben, nicht nur gegenüber dem Vorjahr, sondern auch im Zehn-Jahres-Vergleich, machte das zur Verfügung stehende Einkommen der Neuwagenkäufer: Auf die Frage, das monatliche Nettoeinkommen aller Mitglieder des Haushalts aufzuzählen, kamen die Neuwagenkäufer 2016 auf eine durchschnittliche Summe von 4.111 Euro (2006: 3.070 Euro). Auch die Anzahl der Zweit- und Drittwagen nahm zu: 2006 hatten 47 % der Haushalte zwei Pkw, 9 % drei oder mehr. 2016 verfügten bereits 62 % über zwei Pkw und 12 % über drei oder mehr. Somit waren 2016 in jedem Neuwagenkäufer-Haushalt durchschnittlich 1,9 Pkw vorhanden. Es zeigte sich zudem, dass die Käufer 2016 deutlich mehr in ihre Fahrzeuge investierten, als dies in den letzten Jahren der Fall war: 29.650 Euro gaben die Neuwagenkäufer im Schnitt für ihren Pkw aus, 82 % davon investierten 15.000 Euro oder mehr. Aufgrund der großen Vielfalt an jungen, sofort verfügbaren Gebrauchtwagen, hatten sich wie im Vorjahr 22 % der Neuwagenkäufer auch überlegt, einen Gebrauchtwagen zu kaufen. Bei Frauen war diese Überlegung mit 24 % etwas ausgeprägter als bei Männern (21 %).

Bedeutung des Internets

Wie im Vorjahr hatten 98 % aller Neuwagenkäufer 2016 Zugang zum Internet, 76 % von ihnen haben es im Rahmen des Kaufprozesses genutzt – ein Anstieg um acht Prozentpunkte gegenüber 2015. Zum Vergleich: Vor zehn Jahren hatten erst 77 % einen Internetzugang, für die Kaufentscheidung genutzt hatten diesen nur 53 %.

P8 Vergleich jetziger Neuwagen zu Vorwagen 2016



ID: 2016P7

Quelle: DAT

Basis: Vorbesitz- und Zusatzkäufer



P9 Der Neuwagenkäufer 2016

♂ 68 %
♀ 32 %

45,1
Jahre alt

1,9
Pkw im Haushalt

25,3
Jahre Fahrpraxis

Käufer

85 %
Vorbesitzkäufer

76 %
nutzten Internet bei
Kfz-Kaufentscheidung

7 %
Erstkäufer

21 %
sind generell keiner
Automarke fest verbunden

8 %
Zusatzkäufer

22 %
haben auch Gebrauchtwagen
in Erwägung gezogen

4.111 €
Haushaltsnettoeinkommen

gab
29.650 €
für seinen Pkw aus

82 %
15.000 € und mehr

95 %
würden gleiches
Modell erneut kaufen

Neuwagen

2. Gebrauchtwagen

2.1 Informationsverhalten

Die Gebrauchtwagenkäufer informierten sich im Jahr 2016 etwas intensiver als im Vorjahr. Jeder Käufer nutzte im Schnitt 3,4 Informationsquellen. Das sind 0,5 Quellen mehr als 2015 (2,9). Grafik **P10** zeigt: Die Pkw-Käufer 2016 nutzten als Top-Quelle Online-Verkaufsplattformen

(70 %) wie mobile.de oder Autoscout24. Dahinter (63 %) reihte sich der Austausch mit Bekannten und Kollegen ein. Auch der Handel spielte wieder eine deutlich

wichtigere Rolle: 44 % der Informationen bezogen die Käufer von ihrem eigenen Händler und ebenfalls

43 % von Besuchen bei anderen Händlern. Der Kontakt mit dem eigenen Händler, seine Beratung und Meinung wird mit steigendem Alter der Käufer immer wichtiger: Für die

Vertreter der Generation der 30- bis 49-Jährigen galt der eigene Händler mit 46 % als wichtige Quelle, bei der Generation 50 plus waren es sogar 55 %, das sind immerhin

43 % von Besuchen bei anderen Händlern. Der Kontakt mit dem eigenen Händler, seine Beratung und Meinung wird mit steigendem Alter der Käufer immer wichtiger: Für die

Vertreter der Generation der 30- bis 49-Jährigen galt der eigene Händler mit 46 % als wichtige Quelle, bei der Generation 50 plus waren es sogar 55 %, das sind immerhin

43 % von Besuchen bei anderen Händlern. Der Kontakt mit dem eigenen Händler, seine Beratung und Meinung wird mit steigendem Alter der Käufer immer wichtiger: Für die

Vertreter der Generation der 30- bis 49-Jährigen galt der eigene Händler mit 46 % als wichtige Quelle, bei der Generation 50 plus waren es sogar 55 %, das sind immerhin

43 % von Besuchen bei anderen Händlern. Der Kontakt mit dem eigenen Händler, seine Beratung und Meinung wird mit steigendem Alter der Käufer immer wichtiger: Für die

Vertreter der Generation der 30- bis 49-Jährigen galt der eigene Händler mit 46 % als wichtige Quelle, bei der Generation 50 plus waren es sogar 55 %, das sind immerhin

zehn Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Über ihren nächsten Gebrauchtwagen informierten sich Frauen deutlich stärker in der Offline- als in der Online-Welt. 89 % nutzten mindestens eine Offline-, 67 % mindestens eine Online-Quelle. Bei Männern war das Verhältnis 88 % zu 70 %. Die Männer nannten allerdings die persönliche Kommunikation (61 %) an zweiter Stelle nach den Online-Börsen mit 71 % als Informationsquelle für den aktuellen Gebrauchtwagenkauf.

Rolle des Internets

Die Bedeutung des Internets für den Gebrauchtwagenkauf hat in den letzten Jahren ein sehr hohes Niveau erreicht, und auch die Verfügbarkeit des Internets über Smartphones und Tablet-PCs hat speziell in den vergangenen drei Jahren enorm zugenommen. 2016 gaben 94 % aller Gebrauchtwagenkäufer an, über einen Internetzugang zu verfügen. Die Käufer in einem Alter von unter 30 Jahren hatten zu 100 % Internetzugang. Die Generation von 50 bis 59 Jahren hatte zu 6 % keinen Internetzugang, bei den Käufern mit 60 Jahren und älter lag der Wert mit 37 % deutlich höher. Insgesamt haben von allen Käufern mit Internetzugang 74 % auch tatsächlich das Internet beim Gebrauchtwagenkauf genutzt. Nahezu jeder davon (95 %) besuchte sogenannte Gebrauchtwagenbörsen oder Online-Marktplätze für die Informationsbeschaffung vor dem Kauf. Nach dem Besuch eines solchen Marktplatzes fanden 46 % ihr Wunschfahrzeug und haben es daraufhin von privat oder im Handel erworben. Hochgerechnet auf die Gesamtsumme bedeutet dies, dass 30 % aller im Jahr 2016 ge-



P10 Informationsquellen der Gebrauchtwagenkäufer 2016

Online:

- 70 % Online-Verkaufsplattformen (mobile.de, Autoscout24, ...)
- 33 % Suchmaschinen (Google, ...)
- 13 % Soziale Netzwerke/ Foren/Blogs
- 10 % Testberichte
- 3 % Abfrage von Fahrzeugwerten (wie z. B. www.dat.de)
- 3 % Videos im Internet (YouTube,...)

Offline:

- 63 % Gespräche mit Kollegen/ Bekannten/Verwandten
- 44 % Besuch verschiedener Händler
- 43 % Händler/Werkstatt, bei dem/der man aktuell Kunde ist
- 37 % Probefahrt
- 12 % Anzeigen in Printmedien
- 7 % Testberichte in Printmedien
- 1 % Anfragen bei Sachverständigen (DAT, Dekra, GTÜ, KÜS, TÜV ...)





Kundenansprache verbessern

- 1) Beratungsqualität offline stärken: Gebrauchtwagenkäufer nutzen zahlreiche Offline-Informationsquellen vor dem Autokauf. Immerhin 43 % befragten ihre/n eigene/n Händler/Werkstatt, 44 % besuchten andere Händler. Dieses Offline-Potenzial kann weiter ausgebaut werden, indem bereichsübergreifend (Werkstatt und Verkauf) gedacht und ein besonderer Fokus auf die Beratungsqualität z. B. bei Werkstattbesuchen oder bei telefonischen Anfragen gelegt wird.
- 2) Auf Online-Händlerbewertungen schnell reagieren: Auf Kommentare (negativ und positiv) stets antworten, um Professionalität zu zeigen. Immerhin haben 23 % wegen des Internets den Händler gewechselt.

P11 Rolle des Internets 2016



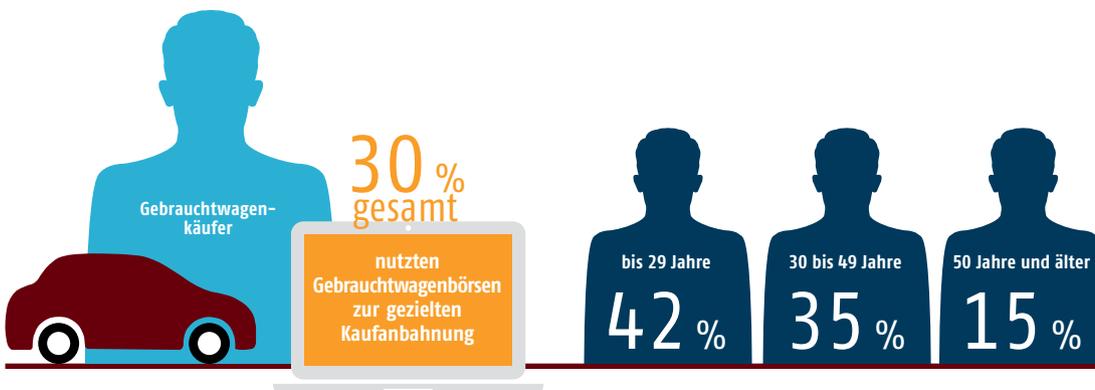
ID: 2016P10

Quelle: DAT

kaufen Gebrauchtwagen über ein Inserat einer Online-Börse erworben wurden (vgl. Grafik P12). Allerdings ist dies ein leichter Rückgang gegenüber dem Vorjahr (2015: 35 %). Bezogen auf das Alter der online-affinen Käufer nutzten die unter 30-Jährigen die Abfrage von Inseraten im Internet zu 98 % – und damit in gleichem Maße wie im Vorjahr. Selbst die Generation 50 plus, die im Rahmen des Kaufprozesses das Internet nutzte, suchte zu rekordverdächtigen 92 % die passenden Online-Inserate auf Gebrauchtwagenplattformen. Das Internet ist jedoch nicht nur wichtig beim Gebrauchtwagenkauf, es beeinflusst auch die Verhaltensweise hinsichtlich Marke, Modell oder Kaufort und bringt seit Jahren eine

neue Dynamik in den Automarkt. Wie Grafik P11 zeigt, bezeichneten 39 % aller Gebrauchtwagenkäufer das Internet als ursächlich, um einen Händler zu kontaktieren, der sich nicht in der näheren Umgebung des eigenen Wohnorts befand. 31 % haben sich für eine andere Marke als ursprünglich geplant entschieden. 23 % haben aufgrund des Internets den eigentlich anvisierten Händler gewechselt. Immerhin 21 % wechselten aufgrund ihrer Recherche im Internet das Modell, blieben jedoch ihrer einst präferierten Marke treu. Und 18 % derer, die das Internet im Rahmen des Kaufprozesses genutzt hatten, entschieden sich für einen Gebrauchtwagen statt für einen Neuwagen. Zu guter Letzt haben 14 % der Gebrauchtwagenkäufer sogar das Händlerangebot verworfen und bei einer Privatperson gekauft, umgekehrt hatten ebenfalls 14 % aufgrund des Internets statt von privat beim Handel gekauft.

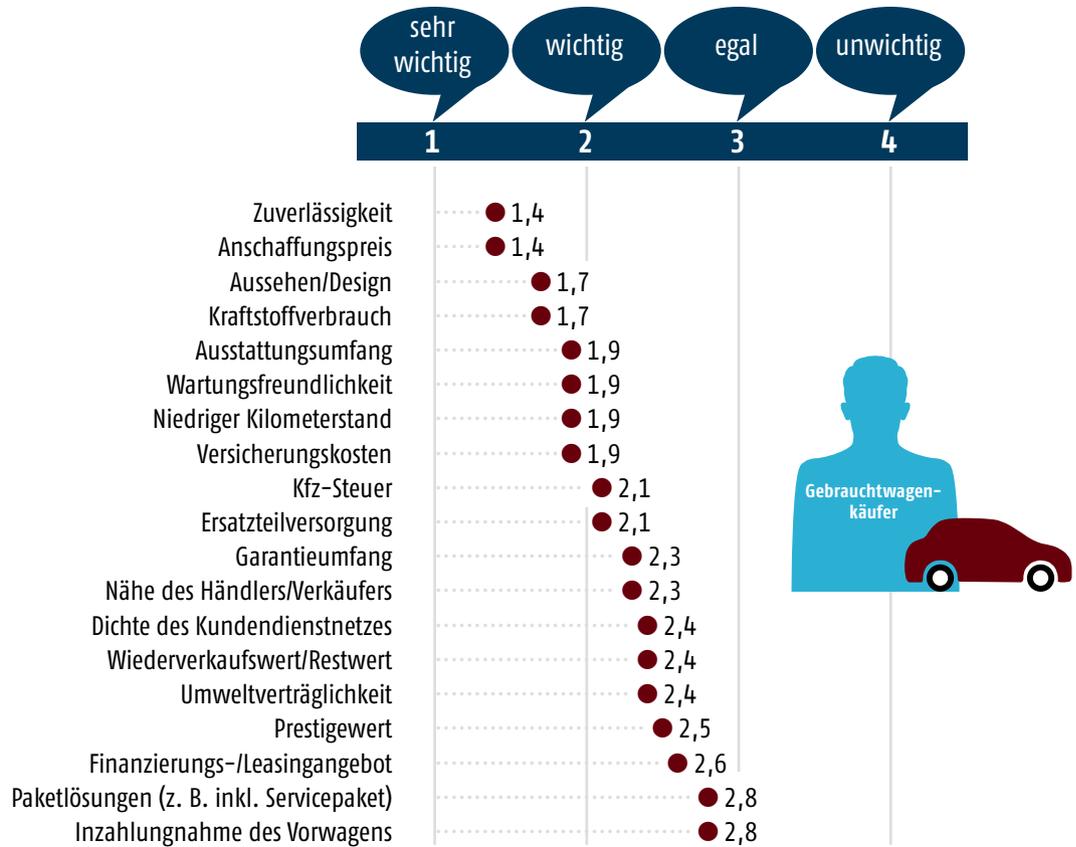
P12 Gebrauchtwagenbörsen 2016



ID: 2016P11

Quelle: DAT

P13 Bewertungskriterien beim Gebrauchtwagenkauf 2016



ID: 09661061

Quelle: DAT

2.2 Kaufkriterien

Beim Pkw-Kauf sind Marke und Modell oftmals entscheidende Kaufkriterien. Doch auch eine Reihe von weiteren Punkten, von der Zuverlässigkeit bis zum Garantieumfang oder der Inzahlungnahme des Vorwagens, nimmt Einfluss auf die Kaufentscheidung. Die Bedeutung der einzelnen Kriterien hat sich bei den Gebrauchtwagenkäufern des Jahres 2016 gegenüber dem Vorjahr kaum verändert (vgl. Grafik P13). Mit 1,4 stand die „Zuverlässigkeit“ an der Spitze aller Kriterien. Danach folgten der Anschaffungspreis und das Aussehen/Design, das mit dem Kraftstoffverbrauch auf Augenhöhe lag. Der Maßstab der Benotung dieser und weiterer Kriterien geht dabei von 1 = sehr wichtig bis 4 = unwichtig.

Es zeigt sich, dass je nach Käufergruppe die einzelnen Kriterien recht unterschiedlich benotet wurden. Bezogen auf das Alter der Käufer gilt: Je jünger die Käufer, desto wichtiger waren für sie der niedrige Anschaffungspreis, die Versicherungskosten sowie die Höhe der Kfz-Steuer. Für die Generation 50 plus spielten erneut die Nähe des Händlers, der Wiederverkaufswert ihres Gebrauchtwagens, die Dichte des Kundendienstnetzes und das In-

zahlungnahmeangebot des Händlers eine wichtigere Rolle. Unterschieden nach Geschlecht, legten Frauen neben einem günstigen Anschaffungspreis, niedrigen Steuern und den Versicherungskosten einen höheren Wert auf die Umweltverträglichkeit sowie den Kraftstoffverbrauch ihres Fahrzeugs als Männer. Beim Prestigewert oder den Ausstattungsmerkmalen ergab die Befragung ein genau umgekehrtes Ergebnis.

Grafik P14 zeigt, dass die Betrachtung von Bewertungskriterien beim Gebrauchtwagenkauf nach Kaufort deutliche Unterschiede aufweist. Käufer auf dem Privatmarkt setzten die Zuverlässigkeit auf den zweiten Rang nach dem Preis. Aussehen/Design folgte mit deutlichem Abstand auf dem dritten Platz. Käufer beim Markenhandel bewerteten den Ausstattungsumfang ihrer neuen Gebrauchtwagen höher als z. B. den Kraftstoffverbrauch. Kilometerstand und Wartungsfreundlichkeit folgten auf den Plätzen 6 und 7, auf Rang 8 reihte sich der Garantieumfang ein. Letztgenanntes Kriterium spielte bei den Privatmarkt-Käufern logischerweise eine weniger wichtige Rolle und erreicht nur Platz 16. Aber auch im freien Handel wurde der Garantieumfang mit Platz 11 eher im mittleren Bereich verortet.



Rangplatz der Bewertungskriterien 2016

Wer beim freien Händler gekauft hat, sieht – wie auch der Privatmarkt-Käufer – dagegen die Versicherungskosten (jeweils Platz 5) als deutlich relevanter an, als die Käufer beim Markenhandel (Platz 9).

Die Markenhandel-, Freier-Handel- und Privatmarkt-Käufer schätzten das Kriterium Kraftstoffverbrauch (Platz 5, 4 und 4) deutlich wichtiger ein als die Umweltverträglichkeit (Platz 14, 15 und 13). Wie die Autokäufer generell zu diesen Themen stehen, zeigt der Exkurs „Abgas und alternative Antriebe“ auf Seite 48 ff.

2.3 Der Ø-Gebrauchtwagen

Grafik P15 stellt die Merkmale des durchschnittlichen Gebrauchtwagens dar: Das Durchschnittsalter der 2016 gekauften Gebrauchten lag bei 6,4 Jahren (2015: 6,2). Mit 1.667 ccm Hubraum und 121 PS waren sie erneut besser motorisiert als im Jahr zuvor (1.651 ccm und 116 PS). Mit 76.200 km lag die durchschnittliche Laufleistung aller verkauften Gebrauchtwagen 2.080 km über dem 2015er-Wert von 74.120 km. Eine Unterscheidung nach Teilmärkten ist zu Beginn dieses Kapitels in Grafik P1 aufgeführt. Demnach wurden die ältesten Fahrzeuge mit der höchsten Laufleistung (103.310 km) auch 2016 auf dem Privatmarkt gehandelt. Bezogen auf das Fabrikat wiesen Gebrauchtwagen der deutschen Premiummarken mit durchschnittlich 79.610 km die höchste Laufleistung auf. Alle deutschen Marken, d. h. Premium- und Volumenmarken, hatten im Schnitt 78.880 km beim Kauf auf dem Tacho. Die Importmarken lagen mit durchschnittlich 71.080 km deutlich darunter. Erwartungsgemäß wurden die jüngsten Fahrzeuge mit entsprechend geringer Fahrleistung über den Markenhandel verkauft (vgl. Grafik P18, S. 25). Sehr junge Gebrauchte, Vorführwagen und Fahrzeuge mit Tageszulassung beeinflussen auch auf diesem Teilmarkt Ø-Alter und -Laufleistung.

■ Rangplatz 1-5 ■ Rangplatz 6-10 ■ Rangplatz 11-15 ■ Rangplatz 16-19

Gesamt Rangplatz	Bewertungskriterium	Kaufort		
		Markenhandel	Freier Handel	Privatmarkt
1	Zuverlässigkeit	1	1	2
2	Anschaffungspreis	2	2	1
3	Aussehen/Design	3	3	3
4	Kraftstoffverbrauch	5	4	4
5	Ausstattungsumfang	4	8	7
6	Wartungsfreundlichkeit	7	6	6
7	Niedriger Kilometerstand	6	7	10
8	Versicherungskosten	9	5	5
9	Kfz-Steuer	10	9	8
10	Ersatzteilversorgung	12	10	9
11	Garantieumfang	8	11	16
12	Nähe des Händlers/Verkäufers	11	12	11
13	Dichte des Kundendienstnetzes	15	13	12
14	Umweltverträglichkeit	14	15	13
15	Wiederverkaufswert/Restwert	13	14	14
16	Prestigewert	17	16	15
17	Finanzierungs-/Leasingangebot	16	17	18
18	Paketlösungen (z. B. inkl. Servicepaket)	19	19	17
19	Inzahlungnahme des Vorwagens	18	18	19

ID: 2015P28

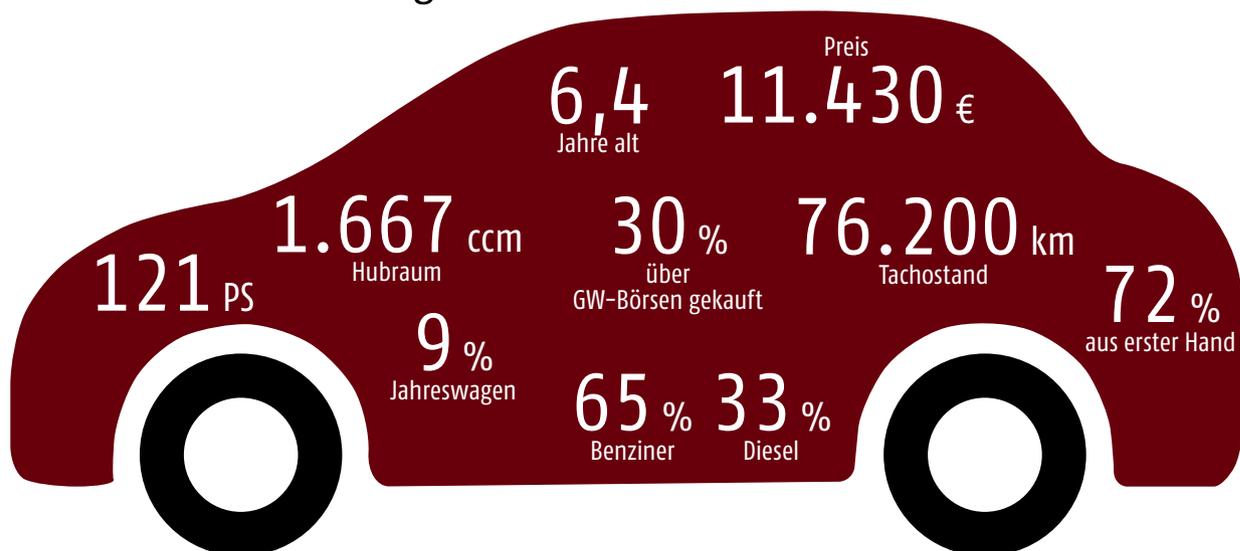
Quelle: DAT

Vorbesitzer: Wer und wie viele?

Im Jahr 2016 hatten 72 % aller Gebrauchtwagen nur einen Vorbesitzer. Die Mehrheit der Fahrzeuge aus erster Hand verkauft der Markenhandel, bei ihm wurden 85 % aller Fahrzeuge mit nur einem Vorbesitzer erworben.

>>

P15 Der Ø-Gebrauchtwagen 2016



ID: 2016P14

Quelle: DAT

Der Privatmarkt kam nur auf 59 % – ein Rückgang um sechs Prozentpunkte. Der freie Handel verkaufte nur 63 % seiner Gebrauchtwagen aus erster Hand – ein Rückgang um sieben Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Im Durchschnitt über alle sogenannten Kauforte betrachtet, hatte jeder Gebrauchtwagen, der im Jahr 2016 gekauft wurde, 1,4 Vorbesitzer.

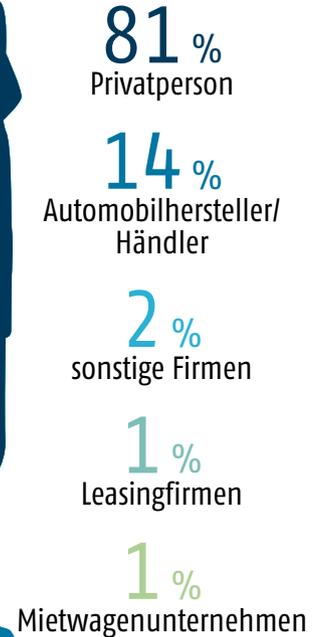
Wer diese Vorbesitzer waren, zeigt Grafik **P16**: Im Fahrzeugbrief fanden sich zu 81 % Privatpersonen, zu 14 % war das Fahrzeug vorher auf einen Händler oder einen Automobilhersteller bzw. Importeur zugelassen – ein Plus von vier Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. Der Marktanteil der ehemaligen Leasingfahrzeuge sank um einen Prozentpunkt auf nur noch 1 %. Wie im Vorjahr gaben 9 % der Gebrauchtwagenkäufer an, einen „Jahreswagen“ gekauft zu haben. Hochgerechnet auf die Gesamtmenge aller Gebrauchtwagen waren dies insgesamt rund 650.000 Fahrzeuge. Der Jahreswagenanteil erreichte bei den fabrikatsgebundenen Händlern 15 % und ist damit um zwei Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr gefallen. Nach Fabrikatsgruppen betrachtet, konnten 9 % aller Gebrauchtwagen von deutschen Marken der Kategorie „Jahreswagen“ zugeordnet werden. Die Importmarken kamen auf 8 %. Speziell die Gebrauchten der deutschen Premiummarken waren zu 10 % jünger als zwölf Monate.

2.4 Kaufort

Ein Gebrauchtwagen kann an drei Orten erworben werden: Erstens beim Markenhandel, das sind alle fabrikatsgebundenen Händler, die mit einem Automobilhersteller in einem vertraglichen Verhältnis stehen. Zweitens beim freien Handel und drittens auf dem Privatmarkt. Dort werden von privat an privat ohne gesetzliche Gewährleistung Autos „wie gesehen“ verkauft. Bundesweit wurde in der Vergangenheit mehrheitlich knapp die Hälfte aller Gebrauchten auf dem Privatmarkt gehandelt.



P16 Vorbesitzer der Gebrauchtwagen 2016



Differenz zu 100 % = keine Angaben

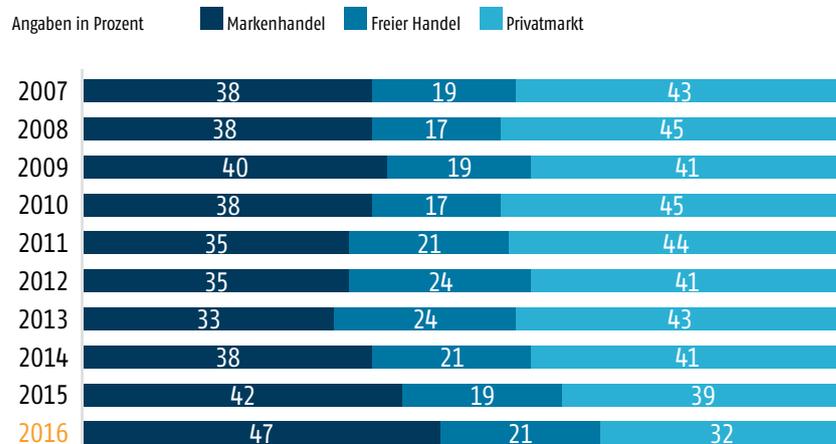
ID: 2014108

Quelle: DAT

Seit dem Höchstwert von 53 % im Jahr 2003 ging der Marktanteil des Privatmarkts spürbar zurück. Nach 41 % im Jahr 2014 und 39 % im Jahr 2015 hat er nochmals sieben (!) Prozentpunkte verloren und kam 2016 nur noch auf 32 %. Das ist erneut ein historischer Tiefstand

P17 Marktanteile im Gebrauchtwagengeschäft

Angaben in Prozent



ID: 09061004

Quelle: DAT



Sortimentspolitik anpassen

Fahrzeuge älter als sechs Jahre sind vor allem für Einsteiger hochattraktiv. Der Markenhandel konnte in diesem Segment zwar leicht wachsen, die Mehrheit im Sortiment waren jedoch junge Gebrauchte. Diese wiederum müssen strategisch als separates Profit-Center betrachtet werden, um Risiken (z. B. Kannibalisierung mit Neuwagen/Neuwagenaktionen der Hersteller) zu vermeiden.

seit Beginn der Aufzeichnungen für den DAT-Report im Jahr 1974. Gewinner des letzten Jahres war erneut der Markenhandel, der seinen Anteil 2016 auf 47 % deutlich steigern konnte. Der freie Handel erhöhte seinen Anteil von 19 % auf 21 % (vgl. Grafik P17).

Fahrzeugalter und Kaufort

Die Betrachtung der Marktanteile in Abhängigkeit vom Fahrzeugalter (siehe hierzu Grafik P18) zeigt die Dominanz des Markenhandels bei jungen Gebrauchtwagen: 73 % der bis drei Jahre alten Fahrzeuge wurden dort erworben. Das ist eine erneute Steigerung im Vergleich zum Vorjahr (2015: 65 %). Der freie Handel lag bei 13 % und damit erneut unter dem Wert vom Vorjahr (2015: 15 %). Auf dem Privatmarkt wurden mit nur 14 % deutlich weniger junge Gebrauchtwagen gehandelt als 2015 (20 %). Bei der Betrachtung der Gebrauchtwagen, die

älter als sechs Jahre waren, ist das Verhältnis erstmals nahezu ausgewogen: 51 % dieser Fahrzeuge sind auf dem Privatmarkt und damit vollständig ohne Beteiligung des Handels verkauft worden. Der freie und der markengebundene Handel zusammen erreichten in diesem Alterssegment 49 % – das ist eine enorme Steigerung gegenüber dem Vorjahr.

Ein weiterhin sehr wichtiges und für den Endverbraucher attraktives Segment sind die Gebrauchtwagen mit einem Alter von drei bis sechs Jahren. Auch hier konnte der Markenhandel erneut Anteile vom Privatmarkt erobern und erreichte einen hohen Wert von 50 %. Damit scheint die Angst vor möglichen und eventuell sogar falsch verstandenen Gewährleistungsansprüchen zurückgegangen zu sein. Der freie Handel konnte in diesem Alterssegment seinen Anteil von 20 % nicht halten, verlor aber nur einen Prozentpunkt und erreichte 19 %.

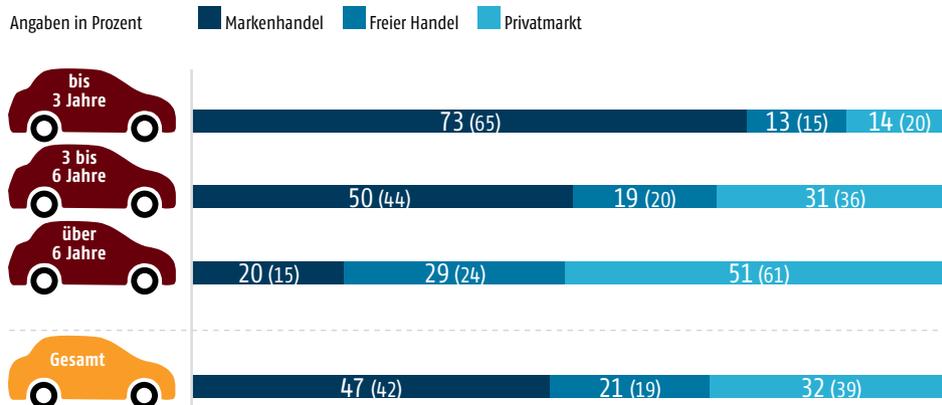
Markenhändler-Bewusstsein

Kauft man einen Gebrauchtwagen derselben Marke, die der Händler auch als Neuwagen vertreibt, spricht man von „Markenhändler-Bewusstsein“. Dieses ist bei den Gebrauchtwagenkäufern des Jahres 2016 auf 79 % gestiegen (2015: 73 %), d. h. 79 % der Käufer beim fabrikatsgebundenen Handel erwarben ein gebrauchtes Fahrzeug derselben Marke, die der Vertragshändler auch als Neuwagen verkauft. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass „Fremdmarken“ im Sortiment eines Markenhändlers nur von 21 % der Käufer gesucht und gekauft wurden – ein deutlicher Rückgang von sechs Prozentpunkten gegenüber 2015. Ganz offenbar waren entweder vom Markenhandel weniger Fremdmarken aktiv zugekauft worden, oder – wenn sie über Inzahlungnahmen in den Bestand gekommen sind – wurden sie nach entsprechender Identifikation per VIN-Abfrage zur Ermittlung der Ausstattungsmerkmale, Bewertung und Verwendungsentscheidung nicht an Endverbraucher (B2C), sondern an Wiederverkäufer (B2B) verkauft.



Privatmarktanteil = erneut historischer Tiefstand

P18 Marktanteile im Gebrauchtwagengeschäft nach Fahrzeugalter 2016 (2015)



P19 Gebrauchtwagenpreise

€ Durchschnittspreis in Euro

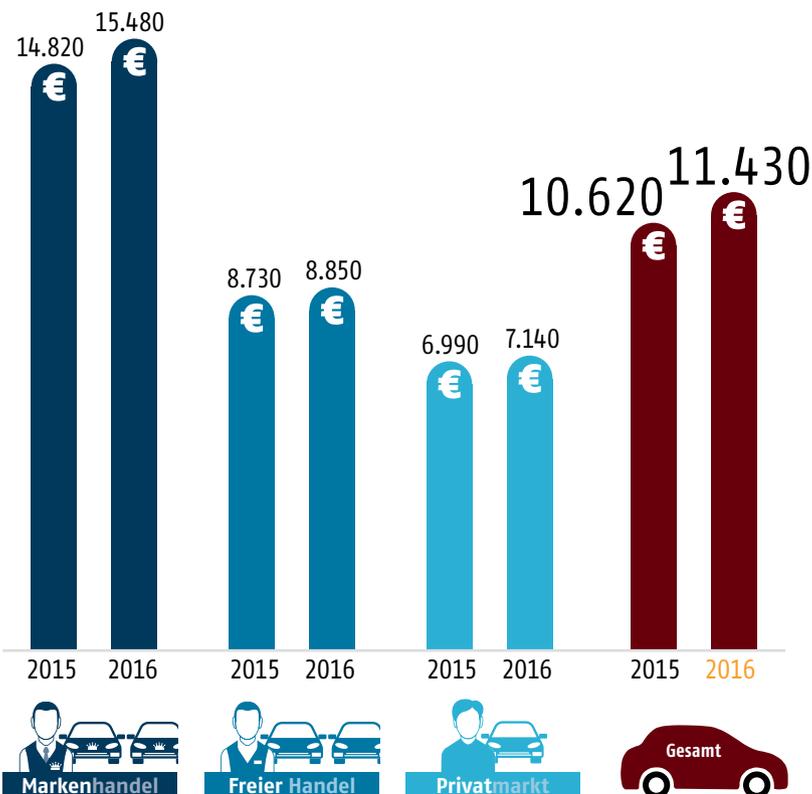


ID: 09081006

Quelle: DAT

P20 Gebrauchtwagenpreise nach Teilmärkten

Durchschnittspreis in Euro



ID: 09091007

Quelle: DAT

2.5 Anschaffungspreise

Die Preise auf dem Gebrauchtwagenmarkt kommen durch Angebot und Nachfrage zustande. Sind Endverbraucher bereit, mehr in den Pkw-Kauf zu investieren, wirkt sich das auf die Preise und Fahrzeugwerte aus, die beispielsweise von der DAT für alle Gebrauchtwagen in Deutschland ermittelt werden. 2016 war ein Jahr, in dem Autokäufer deutlich mehr Geld in ihre Fahrzeuge investiert haben, als dies noch 2015 der Fall war. Wie Grafik P19 zeigt, lag der Gebrauchtwagen-Durchschnittspreis des vergangenen Jahres mit 11.430 Euro auf einem Rekordniveau (2015: 10.620 Euro) und auch erstmals über der Schwelle von 11.000 Euro seit Beginn der Aufzeichnungen für den DAT-Report im Jahr 1974. Der Anstieg um knapp 8 % zum Vorjahr hat mehrere Ursachen: Die Fahrzeuge waren deutlich besser ausgestattet als im Vorjahr, der Anteil des Markenhandels ist gestiegen, und 26 Jahre nach der Wiedervereinigung ist eine Angleichung des Käuferverhaltens in Ost und West sichtbar geworden. In den vergangenen Jahren lagen die Durchschnittspreise im Osten stets unter denen im Westen, nun ist das Niveau identisch. Ferner wurden zu großen Teilen junge Fahrzeuge gekauft, darunter auch zahlreiche SUVs, und besonders Käufer deutscher Premiummarken investierten kräftig in ihre Fahrzeuge. Die gute wirtschaftliche Lage und die geringe Arbeitslosenquote unterstützten diesen Trend.

Die Preise auf den Teilmärkten

Die Gebrauchtwagen-Durchschnittspreise, die auf den drei Teilmärkten bezahlt wurden, haben sich 2016 unterschiedlich entwickelt: Wurde der Gebrauchte beim Markenhändler erworben, ist der Preis um 5 % gestiegen, beim freien Händler um 1 %. Auf dem Privatmarkt wur-



Zusatzangebote schaffen

Gebrauchtwagenkäufer waren 2016 in hohem Maße bereit, in ihre Mobilität zu investieren. Gestiegen ist hierbei ebenfalls die Finanzierung. Für den Handel bedeutet dies, Zusatzangebote zu schaffen, die er dem Käufer zur verbesserten Kundenbindung offerieren kann. Dazu gehören z. B. einfache Services wie ein Gutscheinheft für Inspektionen, ein Starterpaket, eine monatliche Autowäsche oder auch ein Aufbereitungspaket (Innen- und/oder Außenaufbereitung). Gleiches gilt für die Einlagerung von Reifen. Komplexere Produkte gegen Aufpreis wären z. B. das Zur-Verfügungstellen eines Cabriolets über ein Wochenende im Sommer oder das Verleihen von Zubehör wie eine Dachbox. Diese Leistungen lassen sich in die monatliche Rate oder den Kaufpreis einrechnen.

den dagegen durchschnittlich 2 % teurere Gebrauchtwagen gekauft als im Vorjahr. Der höchste Durchschnittspreis wurde, wie auch in den Jahren zuvor, beim Markenhandel bezahlt. 2016 lag er bei 15.480 Euro und damit – wie bereits erwähnt – rekordverdächtig 5 % über dem Vorjahreswert (vgl. Grafik P20). Beeinflusst haben diesen Preis mehrere Faktoren: Der fabrikatsgebundene Handel bietet die mit Abstand qualitativ besten Fahrzeuge an, die 2016 zu 84 % mit einer Gebrauchtwagen-garantie verkauft wurden (zum Vergleich: Auf dem Pri-

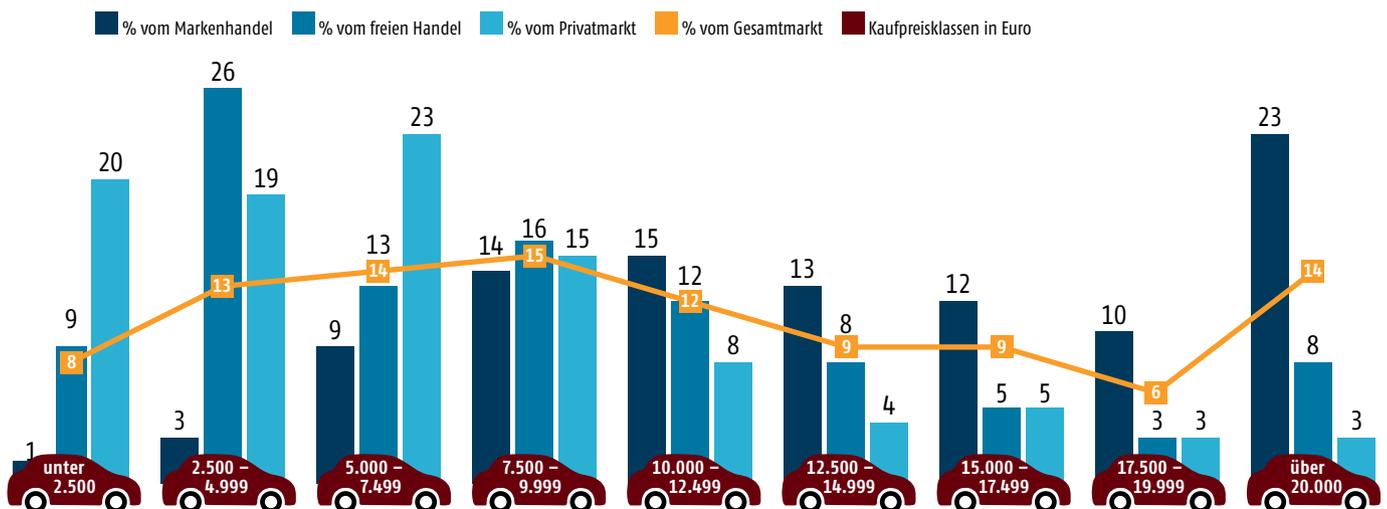
vatmarkt wurden 2016 nur 7 % (!) aller Gebrauchtwagen mit einer Garantie verkauft; siehe hierzu Grafik P27, S. 32). Ferner resultiert der höhere Preis auch aus dem geringen Alter und der geringen Laufleistung der dort gehandelten Gebrauchtwagen. Zu ihnen gehören auch Vorführwagen und Fahrzeuge mit Tageszulassung, die man üblicherweise nur beim Markenhandel findet.

Aber auch in der Verschiebung der Anteile bei den Kaufpreisklassen, wie es in Grafik P21 zu sehen ist, liegt ein Grund für die höheren Durchschnittspreise: Im Vergleich zum Vorjahr wurden 4 % mehr Gebrauchtwagen über 10.000 Euro, gleichzeitig auch deutlich weniger günstige Fahrzeuge unter 10.000 Euro gekauft. Ein starker Rückgang konnte in der Kaufpreisklasse zwischen 5.000 Euro und 7.499 Euro beobachtet werden. Der Anteil des freien Handels fiel hier von 22 % auf 13 %. Der Anteil der Fahrzeuge beim Markenhandel ab einer Preisklasse von 15.000 Euro stieg dagegen von 43 % auf 45 %, im Bereich der verkauften Gebrauchtwagen ab 20.000 Euro waren es wie im Vorjahr 23 %.

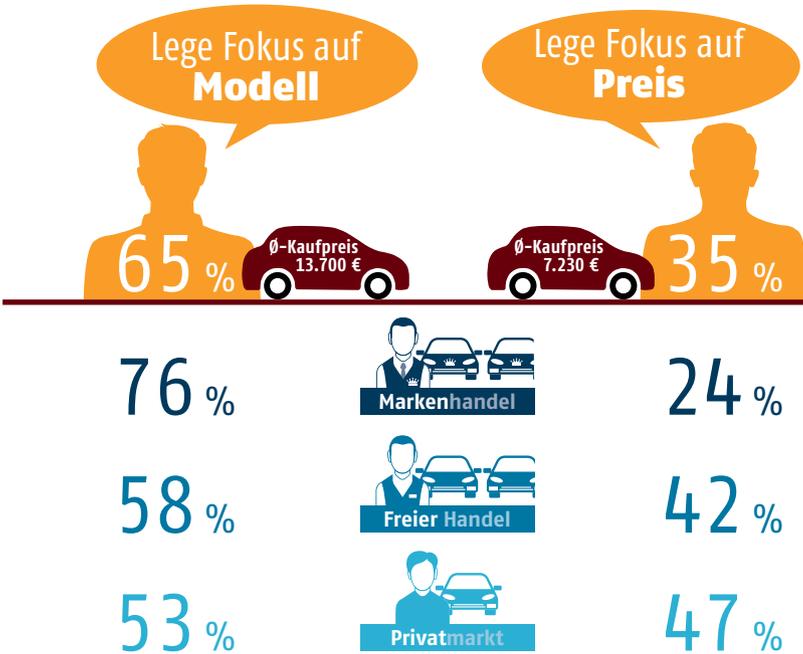
Die Preise nach Fabrikat

Sehr starke Unterschiede zeigen sich auch bei der Betrachtung von Gebrauchtwagen-Durchschnittspreisen nach Fahrzeugmarke. Im Jahr 2016 reichte die Bandbreite von 7.440 Euro bis 18.210 Euro. Die höchsten Durchschnittspreise wurden erwartungsgemäß erneut für Modelle der Premiumfabrikate Audi, BMW und Mercedes-Benz (durchschnittlich 17.790 Euro – ein Anstieg um knapp 6 %) bezahlt, die niedrigsten mit 7.740 Euro für Modelle der italienischen Hersteller. Der Durchschnittspreis für Gebrauchte aller deutschen Hersteller lag bei 12.710 Euro, die Importeursfabrikate zusammen wurden im Schnitt für 8.970 Euro gehandelt. Käufer, die sich selbst als nicht markenloyal bezeichneten, investierten 7.500 Euro in ihren Gebrauchtwagen.

P21 Kaufpreisklassen bei Gebrauchtwagen 2016



P22 Modell vs. Preis: Priorität beim Gebrauchtwagenkauf 2016



ID: 2015P10

Quelle: DAT

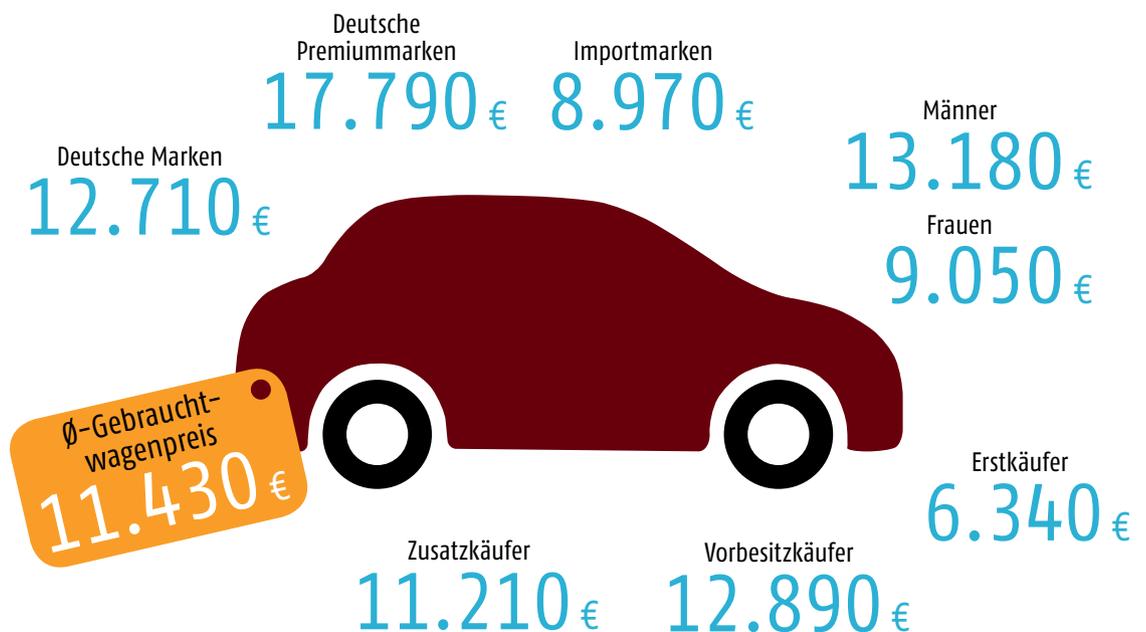
Kaufabsicht beeinflusst Kaufort

Im Jahr 2016 stand für knapp zwei Drittel der Gebrauchtwagenkäufer schon vor dem Kauf fest, welches Modell sie anschaffen werden (2015: 66 %). Diese Käufergruppe kaufte zu 55 % (2015: 49 %) beim Markenhandel und nur zu 26 % (2015: 31 %) auf dem Privatmarkt. Damit hatte der Markenhandel erneut einen stärkeren Einfluss bei den Käufern mit konkreten Fahrzeugvorstellungen gewonnen. Wer dagegen von vornherein auf einen bestimmten Preis festgelegt war – 2016 war das bei gut einem Drittel der Gebrauchtwagenkäufer der Fall –, der bediente sich zu 43 % auf dem Privatmarkt. Der Markenhandel erreichte bei dieser Käufergruppe einen Marktanteil von 32 %. Das ist ein leichter Anstieg um fünf Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. Damit wird deutlich: Käufer, die auf einen bestimmten Kaufpreis fixiert waren, suchten ihren Gebrauchten vor allem in den Privatinsparaten. Sie wurden teilweise aber auch – da insgesamt mehr Geld in den Gebrauchtwagenkauf investiert wurde – beim Markenhandel fündig.

Prioritäten: Preis oder Modell?

Eine andere Sichtweise auf die Kaufabsichten zeigt Grafik P22: 76 % aller Gebrauchtwagenkäufer, die 2016 ihr Fahrzeug beim Markenhandel erworben hatten, legten bei der Auswahl mehr Wert auf das Modell als auf den Preis. Nur 24 % hatten dagegen ein festgelegtes Budget zur Verfügung und mussten dazu das passende Fahrzeug suchen. Käufer auf dem Privatmarkt waren zu 53 % auf

P23 Gebrauchtwagenpreise verschiedener Käufergruppen 2016



ID: 2015P12

Quelle: DAT

eine Marke, zu 47 % auf ein festes Budget festgelegt. Alle Käufer, die 2016 ihren Gebrauchten beim freien Händler gekauft haben, hatten zu 58 % bereits ihr Wunschfahrzeug im Kopf und gingen nur zu 42 % mit einem bestimmten Geldbetrag auf die Suche. Der tatsächlich bezahlte Fahrzeugpreis hing 2016 deutlich von den Vorstellungen der Käufer ab. Stand das Modell von vornherein fest, investierten die Gebrauchtwagenkäufer im Schnitt 13.700 Euro (2015: 12.540 Euro). Käufer, die nur ihr Budget im Auge hatten, investierten dagegen nur 7.230 Euro (2015: 6.880 Euro). Sehr deutlich waren auch 2016 wieder die Preisunterschiede in Abhängigkeit vom Hubraum. Die bezahlten Durchschnittspreise stiegen erneut kontinuierlich von 6.960 Euro (1.000 bis 1.200 ccm) über 8.500 Euro (1.200 bis 1.400 ccm), 9.720 Euro (1.400 bis 1.600 ccm) und 12.550 Euro (1.600 bis 1.800 ccm). Wer einen Gebrauchten mit einem Motor zwischen 1.800 bis 2.000 ccm erwarb, investierte 14.470 Euro, Fahrzeuge mit größeren Motoren schlugen mit 21.510 Euro zu Buche – das ist der deutlichste Sprung im Vergleich zum Vorjahr (2015: 18.380 Euro).

Sparsam: Frauen und Erstkäufer

Auch im Jahr 2016 hat sich gezeigt, dass Frauen für einen Gebrauchten deutlich weniger ausgaben als Männer (vgl. Grafik **P23**). So lag der von Frauen bezahlte Durchschnittspreis bei 9.050 Euro (730 Euro mehr als im Vorjahr). Männer investierten im Durchschnitt 13.180 Euro und damit deutlich mehr als 2015 (plus 860 Euro).

Man kann ferner alle Fahrzeugkäufer in drei Gruppen einteilen: Vorbesitzkäufer (ein vorheriges Fahrzeug wird ersetzt), Zusatzkäufer (ein zusätzliches Fahrzeug wird gekauft) und Erstkäufer (hatten bisher kein Fahrzeug). Wenn man die von diesen Gruppen bezahlten Durchschnittspreise vergleicht, dann haben 2016 die Vorbesitzkäufer mit 12.890 Euro (2015: 12.190 Euro) den höchsten Preis gezahlt, gefolgt von den Zusatzkäufern, die in ihren gebrauchten Zweit- oder Drittwagen im Durchschnitt 11.210 Euro (2015: 11.510 Euro) investierten. Den geringsten Betrag gaben wie schon in der Vergangenheit die Erstkäufer mit 6.340 Euro (2015: 5.630 Euro) aus.

2.6 Finanzierung

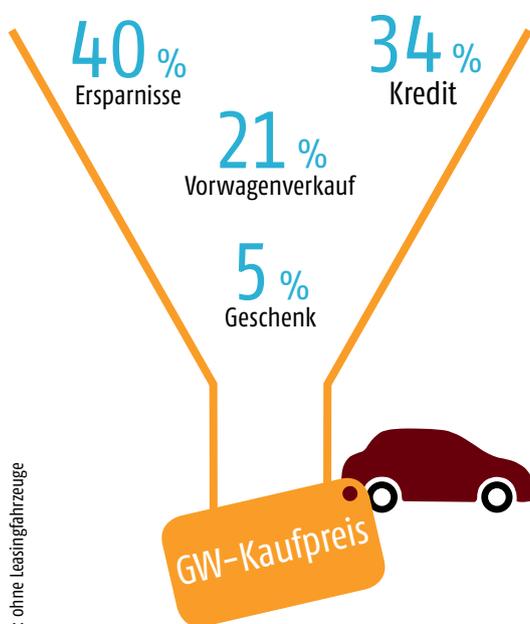
Für die Finanzierung von Gebrauchtwagen können sich Interessenten entweder an ihre Hausbank, an eine markenfreie oder herstellergebundene Autobank (sogenannte Non-Captive oder Captive Bank) wenden. Das Internet bietet zudem noch zahlreiche weitere Angebote von Banken und auch Finanzierungsvergleichsmöglichkeiten an. Auf die Frage, ob sich die Gebrauchtwagenkäufer während der Kaufanbahnung selbst aktiv über Finanzierungsangebote von Banken im Internet informiert haben, antworteten 20 % mit „Ja“. Die 30- bis 49-Jährigen bildeten mit 27 % die größte Gruppe. Wer beim Markenhändler oder freien Handel gekauft hat, nutzte hierzu das Internet immerhin noch zu 24 % bzw. 23 %.

Das Potenzial des Handels beim Verkauf von Krediten wird deutlich, wenn man nur die Käufergruppe betrachtet, die beim Handel gekauft hat: 67 % der Käufer beim Markenhändler, die ihr Fahrzeug geleast oder finanziert haben, nutzten ein Finanzierungsangebot ihres Händlers. Beim freien Handel lag dieser Wert bei 48 %.

Unabhängig von dieser Betrachtung ist die Analyse, wie sich der Kaufpreis eines Gebrauchtwagens im Einzelnen zusammensetzt – also wie viel Prozent aus dem Verkauf des bisherigen Fahrzeugs stammen, wie viel die Käufer von Familie oder Freunden geschenkt bekamen und wie hoch der Anteil der eigenen Ersparnisse war. Hierbei bietet es sich an, ausschließlich die nicht geleasten Gebrauchtwagen zu analysieren. Diese kamen auf einen durchschnittlichen Anschaffungspreis von 10.930 Euro (2015: 10.280 Euro). 66 % dieses Preises konnten die Autokäufer aus Eigenmitteln aufbringen. Dazu zählen Ersparnisse, der Erlös aus dem Verkauf oder der Inzahlungnahme eines Vorwagens sowie Geschenke und Zuschüsse von Freunden und Verwandten.

Welchen Anteil die einzelnen Geldquellen bei der Finanzierung des Kaufpreises hatten, zeigt Grafik **P24**. Für jeden Gebrauchtwagenkauf wurden 3.900 Euro (2015: 3.490 Euro) in Form eines Kredits aufgenommen – das entspricht etwa einem Drittel des durchschnittlichen Kaufpreises. Kreditaufnahme, Finanzierung oder Dispositionskredit sind seit vielen Jahren ein wichtiger Bestandteil des Gebrauchtwagenkaufs. Am höchsten war der Anteil bei den Käufern der Altersgruppe 30 bis 49 Jahre (41 % des Kaufpreises wurden per Kredit finanziert), am niedrigsten bei der Generation 50 plus (27 %). Unterteilt nach Erst-, Vorbesitz- und Zusatzkäufern lag der Kreditanteil an der Kaufsumme bei den Vorbesitz-

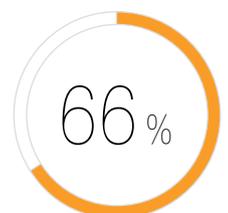
P24 Finanzierung des Kaufpreises 2016



Basis: ohne Leasingfahrzeuge

ID: 09321027

Quelle: DAT



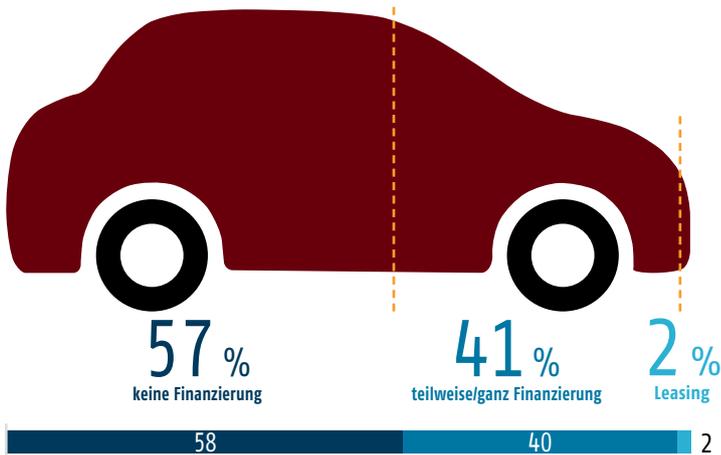
des Kaufpreises stammten aus Eigenmitteln

>>



käufern mit 37 % am höchsten, Zusatzkäufer benötigten für 29 % der Kaufsumme einen Kredit, Erstkäufer für 23 %. Für diese Gruppe der Gebrauchtwagenkäufer spielten demnach die eigenen Ersparnisse nach wie vor die größte Rolle. Eine weitere Geldquelle sind Geschenke und Zuschüsse. Besonders wichtig sind diese für Erstkäufer: Ihnen wurden 23 % des Kaufpreises (2015: 26 %) geschenkt, sie kamen damit auf 77 % Eigenkapital beim Kaufpreis. Das ist ein höherer Anteil als bei den anderen Käufergruppen. Abschließend konnte – unterschieden nach Geschlecht – festgestellt werden, dass Frauen mit 9 % des Kaufpreises mehr Geld für den Gebrauchtwagenkauf geschenkt bekamen als Männer (3 %).

P25 Finanzierung aller Gebrauchtwagen 2016



ID: 2014121

Quelle: DAT

Finanzierungsquote

Betrachtet man die Gesamtmenge aller Gebrauchtwagen, die 2016 gekauft wurden, so wurden 41 % (2015: 40 %) auf irgendeine Art und Weise ganz oder teilweise finanziert (vgl. Grafik **P25**). 57 % gaben an, gar keinen Kredit für den Kauf des Fahrzeugs aufgenommen zu haben. Gegenüber dem Vorjahr ist das ein Rückgang von einem Prozentpunkt. 2 % der Gebrauchtwagenkäufer hatten sich 2016 wie im Vorjahr entschlossen, ihre Fahrzeuge zu leasen. Dies scheint nach wie vor kaum ein Thema für diesen Markt zu sein. Zieht man die geleasten Fahrzeuge ab, so waren 60 % aller beim Markenhändler gekauften Gebrauchtwagen ganz oder teilweise finanziert, beim freien Handel nur 39 %.

Markenhandel und freier Handel konnten demnach ihre Finanzierungsquote gegenüber dem Vorjahr und auch im Fünf-Jahres-Trend erneut steigern. Wurde der Gebrauchte von privat gekauft, hatten immerhin noch 19 % (2015: 23 %) der Käufer den Pkw ganz oder teilweise über einen Kredit finanziert.

**Kundenbindungs-
instrumente nutzen**

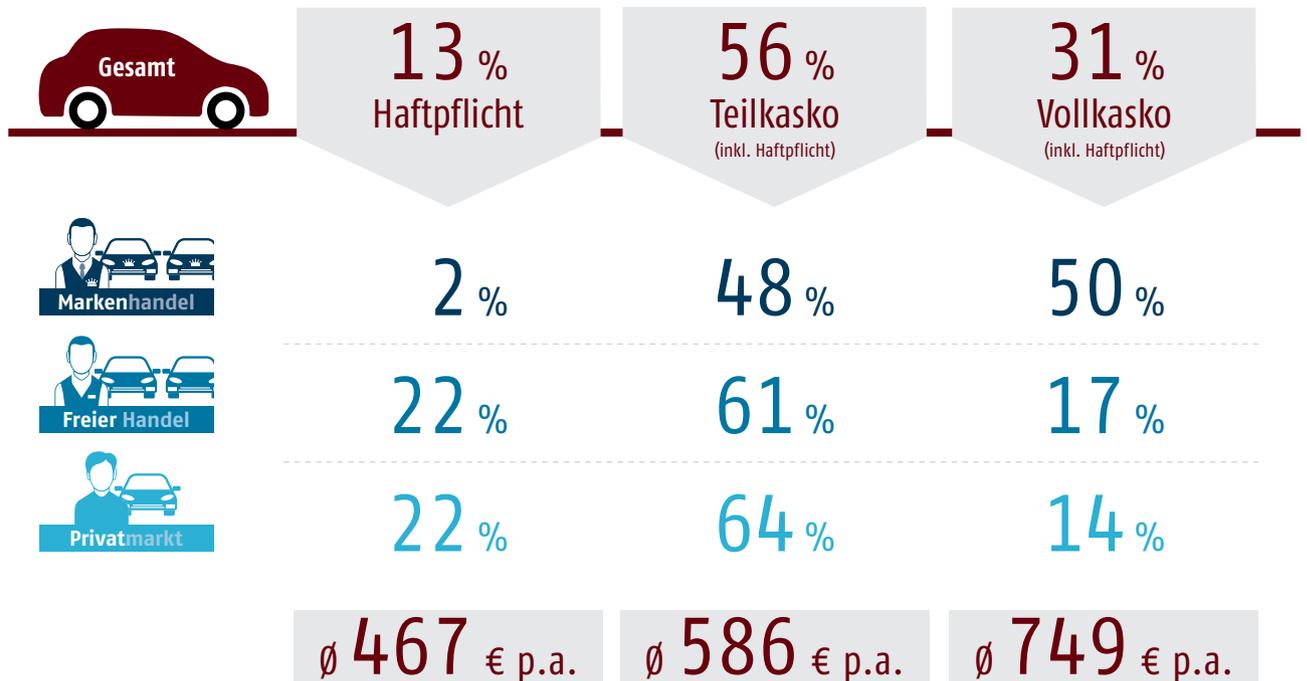
- 1) Kundenbindung durch Finanzierung: Zur persönlichen Beratung beim Autokauf gehört unter anderem die Bedarfsanalyse rund um Finanzierungen, Garantieleistungen und Kfz-Versicherung. Neben der Fachkenntnis müssen die entsprechenden Soft Skills des Autohaus-Personals passen und auch regelmäßig geschult werden. Wenn 20 % der Gebrauchtwagenkäuferangaben, sich im Internet über Finanzdienstleistungen informiert zu haben und nur 67 % tatsächlich eine Finanzierung beim Händler abgeschlossen haben, zeigt das die Potenziale.
- 2) Kundenbindung durch Garantien und Serviceverträge: Ebenfalls der Kundenbindung zuträglich sind Garantien (84 % Anteil beim Markenhandel), zeitwertgerechte Service- und Wartungsverträge (15 % beim Markenhandel) sowie die über den Handel abgeschlossene Kfz-Versicherung (50 % Vollkasko beim Markenhandel). Auch hier ist noch Potenzial.

2.7 Versicherung und Garantie

Beim Pkw-Kauf steht jeder Käufer vor der Frage, wie er sein Fahrzeug versichert. Das heißt, nur Haftpflichtversicherung oder zusätzlich Teil- oder Vollkasko? Im Jahr 2016 haben sich 56 % aller Gebrauchtwagenkäufer zusätzlich zur Haftpflicht- für eine Teilkasko- und 31 % für eine Vollkaskoversicherung entschieden. 13 % befanden ihre Haftpflichtversicherung als ausreichend (vgl. Grafik **P26**). Je nach Kaufort verschoben sich die Anteile deutlich: Für im Markenhandel gekaufte Gebrauchtfahrzeuge wurde zu 50 % eine Vollkasko-, zu 48 % eine Teilkasko- und nur zu 2 % eine Haftpflichtversicherung abgeschlossen. Im freien Handel lag der Schwerpunkt mit 61 % auf der Teilkaskoversicherung, 17 % erreichte die Vollkasko- und 22 % die Haftpflichtversicherung. Letztgenannte verbuchte damit einen Anstieg um zehn Prozentpunkte gegenüber 2015. Bei auf dem Privatmarkt gekauften Fahrzeugen sah das Verhältnis mit 64 % Teilkasko und 22 % Haftpflicht sowie 14 % Vollkasko recht ähnlich aus. Bezogen auf das Fahrzeugalter nahmen die Anteile der Vollkaskoversicherungen ab: Während 72 % der Käufer von bis zu zwölf Monate alten Gebrauchtwagen eine Vollkaskoversicherung abgeschlossen hatten, waren Fahrzeuge mit Erstzulassung im Jahr 2009 und früher nur noch zu 7 % mit einem solchen Rundumschutz versichert. Zum Vergleich: Bei den Neuwagen-



P26 Gebrauchtwagenkauf: Art der Kfz-Versicherung nach Kaufort 2016



ID: 2015P25

Quelle: DAT

käufern lagen die Anteile derer, die für ihr Fahrzeug eine Vollkaskoversicherung abgeschlossen haben, bei 94 %. Eine Teilkasko- und reine Haftpflichtversicherung spielt für die Neuwagenkäufer über sämtliche Käufergruppen nur im einstelligen Prozentbereich eine Rolle. Man muss bei all diesen Zahlen allerdings beachten, dass nur 23 % der Neuwagenkäufer ihre Versicherung über ihren Händler abgeschlossen haben. Beim Neu- und Gebrauchtwagenverkauf liegen noch große Potenziale brach, da mit geeigneten Versicherungspartnern die Komplettendienstleistung bestehend aus Fahrzeugverkauf, Garantie und Versicherung aus einer Hand angeboten werden kann. Andererseits arbeiten auch die Hersteller und Importeure noch daran, mehr eigene Versicherungsprodukte anzubieten, die dann über den Handel verkauft werden können.

Mehr Gebrauchte mit Garantie

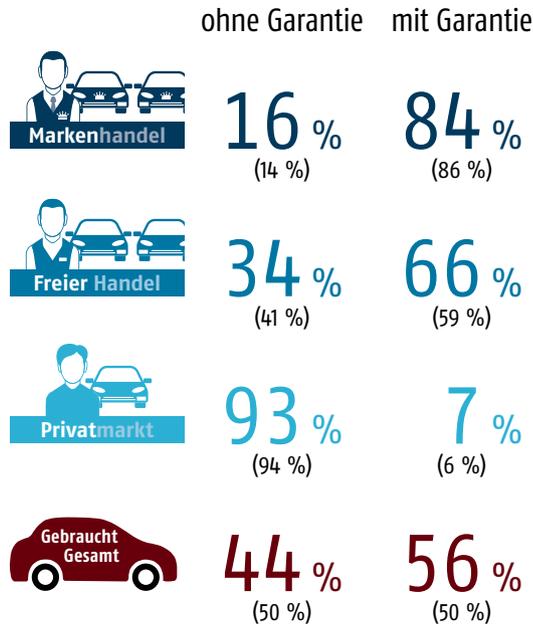
Ein zunehmend wichtiger Entscheidungsfaktor beim Gebrauchtwagenkauf sind Garantieleistungen. Hierbei handelt es sich um ein freiwilliges zusätzliches Qualitätsversprechen, das ein Händler über eine gewisse Laufzeit und z. B. für bestimmte Baugruppen hinweg geben kann. Gesetzlich vorgeschrieben dagegen ist die Gewährleistung, die ein Händler beim Kauf für mindestens ein Jahr geben muss. Beim Gebrauchtwagenkauf auf dem Privatmarkt fällt diese Sicherheit für den Käufer

weg. Bundesweit waren 2016 insgesamt 56 % aller verkauften Gebrauchten mit einer Garantie ausgestattet. Die Anteile der jeweiligen Teilmärkte variieren hierbei deutlich (vgl. Grafik P27, S. 32): Beim Markenhändler waren 84 % der Gebrauchten mit einer Garantie versehen, beim freien Handel 66 %, auf dem Privatmarkt nur geringe 7 % (!). Ohnehin ausgeschlossen beim Privatkauf ist die für den Handel gesetzlich vorgeschriebene Gewährleistung, d. h. hier steht bei technischen Mängeln nach dem Kauf der private Verkäufer nicht mehr in der Pflicht. Der Handel dagegen muss diese Gewährleistung geben. Auf die Frage: „Wären Sie bereit, für einen mit einer Garantie ausgestatteten Gebrauchtwagen mehr zu bezahlen? Wenn ja, wie viel?“ antworteten 37 % derjenigen, die ohne Garantie gekauft hatten, mit „Ja“ – und sie wären im Durchschnitt bereit, 288 Euro mehr dafür zu



Bild: Jakub Krczewicz - Fotolia

P27 GW-Garantie bei Kauf 2016 (2015)



ID: 2014112

Quelle: DAT

bezahlen. Unterteilt nach Kaufort, würden sich 39 % der Käufer auf dem Privatmarkt für eine Garantie entscheiden und dafür 291 Euro mehr investieren. Beim freien Händler wäre eine Garantie in Höhe von 302 Euro akzeptabel gewesen – immerhin hätten jedoch nur 37 % der Käufer ohne Garantie diese Option überhaupt in Erwägung gezogen. 29 % der Käufer beim Markenhändler hätten im Schnitt sogar 253 Euro mehr für eine Garantie bezahlt, wenn sie beim Fahrzeugkauf mit angeboten worden wäre. Unterteilt nach Käufergruppen würden die Erstkäufer eine verhältnismäßig hohe Summe für eine zusätzliche Garantie ausgeben (33 %; 281 Euro). Deutlich weniger an eine zusätzliche Garantie dachten die Zusatzkäufer. Von ihnen wären zwar 39 % bereit in diese Zusatzleistung zu investieren, allerdings nur mit einer Summe von 251 Euro.

Service- und Wartungsvertrag

Während insgesamt 51 % der Neuwagenkäufer 2016 einen Service- und Wartungsvertrag abgeschlossen haben, sind diese Pakete beim Kauf eines Gebrauchtwagens immer noch relativ selten vertreten (9 %) und oftmals nur in Leasing- oder Finanzierungsprodukten junger Gebrauchtwagen enthalten. Nach Kaufort liegt der Anteil im Markenhandel bei 15 %, beim freien Handel nur noch bei 7 % und auf dem Privatmarkt bei 1 %. Besonders interessiert an diesen Produkten ist die Altersgruppe zwischen 40 und 49 Jahren. Sie schloss im-

merhin zu 12 % einen solchen Vertrag beim Kauf ihres Gebrauchtwagens ab.

2.8 Kriterien für die Händlerwahl

Welche Punkte dem Käufer beim Handel wichtig waren, ist in Grafik P28 dargestellt. Erstmals wurde damit die Benotung der Händler durch die Einschätzung der Aspekte für die Händlerwahl ersetzt. Sie geben einen wesentlich detaillierteren Blick auf den Käufer preis.

Für den Gebrauchtwagenkäufer – egal ob das Fahrzeug beim Markenhandel oder freien Handel gekauft wurde – stand der Zustand des Fahrzeugs an erster Stelle. 96 % bzw. 98 % bewerteten diesen Punkt als sehr wichtig bis wichtig. Fast genauso hohe Anteile erreichten beim Markenhandel die Punkte Probefahrt und Preiswürdigkeit mit je 94 %. Die bedarfsgerechte Beratung, die Sach- und Fachkenntnisse des Verkäufers, die unverbindlichen und umfassenden Informationen sowie der Ruf des Händlers folgen nahezu auf Augenhöhe. Beim freien Handel machten dieselben Punkte die ersten sieben Plätze, wenn auch in geringfügig veränderter Reihenfolge, unter sich aus.

Am unteren Ende der Skala – und auch hier waren sich die Käufer beim Markenhandel und freien Handel einig – standen Zubehör- und Serviceangebote (Markenhandel 77 %, freier Handel 57 %), Finanzierungsmöglichkeiten (66 % bzw. 47 %) und die Inzahlungnahme des Vorwagens (64 % bzw. 48 %). Hier wird deutlich, dass der Käufer beim freien Handel diese Angebote als weniger wichtig erachtete. Vor allem bei der Inzahlungnahme hängt das unter anderem damit zusammen, dass beim freien Handel im Durchschnitt deutlich günstigere Gebrauchtwagen erworben werden als beim Markenhandel. Zudem kamen 2016 deutlich mehr sogenannte Erstkäufer zum freien Handel. Diese Käufergruppe musste kein bestehendes Fahrzeug in Zahlung geben, und der Anteil des Kaufpreises, der finanziert werden musste, war deutlich niedriger als bei anderen Käufergruppen. Die Erwartungshaltung an das Sortiment war ebenfalls nicht so hoch wie beim Markenhandel. Als wichtig erachteten allerdings alle Käufergruppen die Informationsmöglichkeit sowie die Sach- und Fachkenntnisse des Verkaufspersonals.

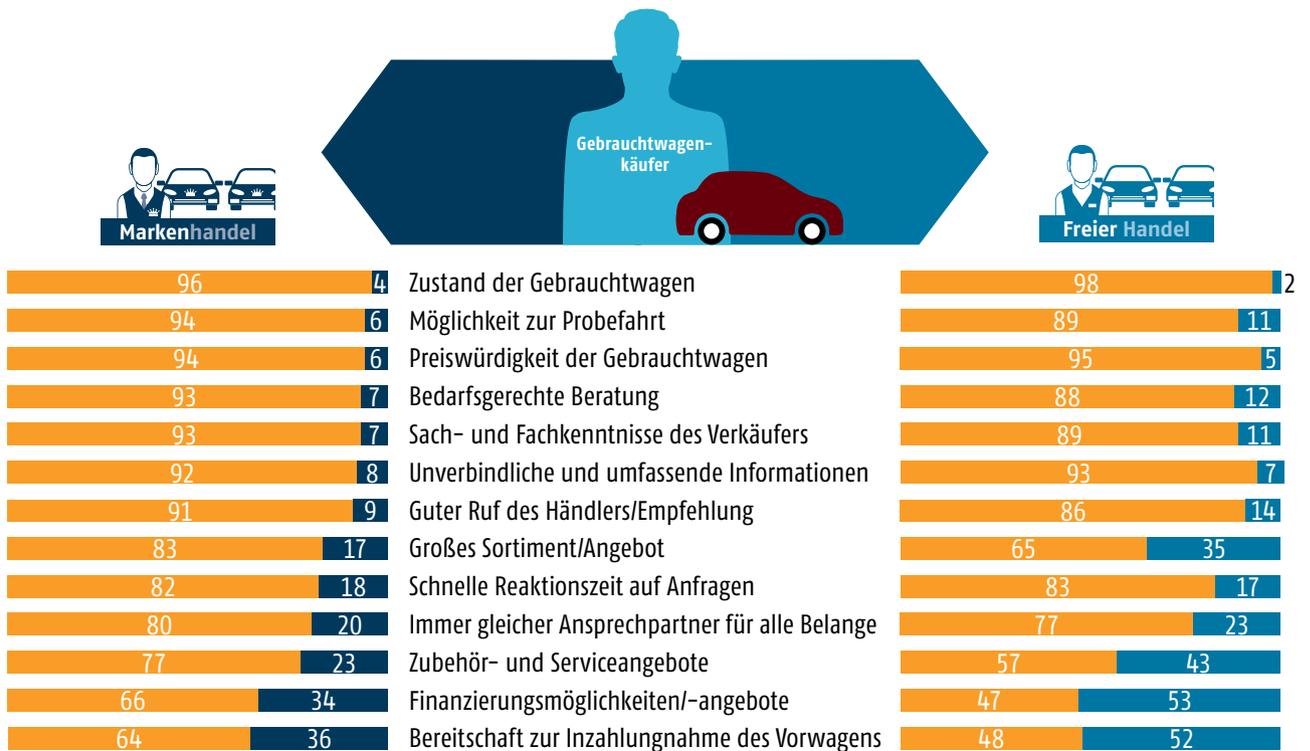
Positiv an dieser Stelle müssen die Initiativen der Branchenverbände und DAT-Gesellschafter ZDK (Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe), VDA (Verband der Automobilindustrie) und VDIK (Verband der Internationalen Kraftfahrzeughersteller) genannt werden. Die Ausbildung zum „Geprüften Automobilverkäufer“ wurde 1997 nach den Regeln des ZDKs ins Leben gerufen. Die Weiterbildung zum „Geprüften Automobilverkäufer – Gebrauchtwagen“ wurde 2013 offiziell eingeführt, und zahlreiche Fabrikate haben dies z. B. im Rahmen ihrer eigenen Gebrauchtwagenprogramme/ Gebrauchtwagenmarken umgesetzt.

Markenbetrieb vs. freier Handel

„Was waren die drei wichtigsten Gründe, weshalb Sie Ihren Wagen gerade dort gekauft haben?“ Diese Frage wurde allen Gebrauchtwagenkäufern gestellt (vgl. Gra-

P28 Wichtige Aspekte bei der Händlerwahl 2016

Angaben in Prozent ■ sehr wichtig/wichtig ■ weniger wichtig/unwichtig (Markenhandel) ■ weniger wichtig/unwichtig (Freier Handel)



ID: 2017P28

Quelle: DAT

fik P29). Beim Markenhandel und beim freien Handel waren jeweils die ersten beiden Gründe identisch: „guter Zustand“ und „guter, günstiger Preis“. Während allerdings bei Käufern im Markenhandel die „gute Ausstattung“ an dritter Stelle genannt wurde, stand bei den Käufern im freien Handel dort der „niedrige Kilometerstand“. Dieser lag jedoch mit durchschnittlich 90.400 Kilometern weit über dem der beim Markenhandel gekauften Fahrzeuge (51.480 km).

Deutliche Unterschiede nach Kaufort werden auf den nachfolgenden Plätzen sichtbar: „Garantie/Gewährleistung“ wählten die Gebrauchtwagenkäufer im Markenhandel auf Platz 7, beim freien Handel erreichte dieser Punkt nur Platz 11. Dadurch erklärt sich unter anderem die Tatsache, dass der freie Handel deutlich weniger Gebrauchtwagen mit Garantie verkaufte als der Markenhandel. Das „Angebot im Internet“ rangierte für die Gebrauchtwagenkäufer im freien Handel dagegen auf Platz 10 und damit wesentlich höher als beim Markenhandel (Platz 16). Das ist darin begründet, dass die Angebote beim freien Handel preislich attraktiver waren.

Erstmals wurde hier – soweit möglich – der Privatmarkt gegenübergestellt. Auch hier rangieren guter Zustand, Preis und Ausstattung auf den ersten drei Plätzen. Der große Einfluss von Dritten zeigt sich darin, dass sich die Empfehlung von Verwandten und Bekannten auf Platz 4 einreicht. Beim Handel sind Empfehlungen sehr weit unten auf der Skala. Aufgrund des Internets und der damit verbundenen Händlerbewertungen wird dieser Punkt an Bedeutung gewinnen.

P29



Rangplatz: Bewertungskriterien nach Kaufort 2016

■ Rangplatz 1-4 ■ Rangplatz 5-8 ■ Rangplatz 9-12 ■ Rangplatz 13-17

Bewertungskriterium	Markenhandel	Freier Handel	Privatmarkt
Guter Zustand	1	1	1
Guter, günstiger Preis	2	2	2
Gute Ausstattung	3	4	3
Geringes Alter	4	6	5
Niedrige Kilometerleistung	5	3	6
Wenige Vorbesitzer	6	5	7
Garantie/Gewährleistung	7	11	15
Probefahrt	8	8	10
Gutes, günstiges Finanzierungsangebot	9	9	k. A.
Vertrauen zum Verkäufer/Händler	10	7	11
Verkäufer/Händler persönlich bekannt	11	15	8
Nähe des Verkäufers/Händlers	12	12	12
Inzahlungnahmeangebot	13	16	k. A.
Gute Erfahrungen	14	14	14
Empfehlung von Verwandten/Bekanntem	15	13	4
Angebot im Internet	16	10	9
Angebot in Zeitung/Zeitschrift	17	17	13

ID: 2015P28

Quelle: DAT

3. Neuwagen

3.1 Informationsverhalten

Das Informationsverhalten der Neuwagenkäufer wurde 2016 – wie auch bei den Gebrauchtwagenkäufern – nach Online- und Offline-Quellen abgefragt. Zwei Ergebnisse sind daraus festzuhalten. Erstens: Neuwagenkäufer haben weiterhin eine hohe Affinität zu Offline-Informationen. Zweitens: Neuwagenkäufer haben 2016 insgesamt etwas mehr Informationsquellen als im Vorjahr genutzt (4,8 Quellen 2016 vs. 4,2 im Jahr 2015). Gründe hierfür sind Suchmaschinen, aber auch die gestiegene Bedeutung von sozialen Netzwerken. Erstmals wurde in diesem Zusammenhang die Rolle von Videos abgefragt, wie sie z. B. über Youtube oder auf diversen Webseiten der Hersteller und Importeure zu sehen sind. Mit 8 % stellten sie noch einen geringen Bestandteil der Informationssuche dar (vgl. Grafik **P30**).

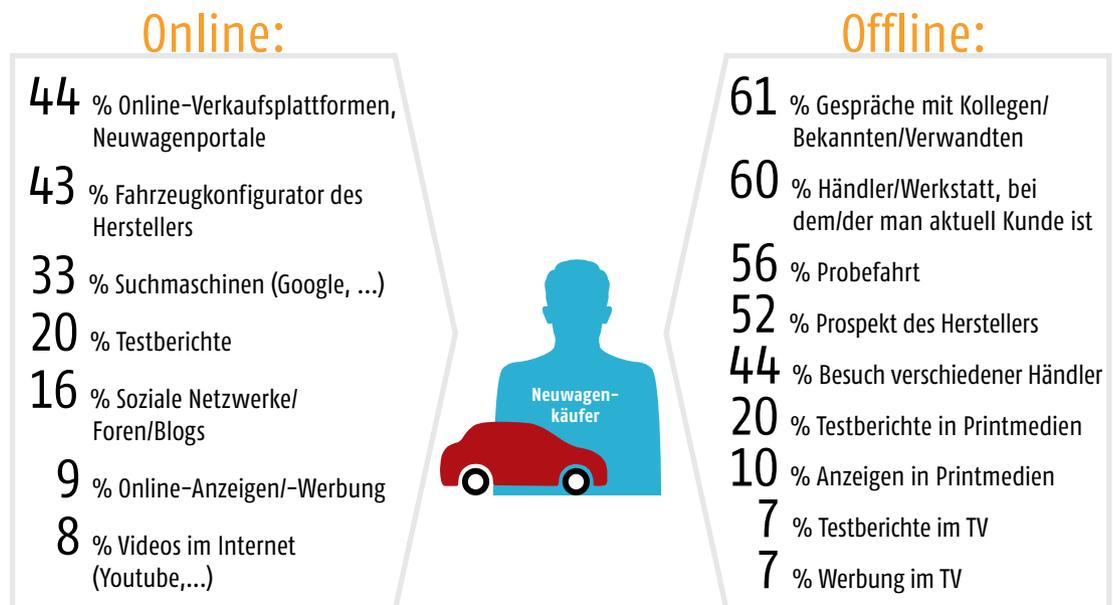
Unterschiede im Informationsverhalten zeigten sich sowohl im Geschlecht als auch im Alter der Käufer: Wie Männer insgesamt mehr Informationen vor dem Kauf einholten (5,1 Quellen vs. 4,4 bei den Frauen), so waren sie auch interessierter an den Neuwagenkonfiguratoren der Hersteller sowie den Neuwagenportalen insgesamt. Auch die Lektüre von Prospekten sowie Testberichten nannten Männer auffallend häufiger als Frauen. Diese wiederum informierten sich „offline“ bei Kollegen und Freunden. Interessanterweise spielte der eigene Händler bei den Frauen weniger eine Rolle als bei den Männern.

Etwas häufiger wurden dagegen andere Händler aufgesucht, um dort Informationen einzuholen. Bezogen auf das Alter konsultierte die Generation 50 plus mit großem Abstand ihren Händler vor dem Neuwagenkauf. Danach folgte das Gespräch mit den Kollegen, danach die Probefahrt. Bei den Neuwagenkäufern im Alter von 30 bis 39 Jahren war die Recherche im Internet wesentlich wichtiger: 82 % nutzten mindestens eine Online-Quelle; bei der Generation 50 plus lag dieser Wert bei nur 64 %. Die große Gruppe der 30- bis 49-Jährigen schätzte vor allem das Gespräch mit Freunden und Bekannten, aber informierte sich ebenfalls auf Neuwagenportalen in ähnlichem Maße wie die Käufer unter 30 Jahren.

Internet und Neuwagenportale

Neuwagenkäufer hatten 2016 zu 98 % Zugang zum Internet. Bei allen Käufern bis 49 Jahren lag diese Quote bei 100 %, lediglich die Generation 50 plus hatte zu 5 % keinen Online-Zugang. Bedeutend in diesem Zusammenhang ist, dass 76 % aller Käufer mit Internet-Zugang dieses auch für den Neuwagenkauf genutzt haben – das ist eine deutliche Steigerung gegenüber dem Vorjahr um acht Prozentpunkte. Befragt nach der Bedeutung des Internets hinsichtlich ihres Kaufverhaltens (vgl. Grafik **P31**), antworteten immerhin 21 %, dass sie sich wegen des Internets für einen Neu- statt wie ursprünglich geplant für einen Gebrauchtwagen entschieden hatten. 20 % wechselten zu einer anderen Marke als ursprünglich geplant, ebenfalls 20 % blieben ihrer einst präferierten Marke treu, wechselten aber das Modell. Als ursächlich bezeichneten 41 % der Neuwagenkäufer das

P30 Informationsquellen der Neuwagenkäufer 2016





Faktor „Zeit“ im Auge behalten

1) Unterschiedliche Phasen des Autokaufs beachten: Neuwagenkäufer nutzen in wachsendem Umfang das Internet zur Information und zum Pkw-Kauf. Dies hat den Kaufprozess beschleunigt und beeinflusst. Andererseits benötigen 30 % der Käufer acht Wochen und länger für ihren Fahrzeugkauf. Daher unbedingt auch bereits erfolgte Online-Absagen der Käufer auf Wieder-vorlage setzen, falls sich der Interessent erst am Anfang seiner Kaufphase befand und einen weiteren Impuls benötigt.

2) Reaktionszeit auf Anfragen: Die schnelle Reaktion auf Online-Anfragen steht beim Neuwagenkäufer zwar nicht an erster Stelle der Prioritäten. Dennoch müssen Anfragen selbstverständlich stets zeitnah und professionell beantwortet werden.

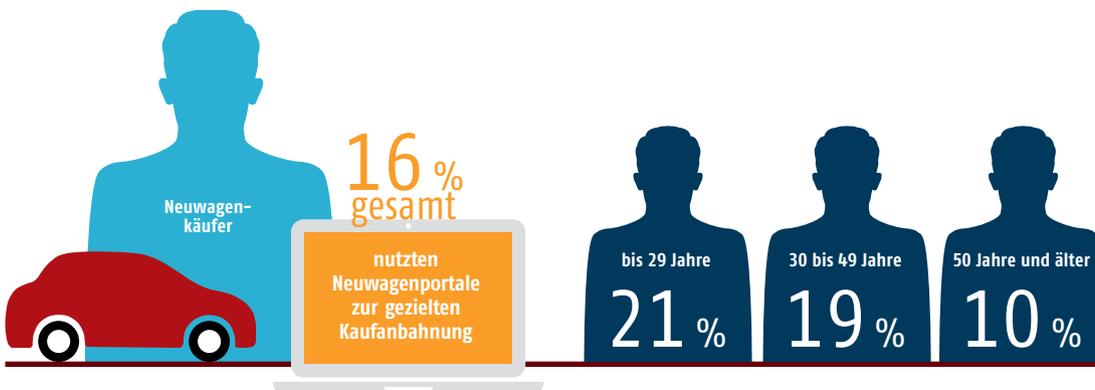
Internet, um einen Händler zu kontaktieren, der sich nicht in der näheren Umgebung befand. 26 % haben aufgrund des Internets den Händler gewechselt. Anhand dieser Zahlen wird deutlich, dass das Internet seit Jahren den Neuwagenkauf in zunehmendem Maße beeinflusst. Die insgesamt hohe Verfügbarkeit des Internets in Deutschland ist hierbei eine wesentliche Voraussetzung. Ein nicht mehr zu unterschätzender Kaufkanal sind die seit einigen Jahren existierenden Neuwagenportale. Sie haben 2016 zwar als Informationsplattform etwas an Bedeutung verloren, aber als Kaufplattform weiter an Bedeutung gewonnen: Mittlerweile 16 % (2015: 11 %; 2014: 9 %) aller Neuwagenkäufer gaben an, ihren jetzigen Wagen mit Hilfe eines Neuwagenportals erworben zu haben. Das bedeutet, sie wurden von einem

P31 Rolle des Internets 2016

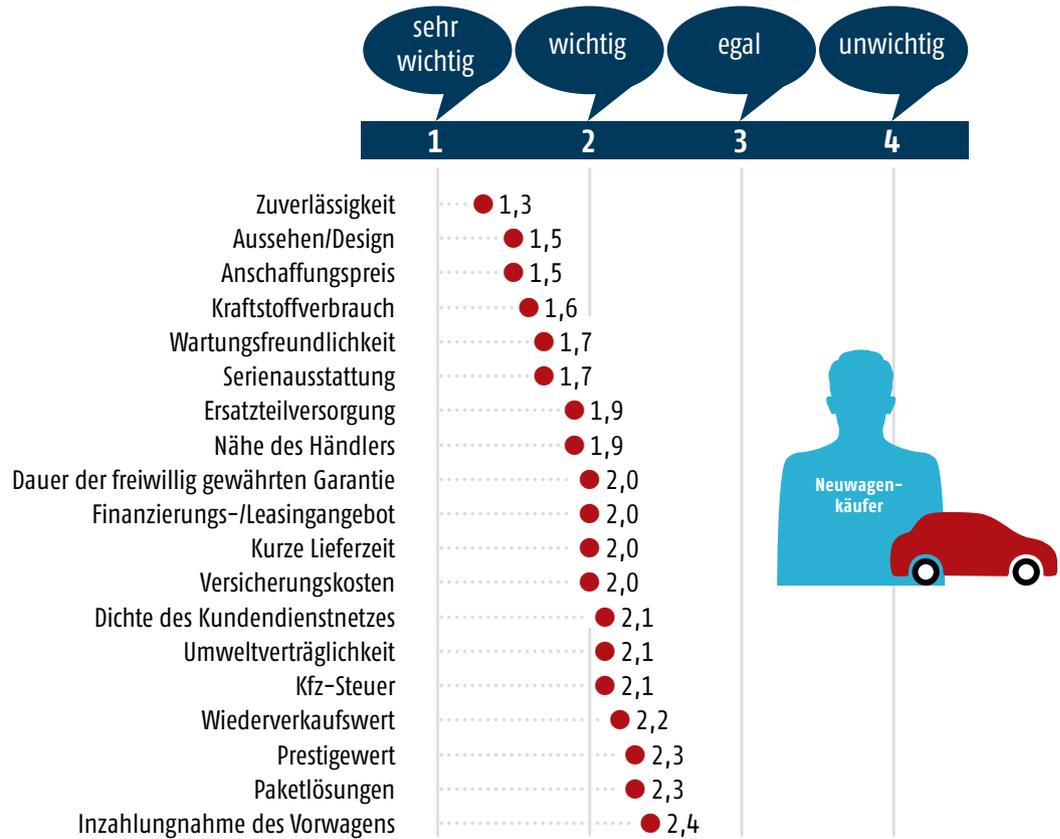


Neuwagenportal an einen Vertragshändler mit sehr guten Konditionen weitervermittelt, wo sie das Fahrzeug dann gekauft haben. Grafik P32 zeigt zudem die Unterschiede nach Altersgruppen. So hatten 2016 10 % der Generation 50 plus ihren Neuwagen über ein Neuwagenportal erworben (2014: 4 %). Den jüngeren Neuwagenkäufern bis 29 Jahre dienten Neuwagenportale zu 21 % als Kaufquelle – plus elf Prozentpunkte gegenüber 2015. Die Käufergruppe der 30- bis 49-Jährigen erwarb zu 19 % ihren Neuwagen über einen solchen Anbieter (2015: 12 %). Unabhängig davon war das Internet für Neuwagenkäufer auch eine wichtige Plattform für Informationen und zum gegenseitigen Austausch: Wer sich im Internet informierte, nutzte deutlich häufiger auch soziale Netzwerke, Blogs und Foren. Abschließend kann festgestellt werden, dass Neuwagenkäufer, die offen für verschiedene Automarken sind, zu 23 % ihren Pkw über ein Neuwagenportal erworben haben. Wer generell loyal zu seiner Marke steht, der nutzte nur zu 7 % ein Neuwagenportal für den Kauf.

P32 Neuwagenportale 2016



P33 Bewertungskriterien beim Neuwagenkauf 2016



ID: 09201015

Quelle: DAT

3.2 Kaufkriterien

Bei den Neuwagenkäufern wurden identische Kriterien wie beim Gebrauchtwagenkauf abgefragt. Die Anforderungen an ihr Fahrzeug sind auf einer Skala von 1 = sehr wichtig bis 4 = unwichtig in Grafik P33 dargestellt. Die Top-3-Kriterien waren auch 2016 Zuverlässigkeit, Aussehen/Design und Anschaffungspreis. Aufgrund der deutlich gestiegenen Investitionen in einen Neuwagen ist es verständlich, dass beispielsweise die Inzahlungnahme des Vorwagens und der damit verbundene Erlös im Vergleich zum Vorjahr eine etwas wichtigere Rolle bei den Käufern gespielt hat. Aber dennoch erreicht dieser Punkt den letzten Platz unter allen Kriterien. Die Umweltverträglichkeit als Kaufkriterium 2016 wurde von den Neuwagenkäufern insgesamt um ein Zehntel höher bemessen als noch im Vorjahr. Insgesamt liegt dieser Punkt, der im Automobiljahr 2016 vor allem in den Medien sehr oft ins Zentrum gerückt ist, aber weiterhin relativ weit unten in der Bedeutung. Der „Prestigewert“ rangiert ebenfalls im unteren Drittel und erreichte im Schnitt eine 2,3. Für Käufer von deutschen Premiummarken spielte dieser mit 1,7 eine deutlich höhere Rolle als bei den deutschen Marken (2,1) oder den Importmarken (2,6). Die weiteren Rangplätze nach Fabrikatsgruppen

zeigt Grafik P34. In der Übersicht sind in der linken Spalte die Rangplätze der Kriterien aller Neuwagenkäufer nach der Bedeutung absteigend sortiert. Die Nummerierung innerhalb der Spalte der Fabrikatsgruppen verdeutlicht, wie sich die Bedeutung der jeweiligen Kriterien vom Gesamtwert unterscheidet. Dies wird durch die unterschiedliche Farbgebung zusätzlich unterstrichen. Hierbei ist erkennbar, dass die Neuwagenkäufer deutscher Premiummarken den Anschaffungspreis und den Kraftstoffverbrauch erst nach Serienausstattung, Prestigewert und Wartungsfreundlichkeit auf Platz 6 und 7 verortet haben. Das Aussehen/Design ist auf den ersten Platz vor die Zuverlässigkeit gerückt. Aufgrund der höheren Anschaffungspreise waren ihnen zudem die passenden Finanzierungs- oder Leasingangebote etwas wichtiger als den Käufern von Importfabrikaten. Für diese wiederum spielten etwa die Versicherungskosten eine wichtigere Rolle als der vergleichbaren Käufergruppe von deutschen Fabrikaten und Premiummarken.

Betrachtet man den Unterschied zwischen Männern und Frauen, so war das Prestige eines Neuwagens den Frauen weniger wichtig (2,5) als den Männern (2,2). In der weiteren Analyse zeigt die Geschlechterdifferenzierung folgendes Bild: Frauen legten bei ihren Neuwagen mehr Wert auf den Anschaffungspreis, den Verbrauch,

P34



Rangplatz der Bewertungskriterien nach Marken 2016

die Kfz-Steuer und eine kürzere Lieferzeit. Männern waren vor allem die Punkte Ausstattung, Design, Ersatzteilversorgung und Wiederverkaufswert wichtiger als den Frauen. Betrachtet man abschließend die Käufer nach ihrem Alter, so schätzten junge Neuwagenkäufer bis 29 Jahre vor allem die Punkte, die sich direkt im Geldbeutel bemerkbar machen. Dazu gehören der Anschaffungspreis, die Kfz-Steuern sowie die Versicherungskosten. Der Verbrauch dagegen wurde als weniger wichtig gesehen. Die Käufergruppe 50 plus dagegen legte großen Wert auf die Serienausstattung, die Nähe des Händlers sowie die Inzahlungnahme des Vorwagens.

3.3 Der Ø-Neuwagen

Die durchschnittlichen Neuwagen des Jahres 2016, so wie sie von Endverbrauchern erworben wurden, wiesen eine Reihe von Eigenschaften auf, die in Grafik P35 dargestellt sind. So hatten sie beispielsweise mit 1.660 ccm einen nahezu identischen Hubraum und waren mit einer Leistung von 99 kW (135 PS) minimal stärker motorisiert als die vergleichbaren Neuwagen im Vorjahr. Sie sind nach Angaben der Käufer auch wirtschaftlicher als der vorherige Wagen (80 % bestätigten das). 89 % hatten zudem einen besser ausgestatteten Wagen erworben als beim Vorwagen. Was die Preise der 2016 von privaten Käufern erworbenen Fahrzeuge betrifft, so wurde mit durchschnittlich 29.650 Euro wesentlich mehr in das fabrikneue Fahrzeug investiert als noch vor einem Jahr. Der Anteil von Diesel- und Benzinmotoren lag bei den Neuwagen zu Gunsten des Benziners (52 %), der Diesel kam auf 47 % (2015: 48 %) und lag damit leicht unter dem Vorjahreswert. Der Rest verteilte sich auf alternative Antriebsformen. Betrachtet man Diesel und Benzin nach Geschlecht, so hatten 79 % der von Frauen gekauften Neufahrzeuge einen Benzinmotor

Rangplatz 1-5
Rangplatz 6-10
Rangplatz 11-15
Rangplatz 16-19

Gesamt Rangplatz	Bewertungskriterium	Dt. Premiummarken	Dt. Marken	Importmarken
1	Zuverlässigkeit	2	1	1
2	Aussehen/Design	1	2	3
3	Anschaffungspreis	6	3	2
4	Kraftstoffverbrauch	7	5	4
5	Wartungsfreundlichkeit	5	4	5
6	Serienausstattung	3	6	6
7	Ersatzteilversorgung	10	8	7
8	Nähe des Händlers	8	7	10
9	Dauer der freiwillig gewährten Garantie	14	12	8
10	Finanzierungs-/Leasingangebot	9	9	12
11	Kurze Lieferzeit	13	11	11
12	Versicherungskosten	16	13	9
13	Dichte des Kundendienstnetzes	12	10	15
14	Umweltverträglichkeit	15	14	14
15	Kfz-Steuer	19	17	13
16	Wiederverkaufswert	11	16	16
17	Paketlösungen	17	18	17
18	Prestigewert	4	15	19
19	Inzahlungnahme des Vorwagens	18	19	18

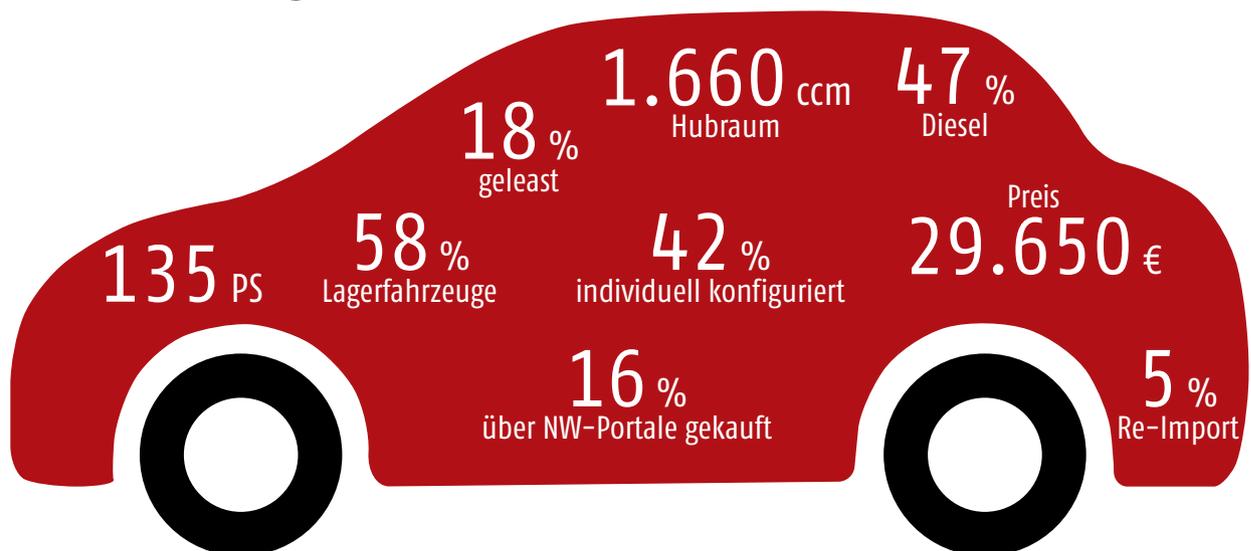
ID: 2015P27

Quelle: DAT

(2015: 75 %). Bei den Männern lag dieser Anteil nur bei 39 % (2015: 38 %). Das bedeutet, dass von privaten Neuwagenkäufern insgesamt etwas weniger Dieselfahrzeuge erworben wurden. Unabhängig davon müssen die Wirtschaftszweige „Unternehmen“, „Kfz-Handel“, „Autobauer“ und „Vermieter“ betrachtet werden. Die

>>

P35 Der Ø-Neuwagen 2016



ID: 2016P34

Quelle: DAT

auf diese Firmen zugelassenen Neuwagen werden im DAT-Report nicht berücksichtigt.

Re-Importe als Alternative

Eine Alternative zu einem für den deutschen Markt gebauten Neuwagen sind die sogenannten Re-Importfahrzeuge. Es handelt sich hierbei um Neuwagen, die explizit nicht für den deutschen Markt bestimmt sind und sich in der Regel neben dem Angebotspreis auch in diversen Ausstattungsmerkmalen von den deutschen Neuwagen unterscheiden. Die Anzahl der Re-Importe ist im Vergleich zum Vorjahr von 4 % auf 5 % aller gekauften Neuwagen leicht angestiegen. Nach Marken betrachtet haben die Käufer von Importfabrikaten zu 7 % auf Re-Importe zurückgegriffen. Bei deutschen Marken lag der Anteil bei 4 %. Käufer unter 30 Jahren griffen zu 12 % auf Re-Importe zurück, Käufer über 50 Jahren entschieden sich zu 3 %, Käufer über 60 Jahren zu 6 % für diese Pkw. Attraktiv waren diese Fahrzeuge auch für Erstkäufer (13 % der Erstkäufer kauften einen Re-Import) und Käufer von Zweit- oder Drittwagen (6 %).

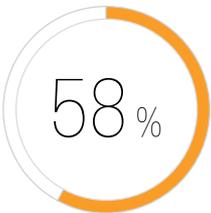
Lagerfahrzeuge als Alternative

Wer sich einen fabrikneuen Pkw zulegt, bestellt beim Händler in der Regel ein Fahrzeug, das individuell für ihn konfiguriert und anschließend nur für ihn gebaut wird. Gleiches gilt – so könnte man vermuten – für diejenigen, die sich im Internet ein Fahrzeug konfigurieren. Zahlreiche Kunden sehen jedoch die Lieferzeit oder eventuell auch einen möglichen Preisvorteil als Kriterium, wenn sie sich für einen schneller verfügbaren Lagerwagen entscheiden. Der Anteil der individuell konfigurierten Fahrzeuge lag 2016 über alle Neuwagenkäufer betrachtet bei nur 42 %. Mit der Größe des Motors veränderte sich diese Quote: Fahrzeuge mit Hubraum gr-

ößer als zwei Liter wurden zu 56 % konfiguriert. Drei Viertel der neu gekauften Kleinwagen bis 1.200 ccm Hubraum waren 2016 dagegen Lagerfahrzeuge. Besonders im Fokus standen diese Fahrzeuge bei Frauen (69 %) und bei der Käufergruppe der Erstkäufer – also bei denjenigen, die sich zum ersten Mal in ihrem Leben einen Neuwagen gekauft haben. Sie haben sich zu 72 % für einen Lagerwagen entschieden. Differenziert man nach Fabrikaten, so sind die Neuwagen der deutschen Premiumhersteller deutlich häufiger individuell konfiguriert worden (65 %) als die der Importmarken (31 %). Wer sein Fahrzeug über ein Neuwagenportal bestellt hat, der griff zu 88 % auf einen dort verfügbaren Pkw zurück.

3.4 Anschaffungspreis

Im Jahr 2016 stieg der bezahlte Preis beim Kauf von Neuwagen im Vergleich zum Vorjahr um 1.060 Euro von 28.590 auf 29.650 Euro. Den Trend der letzten zehn Jahre zeigt Grafik **P36**. Damit erreichte der Preis für ein neues Fahrzeug erneut ein Allzeithoch. Grafik **P37** verdeutlicht, dass in den letzten Jahren eine signifikante Verschiebung der Kaufpreisklassen stattgefunden hat. Während vor fünf Jahren ein Drittel der Neuwagen in der Kaufpreisklasse 15.000 bis 25.000 Euro angesiedelt war, kam diese 2016 nur noch auf 27 %. Entsprechend hat die obere Kaufpreisklasse zugenommen: So stieg der Anteil der Kaufpreisklasse 35.000 Euro und mehr in den letzten fünf Jahren von 21 % auf 32 %. Insgesamt haben sich über die Hälfte (55 %) und damit die Mehrheit aller gekauften Neuwagen im Preissegment über 25.000 Euro bewegt. Wie bei den Gebrauchtwagen hängt auch bei den Neufahrzeugen der tatsächlich bezahlte Durchschnittspreis in hohem Maße von der Marke und dem Hubraum ab. Differenziert man zunächst nach der Mar-



der der NW-Käufer entschieden sich für einen Lagerwagen

P36 Neuwagenpreise

€ Durchschnittspreis in Euro





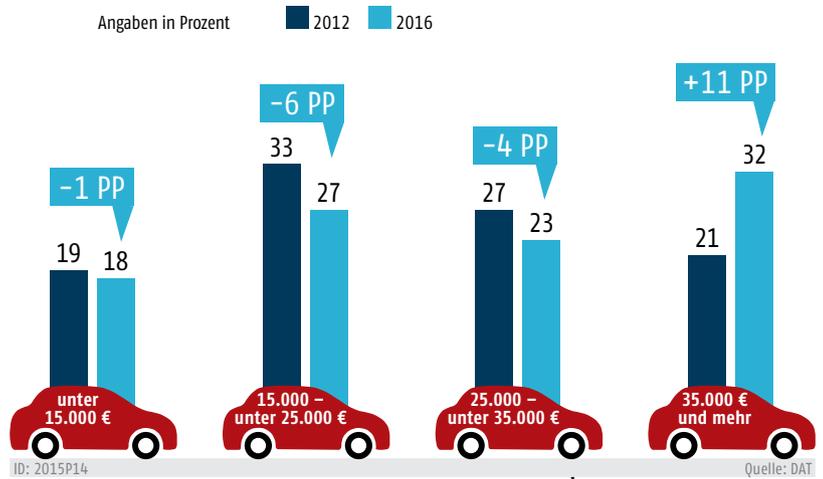
ke des Fahrzeugs, so reichte die Bandbreite von 17.530 bis 45.290 Euro. An der Spitze der Preisskala standen mit leichtem Vorsprung BMW-Modelle gefolgt von Mercedes-Benz- und mit deutlichem Abstand Audi-Pkw. Am unteren Ende rangierten die italienischen Hersteller. Die deutschen Premiumhersteller erreichten zusammen einen Durchschnittspreis von 43.360 Euro, alle deutschen Marken zusammen kamen auf 33.900 Euro, die Importfabrikate lagen bei 22.780 Euro im Durchschnitt.

Wie beim Kauf von Gebrauchtwagen zeigten sich auch beim Neuwagenkauf deutliche Preisunterschiede, wenn man nach Vorbesitz-, Zusatz- und Erstkäufern differenziert (vgl. Grafik P38): Den höchsten Preis für ihren Neuwagen bezahlten 2016 die Vorbesitzkäufer mit 30.890 Euro (2015: 30.330 Euro) gefolgt von den Zusatzkäufern, die mit 27.660 Euro etwas weniger aufgewendet haben als im Vorjahr (2015: 27.750 Euro). Die geringste Investition in einen Neuwagen tätigten erwartungsgemäß die Erstkäufer. Sie bezahlten 2016 allerdings 17.330 Euro und damit 2.100 (!) Euro mehr als 2015. 40 % der Erstkäufer gaben weniger als 12.500 Euro aus. Die von Männern im Jahr 2016 gekauften neuen Pkw kosteten im Schnitt 34.060 Euro (2015: 32.940), deutlich günstiger mit 20.280 Euro (2015: 20.000) waren diejenigen der Frauen. Wer seinen Neuwagen über ein Neuwagenportal erwarb, der gab im Schnitt 26.160 Euro aus.

Zusammenhang Preis und Hubraum

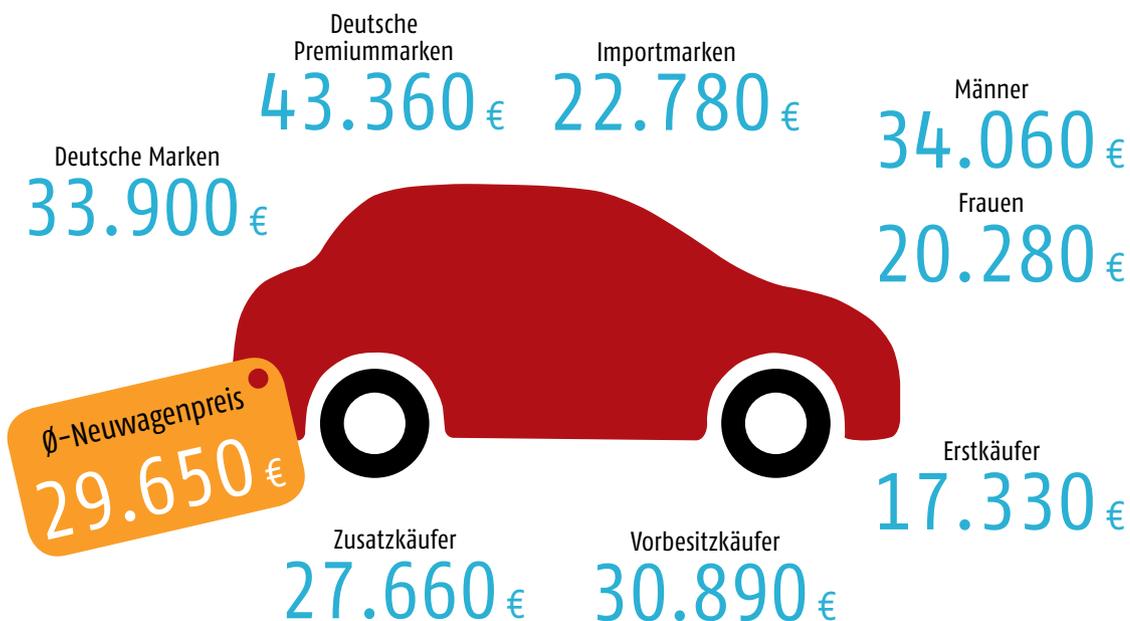
In Bezug auf den Hubraum zeigte sich: Neuwagenkäufer bezahlten für Fahrzeuge mit einem Hubraum von 1.000 bis maximal 1.200 ccm durchschnittlich 16.740 Euro, bei

P37 Veränderung Neuwagenkaufpreisklassen



1.200 bis 1.400 ccm 21.440 Euro, 1.401 bis 1.600 ccm 25.040 Euro und 1.601 bis 1.800 ccm 29.770 Euro. Ganz tief in die Tasche griffen die Käufer, die ein Fahrzeug mit einem Hubraum von mehr als 2.000 ccm kauften. Sie gaben 2016 für ihren Neuwagen 53.460 Euro aus (2015: 53.970 Euro). Wer zuvor bereits ein Fahrzeug dieser Hubraumklasse fuhr, der bezahlte 52.600 Euro.

P38 Neuwagenpreise verschiedener Käufergruppen 2016



3.5 Finanzierung

Von allen für den DAT-Report befragten Neuwagenkäufern haben 61 % (sechs Prozentpunkte mehr als 2015) ihr Fahrzeug finanziert, 18 % haben ihren Pkw geleast. Das ergibt einen Leasing- und Finanzierungsanteil bei Neuwagen von insgesamt 79 % (vgl. Grafik P39). Von den 61 % haben erneut 4 % den gesamten Kaufpreis des Neuwagens finanziert. Betrachtet man von der Gesamtmenge der Neuwagenkäufer nur diejenigen, die ihr Fahrzeug nicht geleast haben, so ergibt sich folgendes Bild: Die Top-Finanzierer waren die Vorbesitzkäufer, die ihren bisherigen Pkw ersetzen. Sie griffen zu 77 % auf Finanzierungsprodukte zurück. Knapp dahinter an zweiter Stelle standen die Zusatzkäufer, die zu einem bestehenden ein weiteres Fahrzeug erworben haben: 63 % finanzierten ihren Pkw ganz oder teilweise. Bei den Erstkäufern betrug dieser Anteil immerhin noch 50 %. Unterteilt man die Finanzierungsquote nach Geschlecht, so haben 2016 wesentlich mehr Männer (78 %) als Frauen (67 %) ihren Neuwagen finanziert. Aufgeschlüsselt nach Antriebsart wurden 68 % aller Neuwagen mit Benzinmotor und 83 % aller Diesel ganz oder teilweise finanziert.

Online-Recherche

Auf die Frage „Haben Sie sich während der Kaufanbahnung selbst aktiv über Finanzierungsangebote von Banken im Internet informiert?“ antworteten von allen Neuwagenkäufern 26 % mit „Ja“. Auch hier lagen die Männer mit 29 % vor den Frauen (21 %). Nach Altersgruppen waren die 30- bis 49-Jährigen am stärksten für Online-Informationen zu Finanzierungsangeboten empfänglich (32 %). Die Betrachtung nach Wohnortgröße zeigt zudem, dass Autokäufer in einer Kleinstadt mit weniger als 20.000 Einwohnern nur zu 23 % im Internet nach Finanzierungen suchen, Großstädter (Wohnortgröße: 500.000 Einwohner und mehr) dagegen zu 31 %. Be-

Zielgruppengerechte Finanzierung

Bei der Finanzierung von Neuwagen erfolgte die Kreditvergabe nur zu 54 % über den Handel. Deutlich unter diesem Durchschnitt lag die Generation 50 plus (40 %), die Generation 60 plus (21 %), aber auch die Käuferinnen (51 %). Und: Wer seinen Vorwagen beim Markenhändler in Zahlung gegeben hat, schloss nur zu 66 % die Finanzierung beim Handel ab. Speziell bei diesen Kunden kann es über eine verbesserte Beratung inkl. der passenden Bankprodukte gelingen, die Penetrationsrate zu erhöhen. Immerhin machte bei diesen Kunden die Inzahlungnahme nur 26 % des Fahrzeugpreises aus.

trachtet man nur die Gruppe, die sich ihren Neuwagen über ein Neuwagenportal konfiguriert hat und dann von dort zu einem Markenhändler weiterverwiesen wurde (immerhin waren das 16 % aller Neuwagenkäufer), so informierten sich diese zu 63 % (!) über Finanzierungsangebote im Internet.

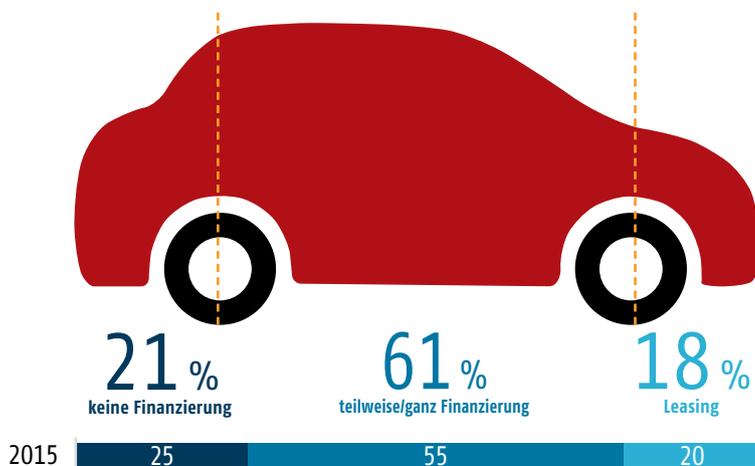
Fabrikatsgruppen

Die Analyse nach Markengruppen zeigt Grafik P40: Demnach wurden die Neuwagen von deutschen Premiumherstellern insgesamt zu 57 % ganz oder teilweise finanziert (ohne Leasing). Sämtliche deutschen Marken zusammengefasst wiesen einen Finanzierungsanteil von 58 % auf. Neuwagen der Importeursfabrikate wurden 2016 zu 67 % ganz oder teilweise finanziert – das ist ein großer Sprung im Vergleich zum Vorjahr (2015: 56 %).

Privatleasing

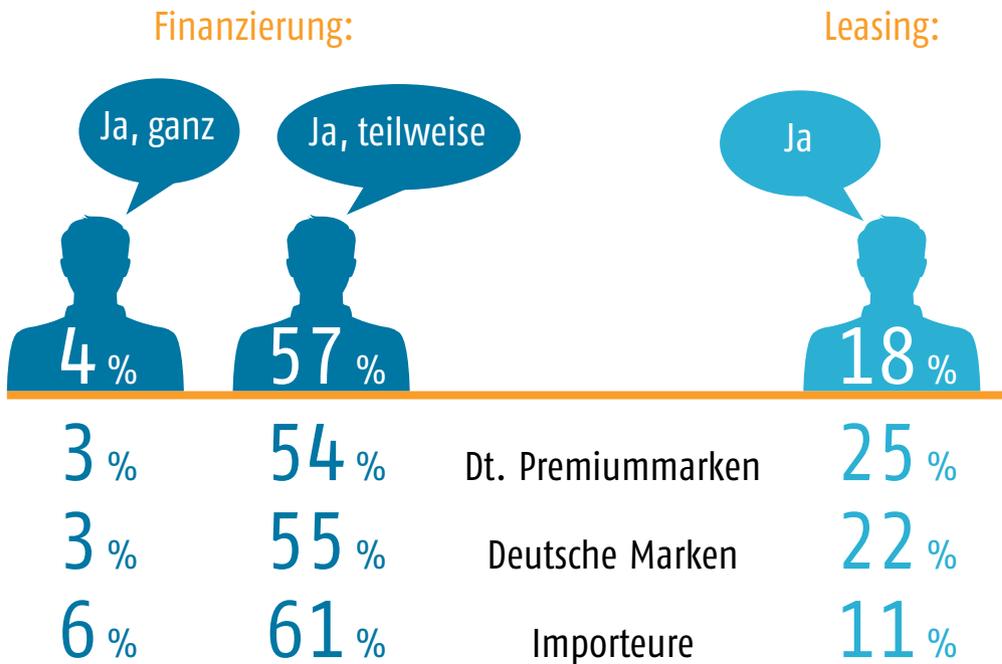
Neuwagenleasing ist in Deutschland klare Domäne der Firmenwagen. Bei privaten Käufern spielt dieses Thema dagegen eine eher nachrangige Rolle, wobei zu beobachten ist, dass die Hersteller und Importeure über ihre eigenen Banken und Leasinggesellschaften zunehmend auch im Privatmarkt für Leasingangebote werben. Für den DAT-Report werden ausschließlich private Endverbraucher befragt, und bei diesen lag die Leasingquote 2016 bei 18 %. Männer nutzten diese Form der Finanzierung zu 20 %, Frauen nur zu 12 %. Neuwagenkäufer älter als 50 Jahre (15 % Leasingquote) oder älter als 60 Jahre (6 %) tendierten eher weniger zu Leasingverträgen als die Generation im Alter von 30 bis 49 Jahren (21 %). Bei der Betrachtung nach Fabrikatsgruppen standen die Importeursfabrikate bei 11 %, die deutschen Marken insgesamt bei 22 % und die deutschen Premiummarken bei 25 % privatem Leasinganteil.

P39 Finanzierung aller Neuwagen 2016





P40 Neuwagen: Finanzierung und Leasing 2016



ID: 2016P39

Quelle: DAT

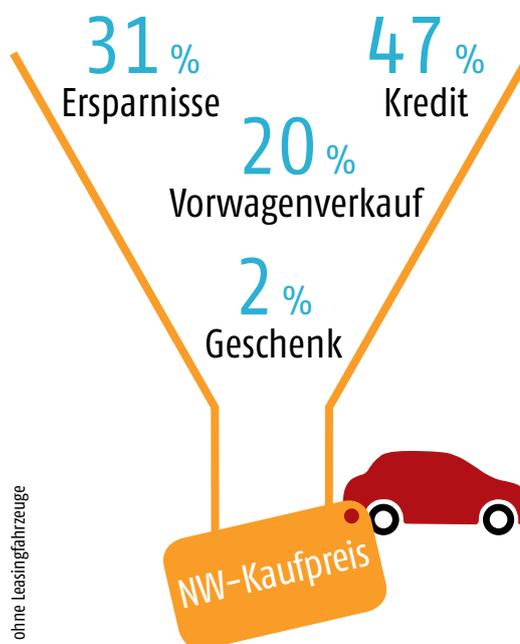
Finanzierung des Kaufpreises

Grafik **P41** verdeutlicht, wie sich der Kaufpreis eines Neuwagens zusammensetzt. Die Anteile beziehen sich jeweils auf die Fahrzeuge, die nicht geleast wurden. Auffällig hierbei war: Erstkäufer konnten 2016 den Kaufpreis zu 42 % aus Eigenmitteln und zu 23 % aus Geschenken von Verwandten, Bekannten oder Freunden stemmen. Die Vorbesitzkäufer konnten durch den Verkauf des Vorwagens wie im Vorjahr 23 % des Kaufpreises aufbringen. 48 % des Kaufpreises haben sie finanziert, 28 % aus eigenen Mitteln erbracht. 1 % bekamen sie von Bekannten, Freunden oder der Familie geschenkt.

Situation der Autobanken

Die insgesamt deutlich höhere Finanzierungsquote im Jahr 2016 machte sich auch bei der veränderten Durchdringungsquote der freien Banken und Herstellerbanken in der Neuwagenfinanzierung bemerkbar. Insgesamt wurden beim Autohandel 57 % aller Finanzierungen abgeschlossen. Das ist eine Steigerung um zehn Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Damit werden etwas weniger als die Hälfte (43 %) aller Neuwagen von automobilfremden Banken finanziert. Über den Händler bzw. eine Automobilbank wurden – aufgeschlüsselt nach Pkw-Marke – Fahrzeuge deutscher Premiumfabrikate zu 64 %, alle deutschen Marken zu 59 %, die Importeursfabrikate zu 53 % finanziert. Dies sind acht Prozentpunkte mehr als im Vorjahr, was sich durch die zahlreichen Aktivitäten der Importeursbanken für Neuwagenkäufer im Jahr 2016 erklären lässt. Die bereits erwähnte Auf- >>

P41 Finanzierung des Kaufpreises 2016



Basis: ohne Leasingfahrzeuge

ID: 09321027

Quelle: DAT



der NW-Käufer entschieden sich wegen bedarfsgerechter Beratung für einen Händler

splitting nach Männern und Frauen zeigt auch bei den Hersteller- und freien Automobilbanken einige Verbesserungen in der Kundenansprache: 53 % aller Frauen, die 2016 einen Neuwagen erworben haben, finanzierten diesen über den Händler bzw. die Herstellerbank (2015: 42 %). Bei den Männern waren es 58 % (2015: 49 %). In der Altersverteilung zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei der generellen Affinität zur Finanzierung: Am empfänglichsten für Finanzprodukte einer Hersteller- oder freien Autobank waren die Käufer zwischen 30 und 49 Jahren. Sie organisierten die Finanzierung zu 66 % (2015: 49 %) über den Händler. Das ist ein Zuwachs von 17 Prozentpunkten. Bei den jungen Käufern bis 29 Jahren lag die Durchdringung der Autobanken bei 50 %. Bei der Generation 50 plus erreichte die Quote 44 % (2015: 38 %). Zieht man von den Neuwagenkäufern diejenigen ab, die ihr Fahrzeug nicht geleast haben (Leasing erfolgt in der Regel über den Händler und damit über eine freie oder herstellergebundene Leasinggesellschaft), so werden die Zahlen für die Automobilbanken beim Thema Finanzierung noch etwas deutlicher: 54 % dieser Käufer haben ihre Finanzierung über den Händler abgeschlossen (2015: 45 %). Das zeigt, dass sich erstmals mehr als die Hälfte aller Neuwagenkäufer für eine Finanzierung im Autohaus entschieden haben.

3.6. Kriterien für die Händlerwahl

Für den DAT-Report 2017 wurden erstmals statt einer Benotung des Händlers die Aspekte für die Wahl eines Händlers abgefragt. Sprich, welche Punkte sind bei der Wahl eines Autohändlers wichtig? Dadurch wird deutlich, was sich der Kunde vor Ort vom stationären Handel

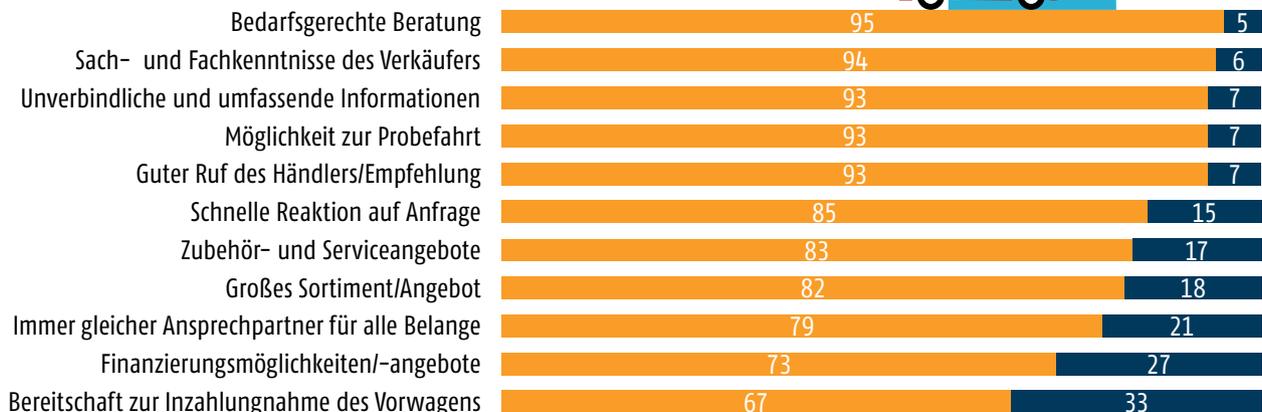
wünscht (vgl. hierzu Grafik P42). An oberster Stelle stand für die Neuwagenkäufer 2016 die bedarfsgerechte Beratung. Für 95 % war diese sehr wichtig bis wichtig. Nahezu gleichauf folgten darauf Sach- und Fachkenntnisse des Verkäufers (94 %), unverbindliche und umfassende Informationen (93 %), Möglichkeit zur Probefahrt (93 %) und der gute Ruf des Händlers (93 %).

Etwas dahinter reihte sich erst der Anspruch auf eine schnelle Reaktionszeit auf Anfragen (85 %) ein. Das heißt, der Kunde legt auf eine qualifizierte, hochwertige Beratung deutlich mehr Wert als auf schnelle Antworten. Die Ergebnisse der Befragung zeigen weiterhin, dass der Neuwagenkäufer viel von seinem Händler erwartet – oder anders formuliert: Ihm erscheinen keine der Punkte wirklich unwichtig. Der Anspruch an den Handel seitens der Käufer steigt seit Jahren und ist auf einem hohen Niveau angelangt. So finden sich am unteren Ende der Skala Aspekte wie „immer gleicher Ansprechpartner“, die mit „nur“ 79 % als sehr wichtig bis wichtig bewertet wurden, die Finanzierungsmöglichkeiten bzw. -angebote (73 %) und die Inzahlungnahmebereitschaft des Vorwagens mit 67 %.

Interessant ist in diesem Zusammenhang die Aufsplitzung nach Geschlecht: Frauen bewerten jedes einzelne Kriterium etwas weniger wichtig als die Männer. Mit einer Ausnahme: der Ruf des Händlers bzw. die Empfehlung. Auf diesen Punkt legen Frauen einen etwas größeren Wert. Abschließend kann festgestellt werden, dass den Käufern, die einen Pkw über ein Neuwagenportal erworben haben, viele der genannten Kriterien nahezu ebenso wichtig sind, wie den „Offline-Käufern“. Weniger wichtig sind dagegen „guter Ruf/Empfehlung“, „gleicher Ansprechpartner“ und „Zubehörangebote“.

P42 Wichtige Aspekte bei der Händlerwahl im Neuwagenmarkt 2016

Angaben in Prozent





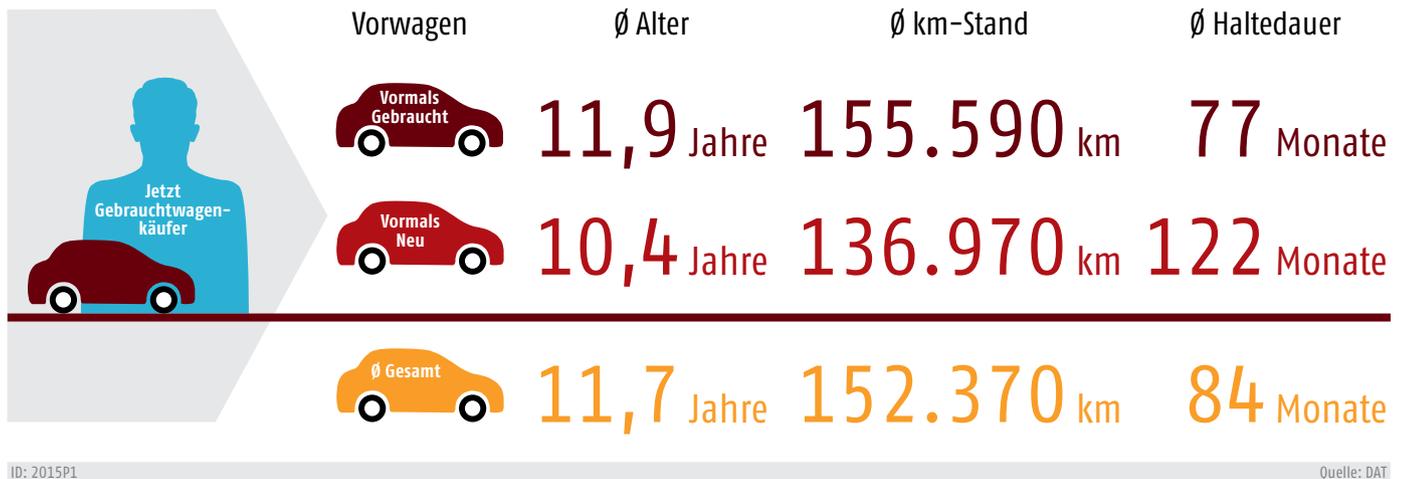
4. Der Vorwagen

4.1 Kennzahlen des Vorwagens

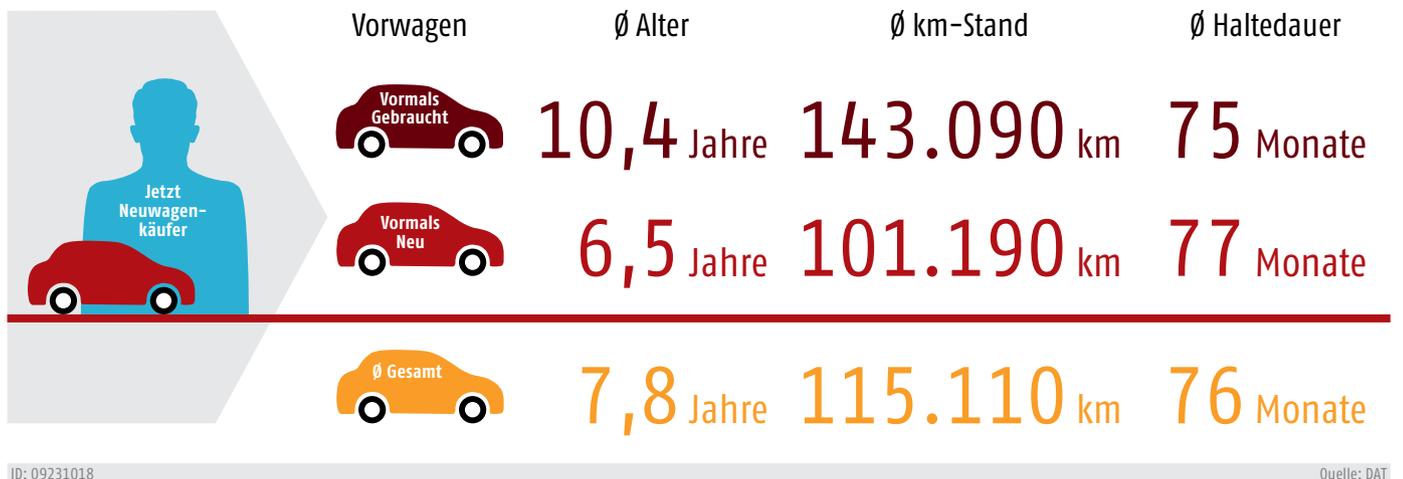
Zu einem hohen Prozentsatz werden jedes Jahr beim Kauf bestehende Fahrzeuge ersetzt. Von den Gebrauchtwagenkäufern gaben 72 % an, dass sie Vorbesitzkäufer sind, von den Neuwagenkäufern waren es sogar 85 %. Deutschland ist damit ein Wiederbeschaffungsmarkt, da die Zahl der Erstkäufer (Gebrauchtwagenmarkt 21 %, Neuwagenmarkt 7%) stabil auf einem relativ niedrigen Niveau verharrt. Die Besitzer streben danach, ihre abzulösenden Pkw zu verkaufen, um dadurch bereits einen Teil des Kaufpreises für das nächste Fahrzeug zu finan-

zieren. Ein beträchtlicher Teil der Pkw wird zudem jedes Jahr stillgelegt oder verschrottet. Die Kennzahlen aller Fahrzeuge, die von den Gebrauchtwagen- und Neuwagenkäufern beim Kauf abgestoßen wurden, zeigen Grafik P43 und P44. Nicht unerheblich ist hierbei, ob der Vorwagen einst neu oder gebraucht gekauft wurde. Die Haltedauern liegen in Deutschland mittlerweile bei bis zu zehn Jahren, und im Schnitt werden in dieser Zeit fast 137.000 Kilometer zurückgelegt. Ein Großteil dieser „Vorwagen“ wurde beim Handel in Zahlung gegeben, d. h. dort muss nach einer Identifikation des Fahrzeugs via VIN-Abfrage und einer professionellen Bewertung inkl. Kalkulation der Schäden dann im Rahmen einer Verwendungsentscheidung festgelegt werden, ob der Pkw wieder an einen Endkunden oder einen Wiederverkäufer gelangt.

P43 Vorwagen der Gebrauchtwagenkäufer 2016

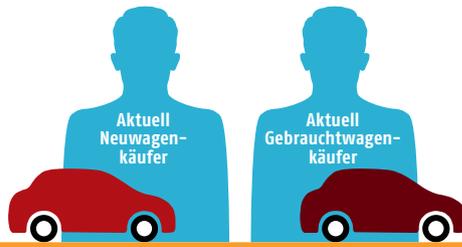


P44 Vorwagen der Neuwagenkäufer 2016



P45 Abnehmer des Vorwagens 2016

Basis: Vorbesitzkäufer



Beim Markenhändler in Zahlung gegeben	52 %	31 %
Beim freien Händler in Zahlung gegeben	1 %	6 %
An Markenhändler verkauft	6 %	7 %
An freien Händler verkauft	1 %	4 %
An Privatperson verkauft	18 %	34 %
Verschrottet, stillgelegt, verschenkt oder gestohlen	8 %	18 %
Rückgabe Leasing	14 %	0 %

Ankaufplattformen unter 0,3 Prozent

ID: 2015P39

Quelle: DAT

4.2 Abnehmer und Verkauf

Mit 7,4 Millionen Besitzumschreibungen wurden laut Kraftfahrtbundesamt 2016 erneut mehr Gebrauchtwagen umgeschrieben als die Jahre zuvor. Wie die Autokäufer des Jahres 2016 ihren Vorwagen in den Markt brachten, zeigt Grafik P45. Darin ist zu erkennen, dass der Handel (über die Inzahlungnahme sowie den direkten Ankauf) und der Privatmarkt die Hauptabnehmer waren.



Bild: © Alexander Rathns - Fotolia.com

Abnehmer der Pkw

Die wichtigste Abnehmergruppe für die Gebrauchtwagenkäufer war der Handel. Wie im Vorjahr wurden 37 % der Pkw dort in Zahlung gegeben. An private Käufer wurden 34 % der Vorwagen verkauft (2015: 28 %). 11 % wurden, ohne dort wieder ein Fahrzeug zu erwerben, an den freien oder markengebundenen Handel verkauft.

Ankaufplattformen

Seit einigen Jahren existieren Drittanbieter im Markt, die dem privaten Verkäufer über sogenannte Ankaufplattformen die „Monetarisierung“ des eigenen Pkw vereinfachen möchten. Man unterscheidet hierbei zwei Formen: Erstens tatsächliche Ankaufplattformen, bei denen der Betreiber die Fahrzeuge kauft. Zweitens Vermittler, die für den privaten Anbieter einen passenden Aufkäufer finden. In beiden Fällen spricht man von sogenannten C2B-(Consumer-to-Business)-Plattformen, da ein Endverbraucher mit einem gewerblichen Aufkäufer in Verbindung gebracht wird.

Die Motivationen eines Endverbrauchers, sein Fahrzeug über eine solche Plattform anzubieten, sind vielfältig (Bequemlichkeit durch Internet-Anbahnung, Zeitdruck, eine unerwartete finanzielle Notlage, kein Interesse am Verkauf oder Inzahlungnahme, Preisvergleich etc.). Die Portale geben dem privaten Verkäufer zunächst online eine ungefähre Preisinformation, dann muss ein Termin zur Besichtigung vereinbart werden. Die von den Ankaufplattformen erworbenen Pkw gelangen z. B. über Gebotsverfahren wieder an den Handel. All diese Entwicklungen sorgen dafür, dass mehr Fahrzeuge von Gebrauchtwagenkäufern auf (in)direktem Weg an den Handel gelangen. Derzeit scheint es, als würden vor allem Privatpersonen, die sich kein weiteres Fahrzeug mehr kaufen, solche Plattformen nutzen, da die Inzahlungnahmequoten beim Handel stabil bleiben und der Anteil bei den Pkw-Käufern derzeit noch unter 0,3 % liegt.

Inzahlungnahme

Neben den Ankaufportalen hat ein privater Autoverkäufer stets die Möglichkeit, seinen Wagen in Zahlung zu geben oder über einen der angestammten Online-Marktplätze einem weiteren Interessentenkreis anzubieten, der aus Endverbrauchern und Händlern besteht.

Betrachtet man nur die Gruppe der Neuwagenkäufer, so waren diese zu 85 % sogenannte Vorbesitzkäufer, d. h. sie ersetzen mit dem Kauf ihres Neufahrzeugs ein bisheriges Fahrzeug. Diese Vorwagen wurden entweder an Privatpersonen via Online- oder Print-Inserat verkauft (18 %) oder sie gelangten zu einem hohen Anteil in den Handel (53 % durch Inzahlungnahme beim Neuwagenkauf, 14 % durch Rückgabe eines Leasingfahrzeugs am Ende der Laufzeit). In Abhängigkeit von der Marke des gekauften Neuwagens lag die Bandbreite der Inzahlungnahmequote zwischen 53 % bei den Importeursfabrikanten und 57 % bei den deutschen Premiummarken. Sämtliche Marken der deutschen Hersteller kamen auf eine Inzahlungnahmequote von 54 %. Ein kleiner Prozentsatz wurde vom Handel ohne ein entsprechendes Gegengeschäft angekauft (7 %).

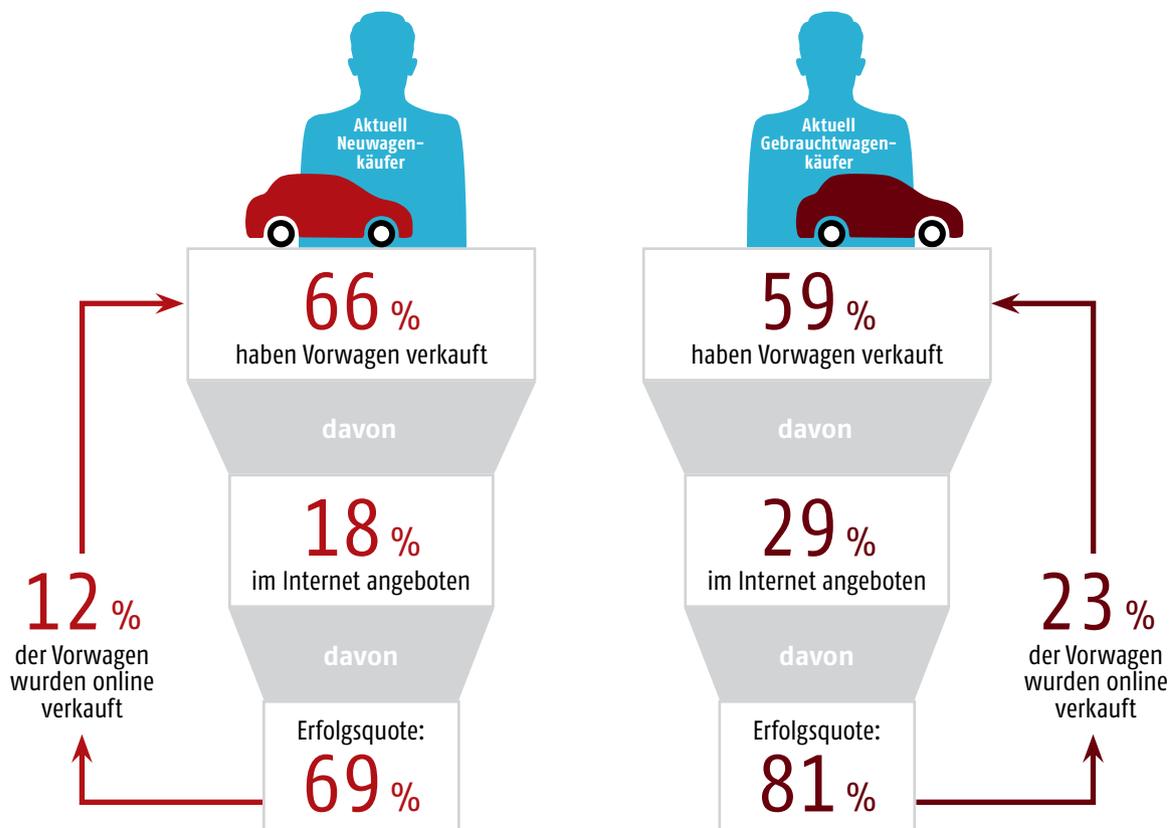


Verkauf über das Internet

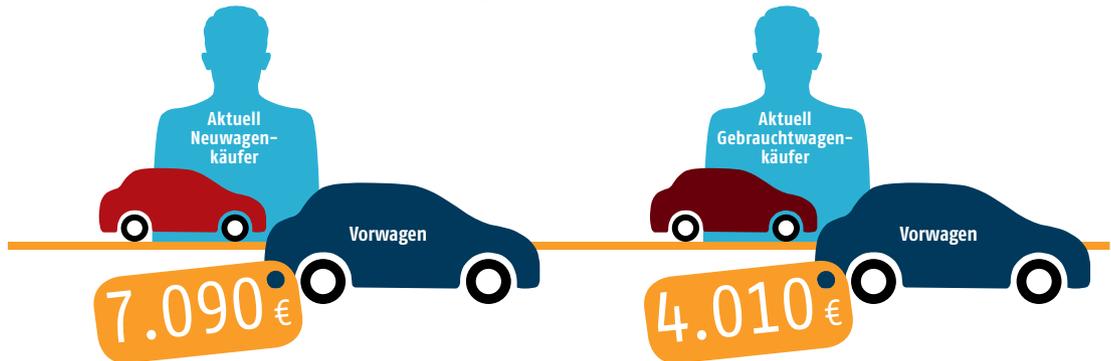
Über die gängigen Online-Marktplätze (mobile.de, Autoscout24.de oder pkw.de) können Endverbraucher kostenfrei und mit hoher Reichweite das eigene Fahrzeug im Markt anbieten. Grafik P46 zeigt, wer den eigenen Vorwagen erfolgreich verkauft, wie viele davon im Internet inseriert und wie viele dabei Erfolg hatten. So hatten beispielsweise von allen Gebrauchtwagenkäufern des Jahres 2016 insgesamt 59 % ihr bisheriges Fahrzeug verkauft oder beim Händler in Zahlung gegeben. 29 % davon nutzten dafür das Internet (2015: 31 %). Die Erfolgsquote im Internet war mit 81 % 2016 sehr hoch (2015: 78 %). Das heißt: Knapp ein Viertel (23 %) der Vorwagen wurden erfolgreich online verkauft. Immerhin haben sogar 43 % derer, die ihren Pkw im Internet angeboten hatten, diesen mit nur einem einzigen Inserat verkauft. 45 % benötigten zwei Inserate. Auf der anderen Seite wurden erstaunlicherweise 63 % der Verkäufe (2015: 61 %) komplett ohne Schaltung eines Inserats getätigt. Dies bedeutet in den meisten Fällen, dass der Pkw im Rahmen einer Inzahlungnahme beim Handel gelandet ist.

Wurde das aktuelle Fahrzeug beim Markenhändler gekauft, so hatten 72 % aller Privatpersonen für den Verkauf des Vorwagens gar kein Inserat geschaltet, sondern den Pkw gleich beim Handel in Zahlung gegeben oder in manchen Fällen auch verschenkt, stillgelegt bzw. verschrottet. Betrachtet man in diesem Zusammenhang die Neuwagenkäufer, so ist bei diesen generell die Inzahlunggabebereitschaft relativ hoch. Nur noch 26 % (2015: 30 %) haben ihren Vorwagen im Jahr 2016 zunächst via Inserat (Print oder Internet) verkaufen wollen. Der Kanal Internet war für 18 % eine Option, ein Inserat in einem Printmedium für 8 %. Die Erfolgsquote für den Verkauf des eigenen Fahrzeugs im Internet lag bei den Neuwagenkäufern bei 69 % und damit etwas über dem Vorjahr (2015: 67 %). Immerhin gelang es jedoch 44 % der Akteure, ihren Wagen mit nur einem einzigen Online-Inserat zu verkaufen. 77 % der Vorwagen wurden dagegen komplett ohne Schaltung eines Inserats verkauft und damit zum größten Teil direkt im Zuge des Neuwagenkaufs in Zahlung gegeben. Verschenkt, stillgelegt oder verschrottet wurden 8 % der Vorwagen der Neuwagenkäufer (18 % der Gebrauchtwagenkäufer).

P46 Verkauf des Vorwagens 2016
aktuelle Neuwagenkäufer vs. Gebrauchtwagenkäufer



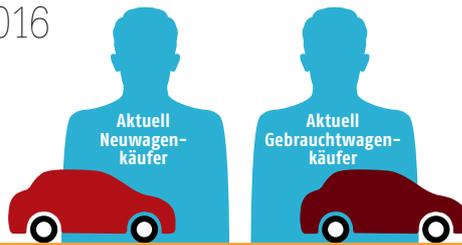
P47 Ø-Erlös aus Vorwagenverkauf 2016



ID: 2016P46

Quelle: DAT

P48 Preisfindung für Vorwagenverkauf: Infoquellen 2016



	Aktuell Neuwagenkäufer	Aktuell Gebrauchtwagenkäufer
Online:		
Onlineplattformen (mobile.de, wirkaufendeinauto.de, ...)	50 %	58 %
Suchmaschinen (Google, ...)	26 %	30 %
Soziale Netzwerke/Foren/Blogs	11 %	14 %
Abfrage von Fahrzeugwerten (wie z. B. www.dat.de)	6 %	5 %
Testberichte	6 %	4 %
Offline:		
Gespräche mit Kollegen/Bekanntem/Verwandten	56 %	62 %
Händler/Werkstatt, bei dem/der man aktuell Kunde ist	65 %	49 %
Besuch bei verschiedenen Händlern	28 %	31 %
Anzeigen in Printmedien	11 %	11 %
Testberichte in Printmedien	6 %	3 %
Info durch Sachverständige (DAT, Dekra, GTÜ, KÜS, TÜV ...)	3 %	2 %

ID: 2016P47

Quelle: DAT

4.3 Preis des Vorwagens

Die beim Verkauf erlösten Durchschnittspreise zeigt Grafik **P47**. Während der Neuwagenkäufer 2016 für seinen Vorwagen im Schnitt 7.090 Euro beim Verkauf erhielt, musste sich der Gebrauchtwagenkäufer mit 4.010 Euro zufrieden geben. Etwas höher war der Erlös, wenn es sich um einen ehemaligen Neuwagen und damit um ein Fahrzeug aus ersten Hand handelte: Diese Vorwagen der Gebrauchtwagenkäufer erzielten bis zu 5.320 Euro. Gleiches gilt für die Vorwagen der Neuwagenkäufer (8.740 Euro), wenn diese damals beim Kauf neu waren. Geringe Preise wurden auf dem Privatmarkt erzielt: Wer sich 2016 einen Gebrauchtwagen kaufte und seinen bisherigen Pkw einer Privatperson abot, der erhielt nur 3.000 Euro. Wer sich 2016 für einen Neuwagen entschied und sein bisheriges Fahrzeug auf dem Privatmarkt abot, der erzielte nur 5.600 Euro. Der Markenhandel bot den beiden Käufergruppen jeweils bei der Inzahlungnahme 4.950 Euro bzw. 7.620 Euro.

Preisfindung

Fragt man beide Gruppen (Neu- und Gebrauchtwagenkäufer), wie sie zu der Preisfindung für ihr Fahrzeug gekommen sind, zeigten sich 2016 leichte Unterschiede bei der Gewichtung der einzelnen Punkte. Wie man in Grafik **P48** erkennen kann, standen für den Neuwagenkäufer ganz klar Gespräche mit dem eigenen Händler beziehungsweise der Werkstatt im Vordergrund (65 %). Danach folgte der Austausch mit Kollegen, Bekannten oder Verwandten (56 %). Mit deutlichem Abstand folgten Online-Plattformen (50 %).

Die Gebrauchtwagenkäufer nannten an erster Stelle Gespräche mit Kollegen, Bekannten und Verwandten mit 62 %. Online-Plattformen rutschten mit 58 % auf den zweiten Platz. Dahinter platzierte sich mit 49 % der Kontakt mit dem eigenen Händler. Unter dem Strich griffen beide Käufergruppen bei der Preisfindung für den Verkauf ihres eigenen Fahrzeugs nach wie vor eher auf Offline-Quellen als auf Online-Quellen zu. Dies zeigt sich deutlich an den sogenannten Nettosummen der Informationsquellen: 88 % der Gebrauchtwagenkäufer und



91 % der Neuwagenkäufer nutzten mindestens eine Offline-Quelle vor dem Verkauf des eigenen Pkw. Zum Vergleich die Nettosummen bei den Online-Quellen: 69 % aller Gebrauchtwagenkäufer und 65 % aller Neuwagenkäufer nutzten mindestens eine Online-Quelle vor dem Verkauf ihres eigenen Fahrzeugs. Darunter fallen Orientierungswerte auf www.dat.de, auf den neuen Ankaufportalen und den angestammten Internet-Marktplätzen.

Ausgewiesene Experten für eine vollkommen neutrale, unvoreingenommene, professionelle und marktgerechte Wertermittlung eines Pkw sind freie Kfz-Sachverständige. Die DAT verfügt beispielsweise über ein bundesweit flächendeckendes Netz von meist öffentlich bestellten und vereidigten Sachverständigen („DAT Expert Partner“). Ihre Standorte sind auf www.dat.de nach Postleitzahlen gelistet.

Zufriedenheit mit Verkaufserlös

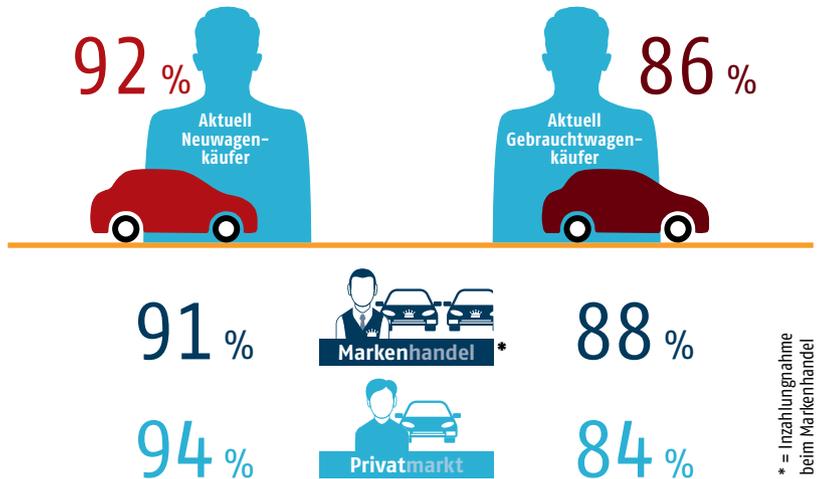
Wer 2016 auf eigene Faust sein Fahrzeug verkauft oder bei einem Händler in Zahlung gegeben hatte, der war mit dem erzielten Verkaufspreis zu einem hohen Prozentsatz (86 % bei den Gebrauchtwagen- und 92 % bei den Neuwagenkäufern) sehr zufrieden bis zufrieden (siehe hierzu Grafik **P49**). In den einzelnen Teilmärkten setzte sich diese Zufriedenheit nahezu fort, auch wenn der Verkauf an den freien Handel mit einem etwas geringeren Zufriedenheitswert abschnitt. Vermutlich waren die Autokäufer froh, den Verkaufsprozess des eigenen Pkw erfolgreich hinter sich gebracht zu haben. „Weniger zufrieden“ waren 8 % der Neuwagen- und 13 % der Gebrauchtwagenkäufer. Der Split nach Geschlecht zeigt: Neuwagenkäuferinnen waren zu 11 %, Gebrauchtwagenkäuferinnen zu 14 % „weniger zufrieden“. Bei den Männern lagen diese Werte bei 7 % und 12 %.

4.4 Dauer des Verkaufsprozesses

Erstmals wurde bei allen Autokäufern abgefragt, wie lange der Verkaufsprozess gedauert hat – beginnend mit der ersten Anzeige (Inserat, Angebot), bis das eigene Fahrzeug (der „Vorwagen“) erfolgreich verkauft wurde. Für die Gebrauchtwagenkäufer konnte festgestellt werden, dass diese im Schnitt innerhalb von 21 Tagen ihren Vorwagen erfolgreich verkauft hatten. 37 % gaben an, weniger als zwei Wochen gebraucht zu haben. Innerhalb eines Monats konnten 72 % aller angebotenen Fahrzeuge verkauft werden. Es macht hierbei kaum einen Unterschied, an welchen Abnehmer das Fahrzeug ging. Wer seinen bisherigen Pkw auf dem Privatmarkt angeboten hatte, konnte diesen nach nur 20 Tagen erfolgreich verkaufen. Betrachtet man diese Frage gesplittet nach Männern und Frauen, so waren Männer mit 20 Tagen etwas schneller als Frauen mit 22 Tagen.

Bei den Neuwagenkäufern lag der durchschnittliche Verkaufsprozess bei 24 Tagen und damit etwas über den Gebrauchtwagenkäufern. 38 % gaben an, innerhalb von nur zwei Wochen den eigenen Pkw verkauft zu haben. 67 % konnten das Fahrzeug innerhalb eines Monats verkaufen. Wer seinen bisherigen Pkw auf dem Privatmarkt angeboten hatte, dessen Verkaufsprozess dauerte 25 Ta-

P49 (Sehr) zufrieden mit dem Vorwagenverkaufserlös 2016

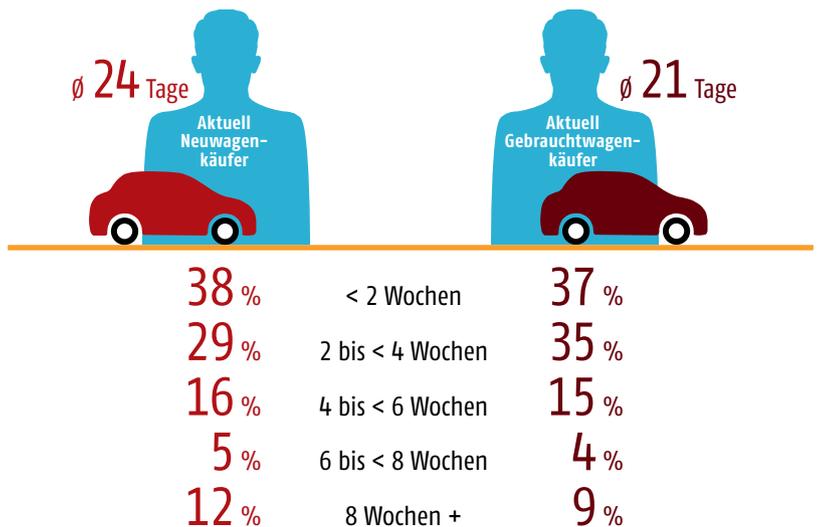


ID: 2017P49

Quelle: DAT

ge und damit etwas länger als der Durchschnitt. Beim Splitting nach Männern und Frauen waren diesmal die Frauen mit 23 Tagen schneller als die Männer mit 24. Wer seinen Neuwagen über ein Neuwagenportal erwarb, benötigte mit 34 Tagen für den Vorwagenverkauf etwas länger als einen Monat. Die Offline-Käufer lagen mit 22 Tagen sogar zwei Tage unter dem Durchschnitt.

P50 Zeitspanne für den Verkauf des Vorwagens 2016



ID: 2017P50

Quelle: DAT

EXKURS: ABGAS UND ALTERNATIVE ANTRIEBE

Das Thema Abgaswerte hat die Medien im Automobiljahr 2016 beherrscht. Die Konsequenzen für den Autokauf zeigt Grafik **E1**: Unter allen für den DAT-Report 2017 befragten Neuwagenkäufern bestätigten 15 %, dass sich der Abgasskandal direkt auf die Kaufentscheidung ausgewirkt hat. Gebrauchtwagenkäufer zeigten sich mit 10 % etwas weniger beeindruckt. In der Gruppe der Neuwagenkäufer, die sich 2016 für einen VW entschieden hatten, spielte das Thema zu 19 % eine Rolle. Wer vor dem Neuwagenkauf einen VW gefahren hatte, den hat dieses Thema sogar zu 25 % beeinflusst. Deutlich weniger davon betroffen zeigten sich die Käufer von neuen Diesel-Pkw. Sie bestätigten ebenso wie die Käufer von Benzinern nur zu 15 %, dass der Abgasskandal einen Einfluss auf ihren Neuwagenkauf hatte.

In der Gruppe der Gebrauchtwagenkäufer spielte diese Diskussion insgesamt eine wesentlich geringere Rolle. Nur auf 10 % hatte die Abgasthematik beim Autokauf einen Einfluss. Wer sich 2016 für einen gebrauchten VW entschieden hatte, gab zu 13 % an, dass ihn die Diskussion beeinflusst hat. Wer vor dem Gebrauchtwagenkauf einen VW gefahren hat, für den spielte die



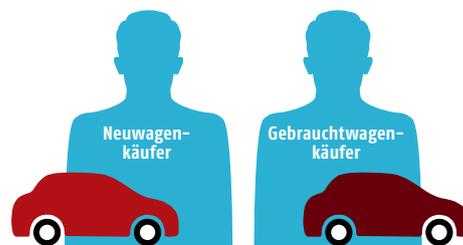
Thematik zu 19 % eine Rolle. Käufer von gebrauchten Diesel-Pkw hatten 2016 das Thema zu 14 % bei der Kaufentscheidung im Kopf. Käufer von Benzinern nur zu 7 %. In der Betrachtung nach Männern und Frauen war bei Neu- und Gebrauchtwagenkäufern diese Thematik für die Frauen kaum relevant (beim Neuwagenkauf zu 13 %, beim Gebrauchtwagenkauf zu 8 %).

Die beiden Teilgruppen der Neuwagen- und Gebrauchtwagenkäufer, die von der Abgasthematik beeinflusst wurden (15 % und 10 %), äußerten sich ferner für den DAT-Report 2017, ob sie aufgrund der Diskussionen die Marke gewechselt oder sich für eine andere Marke als ursprünglich geplant entschieden haben. Neuwagenkäufer bestätigten dies zu 35 %, Gebrauchtwagenkäufer zu 40 %. Ferner wurden beide Teilgruppen befragt, ob sie sich wegen der Diskussionen für eine andere Motorisierung als ursprünglich geplant entschieden haben. Damit waren statt Dieselfahrzeugen Modelle mit Benzinmotor, Hybridantrieb oder rein elektrisch betriebene Autos gemeint. Auch diese Ergebnisse zeigt Grafik E1 sehr deutlich: 30 % der betroffenen Neuwagen- und 23 % der betroffenen Gebrauchtwagenkäufer haben sich wegen der Diskussionen um manipulierte Abgaswerte für eine andere Motorisierung entschieden.

Zukunft des Dieselmotors

Ein weiteres Thema, das im Automobiljahr 2016 in den Medien und der Politik diskutiert wurde, ist die generelle Rolle des Diesels. Ohne weitere Differenzierung nach Euro5- oder Euro6-Dieseln wurden alle Autokäufer für den DAT-Report gefragt, ob sie glauben, dass die Bedeutung des Dieselmotors im Vergleich zum Benzinmotor in Zukunft abnehmen werde. Grafik E2 verdeutlicht, dass 28 % der Neuwagen- und 24 % der Gebrauchtwagenkäufer dies bestätigten. Weniger als ein Drittel beider Gruppen wollte oder konnte sich zum Zeitpunkt der Befragung nicht festlegen, und knapp die Hälfte aller

E1 Konsequenzen aus Abgasskandal 2016



Diskussionen um manipulierte Abgaswerte haben Kaufentscheidung beeinflusst	15 %	10 %
--	-------------	-------------

davon...

... haben deswegen Marke gewechselt/ andere Marke gekauft	35 %	40 %
---	-------------	-------------

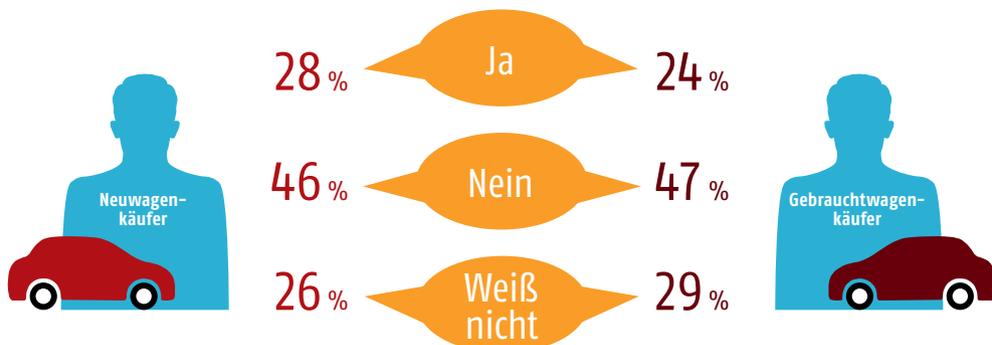
... haben sich deswegen für andere Motorisierung entschieden (z. B. Benzin oder Hybrid statt Diesel etc.)	30 %	23 %
---	-------------	-------------

ID: 2017E1

Quelle: DAT

Befragten sah den Diesel weiterhin als wichtigen Antrieb. Betrachtet man nur die Teilgruppen derjenigen, die sich 2016 für einen neuen oder gebrauchten Diesel-Pkw entschieden hatten, werden die Verhältnisse deutlich: 55 % der Neu- und 57 % der Gebrauchtwagenkäufer sahen keinen Rückgang des Diesels. Bei den Gruppen der Käufer von Benzin-Pkw lagen diese Werte bei 37 % (Neuwagenkäufer) und 42 % (Gebrauchtwagenkäufer). Insgesamt über alle Käufergruppen wird bei der Erhebung deutlich, dass nicht einmal ein Drittel den Diesel überhaupt infrage stellt.

E2 Diesel im Vergleich zu Benzinern: Wird die Bedeutung abnehmen? 2016



ID: 2017E2

Quelle: DAT

Bedeutung der Elektro-Prämie

Ein weiteres wichtiges Thema im Autojahr 2016 war die Kaufprämie für Elektro- und Hybridfahrzeuge, die von der Politik bis zu einer Höhe von max. 4.000 Euro beschlossen wurde. Allerdings haben 87 % aller für den DAT-Report befragten Neuwagenkäufer bestätigt, dass sie sich wegen der Prämie nicht intensiver mit alternativen Antriebstechnologien auseinandergesetzt oder den Kauf eines solchen Pkw in Erwägung gezogen haben (vgl. Grafik E3). Käufer von Importfabrikaten interessierten sich im Schnitt zu 14 % etwas mehr dafür als der Durchschnitt der Käufer deutscher Marken (13 %). Besonders hoch war der Anteil der Interessenten bei den französischen Fabrikaten (20 %). Gebrauchtwagenkäufer waren dagegen deutlich weniger empfänglich, 94 % bekundeten kein Interesse (vgl. Grafik E3). Das Splitting nach Marken oder Markengruppen zeigt hier lediglich bei den Käufern japanischer Marken mit 9 %, aber auch bei VW (9 %) und Opel (10 %) ein Interesse, das über dem Durchschnitt aller deutschen Marken (7 %) und der Importmarken (5 %) lag. Eine Käufergruppe war allerdings bei Neu- und Gebrauchtwagen besonders affin für diese Thematik: Neuwagenkäufer der Generation 50 plus beschäftigten sich zu 17 %, Gebrauchtwagenkäufer der gleichen Altersgruppe zu 10 % intensiver mit der Kaufprämie.

Bedeutung des Pkw-Labels

Im Zusammenhang mit der Kaufentscheidung für Neuwagen wurde gefragt, welchen Einfluss das Pkw-Label (www.pkw-label.de) auf den Kauf hatte. 33 % der Neuwagenkäufer bestätigten einen maßgeblichen Einfluss, 34 % einen geringfügigen und 33 % gar keinen Einfluss.

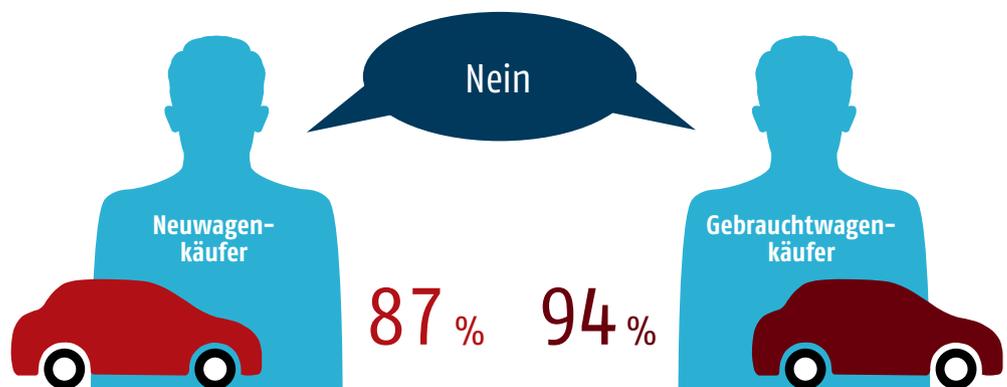
Kenntnisse alternativer Antriebsarten

Vor dem Hintergrund alternativer Antriebstechnologien wurde für den DAT-Report 2017 nach dem Kenntnisstand

der Autokäufer gefragt. Grafik E4 zeigt dies in vier Abstufungen jeweils für Neu- und Gebrauchtwagenkäufer. Die Marketingaktivitäten der Automobilhersteller und Importeure in diesem Bereich scheinen im Vergleich zum Vorjahr bereits Wirkung gezeigt zu haben. Bei den Neuwagenkäufern waren insbesondere die reinen E-Autos diejenige Antriebsart, von der 44 % bestätigten, schon viel gehört zu haben. Dieser Wert ist gegenüber 2015 gestiegen (2015: 32 %). Einen deutlichen Sprung machten auch die E-Fahrzeuge mit Range Extender. Von diesen Elektroautos mit einem Verbrennungsmotor, der nur zum Laden der Akkus verwendet wird, haben 2016 immerhin 25 % (2015: 16 %) schon viel gehört. Bei Plug-in-Hybriden, also Hybridfahrzeugen, deren Akkus nicht nur mit dem Verbrennungsmotor, sondern auch an der Steckdose aufgeladen werden können, ist ebenfalls ein großer Informationssprung zum Vorjahr erkennbar. 2015 hatten erst 20 % viel davon gehört oder gelesen, 2016 lag dieser Wert bereits bei 27 %. Der reine Hybridantrieb ist als Technologie am längsten im Markt verfügbar, daher ist auch der Kenntnisstand höher als bei den anderen Antriebsarten: 30 % (2015: 25 %) der Neuwagenkäufer haben viel davon gehört und 12 % (2015: 10 %) haben sich 2016 sogar intensiv damit beschäftigt.

Die Kenntnisse zu alternativen Antriebsformen waren bei den Gebrauchtwagenkäufern des Jahres 2016 etwas weniger tief als bei den Neuwagenkäufern. Viel vom reinen Elektrofahrzeug gehört oder gelesen hatten 32 % (2015: 28 %), intensiv damit beschäftigt hatten sich wie im Vorjahr nur 4 %. Über den Range Extender hatten 18 % der Gebrauchtwagenkäufer viel gehört oder gelesen (2015: 17 %), die intensive Beschäftigung damit lag hier wie bei allen anderen alternativen Antriebsformen mit 3 % im niedrigen einstelligen Bereich. Ähnlich präsent in den Köpfen der Gebrauchtwagenkäufer war die Kenntnis über den Plug-in-Hybrid (2015: 16 % hatten

E3 E-Prämie führt zur intensiven Beschäftigung mit alternativen Antriebstechnologien 2016



ID: 2017E3

Quelle: DAT

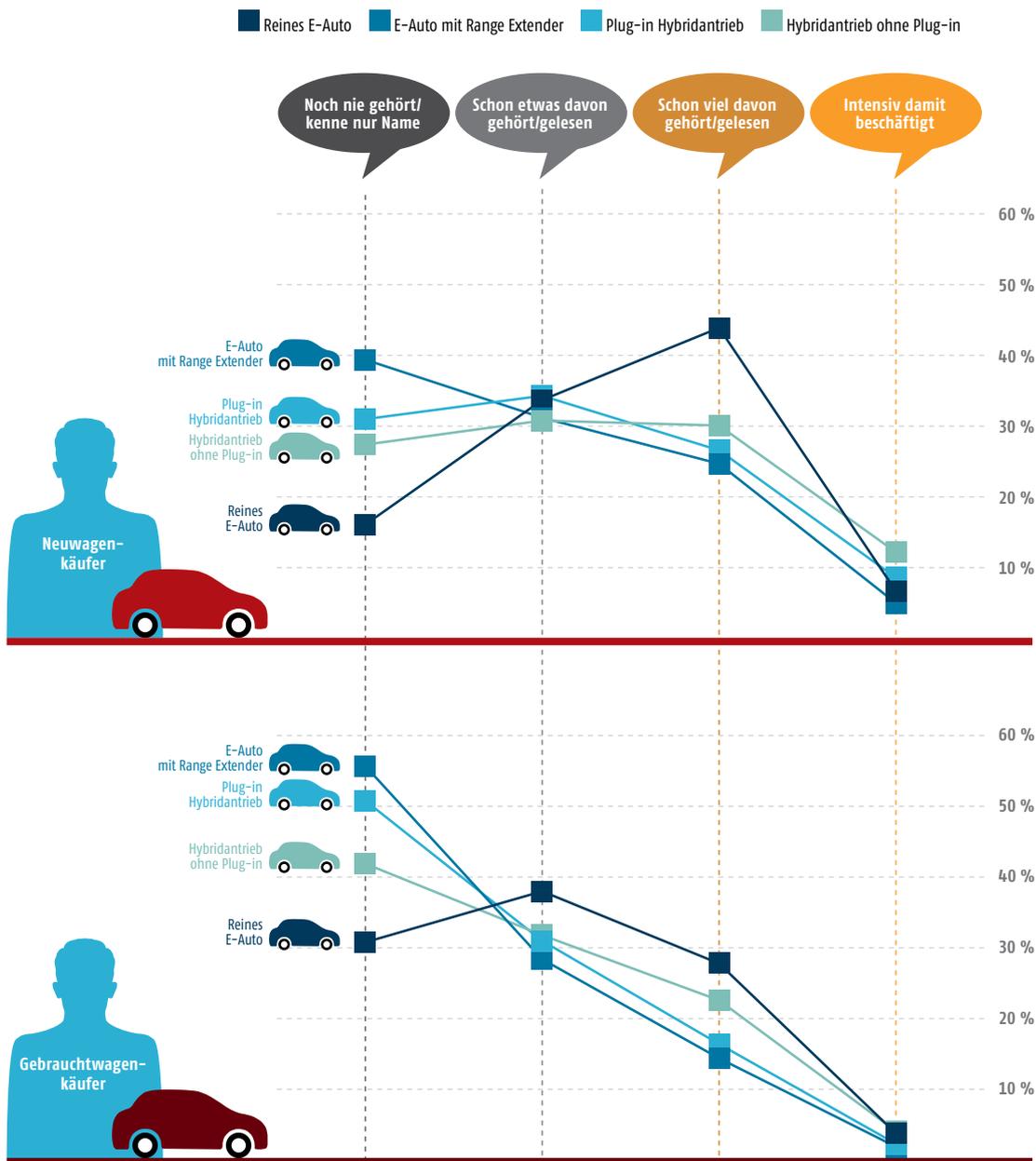
viel davon gehört; 2016: 20 %). Zum Hybridantrieb ohne Plug-in gaben 24 % (2015: 23 %) der Gebrauchtwagenkäufer zu Protokoll, sie hätten bereits viel davon gehört.

Szenarien ohne reinen Verbrenner

Für welche Antriebsform würden sich Autokäufer entscheiden, wenn es keinen klassischen Verbrennungsmotor mehr gäbe? Die Mehrheit der Neuwagenkäufer würde sich für einen Hybridantrieb (39 %) entscheiden (2015:

41 %). Es folgt der Plug-in-Hybrid mit 29 % (2015: 24 %), dann mit 19 % reine E-Autos (2015: 22 %) und mit 14 % E-Autos mit Range Extender (2015: 13 %). Gebrauchtwagenkäufer würden sich zu 32 % (2015: 32 %) für Hybride, zu 27 % (2015: 32 %) für rein batteriebetriebene Fahrzeuge, entscheiden. Pkw mit Plug-in-Hybrid wären für 27 % (2015: 21 %), ein E-Auto mit Range Extender nur für 14 % der Gebrauchtwagenkäufer (2015: 15 %) eine Option.

E4 Kenntnisstand zu alternativen Antriebsarten 2016



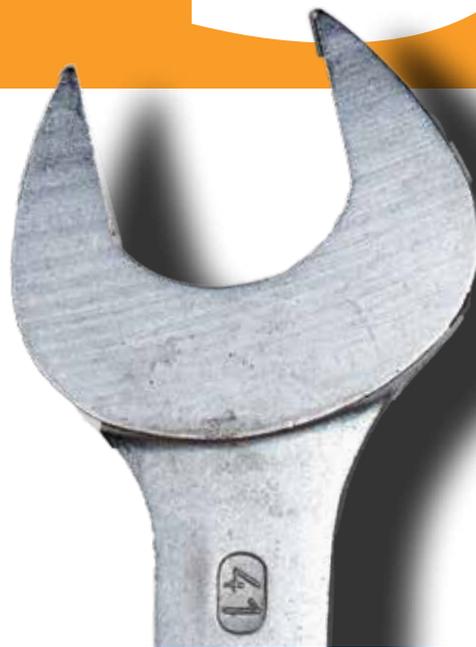
ID: 2016E3

Quelle: DAT



3

WARTUNG & REPARATUR



1. Gesamtübersicht Seite **53**

2. Fahrzeugwartung Seite **54**

3. Öl Seite **58**

4. Räder & Reifen Seite **61**

5. Reparaturen Seite **63**

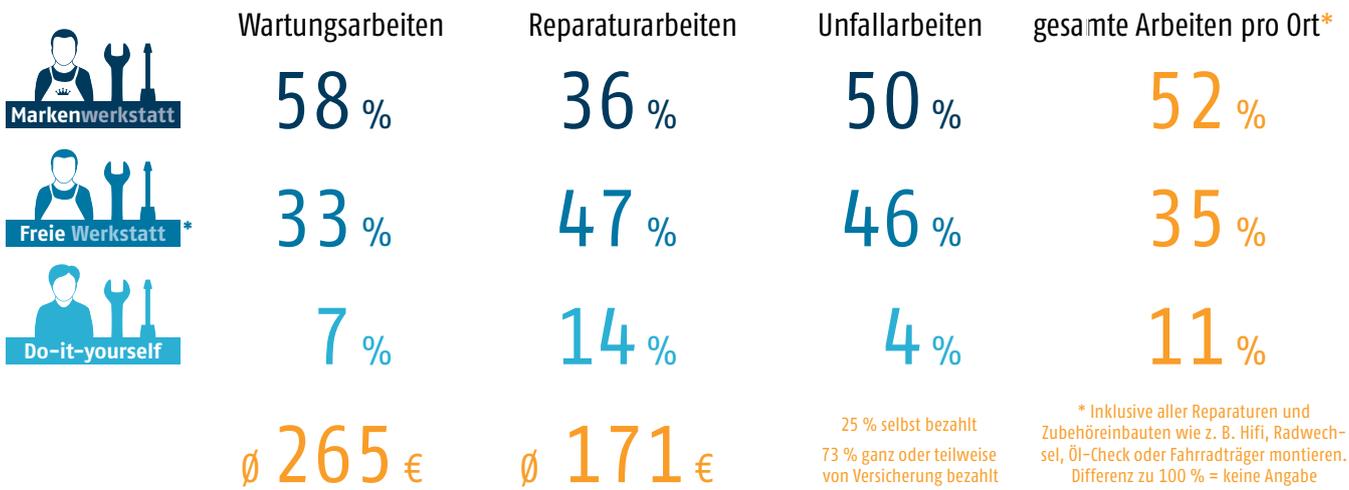
6. Unfallreparaturen Seite **66**

7. Der Kunde Seite **68**

8. Auftrags- und Werkstattvolumen Seite **75**



W1 Arbeiten an Pkw 2016



*inkl. Systemwerkstatt, Differenz zu 100 % = keine Angaben

ID: 2015W1

Quelle: DAT

1. Gesamtübersicht

Das Werkstattgeschäft ist für viele Automobilbetriebe der wichtigste Ertragsbringer. Im Neuwagengeschäft sind aufgrund hoher Rabatte kaum noch Margen zu erzielen. Im Gebrauchtwagengeschäft sind die Risiken groß, Geld durch Fehler in den Prozessen zu verlieren. Daher ist die Werkstatt inkl. Zubehörverkauf der Bereich, der oft wesentlich zum Unternehmenserfolg beiträgt. Vor dem Hintergrund der gestiegenen Fahrzeugqualität, der wachsenden Anzahl an Assistenzsystemen und der neuen Technologien wie 3D-Druckern besteht auch für dieses Geschäftsfeld die Gefahr von sinkenden Aufträgen.

Das Jahr 2016 war für die Werkstätten insgesamt ein gutes Jahr – im Endverbraucher- und Großkundengeschäft. Die Zahlen, die im DAT-Report erhoben werden, beziehen sich allerdings auf die Befragung von Endverbrauchern (lediglich 8 % gaben an, den Pkw auch gewerblich zu nutzen), daher sind auch die Angaben zu Reparatur- oder Wartungsaufwänden stets Bruttopreise (vgl. u. a. Grafik W1). Ein Volumen mit großer Relevanz für die Werkstätten, das im DAT-Report nicht berücksichtigt werden kann, stammt aus Wartungs- und Reparaturaufträgen der Groß- und Firmenkunden. Ferner finden in einer Endverbraucherbefragung die Kosten z. B. für Garantiarbeiten bei einem Service- oder Wartungsvertrag sowie beim Full-Service-Privatleasing keinen Niederschlag. Zusätzlich sorgen Unfallreparaturen für Werkstattumsatz, dieser wird allerdings oft direkt über die Versicherungen abgerechnet (2016 zu 73 % ganz oder teilweise). Daraus resultierende Aufträge für Karosserie- und Lackarbeiten an Spezialbetriebe können im DAT-Report ebenfalls nicht berücksichtigt werden. Abschließend sorgten die zahlreichen Rückrufe 2016, aber auch die nochmals gestiegene Zahl an Gebrauchtwagen, die

über den Handel verkauft wurden, für mehr Werkstattgeschäft, da diese Fahrzeuge vor dem Verkauf in der Werkstatt durchgecheckt werden.

Anzahl Werkstätten zurückgegangen

Eine wichtige Kennzahl, um das Endkundengeschäft zu analysieren, ist die Anzahl der beim Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK) gelisteten Betriebe. Diese betrug 2016 insgesamt 37.740 Betriebsstätten, davon waren 16.800 Markenwerkstätten und 20.940 freie. Die Gesamtzahl ist damit um 660 Betriebe (gegenüber 2015) zurückgegangen. Gründe hierfür können in einigen Fällen Insolvenzen sein, vor allem liegt der Rückgang aber im Konzentrationsprozess, der seit gut zehn Jahren das Automobilgewerbe in Deutschland prägt.

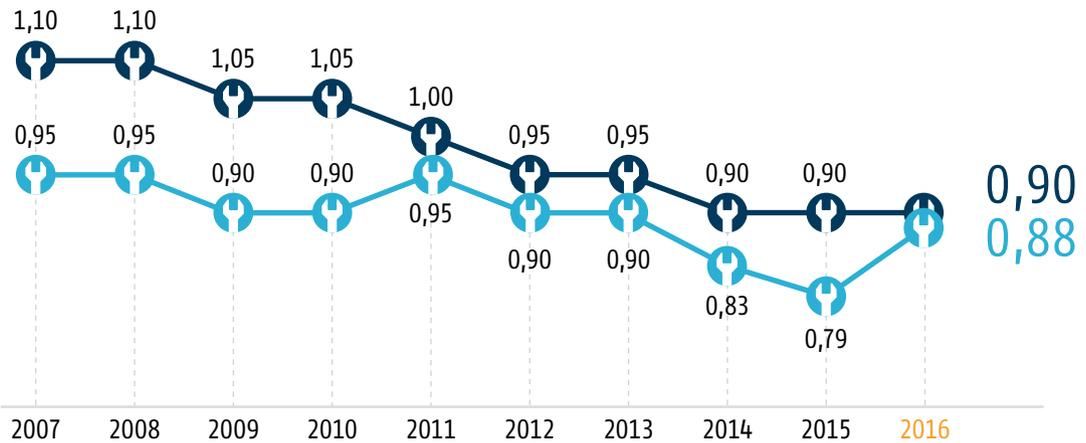
Pkw-Bestand leicht gestiegen

Eine weitere wichtige Kennzahl ist der Pkw-Bestand in Deutschland. Für das Jahr 2016 hat die DAT einen vorläufig geschätzten Fahrzeugbestand von 45.657.134 Einheiten (+1,3 % gegenüber 2015) ermittelt. Die tatsächliche Zahl des Kraftfahrt-Bundesamts (KBA) lag zum Redaktionsschluss noch nicht vor. Daher wurde für die Hochrechnung des Bestands für 2016 die Entwicklung der Vorjahre herangezogen. So waren es im Jahr 2015 insgesamt 45.071.209 Einheiten (+1,5 % gegenüber 2014). Zum Hintergrund: Seit 2007 veröffentlicht das KBA den Bestand nur noch ohne vorübergehende Stilllegungen. In der Gesamtzahl muss jedoch ein Teil der vorübergehend oder endgültig abgemeldeten Pkw sowie die 2016 verschrotteten und exportierten Fahrzeuge berücksichtigt werden.

Insgesamt wird für die Berechnung eine Gesamtzahl von 51,66 Mio. Einheiten als Kenngröße herangezogen. Diese Zahl wurde seit 2007 mit den Bestandssteigerungen 2008 bis 2016 hochgerechnet.

W2 Wartungs-Soll und -Ist

Wartungs-Soll Wartungs-Ist



ID: 09331028

Quelle: DAT

2. Fahrzeugwartung

Die regelmäßige Wartung von Fahrzeugen dient dem Erhalt der Sicherheit und der Funktionsfähigkeit. Bei der Befragung für den DAT-Report 2017 wurde deutlich, dass das Wartungsverhalten der Autofahrer in Deutschland seit Jahren der Stagnation und des Absinkens erstmals wieder leicht gestiegen ist (vgl. Grafik W2). 2016 wurden pro Fahrzeug 0,88 Wartungsarbeiten durchgeführt. Mit der Bereitschaft, in den Kauf eines Pkw zu investieren (vgl. Kapitel 2), ist offensichtlich im Automobiljahr 2016 auch die Bereitschaft gestiegen, sich wieder mehr um die Wartung der eigenen Fahrzeuge zu kümmern. Hinzu kam, dass die Jahresfahrleistung im Vergleich zum

Vorjahr um 970 Kilometer auf 15.320 Kilometer gestiegen ist, was einen erhöhten Wartungsbedarf mit sich bringt. Auf die Frage, ob sie in Zukunft die Servicearbeiten an ihrem Fahrzeug aufschieben, um Kosten zu sparen, antworteten 82 % der Pkw-Halter mit „Nein“. Insgesamt auf eine Wartung verzichtet haben 2016 34 % (2015: 36 %) der Fahrzeughalter.

2.1 Wartungshäufigkeit

Das leicht gestiegene Wartungsverhalten zeigt sich bei kleiner, großer und sonstiger Inspektion (Grafik W3). Den größten Zuwachs hatte die große Inspektion von 33 % auf 39 %. Bezogen auf das Fahrzeugalter gilt, dass die vom Hersteller vorgegebenen Intervalle bei jungen Fahrzeugen länger als bei älteren sind. Daher erklärt sich unter anderem, dass im Vergleich zu den anderen Pkw-Altersklassen an den maximal zwei Jahre alten Pkw kaum Arbeiten durchgeführt wurden (vgl. Grafik W4). Bei den Pkw im Alter von zwei bis vier Jahren ist der deutlichste Sprung von 0,80 auf 0,98 Wartungen pro Pkw erkennbar. Bei den anderen Altersklassen stieg das Wartungsvolumen ebenfalls – in geringerem Maße – an. Grafik W5 beleuchtet den Unterschied zwischen ehemals neu gekauften Fahrzeugen, die 2016 im Schnitt 4,9 Jahre alt waren (2015: 5,1), und ehemals gebraucht gekauften, die mit einem Alter von 9,9 Jahren auf den Straßen fahren (2015: 9,6). Die Halter beider Gruppen haben ihre Auftragsvergabe etwas erhöht. Bei den neu gekauften Pkw von 0,80 auf 0,86, bei den ehemals Gebrauchten ist der Wert etwas stärker und zwar von 0,79 auf 0,89 gestiegen. Am stärksten stieg der Anteil bei den großen Inspektionen an ehemals gebraucht gekauften Pkw von 30 % im Jahr 2015 auf 38 % im Jahr 2016.

W3 Wartungsarbeiten

Angaben in Prozent

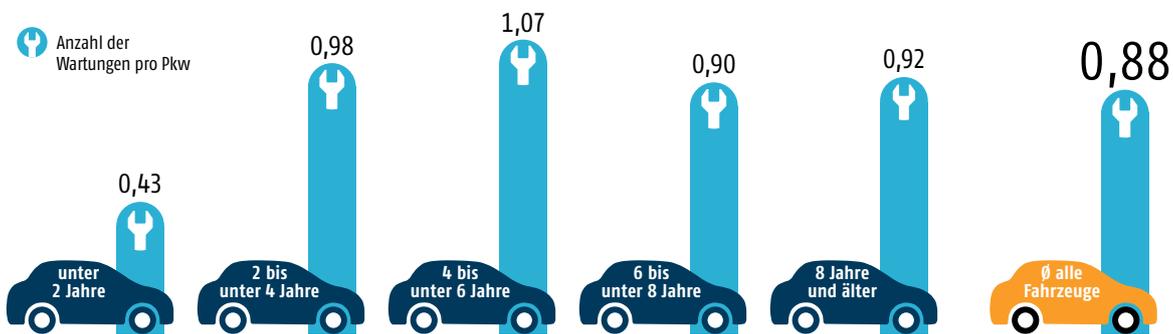
Wartungsart	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Große Inspektion	42	41	38	39	44	37	39	34	33	39
Kleine Inspektion	25	24	22	24	22	22	24	21	23	24
Sonstige Inspektion	25	24	23	24	25	26	25	25	23	24
Wartungshäufigkeit pro Pkw in Anzahl	0,95	0,95	0,90	0,90	0,95	0,90	0,90	0,83	0,79	0,88

ID: 09341029

Quelle: DAT



W4 Wartungshäufigkeit nach Pkw-Alter 2016



ID: 09351030

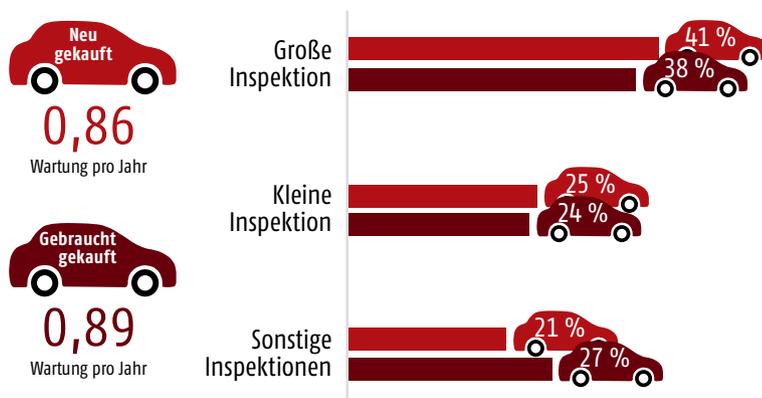
Quelle: DAT

2.2 Wartungskosten

Wichtig ist nicht nur die Frequenz der Wartungsarbeiten, sondern auch die damit verbundenen Kosten. Im Jahr 2016 gaben die Fahrzeughalter 265 Euro (vgl. Grafik W6) aus und damit etwas mehr als im Jahr zuvor (235 Euro). Den geringsten Aufwand aber den größten Sprung zum Vorjahr hatten mit 107 Euro (2015: 56 Euro) die Halter junger Fahrzeuge unter zwei Jahren. Den höchsten Kostenfaktor verursachten mit durchschnittlich 320 Euro die sechs bis unter acht Jahre alten Fahrzeuge. In Abhängigkeit von der jeweiligen Marke lag der Wartungsaufwand zwischen 247 Euro bei Importmodellen, 275 Euro bei deutschen Marken und 349 Euro bei deutschen Premiummarken.

Legt man die Kosten auf die Fahrleistung um (15.320 km), dann ergibt sich ein durchschnittlicher Wartungsaufwand von 1,7 Cent (2015: 1,6 Cent) pro gefahrenem Kilometer. Arbeiten wurden aber nur an 66 % (2015: 64 %) der Fahrzeuge durchgeführt. Dies bedeutet einen Kostenaufwand für tatsächlich gewartete Pkw von 426 Euro oder 2,8 Cent pro gefahrenem Kilometer.

W5 Wartungsverhalten nach Fahrzeugerwerb 2016

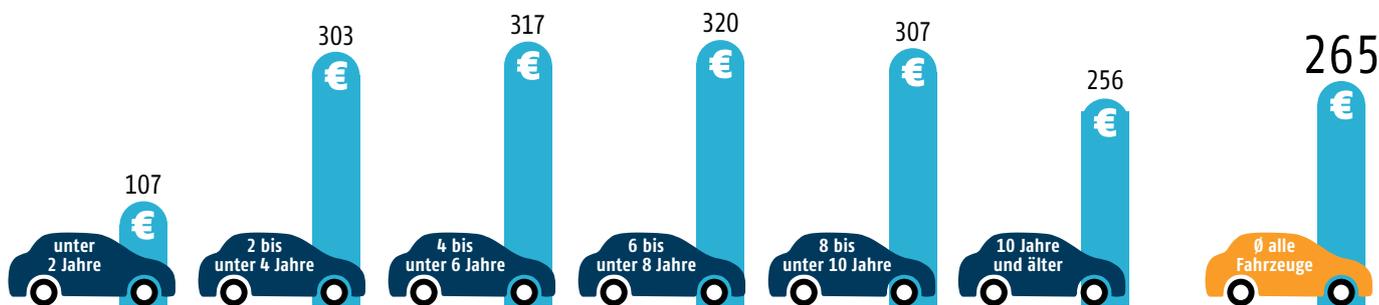


ID: 09361031

Quelle: DAT

W6 Wartungskosten nach Pkw-Alter 2016

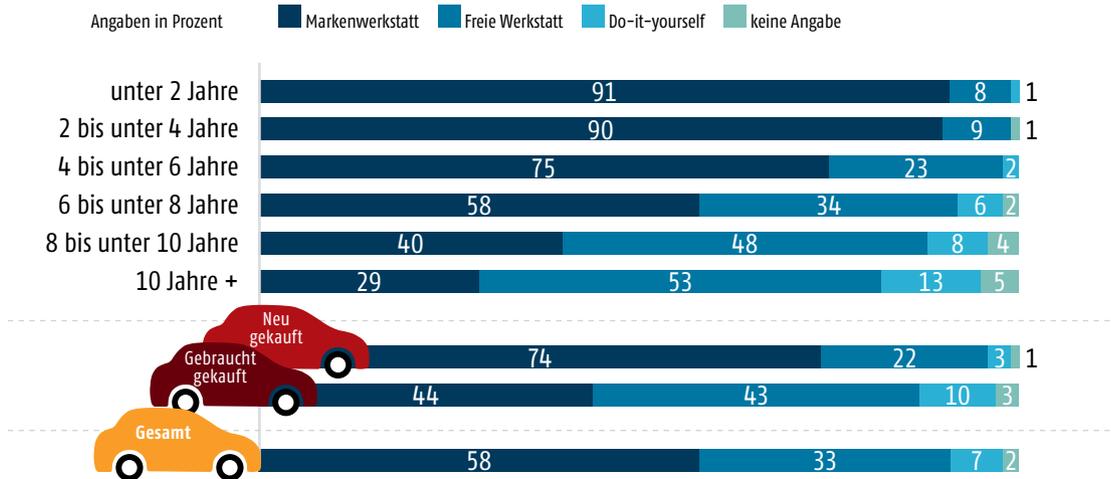
€ Bruttokosten pro Pkw/Jahr



ID: 09331028

Quelle: DAT

W7 Durchführungsorte von Wartungsarbeiten 2016



ID: 09351030

Quelle: DAT

2.3 Wartungsort

Das Fahrzeugalter spielt nach wie vor eine elementare Rolle bei der Entscheidung für eine freie oder markengebundene Werkstatt. Im Jahr 2016 haben insbesondere die Markenbetriebe Anteile an die freien Werkstätten verloren. Grafik W7 zeigt sehr deutlich, dass von allen Wartungsarbeiten die Markenwerkstätten zu 58 % (2015: 60 %) partizipieren konnten. Ferner wird die Entwicklung nach Fahrzeugalter dargestellt. Bei den Pkw mit einem Alter bis unter vier Jahre lag der Marktanteil noch bei 91 % (unter zwei Jahre alte Pkw) bzw. 90 % (zwei bis unter vier Jahre), danach fiel die Wahl immer stärker auf einen freien Betrieb. Stabil geblieben ist der Marktanteil der markengebundenen Betriebe bei Pkw von vier bis sechs Jahren (75 %) und bei den zehn Jahre und älteren Fahrzeugen (29 %). Zugewinnen konnten die freien Betriebe deutlich bei den jungen Fahrzeugen, auffällig ist allerdings, dass bei den älteren Fahrzeugen der Do-it-yourself-Anteil stark gestiegen ist. Den Automobilher-

stellern und Importeuren ist es 2016 demnach weniger gelungen, über die eigenen Markenbetriebe gezielt besondere Angebote für Fahrzeuge aus anderen Alterssegmenten erfolgreich anzubieten.

2.4 Wartungsart

Wartungsarbeiten lassen sich generell in große, kleine und sonstige Inspektion unterteilen. Erstmals finden in diesem Abschnitt auch die durchgeführten Hauptuntersuchungen Beachtung, da die Vorab-Untersuchungen für diese von staatlich anerkannten Prüforganisationen durchgeführten Fahrzeuguntersuchungen nach § 29 StVZO häufig im Rahmen der „sonstigen Inspektionen“ erledigt werden.

Große Inspektion

2016 vergaben 39 % der Autofahrer einen Auftrag für die Durchführung einer großen Inspektion (2015: 35 %). Wie Grafik W8 zeigt, konnten die Markenwerkstätten ihren Anteil von 67 % im vergangenen Jahr nicht halten, sie liegen nun bei 66 % und verloren diesen Prozentpunkt an die „Do-it-yourself-Schrauber“. Die freien Betriebe konnten ihren Anteil von 29 % halten. Der Werkstattanteil an der großen Inspektion erreichte im Jahr 2016 95 % und lag somit fast auf Vorjahresniveau.



Bild: Tomasz - Fotolia

W8 Große Inspektion: Durchführungsorte

Unterscheidet man zwischen neu und gebraucht gekauften Pkw, so wurde die große Inspektion zu 80 % (2015: 78 %) an neu gekauften, an gebraucht gekauften nur zu 53 % (2015: 56 %) in einer Markenwerkstatt vorgenommen. Auffällig ist, dass der Anteil der Markenwerkstätten bei Fahrzeugen bis zu vier Jahren mit 90 % ein hohes Niveau hält (2015: 92 %). Waren die Pkw acht Jahre und älter, ließen nur noch 40 % (2015: 45 %) der Halter die große Wartung in einer Werkstatt ihrer Automarke durchführen.

Kleine Inspektion

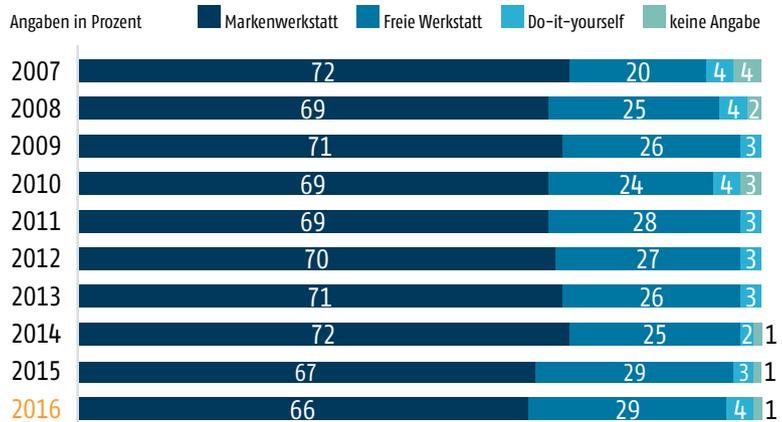
Zur kleinen Inspektion brachten 2016 insgesamt 24 % der Halter ihren Wagen in die Werkstatt. Der Marktanteil der Vertragswerkstätten ist 2016 hierbei von 64 % auf 56 % gesunken. Weitere 31 % (2015: 29 %) dieser Inspektion erledigten freie Werkstätten. Beinahe verdoppelt haben sich mit 11 % die Arbeiten im Do-it-yourself-Bereich. Besonders beliebt war diese Art der Wartung bei den Haltern mit Pkw zwischen zwei bis sechs Jahren. 27 % von ihnen ließen ihr Auto auf diese Art und Weise durchsehen. Des Weiteren gehörten zur Top-Kundschaft die Vielfahrer (30.000 km und mehr pro Jahr), 35 % buchten 2016 einen kleinen Service. Deutlich seltener vergaben Halter von acht Jahre und älteren Pkw den Auftrag: Nur 23 % suchten für diesen Anlass einen Fachbetrieb oder einen kundigen „Do-it-yourself-Schrauber“ auf. Der absolute Werkstättenanteil lag 2016 mit nur noch 87 % deutlich unter dem Vorjahr (vgl. Grafik W9).

Sonstige Inspektion

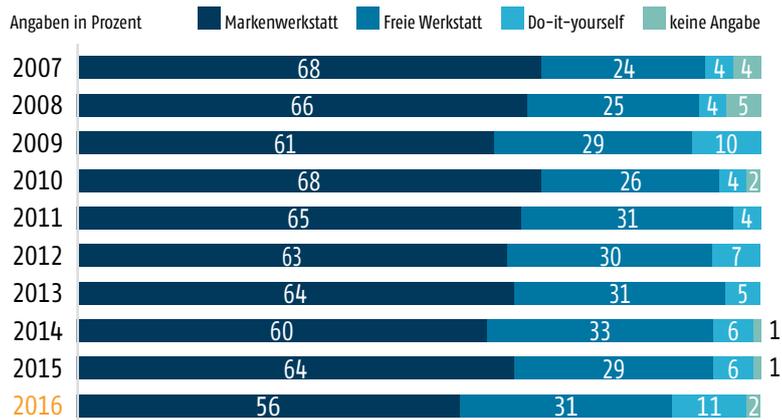
Insgesamt gaben 2016 24 % der Halter eine „sonstige Inspektion“ in Auftrag. Die vom Hersteller empfohlenen Inspektionen ersetzen vor allem Besitzer älterer Pkw durch sonstige Inspektionen. An 35 % der Automobile, die älter als zehn Jahre alt sind, wurde 2016 ein solcher Service, der weder eine kleine noch große Inspektion darstellt, vorgenommen (2015: 49 %). Wie Grafik W10 zeigt, hatten diese Arbeiten zu 46 % (2015: 45 %) Markenwerkstätten und zu 44 % (2015: 47 %) freie Werkstätten durchgeführt. Als sonstige Inspektion gelten häufig auch Urlaubs-, Sommer-, Winter- oder Hauptuntersuchungschecks. Die Überprüfung durch einen Ingenieur zum Erteilen einer neuen HU-Plakette gaben 43 % bei einer Werkstatt in Auftrag ohne einen Reparatur- oder Wartungsauftrag zu erteilen.

Sonderthema Hauptuntersuchung

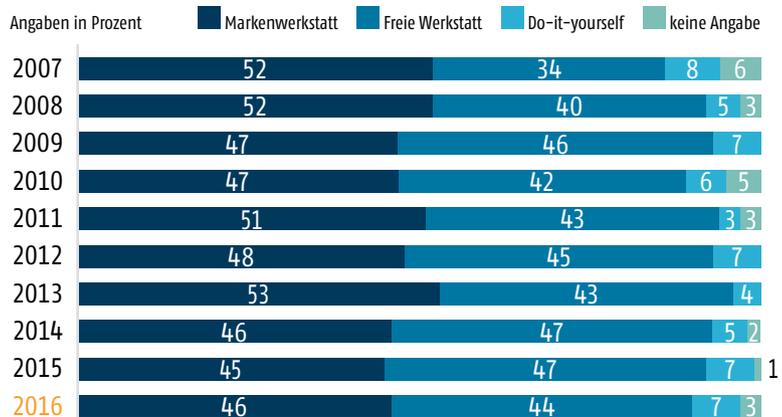
Von allen für den DAT-Report 2017 befragten Autofahrern haben 44 % eine Hauptuntersuchung im vergangenen Jahr durchführen lassen, 31 % fuhren für diese amtliche Prüfung in eine Werkstatt, die über entsprechendes Personal eines Prüfdienstes verfügte. Zu einer separaten Prüfstelle fuhren 13 %. Wer seine HU in einer Werkstatt durchführen ließ, hatte das 2016 zu 57 % gleich mit einem ohnehin anstehenden Reparatur- oder Wartungsauftrag verbunden. Gefragt, ob sie für die kommende Hauptuntersuchung lieber eine externe Prüfstelle oder die Werkstatt anfahren würden, fiel die Antwort aller Befragten mit 67 % zugunsten der Werkstatt aus.



W9 Kleine Inspektion: Durchführungsorte



W10 Sonstige Inspektion: Durchführungsorte



W11 Ölwechsel 2016: Zeitpunkt der Durchführung

Mehrfachnennung möglich



Nach Service-/Ölwechsel-Intervallanzeige	42 %
Bei Wartung/Inspektion	36 %
Nach Kilometerstand	23 %
Nach Zeitintervall	10 %
Wenn Werkstatt mich informiert	8 %

ID: 2017W11

Quelle: DAT

3. Öl

Im DAT-Report 1998 wurden erstmals die Aktivitäten der Endverbraucher rund um den Ölwechsel, den Kauf und das Nachfüllen von Schmiermitteln abgefragt.

Ölwechsel

Seit Steuergeräte und Bordelektronik einen hohen Durchdringungsgrad im Fahrzeugbestand erreicht haben, wird die Information über den fälligen Ölwechsel über unterschiedliche Quellen an den Fahrer herangetragen. In Grafik W11 wurde daher erstmals nicht mehr die Häufigkeitsverteilung dargestellt, sondern wie der Autofahrer Kenntnis über den anstehenden Ölwechsel erhält. Der Bordcomputer spielte demnach mit 42 % die größte Rolle, wobei die Fahrzeuge der deutschen Premiumhersteller zu 61 %, die der deutschen Fabrikate zu 48 % und die der Importeursfabrikate zu 32 % diese Informationen an den Fahrer gaben. Auch bei den jungen Fahrzeugen mit einem Alter unter zwei Jahren informierte an erster Stelle das Display im Fahrzeug (60 %) über den anstehenden Ölwechsel. Bei Fahrzeugen älter als zehn Jahre geschah dies nur zu 29 %.

Am Ende der Informationsskala bei allen Pkw-Haltern unabhängig von Fahrzeugalter oder Marke lag die proaktive Handlung der Werkstätten: Nur 8 % lassen das Öl aufgrund einer Werkstattinformation wechseln. In solchen Fällen ist ein gut funktionierendes Kundenbindungsprogramm auf Werkstattseite zwingend erforderlich, um den Kunden einen Hinweis auf den anstehenden Ölwechsel zu übermitteln. Ein gängiger Zeitpunkt scheint allerdings auch ein Inspektionstermin in der Werkstatt zu sein, im Rahmen dessen dann der Ölwechsel mitgemacht wird. 36 % aller Pkw-Halter gaben das als Zeitpunkt an. Voraussetzungen hierbei sind, dass der Kunde regelmäßig in sein Wartungsheft blickt oder auf Seite der Werkstätten die Kundendaten in gepflegter Form vorliegen.

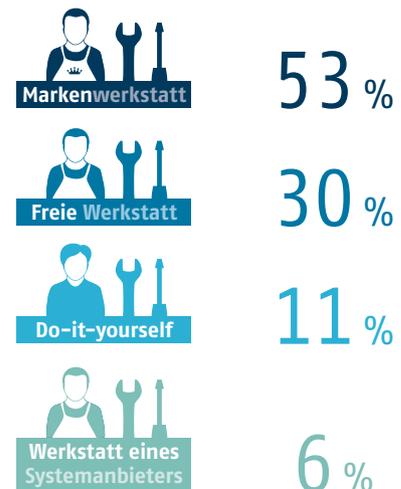
Ein abschließender Blick auf das Verhalten von Männern und Frauen zeigt, dass 15 % der Frauen normalerweise den Ölwechsel dann durchführen, wenn sie von der Werkstatt informiert werden (Männer kommen bei diesem Punkt nur auf 4 %). 39 % der Frauen lassen das Öl im Zuge einer ohnehin fälligen Wartung wechseln (Männer zu 34 %), 38 % setzten sich auf Hinweis durch den Bordcomputer (Männer zu 45 %) mit ihrer Werkstatt in Verbindung. Das Erreichen eines gewissen Kilometerstands (18 %; Männer: 25 %) und das Erreichen eines bestimmten Zeitintervalls lag mit 9 % bei den Frauen und 11 % bei den Männern eher am unteren Ende der Skala der Impulse für einen Ölwechsel.

Werkstattanteil

Der Gesamt-Werkstättenanteil an den Ölwechseln lag 2016, wie Grafik W12 zeigt, bei 89 % (2015: 88 %) und blieb damit auf einem weiterhin hohen Niveau. Erstmals wurden im DAT-Report für den Durchführungsort auch Werkstätten von Systemanbietern separat ausgewiesen. Mit 6 % (2015: 3 %) fällt ihnen beim Ölwechsel für das Jahr 2016 noch eine relativ geringe Bedeutung zu, aber es ist damit zu rechnen, dass sie weiter an Bedeutung gewinnen werden.

Wie Wartungs- und Reparaturarbeiten werden auch Ölwechsel mit zunehmendem Fahrzeugalter immer seltener in Markenwerkstätten durchgeführt. Lag deren Anteil bei den unter zwei Jahre alten Pkw bei 83 % (2015: 84 %), rutschte er kontinuierlich bis auf 25 % (2015: 30 %) bei den acht Jahre und älteren Automobilen. In Bezug auf das Fahrzeugalter lag der Anteil der freien Werkstätten (inkl. der Tankstellen) bei den unter zwei Jahre alten Fahrzeugen nur bei 10 % (2015: 7 %). Dieser Wert stieg parallel zum Fahrzeugalter an und erreichte bei den acht

W12 Durchführungsort Ölwechsel 2016



ID: 2017W12

Quelle: DAT



Beratung zum Motoröl verbessern

Die Mehrheit der Pkw-Halter wird vom Bordcomputer zum Ölwechsel aufgefordert, kaum ein Halter kennt die Sorte, und auf die Marke wird beim Kauf nur zu geringen Teilen geachtet. Öl scheint für den Kunden kein Thema zu sein, mit dem er sich gerne beschäftigt. Aber genau hier können die Werkstätten punkten. Zum Zeitpunkt des Verkaufs kann bereits aufs Öl hingewiesen und das korrekte Messen des Ölstands erklärt werden. Beim Starterpaket gleich einen Liter Öl mitzugeben, hilft ebenso wie ein Hinweis in Visitenkartengröße fürs Handschuhfach, welche Sorte der Pkw benötigt.

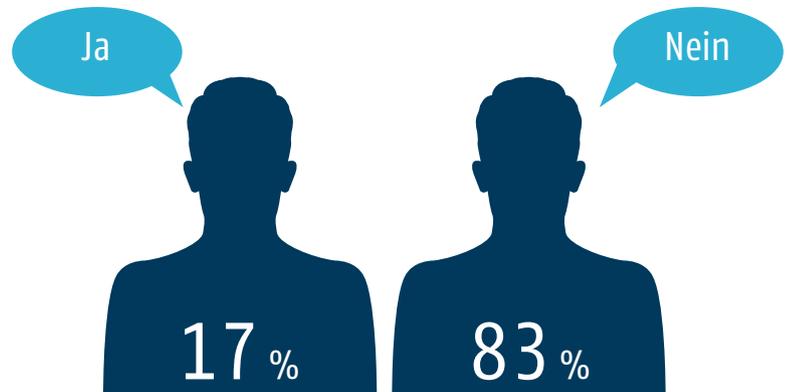
Jahre und älteren Pkw wie im Vorjahr einen Marktanteil von 47 %. Die Systemanbieter kommen bei den Fahrzeugen bis vier Jahren Alter auf einen Marktanteil von 2 %. Dies steigt dann an und erreicht bei den Fahrzeugen acht Jahre und älter einen Anteil von 8 %. Der Ölwechsel an Fahrzeugen zehn Jahre und älter wurde von den Haltern sogar zu 9 % bei Systemanbietern durchgeführt. Wegen ihres übersichtlichen Angebots ist es hier möglich, spontan und oft sogar ohne Termin zum Ölwechsel zu fahren.

Do-it-yourself: Öl wechseln und kaufen

Den Ölwechsel in Eigenregie oder mit Hilfe von Bekannten durchzuführen war 2016 nur noch für 11 % der Pkw-Halter eine Option. Damit ist der Do-it-yourself-Anteil in den letzten Jahren stets zurückgegangen (2014: 13 %, 2015: 12 %). Als dieses Thema im DAT-Report 1998 erstmals abgefragt wurde, lag der Do-it-yourself-Anteil noch bei 25 %. In der Betrachtung nach Geschlecht gaben Frauen 2016 nur zu 10 % an, das Öl selbst zu wechseln, wobei „Ich selbst“ nur 2 % der Frauen angaben. Für 8 % erledigten das Bekannte, Verwandte, Kollegen oder Freunde. Bei den Männern lag der „Ich-selbst“-Anteil bei 8 %, auf die Hilfe anderer Privatleute waren 4 % angewiesen. Bezogen auf das Fahrzeugalter bei den unter zweijährigen Fahrzeugen lag der Do-it-yourself-Anteil bei nur 4 % und damit unter dem Vorjahr (2015: 6 %). Stabil geblieben ist die Anzahl der „Selbsterbauer“ bei den acht Jahre alten und älteren Autos. Hier legten erneut 18 % selbst Hand an.

Auf die Frage, ob die Pkw-Halter das Motoröl für den Ölwechsel selbst kaufen und dann zum Ölwechsel mitbringen, antworteten 17 % mit „Ja“ (vgl. Grafik W13). Männer mit 19 % liegen dabei weit über dem Wert der Frauen (12 %). Halter von Fahrzeugen zehn Jahre und älter besorgten das Öl zu 26 % selbst. Gekauft wurde das Schmiermittel insgesamt zu 37 % im stationären Kfz-Zubehör-Handel, zu 32 % im Internet. Immerhin 7 % erwarben das Öl bei einem Systemanbieter. Gefragt nach

W13 Eigenständiger Ölkauf für Ölwechsel 2016



ID: 2017W13

Quelle: DAT

den Gründen, warum der Halter das Öl für den Ölwechsel nicht selbst kauft, war vor allem das hohe Vertrauen in die Werkstatt mit 56 % ausschlaggebend. Wie in Grafik W14 deutlich zu sehen ist, spielte auch die Unkenntnis über Menge und Sorte eine wesentliche Rolle, warum man dieses Thema lieber in die Hände der Werkstatt legte.

Betrachtet man die Pkw-Halter, die generell die meisten Arbeiten an ihren Fahrzeugen in Markenwerkstätten durchführen lassen, so lag das Vertrauen bei 52 %. Diejenigen, die in der Regel in freie Werkstätten gehen, bekräftigten das Vertrauen in ihre angestammte freie Werkstatt beim Thema Öl zu 67 %. Viele Halter hatten auch schlicht keine Lust, sich um das Öl zu kümmern (9 %). 3 % dachten, dass es, wenn man sich das Öl selbst irgendwo besorgen würde, auch nicht viel billiger als in der Werkstatt wäre.

W14 Kein eigenständiger Ölkauf für Ölwechsel 2016



ID: 2017W14

Quelle: DAT

W15 Kontrolle des Ölstands 2016



ID: 2017W15

Quelle: DAT

Differenz zu 100 = keine Angaben

Kontrolle des Ölstands

Die regelmäßige Kontrolle des Ölstands und das ggf. notwendige Nachfüllen von Öl ist für die meisten Pkw-Halter eine Aufgabe, die in Eigenregie erledigt wird. Hierzu gaben nur 16 % der betroffenen Personen an, sie würden für solche Fälle stets einen Vorrat im Fahrzeug mitführen. Anhand von Grafik W15 wird deutlich, dass die Werkstätten bei der Kontrolle des Ölstands und dem eventuell notwendigen Nachfüllen zusammen nur auf 31 % kommen. Ganz selbstständig und ohne fremde private Hilfe erledigen das im Schnitt 60 % der Halter, (Männer zu 71 %, Frauen nur zu 38 %), 8 % aller Halter waren auf die Hilfe von Bekannten, Verwandten, Kollegen und Freunden angewiesen (das galt für 2 % der Männer und 22 % der Frauen).

Marke und Sorte des Motoröls

Alle Pkw-Halter wurden für den DAT-Report 2017 gefragt, wie stark sie grundsätzlich auf die Marke des Öls beim Kauf achten. Mit 43 % „wenig oder überhaupt

nicht“ zeigt sich, dass Ölmarken weiterhin eine deutlich unterrepräsentierte Rolle beim Kauf spielen. 2012 lag dieser Wert bei 46 %. Grafik W16 zeigt weiterhin, dass Männer zu 39 % und Frauen sogar zu 53 % kaum oder kein Interesse an der Marke ihres Motoröls hatten. Auf die gestellte Frage nach der konkreten Marke konnten sogar 48 % aller Pkw-Halter diese nicht nennen.

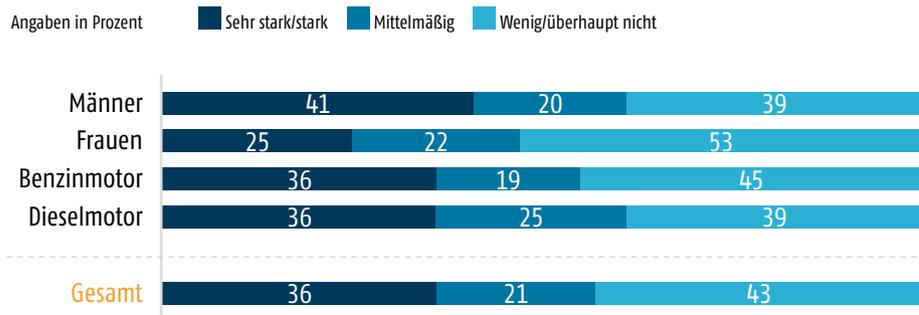
Auch bei der Unterscheidung nach der Ölsorte waren sich 38 % (2015: 43 %) nicht sicher. 11 % gaben Mineralöl (z. B. 15W-20W) an, 31 % teilsynthetisches (z. B. 5W oder 10W) und 21 % vollsynthetisches Öl (z. B. 0W). Der Anteil derer, die mit „weiß nicht“ antworteten, lag bei den Männern bei 24 %, bei den Frauen bei 61 %.

Das für Automobilbetriebe strategisch wichtige Ölgeschäft ist offenbar aus Sicht der Kunden kaum relevant, nicht interessant, und es bestehen große Informationsdefizite. Daher bietet es sich an, dass das Personal in Werkstätten und Autohäusern im Rahmen der Inspektionen entweder persönlich oder mit Kundenmailings gezielt auf das Motoröl und dessen Bedeutung hinweist.



der Pkw-Halter achten nicht auf die Ölmarke

W16 Bedeutung der Marke beim Motorölkauf 2016



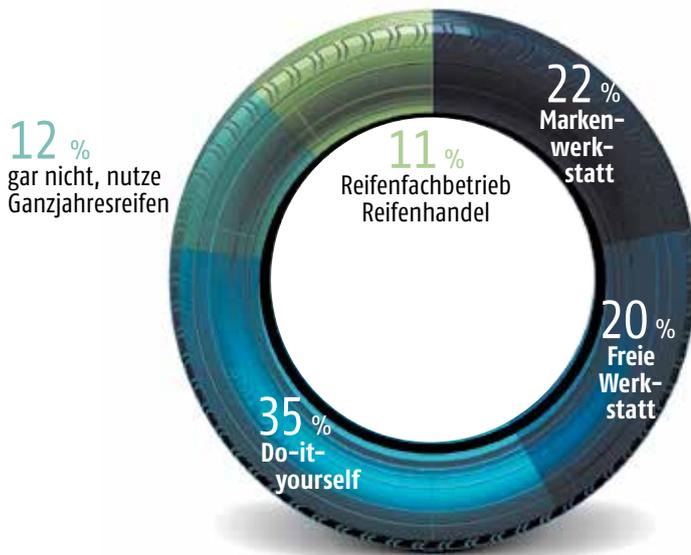
ID: 2017W16

Quelle: DAT



W17 Radwechsel und Einlagerung 2016

Radwechsel



Einlagerung in einem Betrieb

Basis: Wechsel in einer Werkstatt



ID: 2016W21

Quelle: DAT

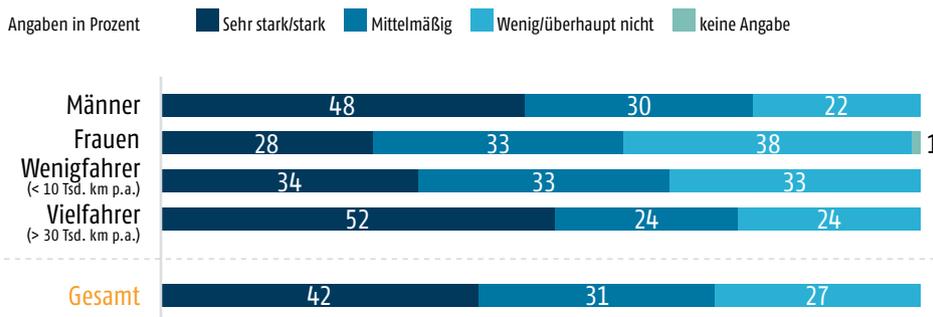
4. Räder & Reifen

Das für den Automobilhandel strategische Geschäftsfeld „Räder und Reifen“ rückt seit einigen Jahren bei den Verantwortlichen in den Betrieben wieder mehr in den Vordergrund, denn persönliche Kundenkontaktmöglichkeiten werden beim Autokauf und Werkstattbesuch immer seltener. Das Geschäft mit Rädern und Reifen bietet zudem die Chance, Beratungskompetenz zu zeigen.

Generell ließen etwas mehr als die Hälfte der Pkw-Halter (53 %) ihre Räder im Jahr 2016 in einem Betrieb wechseln (vgl. Grafik W17), davon entfielen 22 % auf die Markenwerkstatt, 20 % auf die freien Betriebe und 11 % vertrauten auf die Reifenfachbetriebe bzw. den Reifenhandel. Hierbei galt: Je jünger die Halter, desto häufiger wurde selbst gewechselt. Waren es bei den bis 29-Jährigen 60 %, wechselten in der Altersgruppe über 60 Jahre nur noch 25 % die Räder ihres Pkw. Wer für den Räderwechsel einen Betrieb aufgesucht hat, der

>>

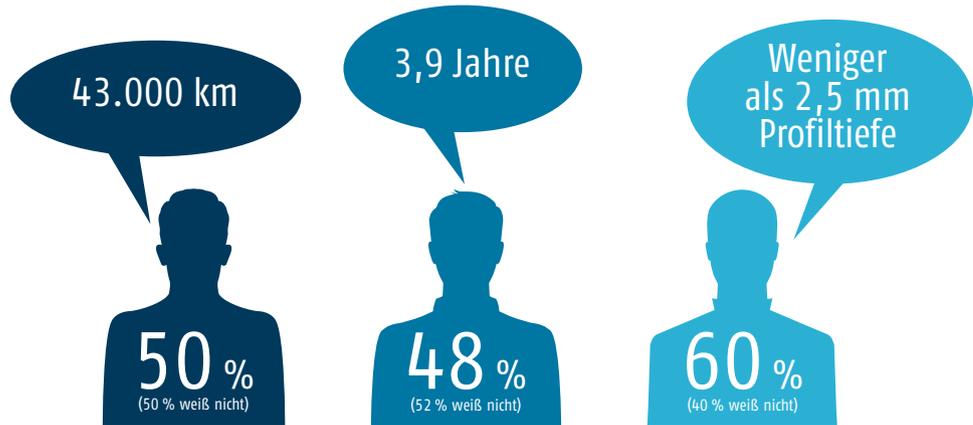
W18 Bedeutung der Marke beim Reifenkauf 2016



ID: 2017W18

Quelle: DAT

W19 Wann werden Reifen erneuert? 2016



ID: 2017W19

Quelle: DAT

nutzte zu 58 % das Angebot, die Räder dort auch gleich einlagern zu lassen. Die Vorteile einer professionellen Einlagerung inklusive Reinigung und Kontrolle scheinen diese Kunden überzeugt zu haben. Sie waren bereit, hierfür im Schnitt 77 Euro pro Jahr zu bezahlen. Nachvollziehbar ist zudem, dass Kunden in Kleinstädten eher eine eigene Einlagerungsmöglichkeit haben und daher die Räder wieder mit nach Hause nehmen (45 %) als die Bewohner von Großstädten (38 %).

Bei der Frage nach der Bedeutung der Reifenmarke ergab die Auswertung für den DAT-Report 2017, dass diese den Pkw-Halter nur mittelmäßig bis wenig wichtig war (vgl. Grafik W18, S. 61). Die Teilgruppe der Vielfahrer mit mehr als 30.000 km Fahrstrecke pro Jahr achtete zu 52 % sehr stark bzw. stark auf die Marke. Wenigfahrer mit einer Jahresfahrleistung von unter 10.000 km vertrauten vor allem der Serienbereifung und waren, wenn es um die Erneuerung der Reifen ging, kaum markenorientiert. Der Split nach Männern und Frauen zeigt ebenfalls ein deutliches Bild: Nur 28 % der Frauen interessierten sich stark bis sehr stark für ihre Reifenmarke, Männer dagegen immerhin zu 48 %.

Der Reifenwechsel

Wenn es um den anstehenden Räder- oder Reifenwechsel geht, so kommen unterschiedliche „Impulsgeber“ infrage. In Grafik W19 sind Fahrstrecke, Alter und Profiltiefe als mögliche Gründe für den Wechsel dargestellt. Auf die Frage, nach wie vielen Kilometern ein Reifen gewechselt werden muss, antworteten 50 % der Befragten, sie wüssten es nicht. Die anderen 50 % pendelten sich auf eine Fahrstrecke von 43.000 Kilometern ein. Etwas mehr als die Hälfte der Befragten (52 %) konnte nicht sagen, wie viele Jahre sie mit ihren Reifen unterwegs sein können, bevor ein Wechsel ansteht. Diejenigen, die eine Aussage trafen (48 %), kamen im Mittel auf 3,9 Jahre. Gefragt nach der Profiltiefe als Kriterium konnten 40 % der Befragten keine Antwort geben. Die verbliebenen 60 % ersetzen die Reifen bei einer Restprofiltiefe von ca. 2,5 Millimetern. Alle Pkw-Halter wurden

abschließend danach gefragt, wo sie ihre neuen Räder oder Reifen einkaufen (vgl. Grafik W20). Die größte Gruppe gab den stationären Reifenfachhandel mit 35 % an. Markenwerkstätten und freie Werkstätten kamen auf 25 % bzw. 21 %. Das Online-Reifengeschäft war aus Sicht des Endverbrauchers ebenfalls für 21 % eine Option. Systemanbieter/Franchiseketten erreichten lediglich einen Marktanteil von 8 %.



der Pkw-Halter wissen nicht, wann Reifen erneuert werden sollten

W20 Einkaufsort Reifen 2016

Mehrfachnennungen möglich

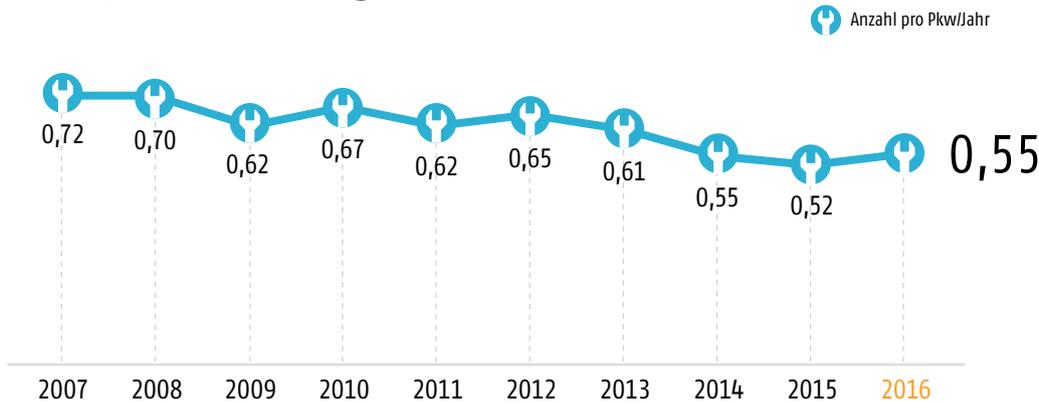


ID: 2017W20

Quelle: DAT



W21 Reparaturhäufigkeit



ID: 09491044

Quelle: DAT

5. Reparaturen

5.1 Art, Häufigkeit und Kosten

Im Kapitel Reparaturen beleuchtet der DAT-Report 2017 das Verhalten von Endverbrauchern in Bezug auf die Vergabe von Reparaturarbeiten (z. B. Verschleißreparaturen, Teile austauschen etc.). Darunter fallen keine Unfallreparaturen und auch keine Arbeiten, die etwa von Dienstwagenfahrern in einer Werkstatt beauftragt wurden, da im DAT-Report ausschließlich das Verhalten der privaten Endverbraucher abgefragt wurde. Im Jahr 2016 gaben 70 % der Pkw-Halter an, es wären gar keine Reparaturen an ihren Fahrzeugen vorgenommen worden. Das ergibt eine Reparaturhäufigkeit von 0,55 Arbeiten pro Pkw und zeigt im Vergleich zum Vorjahr einen leichten Anstieg von 0,52 auf 0,55 (vgl. Grafik W21).

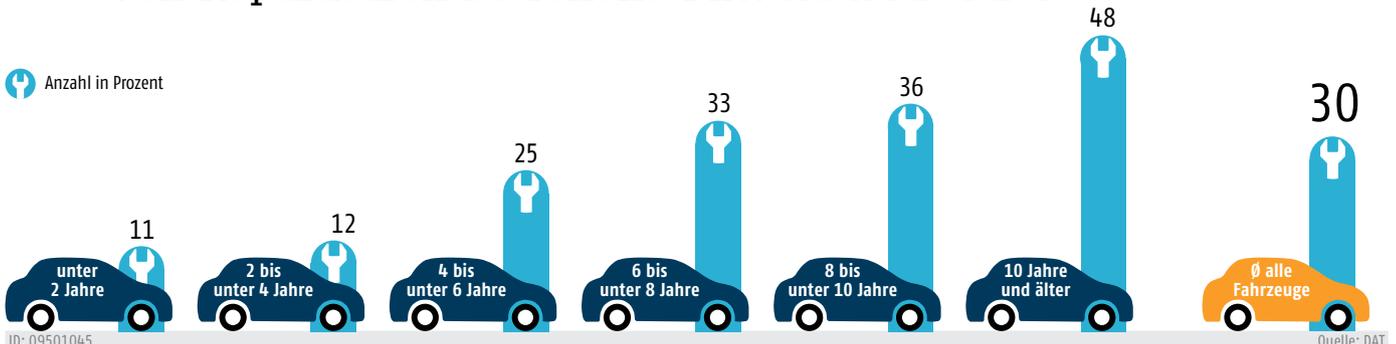
Diese geringfügige Steigerung zum Vorjahr auf niedrigem Niveau kann damit zusammenhängen, dass die jährliche Fahrleistung der Pkw von 14.350 km auf 15.320 km leicht gestiegen ist. Man muss in diesem Zusammenhang stets davon ausgehen, dass manche

Fahrzeughalter die eine oder andere eigentlich fällige Reparatur nicht durchführen lassen. Immerhin gaben 18 % der Befragten zu, so zu agieren, nämlich anstehende Arbeiten so weit wie möglich hinauszuzögern, um Kosten zu sparen. Bei den Frauen lag der Anteil sogar bei 20 %, bei den Männern mit 16 % etwas niedriger. Betrachtet man ausschließlich die 30 % der Pkw, an denen 2016 etwas repariert wurde, so fielen pro Fahrzeug im Schnitt 1,8 Reparaturen (2015: 1,7) an.

Faktor Pkw-Alter

Anhand der Auswertung nach unterschiedlichen Kriterien wird deutlich sichtbar, dass ein steigendes Fahrzeugalter mehr Reparaturen zur Folge hat. Die höchste Quote lag erwartungsgemäß bei den zehn Jahre alten und älteren Fahrzeugen. An ihnen wurden insgesamt zu 48 % Reparaturen vorgenommen. Bei der Gruppe der acht bis zehn Jahre alten Pkw waren es bereits zwölf Prozentpunkte weniger. Hier lag die Quote bei 36 % (2015: 38 %) (siehe auch Grafik W22). Auffällig ist, dass an den ehemals neu gekauften Pkw nur 21 % Reparaturen in Auftrag gegeben wurden, bei den ehemals gebraucht gekauften waren es 37 %.

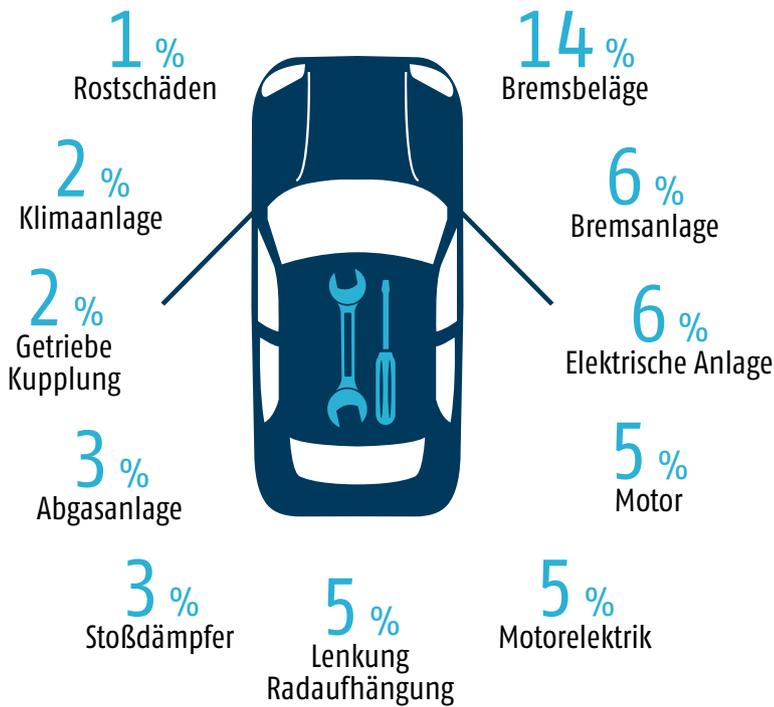
W22 Von Reparaturen betroffene Pkw nach Alter 2016



ID: 09501045

Quelle: DAT

W23 Reparaturarbeiten 2016



ID: 09511046

Quelle: DAT

Auffällig ist, dass 2016 die Reparaturquote im Vergleich zu 2015 bei den unter zwei Jahre alten Pkw wieder leicht gestiegen ist: Der Durchschnitt der von Reparaturen betroffenen Fahrzeuge lag 2016 bei 11 % (2015: 5 %). Die Verteilung und Häufigkeit der durchgeführten Reparaturen an ausgewählten, einzelnen Teilen/Aggregaten zeigt Grafik **W23**. Arbeiten an Bremsen, an der elektrischen Anlage und an Lenkungs- bzw. Radaufhängungsteilen nahmen 2016 erneut die Spitzenplätze unter den Reparaturen ein. Leicht gestiegen, unter Umständen aufgrund der höheren Jahresfahrleistung, sind das Austauschen der Bremsbeläge sowie die Arbeiten an der

Ablösezeitpunkt Pkw

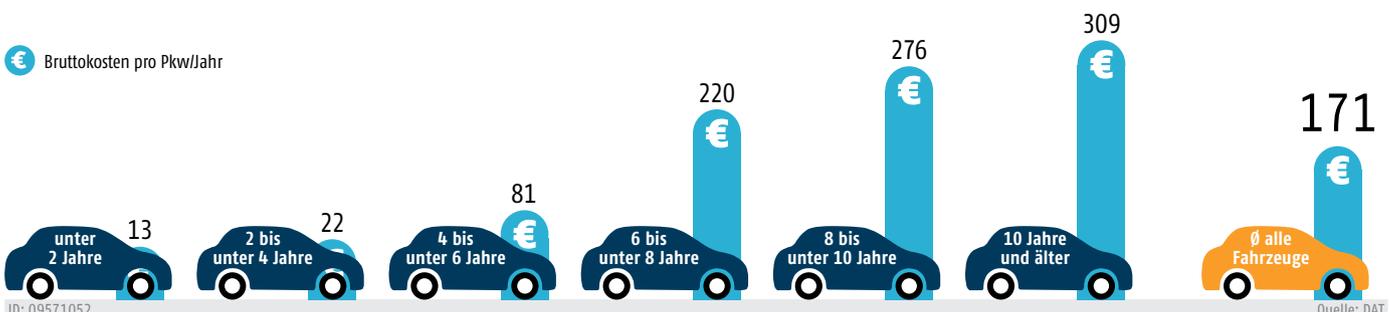
So wie die Reparaturaufwände mit steigendem Fahrzeugalter anwachsen, so sinkt (je nach Modell und Segment unterschiedlich) der Fahrzeugwert. Speziell bei Werkstattkunden, deren Fahrzeug sich in einer laufenden Finanzierung befindet, bietet es sich an, die Aspekte Reparaturkosten und Wertverlust regelmäßig zu überprüfen und proaktiv mit den Kunden zu besprechen. Eine wichtige Rolle kommt hierbei den Sachverständigen zu. Sie sind eine neutrale Instanz, um einen marktgerechten Fahrzeugwert unter Berücksichtigung technischer Mängel zu ermitteln. Auf diese Beratungsleistung können Endverbraucher und Werkstätten gleichermaßen zurückgreifen.

Motorelektrik. Die Mangelbehebungen an Klimaanlage, Getriebe, Kupplung, Lenkung und Radaufhängung sind im Vergleich zum Vorjahr stabil. Auffällig ist zudem, dass aufgrund der gestiegenen Fahrzeugqualität seit vielen Jahren kaum noch Rostschäden (2016: 1 %) in den Werkstätten behandelt werden. Bei den zehn Jahre und älteren Pkw lag dieser Bereich bei 4 %. Wenn man ausschließlich die zehn Jahre und älteren Pkw betrachtet, so wurden an 24 % die Bremsbeläge getauscht, an 11 % die Bremsanlage repariert, 10 % hatten Reparaturbedarf an der Fahrzeugelektronik.

Reparaturaufwand

Neben der Anzahl der Reparaturen sind 2016 auch die durchschnittlichen finanziellen Aufwände pro Pkw leicht gestiegen und erreichten nach 162 im Jahr 2015 wieder das Niveau von 2014 mit 171 Euro Aufwand pro Pkw. Grafik **W24** zeigt, wie sich die Verteilung der Aufwände auf das Fahrzeugalter niederschlägt. Betrachtet man die durchschnittlichen Kosten pro Reparaturen und rechnet diese auf die Kosten pro Kilometer um, so ergibt dies bei einer Jahresfahrleistung von 15.320 Kilometern wie im Vorjahr einen Betrag von 1,1 Cent pro Kilometer.

W24 Reparaturkosten nach Pkw-Alter 2016



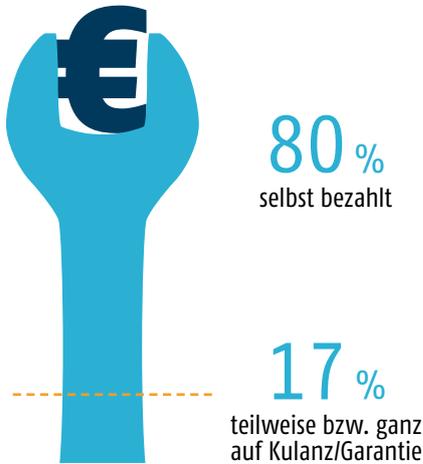
ID: 09571052

Quelle: DAT



W25 Reparaturkosten-übernahme 2016

Differenz zu 100 = keine Angaben
Basis: Pkw mit Reparaturen 2016



ID: 2017W25

Quelle: DAT

Hierbei sind alle Fahrzeuge eingerechnet, auch diejenigen, an denen keine Reparaturen vorgenommen wurden. Nur so wird eine statistische Hochrechnung auf den Gesamtbestand möglich. Nimmt man ausschließlich die Teilgruppe, an denen tatsächlich Reparaturen vorgenommen wurden (2016 waren dies 30 % der Pkw), so steigt die Summe auf 570 Euro pro Pkw für diese Teilgruppe. Die Kosten für die angefallenen Reparaturen pro gefahrenem Kilometer belaufen sich dann auf 3,7 Cent.

Kostenübernahme

Erstmals wurde im Zuge der Befragung für den DAT-Report auch nach der Höhe des Anteils der selbst be-

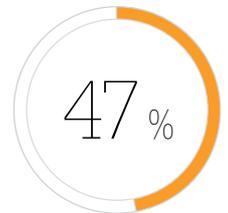
zahlten Reparaturkosten gefragt. Grafik W25 macht deutlich, dass im Bereich der Reparaturen (darunter fallen keine Unfallreparaturen) der Großteil (80 %) selbst bezahlt wurde. 17 % wurden teilweise auf Kulanz von der Werkstatt übernommen oder durch das Vorhandensein einer Garantie abgedeckt. Von diesen 17 % waren 10 % komplett übernommen worden, 7 % nur zum Teil. Mit steigendem Fahrzeugalter wächst der Anteil der selbst zu bezahlenden Reparaturen auf 96 % bei Fahrzeugen älter als zehn Jahre.

5.2 Durchführungsort

Der Ort, an dem 2016 die meisten Reparaturen vorgenommen wurden, waren die freien Betriebe. Sie erreichten, wie Grafik W26 deutlich zeigt, erneut einen Marktanteil von 47 %. Die Markenwerkstätten führten 2016 nur noch 36 % der Reparaturarbeiten an Fahrzeugen von Endverbrauchern durch (2015: 40 %). Sie verloren somit Anteile an den Do-it-yourself-Bereich und diejenigen, die keine Angabe machen konnten oder wollten, wo das eigene Fahrzeug repariert wurde.

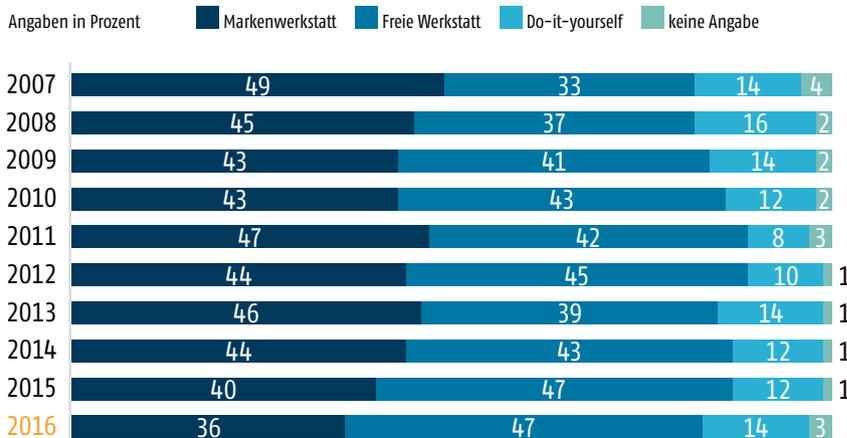
Bei der Betrachtung der Marktanteile im Trend legten die nicht markengebundenen Betriebe seit 2007 um kräftige 14 Prozentpunkte zu (Grafik W26). Bei der Auftragsvergabe verhielten sich die Halter neu bzw. gebraucht gekaufter Fahrzeuge allerdings weiterhin unterschiedlich. Die ehemaligen Neuwagenkäufer sind 2016 deutlich häufiger in die Markenwerkstatt gefahren (2016: 54 %; 2015: 60 %) als die Halter von ehemals gebraucht gekauften Pkw (2016: 29 % Marktanteil der Markenwerkstätten; 2015: 33 %).

Die freien Betriebe steigerten bei den ehemaligen Neuwagenkäufern ihren Marktanteil um fünf Prozentpunkte auf 40 %. Bei den Fahrzeughaltern, die einst ein gebrauchtes Auto kauften, kamen die freien Werkstätten auf 50 % und verloren damit leicht gegenüber dem Vorjahr (2015: 51 %).



aller Reparaturen wurden in freien Betrieben durchgeführt

W26 Durchführungsorte von Reparaturarbeiten

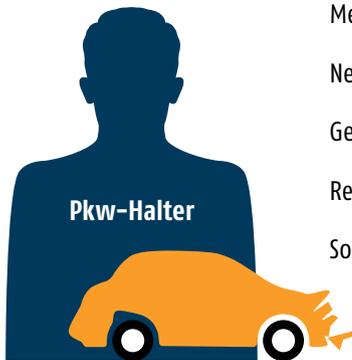


ID: 09531048

Quelle: DAT

W27 Anlaufstelle nach Unfall 2016

Mehrfachnennungen möglich



Meine Werkstatt	60 %
Neutraler Sachverständiger	30 %
Gegnerische Versicherung	25 %
Rechtsanwalt	24 %
Sonstige	3 %

ID: 2016W22

Quelle: DAT

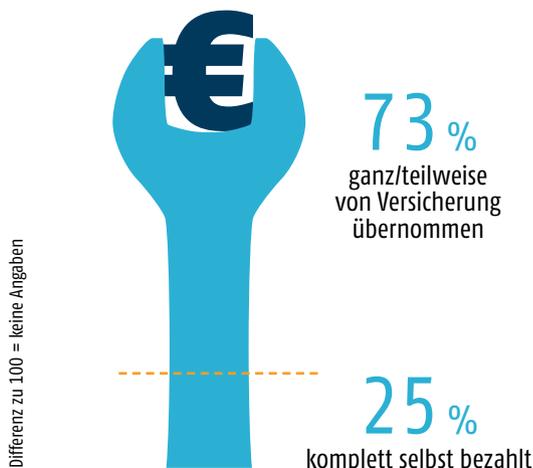
6. Unfallreparaturen

6.1 Abwicklung, Kosten, Bezahlung

Wird ein Endverbraucher mit der Frage konfrontiert, ob an seinem Wagen Unfallreparaturen durchgeführt wurden, so ist die Interpretation der Begriffe „Unfall“ und „Unfallreparaturen“ sehr weitläufig. Um dies für die Analysen im DAT-Report näher zu präzisieren, wurde den Befragten die Erläuterung geben, dass unter Unfallreparatur zu verstehen sei, dass aufgrund eines Unfalls (inkl.

W28 Bezahlung der Unfallreparaturen 2016

Basis: Unfallreparaturen durchgeführt



ID: 2017W28

Quelle: DAT

„Park-Rempler“) oder einer äußeren Einwirkung (z. B. Steinschlag oder Hagel) etwas an der Karosserie des Wagens, am Lack oder Glas repariert oder instand gesetzt wurde. Im Jahr 2016 entfielen nur 10 % aller Arbeiten auf Unfallreparaturen. Der Unfallschadenmarkt ist daher im dritten Jahr in Folge auf niedrigem Niveau stabil. Erneut wurde für den DAT-Report den Haltern in diesem Zusammenhang folgende Frage gestellt: „Wenn Sie Unfallgeschädigter sind, an wen wenden Sie sich?“ Einen Überblick über die Antworten gibt Grafik W27. Mehrfachnennungen waren hier möglich. Die eigene Werkstatt verliert einen Prozentpunkt gegenüber dem Vorjahr und erreicht 60 %. Bei den Pkw-Haltern, die generell ihre Arbeiten in einer Markenwerkstatt reparieren lassen, erreichten diese Betriebe einen Anteil von 67 %. Die Bindung an die eigene Markenwerkstatt kann zudem nach Fahrzeugalter analysiert werden. Am loyalsten waren die Besitzer von vier bis sechs Jahre alten Pkw. Diese suchten bei einem Unfallschaden zu 66 % ihren Ansprechpartner in einem Fachbetrieb auf. Als weitere Anlaufstelle kommen Sachverständige infrage. Sie konnten über alle Pkw-Halter ihren Anteil mit 30 % auch in diesem Jahr bestätigen. Deutlich gestiegen sind die Anteile der Versicherungen (von 20 % auf 25 %) und die der Anwälte (von 19 % auf 24 %). Die Rolle der Sachverständigen spielt in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle, denn sie stellen im Rahmen einer Fahrzeuguntersuchung mithilfe einer speziellen Software, wie zum Beispiel der SilverDAT-Reparaturkostenkalkulation, den Schadenumfang, die Reparaturkosten, die Wertminderung etc. fest. Eine Liste der bundesweit tätigen DAT-Sachverständigen findet sich auf www.dat.de.

Übernahme der Kosten

Bei der Bezahlung der Unfallreparaturen können je nach Art der Versicherung die Kosten vollständig oder teilweise übernommen werden. Im Jahr 2016 hatten 25 % der Pkw-Halter die Kosten selbst bezahlt. Der größte Teil (73 %) wurde von der Versicherung ganz oder teilweise übernommen. Gefragt nach der Höhe der Schadensumme der durchgeführten Unfallreparaturen ergab die Analyse einen durchschnittlichen Betrag von 2.469 Euro. Diese Summe bezieht sich ausschließlich auf die Teilgruppe der Befragten, an deren Pkw tatsächlich im Jahr 2016 Unfallreparaturen vorgenommen wurden. Offen bleibt die Frage, wie viele der Reparaturen fiktiv abgerechnet wurden. Die Möglichkeit der fiktiven Schadenabrechnung wird, sehr zum Leidwesen des Kfz-Gewerbes, häufig genutzt, denn diese Abrechnungsvariante hat vielfach zur Folge, dass kleinere Schäden gar nicht repariert werden oder dass der Schaden „billiger“ im Do-it-yourself-Verfahren oder gelegentlich auch im Ausland (Stichwort „Reparaturtourismus“) beseitigt wird.

Beantwortet werden konnte jedoch die Frage, ob Endverbraucher mit nicht reparierten Unfallschäden auf den Straßen unterwegs sind. Nur 5 % der Pkw-Halter gaben an, dass sie einen Unfallschaden nicht reparieren ließen. Mit 55 % waren die Parkrempler die größte Gruppe, gefolgt von leichten Auffahrunfällen (28 %). 5 % hatten nicht reparierte Steinschläge in der Windschutzscheibe, 4 % einen nicht reparierten Hagelschaden in der Karos-

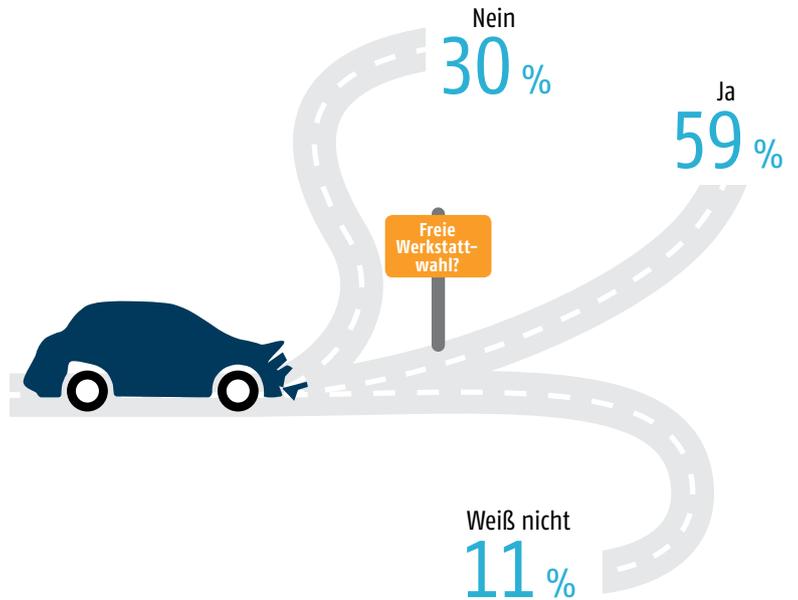


serie. Beschädigte Außenspiegel mit 3 % und Steinschläge in der Licht-/Scheinwerferinheit mit 1 % bildeten die kleinste Gruppe der nicht reparierten Bereiche am Fahrzeug. Speziell bei kleinen Schäden, die mit Methoden wie Smart- oder Spot-Repair behoben werden können, liegen große Potenziale in den Werkstätten brach. Immerhin bestätigten 58 % der Kunden einer Markenwerkstatt und 51 % aller Pkw-Halter, dass kleinere Roststellen oder Kratzer sofort beseitigt würden.

Wahlfreiheit bei der Werkstatt

Pkw-Halter mit einer Vollkaskoversicherung wurden im Rahmen des DAT-Reports 2017 erstmals befragt, ob sie im Fall einer Unfallreparatur, die über die Vollkaskoversicherung abgerechnet werden soll, freie Werkstattwahl haben, also selbst entscheiden können, welche Werkstatt sie aufsuchen wollen. Die Antworten sind in Grafik W29 dargestellt. Immerhin 11 % wussten gar nicht, wie es mit der Freiheit der Werkstattwahl bestellt ist, da sie vermutlich bisher noch nicht mit dieser Frage konfrontiert wurden. 59 % bestätigten dagegen, sie könnten ihre Werkstatt frei wählen, 30 % verneinten dies. Sie unterliegen damit der Schadensteuerung, in deren Rahmen die Versicherung vorschreibt, in welche Werkstatt der Halter zu fahren hat, wenn sich ein versicherungspflichtiger Reparaturfall ereignen sollte.

W29 Freiheit bei der Werkstattwahl 2016 bei Unfallschäden mit Vollkasko



ID: 2017W29

Quelle: DAT

6.2 Durchführungsort

Unabhängig von der Wahlfreiheit der Pkw-Halter wurde wie in den Jahren zuvor der Durchführungsort der Unfall-Reparaturarbeiten ermittelt. Im Jahr 2016, das zeigt Grafik W30, konnten die Markenwerkstätten ihren Anteil von 50 % nicht halten und erreichten 49 %. Zugelegt hatten dagegen die freien Werkstätten, die von 42 % auf 46 % aufholen konnten. Zu den freien Betrieben zählen mit 26 % auch die Karosseriefachbetriebe, die im ZKF

– Zentralverband Karosserie- und Fahrzeugtechnik e.V. organisiert sind. Der Anteil an Do-it-yourself-Reparaturen hat von 7 % auf 4 % drei Prozentpunkte verloren. Nicht berücksichtigt bei dieser Abfrage sind Unteraufträge der Betriebe an andere, wie zum Beispiel Spezialwerkstätten oder Lackierbetriebe.

W30 Durchführungsorte von Unfall-Reparaturarbeiten

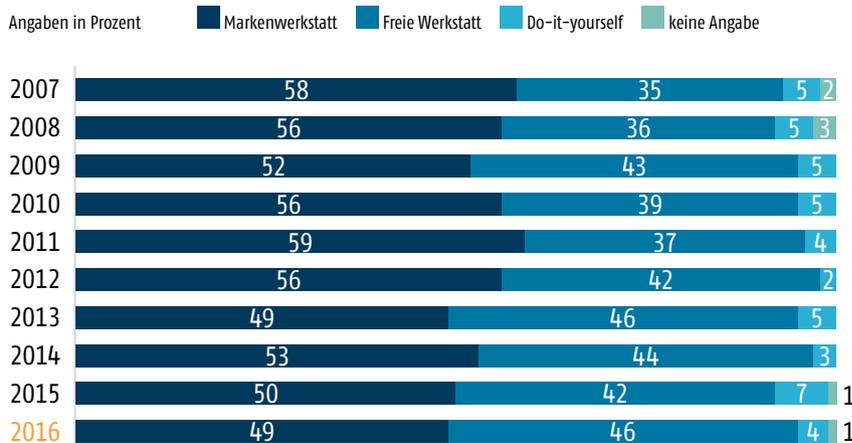


Bild: © Thaut Images - Fotolia.com

ID: 09581053

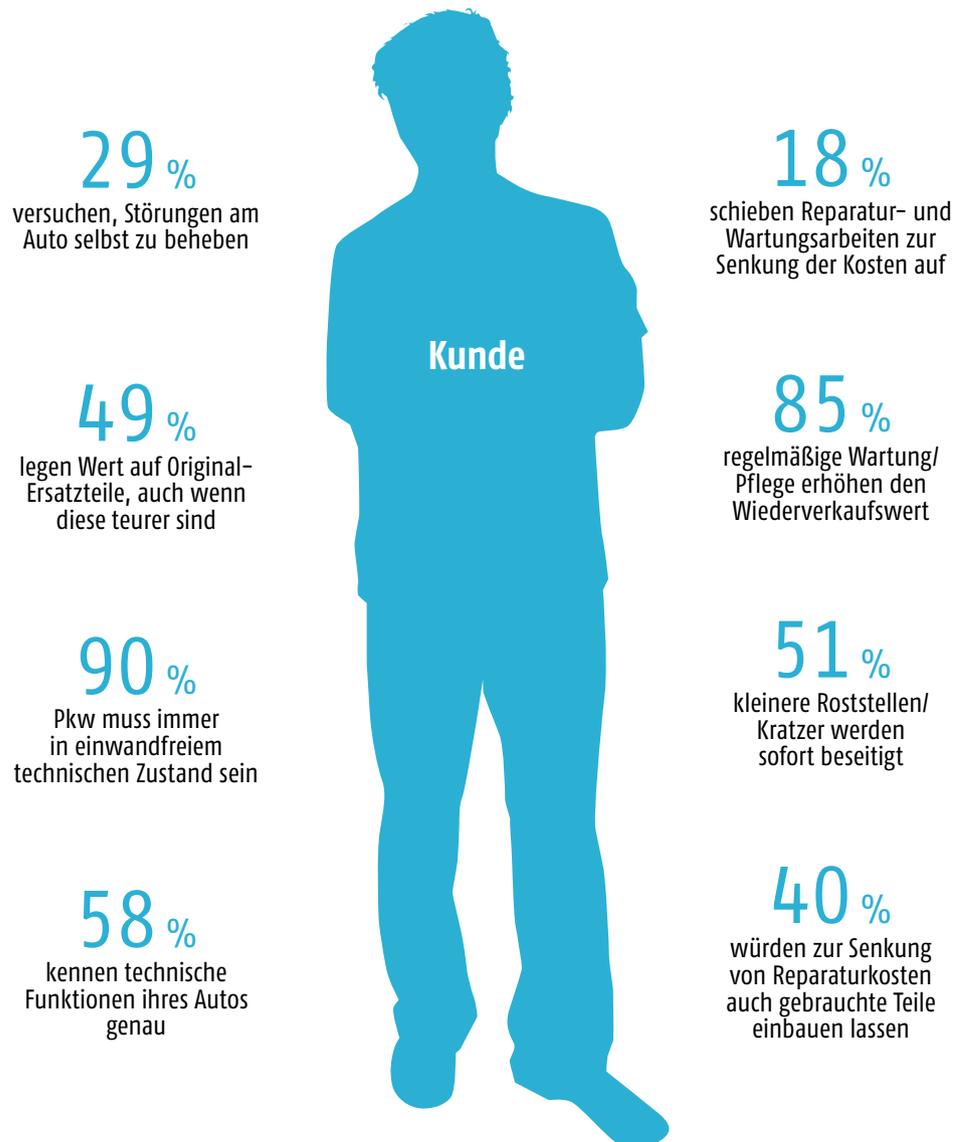
7. Der Kunde

Die für den DAT-Report 2017 befragten Pkw-Halter und Werkstattkunden waren im Schnitt 51 Jahre alt, 66 % waren Männer, 34 % Frauen. Alle Befragten hatten durchschnittlich seit 32 Jahren einen Führerschein und verfügten über 31 Jahre Fahrpraxis. Befragt nach dem durchschnittlichen monatlichen Haushaltsnettoeinkommen – das ist das gesamte Haushaltseinkommen nach Abzug aller Steuern und Sozialabgaben – kamen die Pkw-Halter 2016 auf 3.288 Euro.

Grafik **W31** stellt die wesentlichen Einstellungen der Werkstattkunden dar. Demnach bestätigten 90 % der

Halter, ihr Fahrzeug müsse stets in einwandfreiem technischen Zustand sein. Ebenfalls zu einem hohen Prozentsatz waren sich die Befragten sicher, dass regelmäßige Wartung und Pflege den Wiederverkaufswert erhöhen würden (85 %). Allerdings gaben 18 % der Halter zu, sie würden Wartungs- und Reparaturarbeiten zur Senkung der Autokosten so weit wie möglich hinausschieben. Im Rahmen der steigenden Komplexität der Pkw waren nur noch 58 % der Meinung, sie würden die technischen Funktionen ihres Fahrzeugs genau kennen. Auf die Frauen traf dies nur zu 38 % zu, Männer bestätigten das ihren eigenen Angaben zufolge zu 68 %. In diesem Kontext wurde deutlich, dass nur noch 29 % aller Halter versuchen, Störungen am Fahrzeug selbst

W31 Aussagen zu Reparatur und Wartung 2016



ID: 2017W31

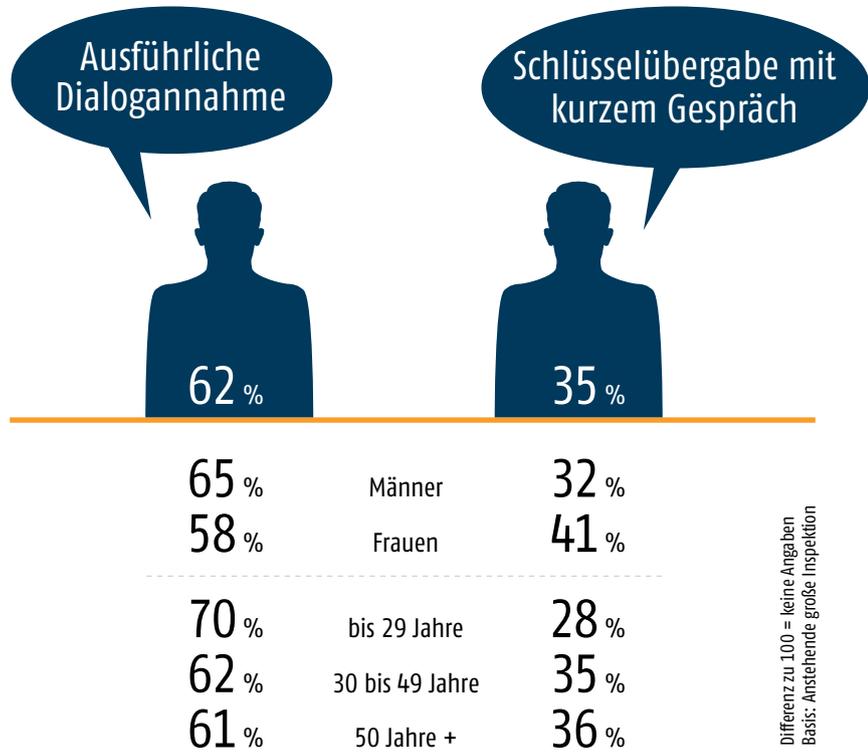
Quelle: DAT

zu beheben (Männer zu 34 %, Frauen zu 18 %). Für 23 % aller Befragten stellte der eigene Pkw die Möglichkeit dar, die eigene Persönlichkeit auszudrücken. Dies galt für 19 % der Frauen und für 25 % der Männer.

Dialogannahme gewünscht

Die Mehrheit der Werkstattkunden (siehe Grafik **W32**) wünschte sich 2016 eine ausführliche Dialogannahme (62 %). Das heißt, sie legten Wert darauf, vom Serviceberater/Mechaniker persönlich beraten zu werden, dass das Fahrzeug ggf. auf die Hebebühne genommen wird, man es gemeinsam begutachtet sowie notwendige Arbeiten bespricht. Auffällig hierbei ist, dass junge Werkstattkunden mit 70 % das höchste Interesse an dieser Art des

W32 Kundentyp bei Werkstattbesuch 2016



Differenz zu 100 = keine Angaben
Basis: Anstehende große Inspektion

ID: 2017W32

Quelle: DAT

Informationsgesprächs hatten. Nach Geschlecht betrachtet, gab es deutlich mehr Männer (65 %), die ausführlicher über Reparaturen und deren Umfang aufgeklärt werden wollten. Frauen gaben zu 41 % zu Protokoll, dass sie sich eher zu den „Schlüsselwerfern“ zählen. Das bedeutet, sie bevorzugen es, den Fahrzeugschlüssel beim Serviceberater oder am Empfang abzugeben. Es gibt nur ein kurzes Gespräch, ein ausführlicher Austausch mit dem Serviceberater oder Mechaniker ist nicht vorgesehen.

Bei anstehenden Reparaturen war den Werkstattkunden allerdings nicht nur beim Termin ein ausführliches Gespräch wichtig, sondern sie hatten bereits im Vorfeld großes Interesse daran, Informationen zu den Preisen einzuholen. Immerhin 77 % aller Befragten ließen sich 2016 einen Kostenvoranschlag geben (vgl. Grafik **W33**). Davon holten 66 % die Informationen nur von einer einzigen Werkstatt, 11 % gleich von mehreren Betrieben.

Interessant in diesem Zusammenhang ist, dass diejenigen, die sich 2016 vor allem der Do-it-yourself-Fraktion oder den Hobbyschraubern zuschrieben, sich ebenfalls zu drei Viertel vorab in einer oder mehreren Werkstätten einen Kostenvoranschlag hatten geben lassen. In solchen Fällen liegt es an der Werkstatt, den Kunden dahingehend zu überzeugen, dass er nur in der Werkstatt die Qualität und Sicherheit bekommt, um auch nach der Reparatur sorgenfrei mit seinem Pkw auf den Straßen unterwegs zu sein. Wer sich zu den „Schlüsselwerfern“ zählt und eher wenig an ausführlichen Gesprächen interessiert ist, der hatte insgesamt auch deutlich weniger Bedarf an Kostenvoranschlägen (21 %). Im Durchschnitt ließen 15 % eine anstehende Reparatur vollkommen ohne Kostenvoranschlag durchführen.

W33 Interesse an Kostenvoranschlag für Reparaturarbeiten 2016

23 % Nein*

* Kein Interesse, keine Angabe

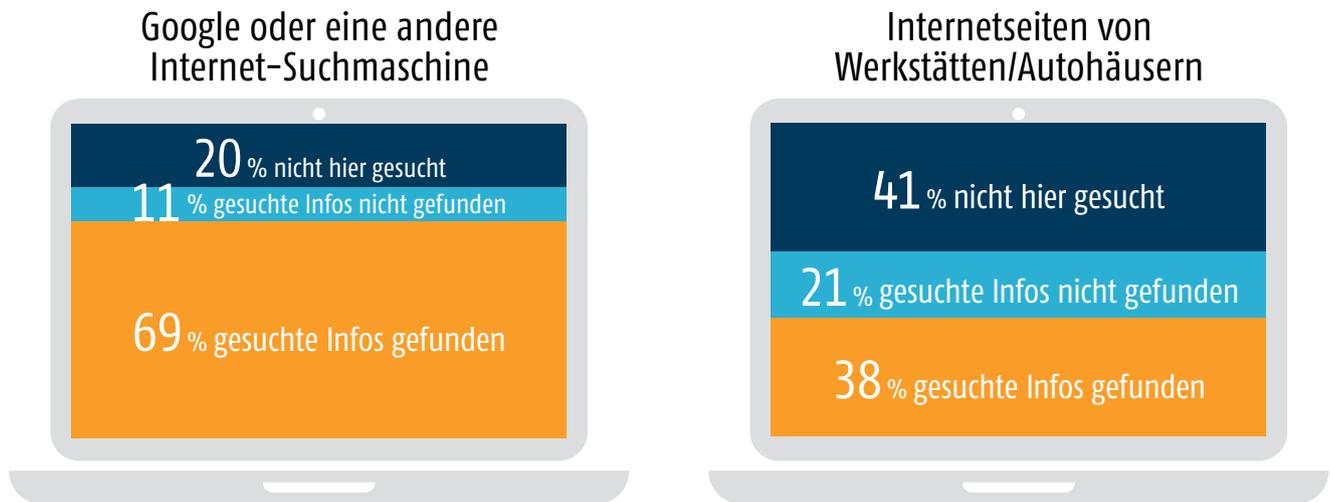


ID: 2015W30

Quelle: DAT

W34 Inforverhalten im Internet vor Wartungs-/Reparaturarbeiten 2016

Basis: Internet für Reparaturinformationen genutzt



ID: 2017W34

Quelle: DAT

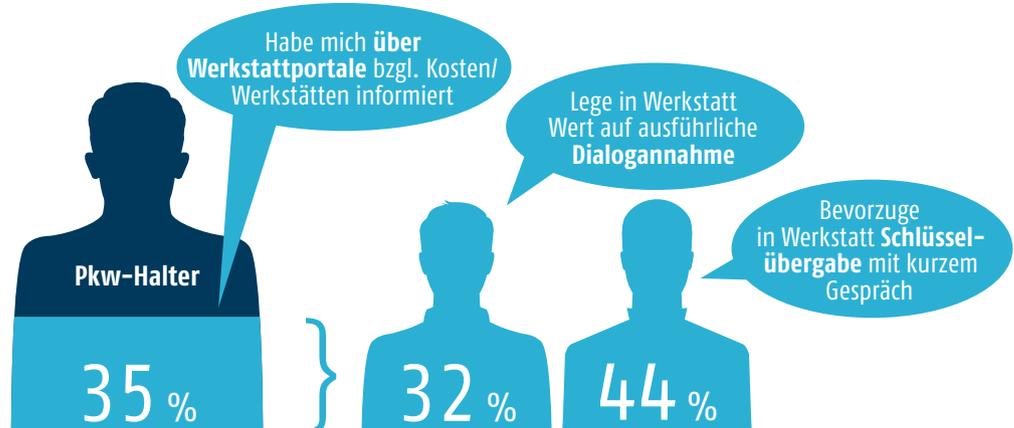
Wenn nicht Reparatur-, sondern Wartungsarbeiten fällig wurden, hatten mit 46 % deutlich weniger Werkstattkunden Interesse an einem Kostenvoranschlag. Auch die Anfragen bei verschiedenen Werkstätten waren mit 6 % wesentlich geringer als im Fall von anstehenden Reparaturen. Auch hier gilt: Deutlich weniger Interesse am Kostenvoranschlag hatten die „Schlüsselwerfer“. Sie ließen zu 56 % (Durchschnitt: 43 %) die Wartungsarbeiten ohne vorherige Preisinformation durchführen.

7.1 Kontaktaufnahme

Immer mehr Aufmerksamkeit bei der Preisrecherche vor einem Werkstattbesuch gewinnt das Internet, zu dem 2016 ganze 94 % aller Befragten Zugang hatten. Grafik W34 zeigt hierbei deutlich: 69 % derjenigen, die sich vorab im Internet informierten (das waren 2016 13 % aller Pkw-Halter mit Internetzugang), nutzten erfolgreich Google oder eine andere Suchmaschine, um sich zu in-

W35 Rolle der Werkstattportale 2016

Basis: Internet für Reparaturinformationen genutzt



ID: 2017W35

Quelle: DAT

formieren. Auf den Webseiten der Betriebe waren für immerhin 38 % die Inhalte zufriedenstellend. 21 % haben zu ihren Suchen dort gar keine Informationen gefunden. 41 % kamen gar nicht auf die Idee, für eine Information zu einer anstehenden Reparatur überhaupt auf die Werkstatt-Homepage zu klicken.

Seit einigen Jahren sind sogenannte Werkstattportale wie beispielsweise www.fairgarage.de im Internet präsent, über die ebenfalls Preisinformationen zu anstehenden Reparaturen eingeholt werden und Buchungen zu bestimmten Terminen verbindlich vorgenommen werden können. Wer sich im Internet nach Preisen oder anderen Informationen zu Werkstattthemen umschaute, der nutzte zu 35 % solche Werkstattportale (vgl. Grafik **W35**). Das Nutzungsverhalten der Werkstattportale differiert allerdings deutlich nach Kundentyp: Wer sich als Kunde eher eine ausführliche Dialogannahme wünschte, der war weniger an Werkstattportalen interessiert als derjenige, der sich eher dem Typ „Schlüsselwerfer“ zugeschrieben hatte. Dies steht nur auf den ersten Blick im Widerspruch zu der Tatsache, dass „Schlüsselwerfer“ weniger an Kostenvoranschlägen interessiert sind (vgl. S. 69). Es ist der Komfort, außerhalb der Öffnungszeiten eine Preisrecherche und eine Buchung online vorzunehmen, der für den „Schlüsselwerfer“ von Interesse ist.

Die Bereitschaft insgesamt, sich mit dem Internet bei Werkstattthemen auseinanderzusetzen, ist in den letzten Jahren deutlich angestiegen. Grafik **W36** zeigt beispielhaft für www.fairgarage.de, nach welchen Reparaturen hauptsächlich 2016 gesucht wurde. Basis für die Analyse waren rund 1,1 Mio. konkrete Suchanfragen nach Reparaturen und Preisen auf dem Portal. Die Webseitenauswertung hat gezeigt, dass ein Großteil der Interessenten über Google gestartet ist und von dort durch Maßnahmen zur Suchmaschinenoptimierung (SEO; Search Engine Optimization) auf die Seiten des Werkstattportals umgeleitet wurde. Verschleißteile wie Bremsen, Zahnriemen oder Kupplung fanden sich unter den Top-3-Suchen. Die Inspektion rangierte mit 7 % ebenfalls sehr weit oben in den Suchen, was wiederum bedeutet, dass der Informationsbedarf nach den Kosten für solche regelmäßigen Services an Pkw sehr hoch ist.

In diesem Zusammenhang wurde bei der Befragung der Endverbraucher deutlich, dass nicht nur das Interesse, sondern auch die Bereitschaft, online verbindlich Buchungen für Werkstattaufträge vorzunehmen, stark gestiegen ist. Grafik **W37** zeigt den Unterschied zwischen der Buchungsbereitschaft für Wartung/Service und für Reparaturarbeiten. Von allen Befragten mit Internetzugang würden 28 % (2015: 19 %) einen Kundendienst online verbindlich beauftragen. Bei Reparaturen waren es 22 % (2015: 15 %). Auffällig ist hier die Verteilung nach Altersgruppen: Pkw-Halter unter 30 Jahren würden zu 30 % (2015: 29 %) einen Kundendienst und zu 27 % (2015: 20 %) eine Reparatur verbindlich online buchen. Die 30- bis 49-Jährigen kamen auf eine Online-Buchungsbereitschaft von 39 % (2015: 25 %) bei Kundendienst und 31 % (2015: 21 %) bei Reparaturaufträgen. Bei Pkw-Haltern älter als 60 Jahre lagen die Zahlen mit 17 % (2015: 9 %) für einen Kundendienst und 13 % (2015: 7 %) für Reparaturaufträge deutlich darunter aber gleichzeitig auch >>

W36 Reparatursuche auf Werkstattportal 2016 (Top-12-Nennungen)

Basis: 1,1 Mio. konkrete Suchanfragen auf www.fairgarage.de

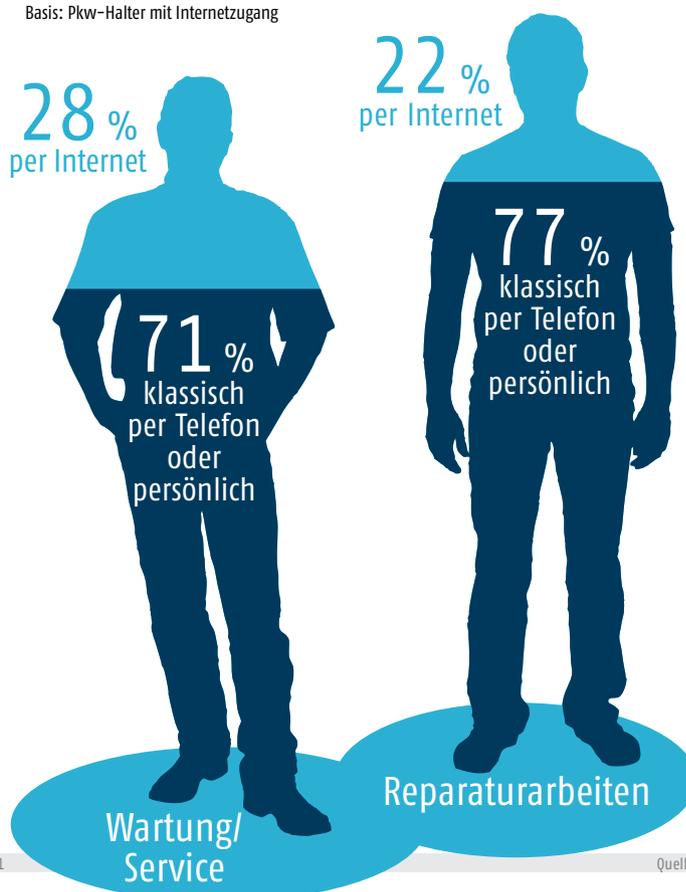


ID: 2017W36

Quelle: DAT

W37 Buchungsbereitschaft 2016

Basis: Pkw-Halter mit Internetzugang



Differenz zu 100 %: keine Angabe

ID: 2015W31

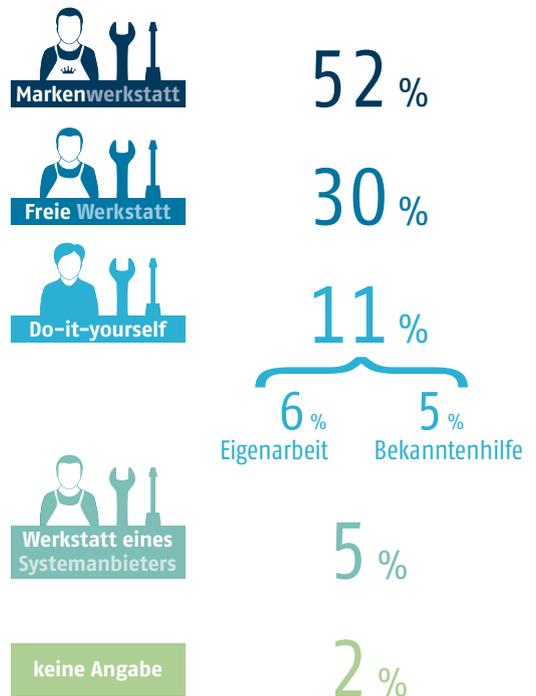
Quelle: DAT

stark über den Vorjahreszahlen. Am häufigsten würden Pkw-Halter in Städten mit über 500.000 Einwohnern solche Dienstleistungen nutzen: 37 % (2015: 33 %) wären bereit, einen Kundendienst und 30 % (2015: 27 %) einen Reparaturauftrag online verbindlich zu buchen. Die Verteilung nach Männern und Frauen und deren Bereitschaft lag beim Kundendienst (Männer: 29 %; Frauen 26 %) ähnlich nahe beieinander wie bei den Reparaturen (Männer: 23 %; Frauen: 20 %).

7.2 Durchführungsort gesamt

An welchem Ort die meisten der 2016 angefallenen Arbeiten (darunter Wartungs-, Reparaturarbeiten und Unfallreparaturen) aus Sicht der befragten Endverbraucher durchgeführt wurden, zeigt Grafik W38. Die Markenbetriebe konnten ihren Anteil von 52 % gegenüber dem Vorjahr halten, während die freien Werkstätten zugunsten der Systemanbieter und der Hobbyschrauber und derjenigen, die keine Angabe machten, je einen Prozentpunkt abgeben mussten. Auch bei dieser Gesamtschau zeigt die Betrachtung nach Fahrzeugalter, dass es den Markenbetrieben auch mit Unterstützung der Hersteller und Importeure noch nicht ausreichend gelingt, Halter älterer Pkw in die Betriebe zu holen. Während junge Fahrzeuge von zwei bis vier Jahren zu 80 % in eine Markenwerkstatt kamen, waren es bei den vier bis sechs Jahre alten Pkw nur noch 68 %, bei den sechs bis acht Jahre alten Fahrzeugen nur noch 53 %, und dieser Anteil sank weiter auf 32 % (acht bis zehn Jahre) sowie 24 % bei den Fahrzeugen, die älter als zehn Jahre waren. Die freien Betriebe erreichten bei den jungen Fahrzeugen einen einstelligen Marktanteil (9 % bei Fahrzeugen jün-

W38 Durchführungsort aller Arbeiten 2016



ID: 2015W27

Quelle: DAT

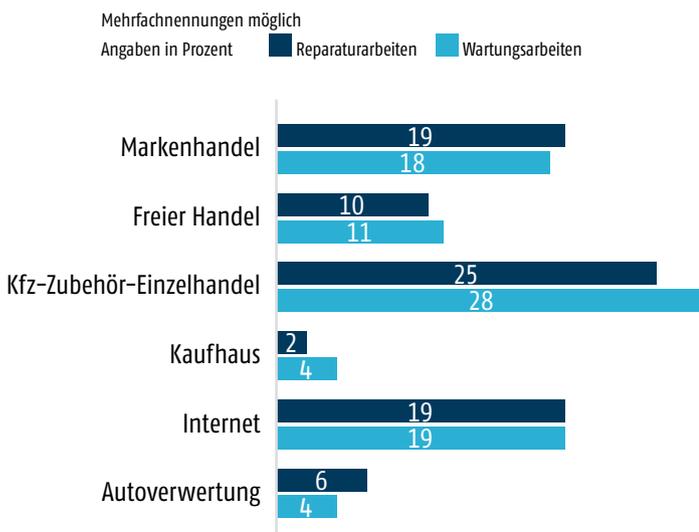
ger als zwei Jahre). Danach stieg der Anteil rapide an und erreichte bei den Fahrzeugen älter als zehn Jahre immerhin 46 %.

Private Ersatzteilbeschaffung

Wer zu den Pkw-Haltern gehört, der im Do-it-yourself-Verfahren sein Fahrzeug repariert, der steht vor der Herausforderung, für eine Reparatur nicht nur passendes Werkzeug, sondern vor allem auch passende Teile zu beschaffen. Die Komplexität und Vielfalt der Automobile bewirkt, dass über die letzten Jahre der Do-it-yourself-Anteil insgesamt rückläufig war. Dennoch werden nach wie vor viele Fahrzeugteile an Privatpersonen verkauft, weswegen alle Pkw-Halter erneut für den DAT-Report befragt wurden, wo sie im Falle eines Falles die Ersatzteile für eine Reparatur einkaufen. Anhand von Grafik W39 werden drei Entwicklungen offensichtlich. Erstens hat das Internet als Bezugsquelle (Anstieg von 13 % auf 19 % bei Reparaturen und ebenso von 13 % auf 19 % bei Wartungsarbeiten) dazugewonnen. Zweitens musste der Markenhandel beim Thema Teileverkauf sowohl bei Reparatur- als auch bei Wartungsarbeiten Anteile zum Vorjahr abgeben (bei Reparaturarbeiten von 22 % auf 19 %, bei Wartungsarbeiten von 21 % auf 18 %). Drittens haben die Kfz-Zubehör-Einzelhändler das stärkste Wachstum beim Teileverkauf im Vergleich zum Vorjahr erzielt. Sie konnten ihre Anteile in beiden Berei-

Keine Angaben: 38 % Reparatur, 36 % Wartung

W39 Einkaufsquellen für Do-it-yourself-Arbeiten 2016



ID: 0968103

Quelle: DAT



Faktor Mensch zählt

Warum entscheidet sich ein Kunde für eine bestimmte Werkstatt? Die Antwort ist eindeutig: Es sind die Menschen, die den Unterschied machen! Wichtigstes Kriterium bei dieser erstmalig erfolgten Abfrage war „freundliches Personal“. Den Mitarbeitern in der Werkstatt ist diese menschliche Kompetenz nicht hoch genug anzurechnen. Nach der „guten Lage“, was den zahlenmäßig überlegenen freien Betrieben zugute kommt, folgen die Betreuungs- und Beratungsqualität. Investieren Sie daher in Ihre Mitarbeiter, zeigen Sie Anerkennung, sprechen Sie Lob aus! Zufriedenen Mitarbeitern fällt es leichter, ihre positive Stimmung auf Ihre Kunden zu übertragen.

chen teilweise mehr als verdoppeln und erreichten bei Reparaturarbeiten 25 %, bei Wartungsarbeiten 28 % bei den privaten Teilekäufern.

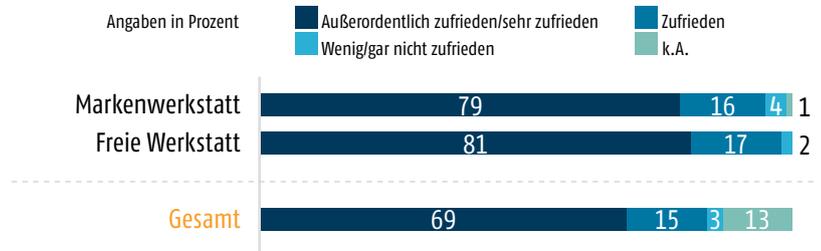
7.3 Zufriedenheit mit der Werkstatt

Seit Jahren vergeben die Werkstattkunden in Deutschland ihren Betrieben sehr gute Noten. Erstmals wurde im DAT-Report die Zufriedenheit nicht im Schulnotensystem, sondern nach Abstufungen ermittelt. In Grafik W40 wird ersichtlich, dass lediglich ein sehr geringer Teil der Kunden nicht zufrieden war. Sowohl die freien als auch die markengebundenen Werkstätten lagen bei der Zufriedenheit ihrer Kunden im letzten Jahr nahezu vollkommen gleichauf.

Alle Werkstattkunden und auch die Teilgruppen, die jeweils nur in freien oder markengebundenen Betrieben ihre Fahrzeuge warten und reparieren lassen, wurden zudem erstmals nach den Kriterien gefragt, die ihnen bei der Wahl ihrer Werkstatt wichtig waren. Grafik W41 zeigt eine Situation der Werkstattlandschaft, wie sie in dieser Form noch nicht im DAT-Report zu finden war: Ganz oben in der Gesamt-Rangliste stand das freundliche Personal. Daran wird deutlich, dass der Faktor Mensch einen unschlagbar wichtigen Einfluss auf die Werkstattwahl hat. Die freundlichen Mitarbeiter sind das wichtigste und größte Kapital einer Werkstatt.

Es folgen auf den weiteren Rangplätzen ausschließlich nicht-monetäre Faktoren wie „gute Lage“, „gute Betreuung“, „gute Beratung“, „Qualität“, „Vertrauen“ etc. Erst auf dem 9. Platz folgt das gute Preis-Leistungs-Verhältnis. Kunden von Markenwerkstätten setzten diesen Punkt auf Platz 13, die von freien Betrieben auf den ersten Platz, direkt gefolgt von der empfundenen Qualität der Arbeiten. Aber auch das freundliche Personal war unter den Top-3-Platzierungen in der freien Werkstatt. Auffällig ist zudem die hohe Bindung an die Markenwerkstatt, die einem Autohaus angeschlossen ist.

W40 Zufriedenheit mit der Werkstatt 2016



ID: 2017W40

Quelle: DAT

Alle Kunden der Markenwerkstatt bestätigten mit Platz 3, dass sie die Werkstatt gewählt hatten, weil sie dort durch den Fahrzeugkauf ohnehin Kunde sind. Empfehlungsmarketing oder Mundpropaganda spielten unter den genannten Kriterien nur eine geringe Rolle. Langjährige Bekanntschaft und das Vertrauen, aber vor allem die „weichen“ Faktoren wie Betreuung, Beratung und die Nähe zum eigenen Wohnort, waren ausschlaggebend.

W41 Kriterien für die Wahl der Werkstatt 2016

Mehrfachnennungen möglich

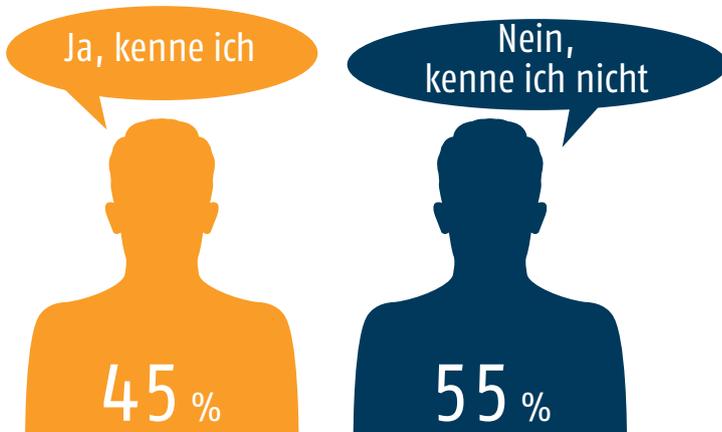
■ Rangplatz 1-4
 ■ Rangplatz 5-8
 ■ Rangplatz 9-12
 ■ Rangplatz 13-17

Gesamt Rangplatz	Kriterien	Markenwerkstatt	Freie Werkstatt
1	Freundliches Personal	1	3
2	Gute Lage/Erreichbarkeit	4	6
3	Gute Betreuung	2	7
4	Gute Beratung	5	5
5	Qualität der durchgeführten Arbeiten	7	2
6	Nähe zum Wohnort	8	8
7	Langjährige Bekanntschaft/Vertrauen	9	4
8	Erfahrung/Know-how des Personals	6	9
9	Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis	13	1
10	Terminsituation	12	10
11	Einhaltung der versprochenen Dauer für Arbeiten	10	12
12	Schnelle Durchführung	11	11
13	Bin Kunde, Fahrzeug wurde dort gekauft	3	16
14	Öffnungszeiten	16	13
15	Rundum-Service	14	15
16	Empfehlung	17	14
17	An Werkstatt gebunden (Servicevertrag, o. Ä.)	15	17

ID: 2017W41

Quelle: DAT

W42 Bekanntheitsgrad Schiedsstellen für das Kraftfahrzeug-Handwerk 2016



ID: 2017W42

Quelle: DAT

7.4 Schiedsstelle/Sachverständige

Die Schiedsstelle des Kfz-Gewerbes ist eine europaweit einzigartige neutrale Kommission für den Verbraucherschutz. Sie regelt Beschwerden im Vorverfahren ohne gerichtliche Auseinandersetzung. Dadurch schafft sie es, Meinungsverschiedenheiten zwischen Autokunden und Kfz-Meisterbetrieben schnell, unbürokratisch, mit hohem Sachverstand und für den Verbraucher kostenlos aus der Welt zu schaffen. Die Schiedsstellen des Kfz-Handwerks, gegründet 1970, und Schiedsstellen des Kfz-Handels, gegründet 1972, sind allerdings bis heute den Pkw-Haltern und Autokäufern relativ unbekannt. Grafik W42 zeigt, dass der Bekanntheitsgrad der für Werkstattkunden relevanten Schiedsstellen des Kfz-Handwerks nur

45 % (2015: 44 %) betrug. Alle Befragten waren allerdings zu 64 % der Meinung, eine solche Einrichtung sei gut, nützlich und zweckmäßig. Verbraucher können in Deutschland rund 100 Schiedsstellen des Kfz-Gewerbes kontaktieren (www.kfz-schiedsstellen.de). Voraussetzung ist, dass der Betrieb, gegen den sich die Beschwerde richtet, Innungsmitglied ist. Darüber hinaus sind die Schiedsstellen des Handels nur für Differenzen beim Gebraucht-, nicht beim Neuwagenkauf zuständig. Wenn es nicht schon durch die Vermittlungstätigkeit oder häufig auch nur durch die Aufklärung des Kunden durch die Schiedsstelle zu einer einvernehmlichen Lösung kommt, dann wird die Beschwerde vor der Schiedskommission verhandelt. Geleitet wird diese von einem zum Richteramt befähigten Juristen. Hinzu kommen Vertreter des Kfz-Gewerbes und des ADAC sowie ein Kfz-Sachverständiger der Deutschen Automobil Treuhand (DAT).

Anlaufstelle Sachverständige

Die DAT-Sachverständigen („DAT Expert Partner“) übernehmen zusätzlich zu ihrer Schiedsstellentätigkeit eine weitere wichtige Funktion. Sie sind Anlaufstelle, um Fahrzeuge auf technische Mängel zu überprüfen. Dies ist nicht nur im Schadensfall, sondern auch vor dem Autokauf ein probates Mittel, um Missverständnisse zwischen Käufer und Verkäufer von vornherein zu minimieren. Grafik W43 zeigt, dass nahezu alle befragten Pkw-Halter eine neutrale Prüfung des technischen Zustands im Falle eines Gebrauchtwagenkaufs in hohem Maße befürworten (84 %). Frauen lagen mit 88 % sogar deutlich über den Männern (82 %). Aber auch die Aufteilung nach Wohnortgröße zeigt einen klaren Unterschied: Großstädter halten das zu 91 % für sinnvoll, Bewohner einer Kleinstadt zu 82 %. Hier mag die Distanz, die vom Kaufort zum nächstgelegenen Sachverständigen zurückgelegt werden müsste, eine Rolle spielen. Sehr deutlich ist abschließend, dass diejenigen, die nichts von einer solchen Aktivität halten, gegen Null geht.

W43 Neutrale Prüfung des technischen Zustands beim Gebrauchtwagenkauf 2016

Angaben in Prozent



Kleinstadt (< 20 Tsd. EW)	82	2	16
Großstadt (> 500 Tsd. EW)	91	1	8
Gesamt	84	2	14

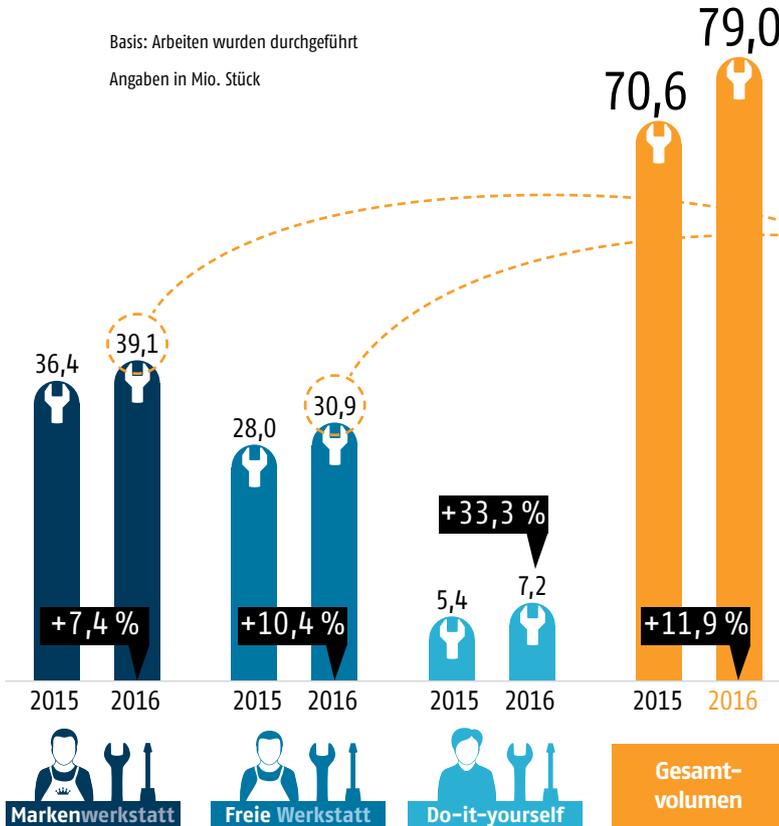
ID: 2017W43

Quelle: DAT



W44 Gesamt-Auftragsvolumen von Wartungs-, Reparatur- und Unfallarbeiten 2015/2016

Basis: Arbeiten wurden durchgeführt
Angaben in Mio. Stück

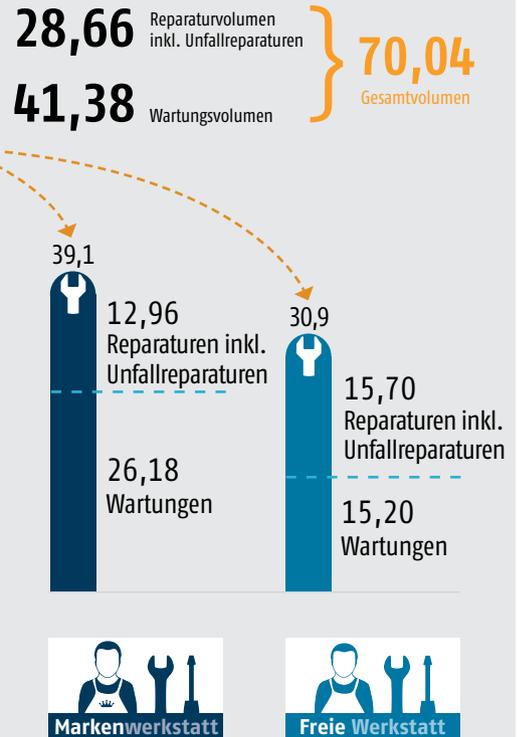


ID: 09621057

Quelle: DAT ID: 09651060

W45 Gesamt-Werkstattvolumen 2016

Basis: Arbeiten wurden durchgeführt
Angaben in Mio. Stück



Quelle: DAT

8. Auftrags- und Werkstattvolumen

Bei der Ermittlung des gesamten Arbeitsvolumens 2016 wurde deutlich, dass dieses erstmals nach Rückgängen in den Vorjahren wieder angestiegen ist. Hierbei muss allerdings beachtet werden, dass neben der Beauftragung in den Werkstätten auch der Do-it-yourself-Bereich an Bedeutung gewonnen hat. Grafik W44 zeigt, wie sich die Situation bei den einzelnen Reparaturorten entwickelt hat. Alle 2016 an Pkw vorgenommenen Arbeiten aufaddiert ergaben eine Gesamtzahl von 79 Mio. Arbeiten, darunter fallen Wartungs-, Reparatur- und Unfallreparaturarbeiten. Die Markenwerkstätten wurden im Jahr 2016 mit 39,1 Mio. (2015: 36,4 Mio.), die freien Werkstätten mit 30,9 Mio. (2015: 28,0 Mio.) Arbeiten der Pkw-Halter beauftragt. Dies bedeutet jeweils Steigerungen von 7,4 % bei den markengebundenen und 10,4 % bei den freien Betrieben.

Legt man für 2016 einen vorläufig geschätzten Pkw-Bestand einschließlich der vorübergehend stillgelegten und abgemeldeten Fahrzeuge von 51,66 Mio. zugrunde,

dann hatte jeder in einer Innung und damit über den ZDK organisierter Betrieb (2016: 37.740 Betriebsstätten) statistisch betrachtet 1.369 Pkw zu betreuen (2015: 1.322). Durchschnittlich wurden an jedem Pkw 1,53 (2015: 1,39) Arbeiten durchgeführt. Der Werkstättenanteil an diesen Arbeiten lag 2016 allerdings bei 89 %. Dies bedeutet, dass statistisch jeder Betrieb nicht die theoretisch möglichen 1.369 Pkw, sondern 1.218 (2015: 1.203) Fahrzeuge betreut hatte. Bei 1,53 Arbeiten entfielen auf jeden Kfz-Betrieb durchschnittlich 1.864 Aufträge durch die Fahrzeughalter. Das ist eine Steigerung gegenüber 2015 (1.672 Aufträge) von 11 %.

Grafik W45 verdeutlicht, wie sich die Situation konkret in den Betrieben 2016 verhalten hat. Von den 39,1 Mio. Arbeiten in einer Markenwerkstatt entfielen 12,96 Mio. Arbeiten auf Reparaturen inkl. Unfallreparaturen. Die freien Betriebe mit insgesamt 30,9 Mio. Aufträgen erzielten deutlich mehr Reparaturen (15,70 Mio.), hatten bei den Wartungsarbeiten allerdings nur 15,20 Mio. Aufträge. Wartungsarbeiten wurden somit auch 2016 überwiegend in Markenbetrieben durchgeführt. Mit 26,18 Mio. Aufträgen konnten diese im Vergleich zum Vorjahr deutlich zulegen.



TRENDS & KENNZAHLEN



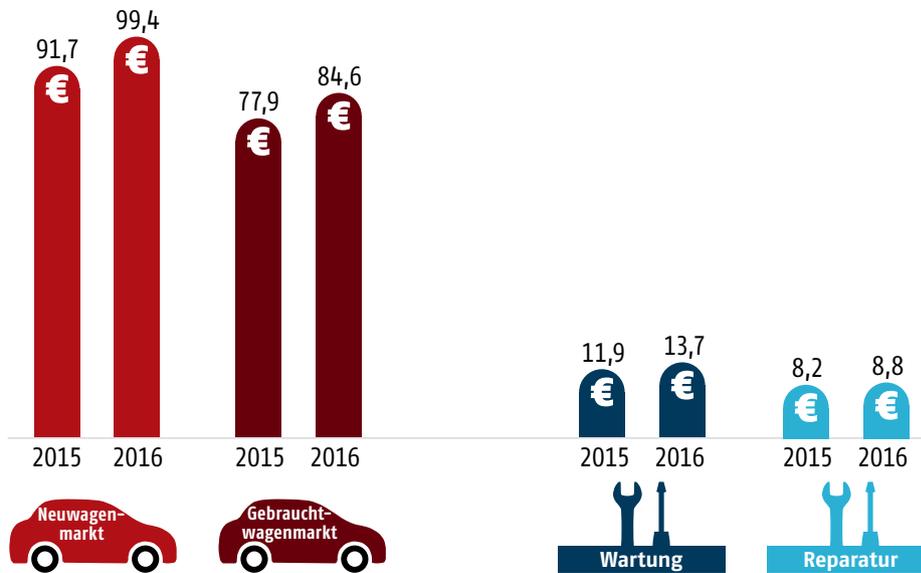
4.1 Entwicklung der Teilmärkte Seite **77**

4.2 Entwicklung der Einkommen Seite **78**

4.3. Entwicklung der Preise/Kosten Seite **78**

Z1 Umsatzentwicklung im Neu-/Gebrauchtwagen- und Werkstattmarkt

Angaben in Mrd. Euro



ID: 2016Z1

Quelle: DAT

4. Kennzahlen

4.1. Entwicklung der Teilmärkte

Der Automobilhandel und das Servicegeschäft sind wichtige Wirtschaftsfaktoren in Deutschland. Dies zeigt sich deutlich bei der Betrachtung der Umsatzzahlen der einzelnen Teilmärkte.

Neuwagenmarkt

Aufgrund der deutlich gestiegenen Neuwagenpreise und Zulassungszahlen ist der Gesamt-Neuwagenumsatz gegenüber dem Vorjahr deutlich gestiegen. Wie anhand von Grafik Z1 zu sehen ist, lag dieser 2015 noch bei 91,7 Mrd. Euro. Die 3,352 Mio. Neuzulassungen mit einem Durchschnittspreis von 29.650 Euro (2015: 28.590 Euro) ergaben rechnerisch einen Umsatz von 99,4 Mrd. Euro. Das entspricht einem Plus von gut 8 %.

Gebrauchtwagenmarkt

Gestiegen ist im Autojahr 2016 auch der Gebrauchtwagenumsatz. Mit 7,403 Mio. Besitzumschreibungen und einem erneut deutlich höheren Durchschnittspreis von 11.430 Euro (2015: 10.620 Euro) ergibt sich ein Gesamtumsatz von 84,6 Mrd. Euro und damit im Vergleich zum Vorjahr ein Plus von 9 %.

Die drei Teilmärkte des Gebrauchtwagenhandels haben sich dabei sehr unterschiedlich entwickelt. Der Markenhandel war erneut der Gewinner des Jahres 2016, er konnte bei Stückzahlen und Umsatz im Vergleich zum

Vorjahr nochmals deutlich zulegen (+13 % mehr Einheiten, +18 % mehr Umsatz). Der freie Handel wuchs um 11 % bei den Stückzahlen und um 11 % beim Umsatz. Der Rückgang beim Privatmarkt betrug 17 % bezogen auf die Stückzahlen, er konnte trotz der leicht gestiegenen Durchschnittspreise beim Umsatz nicht aufholen, sondern verlor 15 % (weitere Zahlen zu dieser Thematik vgl. Grafik Z9, S. 81).

Der Umsatz mit Neu- und Gebrauchtwagen addiert sich für 2016 auf rund 184 Mrd. Euro (2015: 169,51 Mrd. Euro). An diesem Gesamtumsatz hatte der Gebrauchtwagenmarkt wie im Vorjahr einen Anteil von 46 %.

Werkstattmarkt

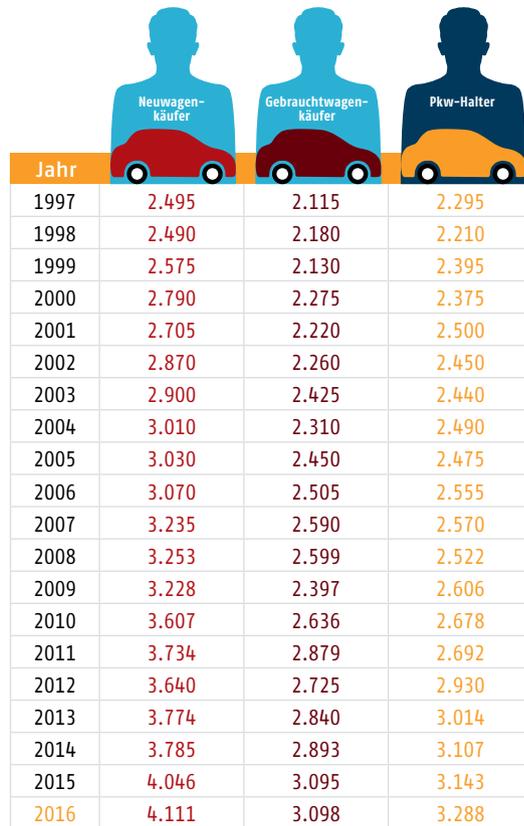
Das Werkstattgeschäft ist und bleibt ein wichtiger Umsatzträger für die Kfz-Betriebe. Bei einem Pkw-Bestand, einschließlich vorübergehend stillgelegter Fahrzeuge, von rund 51,66 Mio. Pkw im Jahr 2016 (teilweise vorläufig bzw. geschätzt) summiert sich der Gesamtaufwand für Reparaturarbeiten (z. B. für die Beseitigung von Verschleißschäden) auf insgesamt rund 8,8 Mrd. Euro (2015: 8,2 Mrd. Euro). Basis dieser Berechnung für das Jahr 2016 ist der durchschnittliche Reparaturkostenaufwand pro Fahrzeug von 171 Euro. Pro Fahrzeugwartung lag der durchschnittliche Aufwand bei 265 Euro. Das ist eine signifikante Steigerung zum Vorjahr (235 Euro). Für 2016 ergibt dies in Summe 13,7 Mrd. Euro (2015: 11,93 Mrd. Euro). Dank des guten Privat- und Großkundengeschäfts, Rückrufe, Gebrauchtwagen-Checks, Service- und Wartungsverträge etc. konnten die Werkstätten sehr positiv auf 2016 zurückblicken.

4.2 Entwicklung der Einkommen

Der Blick auf die monatlichen Haushaltsnettoeinkommen im Trend (vgl. Grafik Z2) zeigt, dass trotz des nur leichten Anstiegs von 2015 auf 2016 eine kontinuierliche Steigerung über die vergangenen 20 Jahre erkennbar

Z2 Ø-Haushaltsnettoeinkommen

Angaben in Euro



ID: 09871081

Quelle: DAT

ist. Die Einkommen der Pkw-Fahrer sind um 43 %, die der Gebrauchtwagenkäufer um 46 % und die der Neuwagenkäufer um 65 % gestiegen. Die „Einkommensdelle“ Ende der 1990er-Jahre ist für diesen Sprung verantwortlich. Die Verbraucherpreise sind in den letzten 20 Jahren um knapp 25 Prozentpunkte und damit ebenfalls deutlich gestiegen.

Allerdings konnten die Einkommen aller drei Teilgruppen mit der Preissteigerung Schritt halten. Dieser Anstieg der Einkommensstruktur hat auch Auswirkungen auf die Mobilitätswünsche und Bedürfnisse der Autokäufer. Es wurde viel in die individuelle Mobilität investiert, der Marktanteil der privaten Neuwagenkäufe ist laut KBA gestiegen, und die erneute Motorisierung – die sogenannten Vorbesitzkäufer – ist im Neuwagenmarkt von 80 % auf 85 % und im Gebrauchtwagenmarkt von 69 % auf 72 % gestiegen. Dies zeigt, dass die Anschaffung eines Pkw weiterhin ein Bedürfnis für Menschen in Deutschland ist.

4.3. Entwicklung der Preise/Kosten

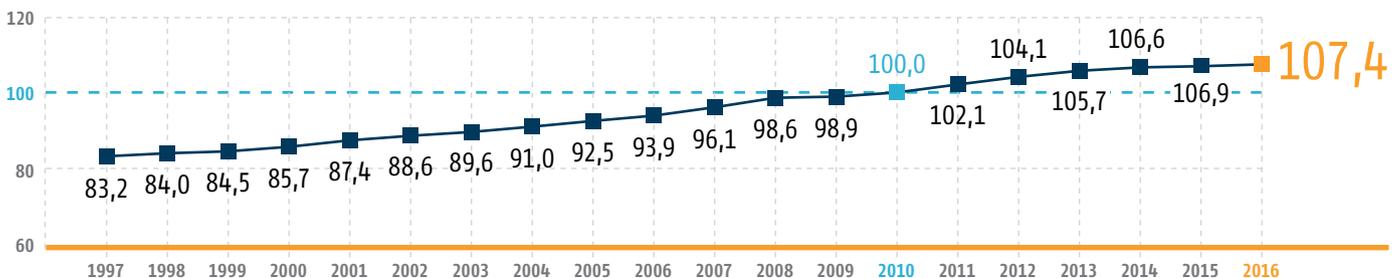
Die Preisentwicklungen der letzten 20 Jahre können am besten anhand der seit 1991 vom Statistischen Bundesamt ermittelten und veröffentlichten Preisindizes eingeschätzt werden. Dies ist in Grafik Z3 dargestellt (Basis 2010 = Index 100). Alle gezeigten Werte sind Jahresdurchschnittswerte des Verbraucherpreisindex, früher „Preisindex für die Lebenshaltung“ genannt. Für 2016 kann eine deutliche Steigerung von 106,9 auf 107,4 festgestellt werden. Entgegenläufig haben sich in Deutschland dagegen die durchschnittlichen Kraftstoffpreise entwickelt: Insbesondere Diesel verbilligte sich von 116,9 Cent auf 107,8 Cent pro Liter. Superbenzin (E10) von 136,9 Cent auf 128,1 Cent.

Gebrauchtwagenmarkt

Der Gebrauchtwagenmarkt mit seinen drei Teilbereichen „Markenhandel“, „freier Handel“ und „Privatmarkt“ zeigt für die letzten 20 Jahre eine aus Sicht des Handels positive Entwicklung (vgl. Grafik Z4), denn er konnte Anteile vom Privatmarkt zurückerobern. Speziell der

Z3 Lebenshaltungskosten privater Haushalte

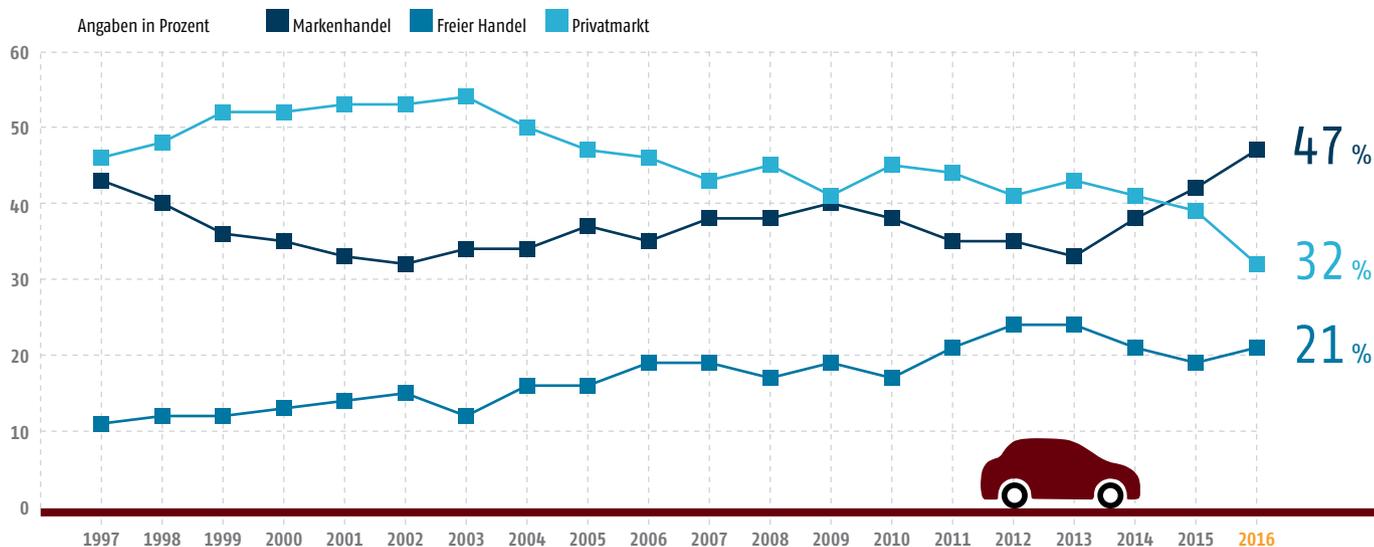
Angaben in Prozent vom Basisjahr 2010



ID: 09791074

Quelle: Statistisches Bundesamt

Z4 Marktanteile im Gebrauchtwagenengeschäft



ID: 09821077

Quelle: DAT

Markenhandel behauptete sich 2016 und erreichte 47 % Marktanteil. Dies hängt mit der hohen Nachfrage und Verfügbarkeit von jungen Gebrauchtwagen zusammen, die vor allem über diesen Kanal verkauft werden und die mit speziellen flankierenden Programmen der Automobilhersteller und Importeure ein Mehr an Qualität für den Endverbraucher bedeuten. Welche Auswirkungen

die Initiativen einiger großer Versicherer im Gebrauchtwagenhandel (online und offline) haben werden, bleibt abzuwarten. Gleiches gilt für die Ankaufportale.

Neuwagenmarkt

Neue Pkw werden mehrheitlich beim Markenhandel gekauft. Dieser steht seit Jahren im Wettbewerb mit Flot-

>>

Z5 Neuwagenmarkt

Jahr	Einheiten (Mio. Stück)	Ø-Preis (Euro)	Umsatz (Mrd. Euro)
1997	3,528	18.765	66,21
1998	3,736	19.225	71,79
1999	3,802	19.120	72,71
2000	3,378	20.045	67,70
2001	3,342	21.165	70,71
2002	3,253	21.930	71,34
2003	3,237	22.360	72,38
2004	3,267	24.090	78,70
2005	3,342	23.880	79,81
2006	3,468	24.480	84,89
2007	3,148	25.970	81,76
2008	3,090	25.990	80,31
2009	3,807	22.520	85,73
2010	2,916	26.030	75,91
2011	3,174	27.390	86,93
2012	3,082	26.780	82,54
2013	2,952	27.030	79,79
2014	3,037	28.330	86,04
2015	3,206	28.590	91,66
2016	3,352	29.650	99,39

ID: 09801075

Quelle: DAT/KBA

Z6 Gebrauchtwagenmarkt

Jahr	Einheiten (Mio. Stück)	Ø-Preis (Euro)	Umsatz (Mrd. Euro)
1997	7,382	7.925	58,49
1998	7,449	8.130	60,54
1999	7,696	8.385	64,53
2000	7,400	7.975	59,00
2001	7,212	8.310	59,92
2002	6,831	7.910	54,03
2003	6,771	8.220	55,65
2004	6,610	7.900	52,22
2005	6,655	8.330	55,44
2006	6,733	8.310	55,95
2007	6,262	8.400	52,60
2008	6,112	8.690	53,11
2009	6,013	8.590	51,65
2010	6,432	8.790	56,54
2011	6,809	9.740	66,32
2012	6,883	9.150	62,98
2013	7,092	9.420	66,81
2014	7,070	9.870	69,78
2015	7,330	10.620	77,85
2016	7,403	11.430	84,62

ID: 09811076

Quelle: DAT/KBA

Z7 Wartung und Reparatur

Jahr	Wartungsarbeiten pro Pkw (Stück)	Wartungsaufwand pro Pkw (Euro)	Reparaturarbeiten pro Pkw (Stück)	Reparaturaufwand pro Pkw (Euro)
1997	1,22	220	0,86	145
1998	1,14	195	0,88	150
1999	1,10	210	0,90	155
2000	1,06	215	0,78	145
2001	1,05	220	0,81	150
2002	1,08	230	0,80	160
2003	1,08	245	0,86	185
2004	0,99	230	0,76	190
2005	0,98	212	0,79	186
2006	0,96	247	0,75	175
2007	0,97	241	0,72	163
2008	0,96	239	0,70	187
2009	0,87	228	0,62	172
2010	0,91	230	0,67	201
2011	0,96	255	0,62	173
2012	0,90	252	0,65	215
2013	0,91	261	0,61	191
2014	0,83	245	0,55	171
2015	0,79	235	0,52	162
2016	0,88	265	0,55	171

ID: 0941078

Quelle: DAT

ten- und Werksangehörigen-Verkäufen der Hersteller/Importeure sowie dem Verkauf von EU-Neuwagen durch freie Händler. In den vergangenen Jahren sind zudem sogenannte Neuwagenportale mit aggressiven Preisangeboten aufgetreten. Sie haben sich 2016 mit 16 % Marktanteil zwischen Endverbraucher und Automobilhandel positioniert. Diese Portale forcieren die Digitalisierung des Handels und stellen für die gesamte Automobilbranche eine Herausforderung dar. Ihr Einfluss auf den Neuwagenverkauf wird voraussichtlich zunehmen.

Wartung und Reparatur

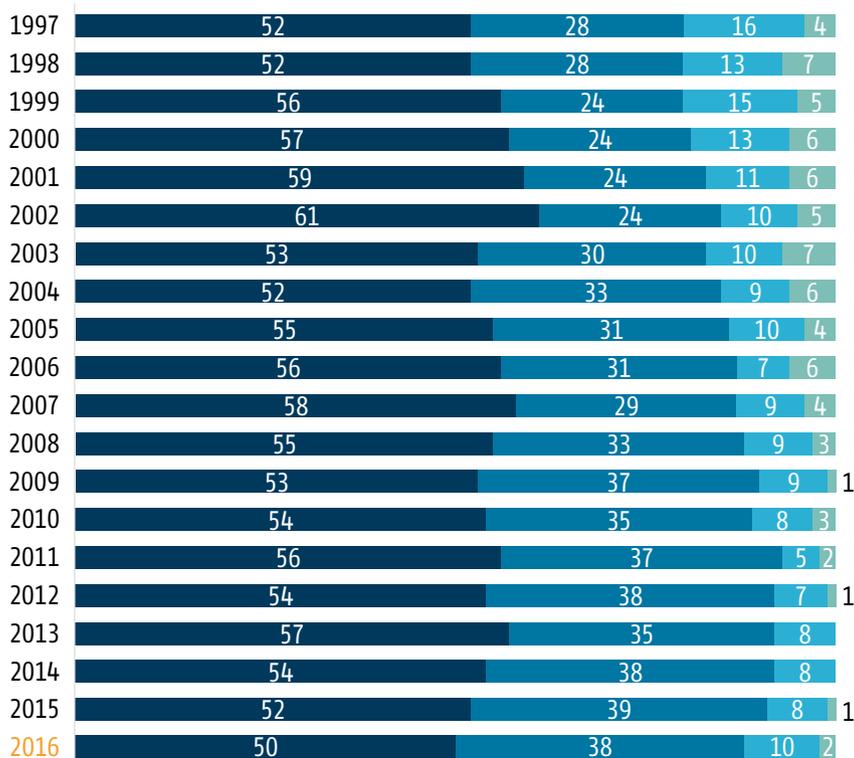
Was den Aufwand für die Fahrzeugwartung betrifft, so ist dieser in den vergangenen 20 Jahren um 20 %, für Reparaturarbeiten um 18 % gestiegen (vgl. Grafik Z7). Die Anzahl der Arbeiten an Pkw ist dagegen deutlich gesunken, zuletzt auf 0,88 Arbeiten pro Pkw.

Grafik Z8 zeigt abschließend die jeweiligen Marktanteile bei Wartung und Reparatur über die vergangenen 20 Jahre. Die Markenbetriebe liegen mit 50 % etwas unter dem Niveau von 1997, die freien Werkstätten haben dagegen zehn Prozentpunkte dazugewonnen. Der Do-it-yourself-Anteil hat sich in den letzten 20 Jahren von 16 % auf 10 % eingependelt und ist zum Vorjahr von 8 % auf 10 % leicht gestiegen.

Z8 Anteil an Wartung und Reparatur

Angaben in Prozent

■ Markenwerkstatt ■ Freie Werkstatt/Tankstelle ■ Do-it-yourself ■ keine Angabe



ID: 09851079

Quelle: DAT

Z9 Gebrauchtwagenmarkt



Kauf des Gebrauchtwagens	Markenhandel		Freier Handel		Privatmarkt		Gesamt	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Besitzumschreibungen	3,078 Mio. St.	3,486 Mio. St.	1,393 Mio. St.	1,542 Mio. St.	2,859 Mio. St.	2,375 Mio. St.	7,330 Mio. St.	7,403 Mio. St.
Anteil in %	42 %	47 %	19 %	21 %	39 %	32 %	100 %	100 %
Durchschnittspreis	14.820 €	15.480 €	8.730 €	8.850 €	6.990 €	7.140 €	10.620 €	11.430 €
Umsatz	45,6 Mrd. €	54,0 Mrd. €	12,2 Mrd. €	13,6 Mrd. €	20,0 Mrd. €	17,0 Mrd. €	77,9 Mrd. €	84,6 Mrd. €
Alter des Wagens	4,2 Jahre	4,4 Jahre	6,8 Jahre	7,8 Jahre	8,2 Jahre	8,4 Jahre	6,2 Jahre	6,4 Jahre
Kilometerstand	53.320 km	51.480 km	81.190 km	90.400 km	93.170 km	103.310 km	74.120 km	76.200 km
Käuferanteile:								
Erstkäufer	12 %	12 %	26 %	21 %	34 %	33 %	23 %	21 %
Zusatzkäufer	6 %	4 %	10 %	10 %	9 %	9 %	8 %	7 %
Vorbesitzkäufer	82 %	84 %	64 %	69 %	57 %	58 %	69 %	72 %
Alter des Käufers	43 Jahre	44 Jahre	39 Jahre	40 Jahre	37 Jahre	39 Jahre	40 Jahre	41 Jahre
Haushaltsnettoeinkommen	3.353 €	3.336 €	3.091 €	2.896 €	2.788 €	2.857 €	3.095 €	3.098 €
Haltdauer des Vorwagens	82 Monate	82 Monate	93 Monate	94 Monate	82 Monate	83 Monate	84 Monate	84 Monate

ID: 1000

Quelle: DATIKBA

Z10 Neuwagenmarkt



Kauf des Neuwagens	2015	2016
Neuzulassungen	3,206 Mio. St.	3,352 Mio. St.
Durchschnittspreis	28.590 €	29.650 €
Umsatz	91,66 Mrd. €	99,4 Mrd. €
Käuferanteile:		
Erstkäufer	10 %	7 %
Zusatzkäufer	10 %	8 %
Vorbesitzkäufer	80 %	85 %
Alter des Käufers	46 Jahre	45 Jahre
Haushaltsnettoeinkommen	4.046 €	4.111 €
Haltdauer des Vorwagens	78 Monate	76 Monate

ID: 2000

Quelle: DAT

Z11 Wartungs- und Reparaturmarkt



	Markenwerkstatt		Freie Werkstatt + Tankstelle		Do-it-yourself	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Reparatur- und Wartungsaufträge	36,4 Mio.	39,1 Mio.	28,0 Mio.	30,9 Mio.	5,4 Mio.	7,2 Mio.
Durchführung						
Große Inspektion	67 %	66 %	29 %	29 %	3 %	4 %
Kleine Inspektion	64 %	56 %	29 %	31 %	6 %	11 %
Sonst. Inspektion	45 %	46 %	47 %	44 %	7 %	7 %
Reparaturarbeiten	40 %	36 %	47 %	47 %	12 %	14 %
Unfallarbeiten	50 %	50 %	42 %	46 %	7 %	4 %
Gesamt	52 %	52 %	39 %	35 %	8 %	11 %

ID: 09851079

Quelle: DAT

Z12 Wartung pro Pkw und Jahr

	2015	2016
Große Inspektion	0,33	0,39
Kleine Inspektion	0,23	0,24
Sonst. Inspektion	0,23	0,24
Gesamt	0,79	0,88
Wartungsaufwand	235 €	265 €

ID: 3200

Quelle: DAT

Z13 Reparaturen pro Pkw und Jahr

	2015	2016
Reparaturarbeiten	0,52	0,55
Reparaturaufwand	162 €	171 €
Unfallreparaturen	0,08	0,10

ID: 3300

Quelle: DAT

Z14 Kennzahlen über den Kfz-Betrieb

	2015	2016
Zahl der pro Kfz-Betrieb betreuten Pkw	1.203	1.218
Zahl der Aufträge pro Kfz-Betrieb	1.672	1.864

ID: 3100

Quelle: DAT

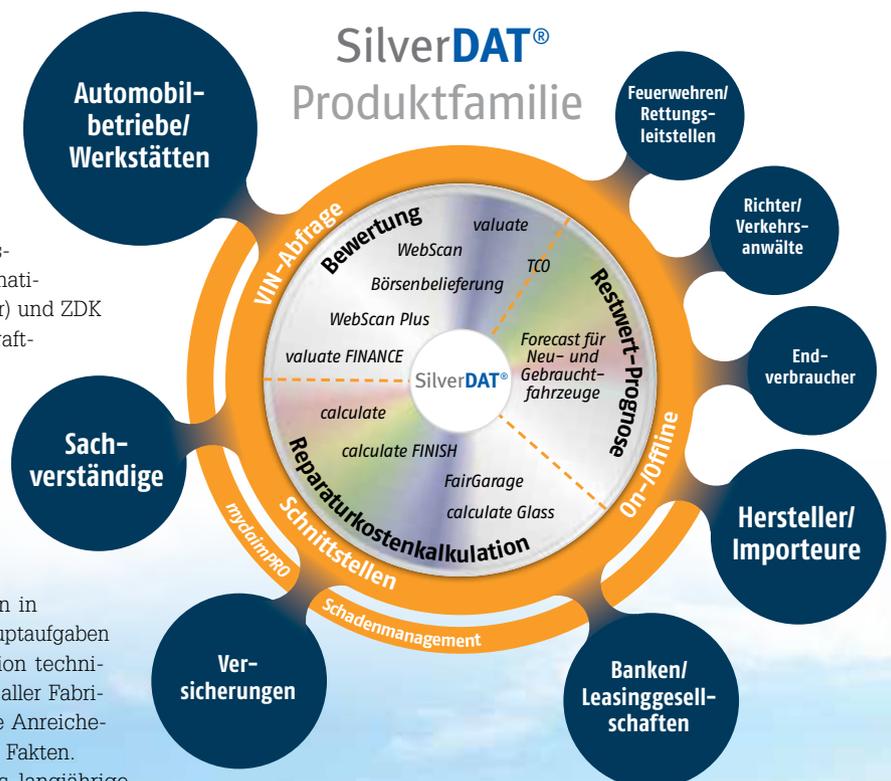
DEUTSCHE AUTOMOBIL TREUHAND GMBH

Die Deutsche Automobil Treuhand GmbH (DAT) ist ein international tätiges Unternehmen der Automobilwirtschaft, das gemäß seinem Auftrag umfassende Kraftfahrzeugdaten erhebt, aufbereitet und der Branche insbesondere über das System SilverDAT® kostengünstig und flächendeckend zur Verfügung stellt.

Die DAT versteht sich als neutrales Bindeglied zwischen allen Akteuren der Automobilbranche und wird seit 1931 von ihren drei Gesellschaftern – den Automobilverbänden VDA (Verband der Automobilindustrie), VDIK (Verband der Internationalen Kraftfahrzeughersteller) und ZDK (Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe) – getragen. Aufgrund dieser Struktur hat die DAT einen einzigartigen Status sowie einen besonderen Auftrag innerhalb der Autobranche.

Neben der Bereitstellung einer flächendeckenden Kfz-Sachverständigenorganisation in Deutschland bestehen die Hauptaufgaben der DAT in der Dokumentation technischer Daten von Fahrzeugen aller Fabrikate sowie deren zusätzliche Anreicherung mit weiteren relevanten Fakten.

Die Datenvielfalt und das langjährige Know-how der DAT werden in der SilverDAT®-Produktfamilie gebündelt. Zu deren Funktionen zählen u. a. eine exakte Identifikation von Fahrzeugen per VIN-



Abfrage, die Erstellung von Reparaturkostenkalkulationen, Gebrauchtfahrzeugaufwertungen, Kennzahlenanalysen und Restwertprognosen. Ferner können im Bedarfsfall automatisch die Mietwagenkosten und die Höhe des Nutzungsausfalls ermittelt werden. Ein weiteres Tool erlaubt die exakte Berechnung der tatsächlichen Autokosten (Total Cost of Ownership). Über ein Schadenmanagementsystem ist zudem die Kommunikation mit allen an einem Schadensfall beteiligten Parteien papierlos möglich.

Zu den zahlreichen SilverDAT®-Kunden zählen u. a. Automobilbetriebe, Kfz-Sachverständigenbüros, Versicherungen, Banken, Leasinggesellschaften, Fahrzeughersteller, Steuerberater, Rechtsanwälte, Richter sowie Softwarehäuser und Anbieter von Warenwirtschaftssystemen. Endverbraucher können via App oder auf den Webseiten www.dat.de und www.fairgarage.de kostenfrei einen Wert für ihr Gebrauchtfahrzeug ermitteln, die Kosten für eine Reparatur erfahren oder den Standort des nächstgelegenen DAT-Sachverständigen finden.

Ein weiterer Kernbereich der DAT ist die Erhebung von Daten aus dem Pkw-Kauf- und Werkstattverhalten von Endverbrauchern. Diese werden seit über 40 Jahren jährlich im DAT-Report publiziert, der sich dadurch als die am häufigsten zitierte Publikation der Automobilbranche etabliert hat.

In Verbindung mit diesem Datenschatz der DAT sowie weiteren zahlreichen Informationen entstehen neue Produkte und Dienstleistungen, von denen ein Teil in dem neuen Unternehmen „DAT Consulting“ gebündelt wurde. Dadurch können noch mehr maßgeschneiderte Lösungen für national und international tätige Akteure der Automobilbranche angeboten werden.

Durch Tochter- und Beteiligungsgesellschaften oder Vertriebskooperationen ist die DAT Group in zahlreichen internationalen Märkten vertreten. Im DAT-Beirat wachen unterschiedliche Verbraucherverbände über die Vorgehensweise des Unternehmens. Dadurch ist bei der DAT ein Höchstmaß an Kontrolle und Unabhängigkeit gewährleistet.



IMPRESSUM

Deutsche Automobil Treuhand GmbH
Hellmuth-Hirth-Straße 1
73760 Ostfildern
Tel.: +49 711/4503-0
www.dat.de



SilverDAT®



Verantwortlich für die Inhalte

Dr. Martin Endlein
Leiter Unternehmenskommunikation
Tel.: +49 711/4503-488
martin.endlein@dat.de

Bezug

Der DAT-Report ist Bestandteil der SilverDAT-Lizenz und auch im Einzelbezug erhältlich.
Weitere Informationen und Bestellung über www.dat.de/report

Mitarbeit

Uta Heller (Projektleitung), Petra Letzner-Friedlein,
Steffen Kraus, Siegfried Trede, Bernd Weber

Beauftragtes Institut

GfK Marktforschung

Layout und Gestaltung

Vogel Business Media GmbH & Co.KG
Koordination: Ute Jaxtheimer
Konzeption & Layout:
Annette Sahlmüller, Vogel Design Werkstatt

Verbreitung

Sämtliche im DAT-Report enthaltenen Angaben sind urheberrechtlich geschützt.
Personalisierter Versand an SilverDAT-Kunden,
Innungsbetriebe, Schulen, Ausbildungsinstitute
und ausgewählte Medienpartner

Auflagenhöhe gesamt: 75.000 Exemplare

Nachdruck und fotomechanische Wiedergabe, auch auszugsweise, nur mit Quellenangabe „Deutsche Automobil Treuhand GmbH (DAT)“.
Kommerzielle Nutzung, auch auszugsweise, nur nach vorheriger Zustimmung der DAT.

ISSN (Print) 2511-4646
ISSB (Online) 2511-476X



ISSN 2511-4646



9 772511 464008