



DER GARAGIST AUS SICHT DER KUNDEN
VON **HEUTE UND MORGEN**

TRENDSTUDIE «AUTOMOBILIST-GARAGIST 2019»

ÜBER DIETRENDSTUDIE „AUTOMOBILIST-GARAGIST 2019“

Methode

1'006 Interviews

Online-Befragung im LINK Internet-Panel

Zeitraum: Oktober 2019



Zielgruppe

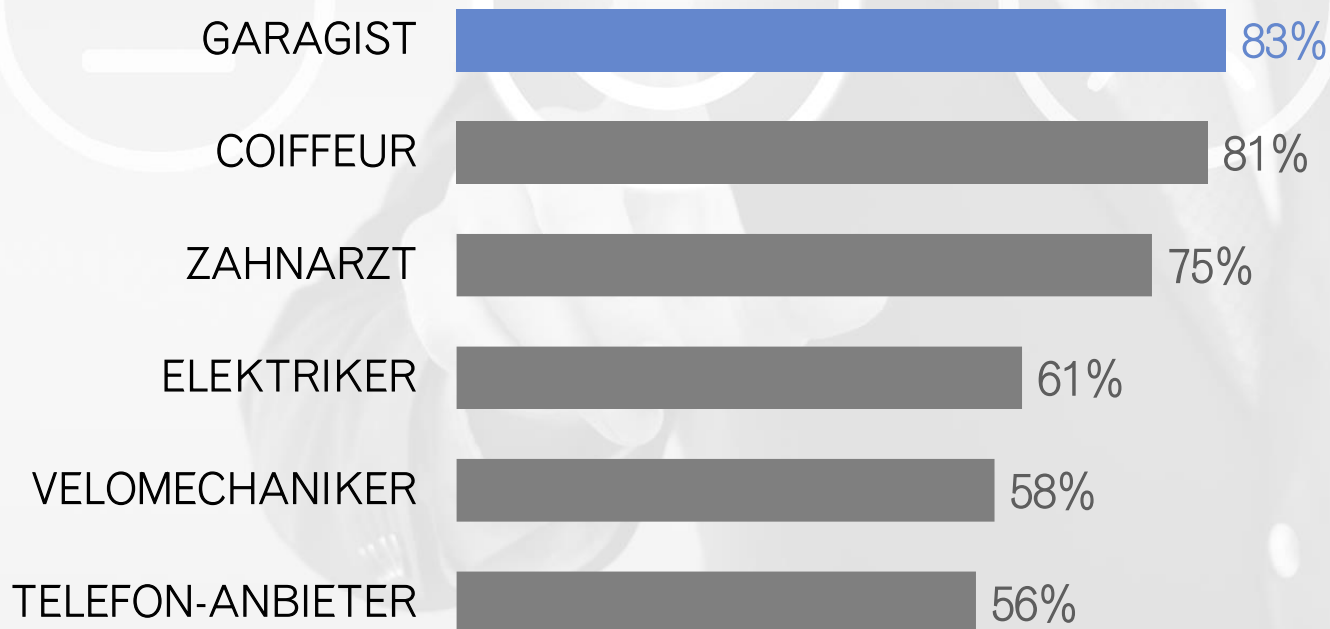
Personen zwischen 18-65 Jahren

Repräsentativ nach Alter, Geschlecht und Region

Fahrzeugbesitz & -unterhaltsverantwortung

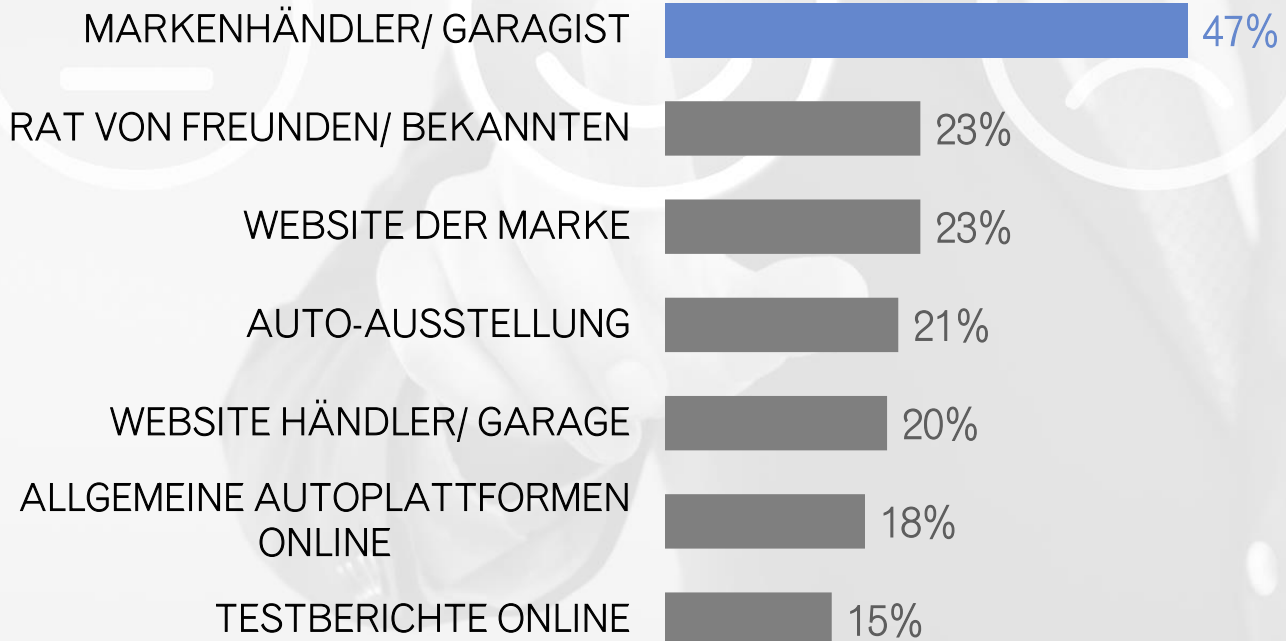
GESAMTZUFRIEDENHEIT MIT VERSCHIEDENEN ANBIETERN

GESAMTZUFRIEDENHEIT DER SCHWEIZER/INNEN MIT IHREM...

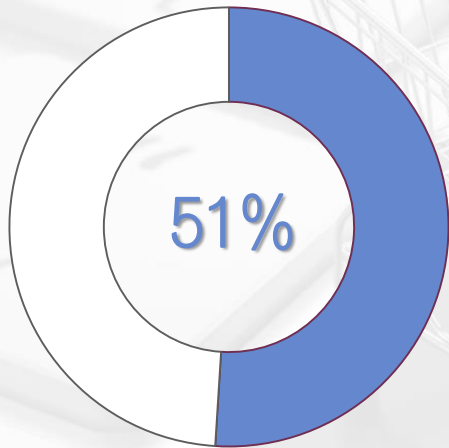


INFORMATIONSQUELLEN BEIM AUTOKAUF

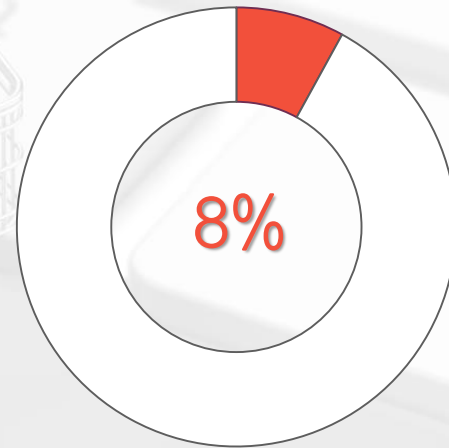
TOP 7:



ZUKÜNFTIGE AUTOKAUF-ABSICHT

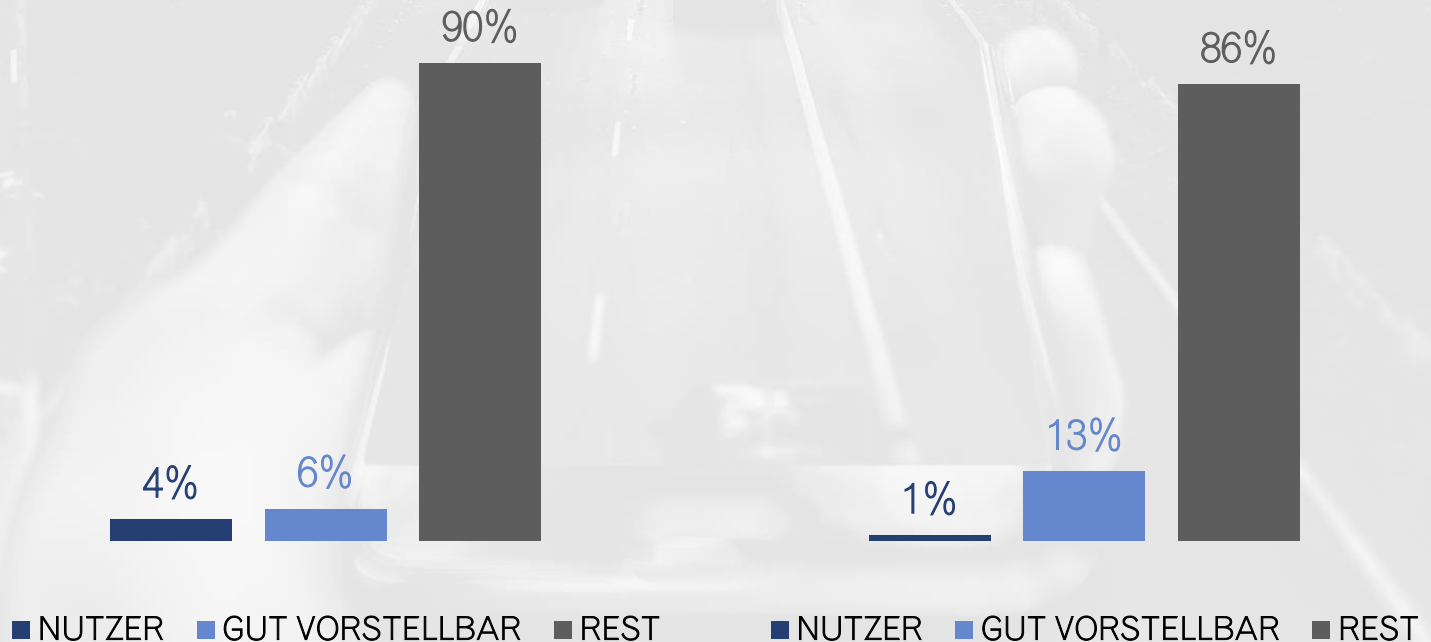


«ICH ÜBERLASSE DIE
FAHRZEUGKONFIGURATION
KOMPLETT MEINEM
HÄNDLER.»



«ICH WÜRD E EINEN
NEUWAGEN ONLINE
KONFIGURIEREN UND DIREKT
ONLINE BESTELLEN.»

MARKTPOTENZIALE FÜR CAR SHARING UND AUTO-ABOS

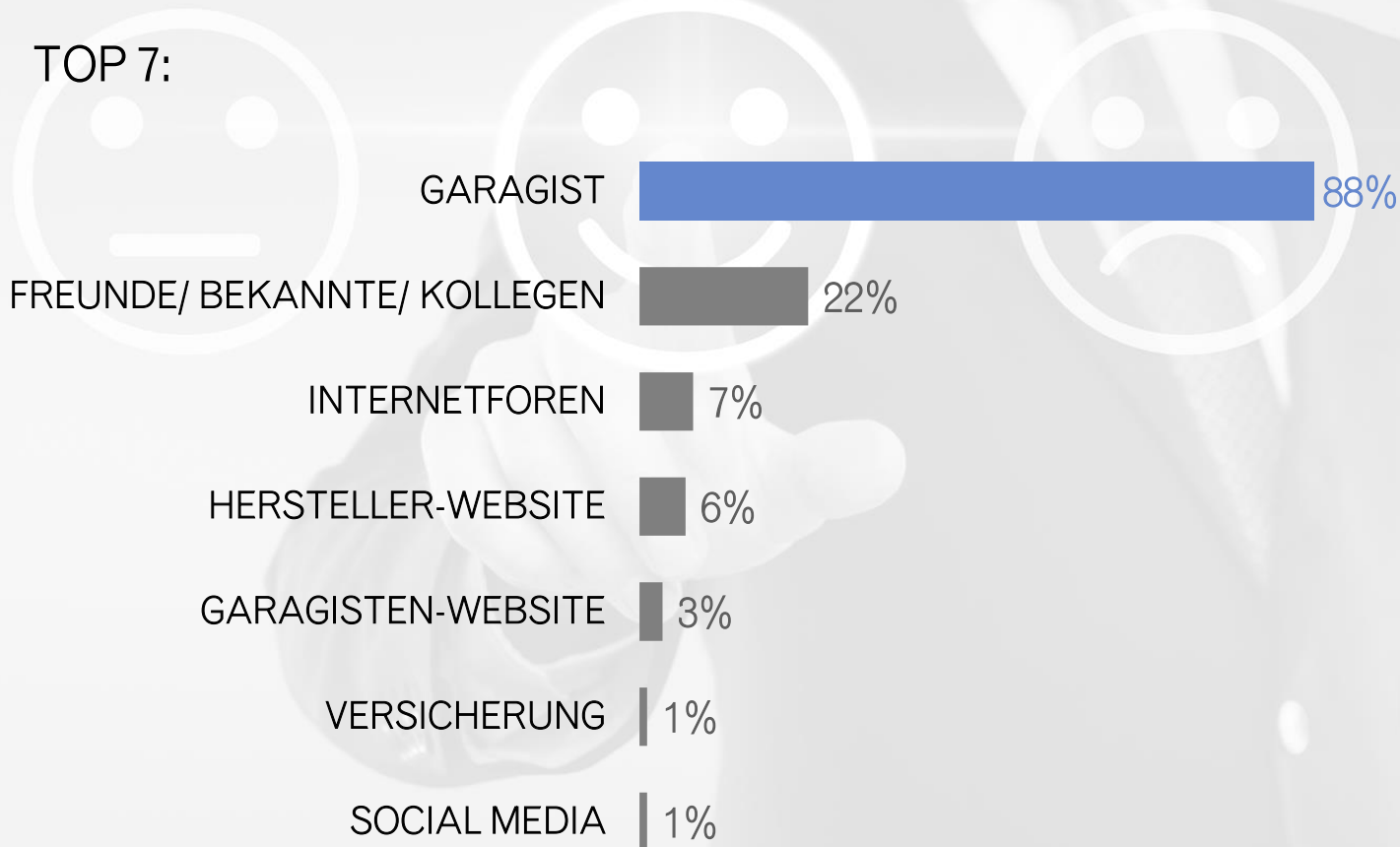


CAR SHARING

AUTO-ABONNEMENT

INFORMATIONSQLUELLEN BEI SERVICEARBEITEN

TOP 7:



SUMMARY I: ERGEBNISÜBERSICHT

1

GARAGISTEN MIT AUSGESPROCHEN HOHER KUNDENBINDUNG

2

DER GARAGIST IST UND BLEIBT HAUPT-ANLAUFSTELLE FÜR FAHRZEUGKAUF UND SERVICE

3

BEGRENZTE MARKTPOTENZIALE FÜR ONLINE-KAUF UND CAR SHARING

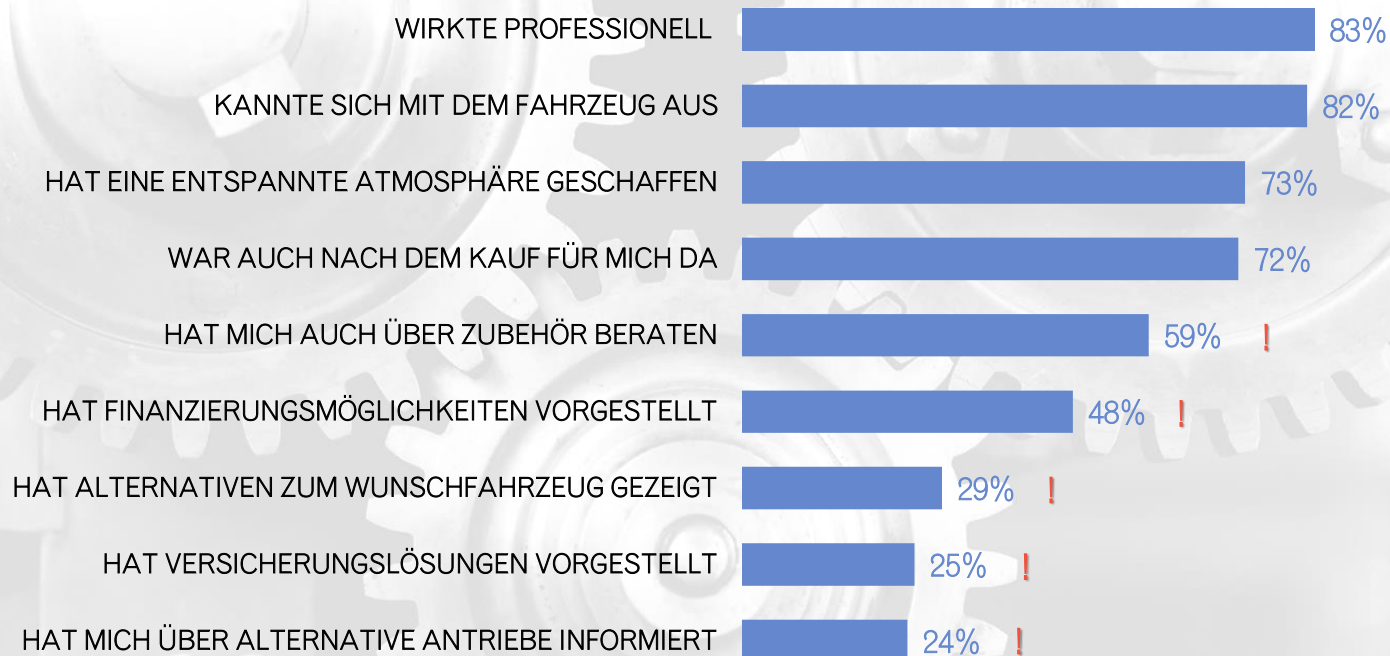
WICHTIGKEIT VON BERATUNGSASPEKTEN BEIM AUTOKAUF

TOP 3 KUNDENSICHT:

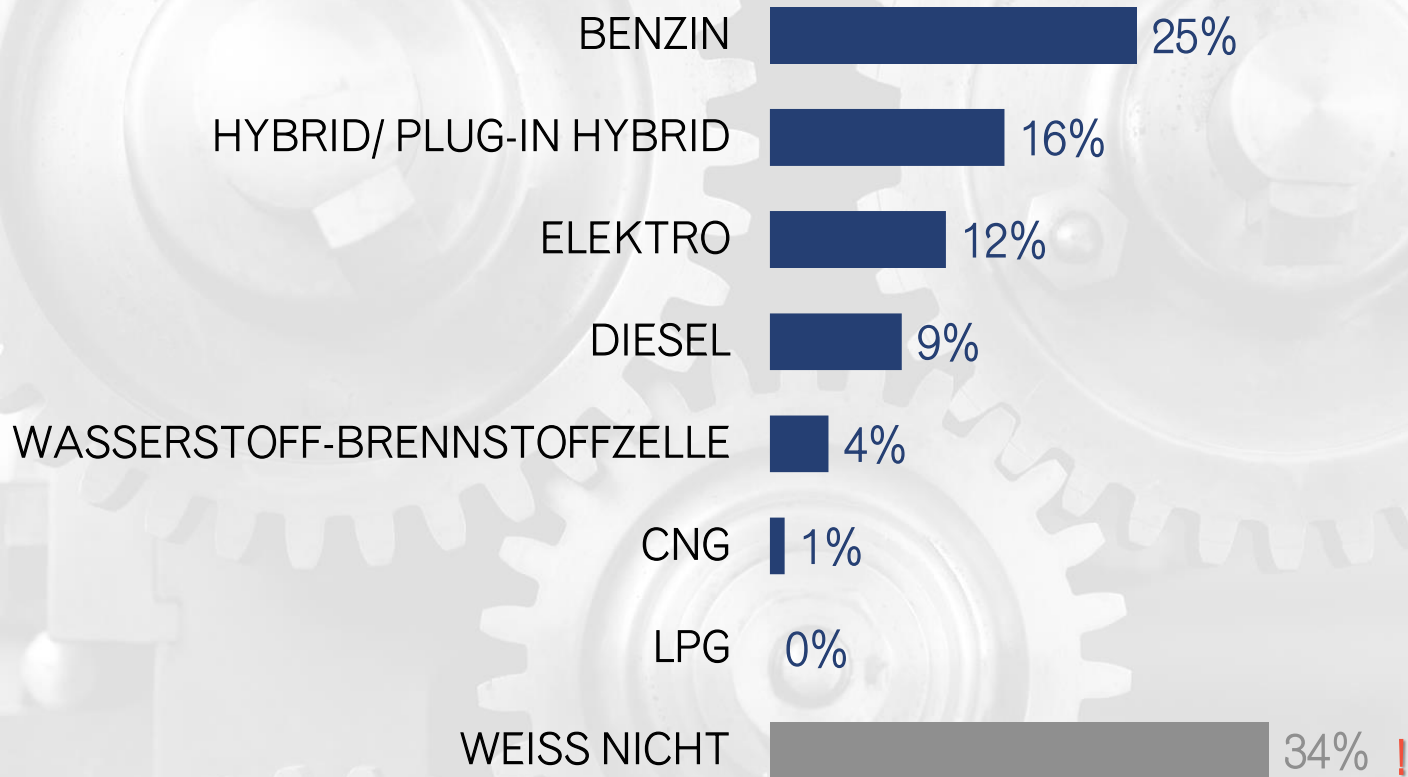
- (1) «DAS AUTO ZU FINDEN, DAS AM BESTEN ZU MEINEN BEDÜRFNISSEN PASST»
- (2) «DEN BESTEN PREIS FÜR EIN FAHRZEUG ZU VERMITTELN»
- (3) «GUTE KOMPLETTANGEBOTE AUFGEZEIGT ZU BEKOMMEN (INKL. GARANTIEN, SERVICES ...)»

WAHRGENOMMENE QUALITÄT DER NW-VERKAUFSBERATUNG

DER VERKÄUFER DES LETZTGEKAUFTEN AUTOS...

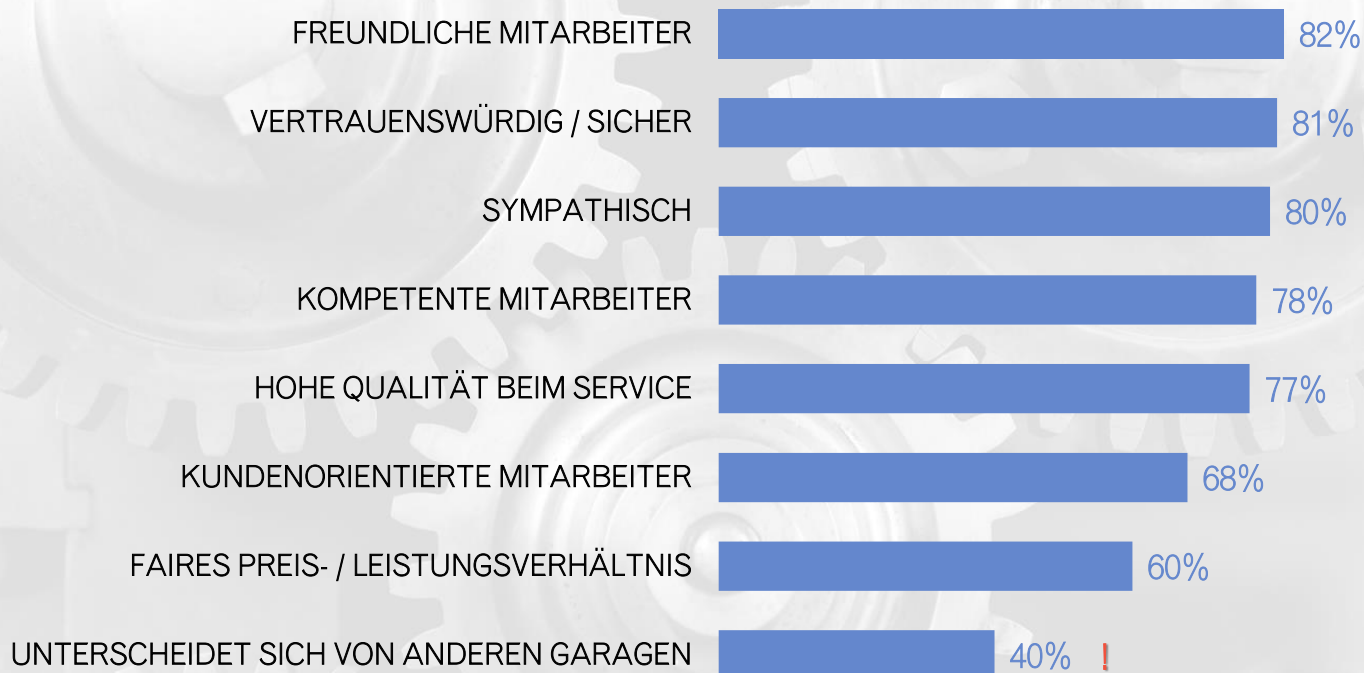


GEPLANTER ANTRIEB BEIM NÄCHSTEN FAHRZEUGKAUF



BEWERTUNG DES PERSÖNLICHEN GARAGENBETRIEBS

ANTEILE «STIMME VOLL UND GANZ ZU/ STIMME ZU»:



SUMMARY II: BERATUNGSLEISTUNGEN VON GARAGISTEN

1

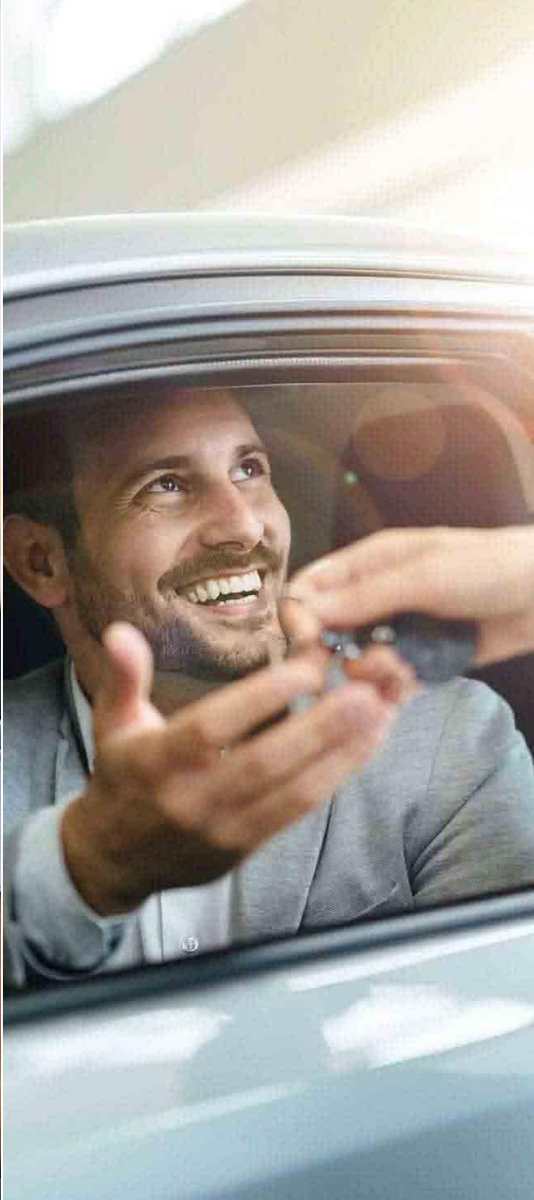
TROTZ DER PERSÖNLICHEN NÄHE ZUM GARAGISTEN NEHMEN IHN VIELE KUNDEN ALS UNDIFFERENZIERT WAHR

2

HELFEN SIE IHREN KUNDEN DABEI, DAS AUTO ZU FINDEN, DAS AM BESTEN ZU IHREN BEDÜRFNISSEN PASST!

3

ZUSATZLEISTUNGEN UND ANTRIEBSVARIANTEN WERDEN IN DER BERATUNG NOCH NICHT AUSREICHEND AUFGEGRIFFEN



GEN Y & Z

10 BIS 39-JÄHRIG

ZEITZEUGEN VON:
DIGITALISIERUNG
GLOBALISIERUNG
INTERNETBOOM

TYPISCHE MERKMALE:
AUFMERKSAMKEIT SUCHEND
MITSPRACHE FORDERND
NICHT-LINEARE KARRIERE

GEN X

40 BIS 55-JÄHRIG

ZEITZEUGEN VON :
LIBERALISIERUNG
WIRTSCHAFTS-/ÖLKRISE
FALL DER BERLINER MAUER

TYPISCHE MERKMALE:
INDIVIDUALISTISCH
PRAGMATISCH
GRADLINIGE KARRIERE

BABY BOOMERS

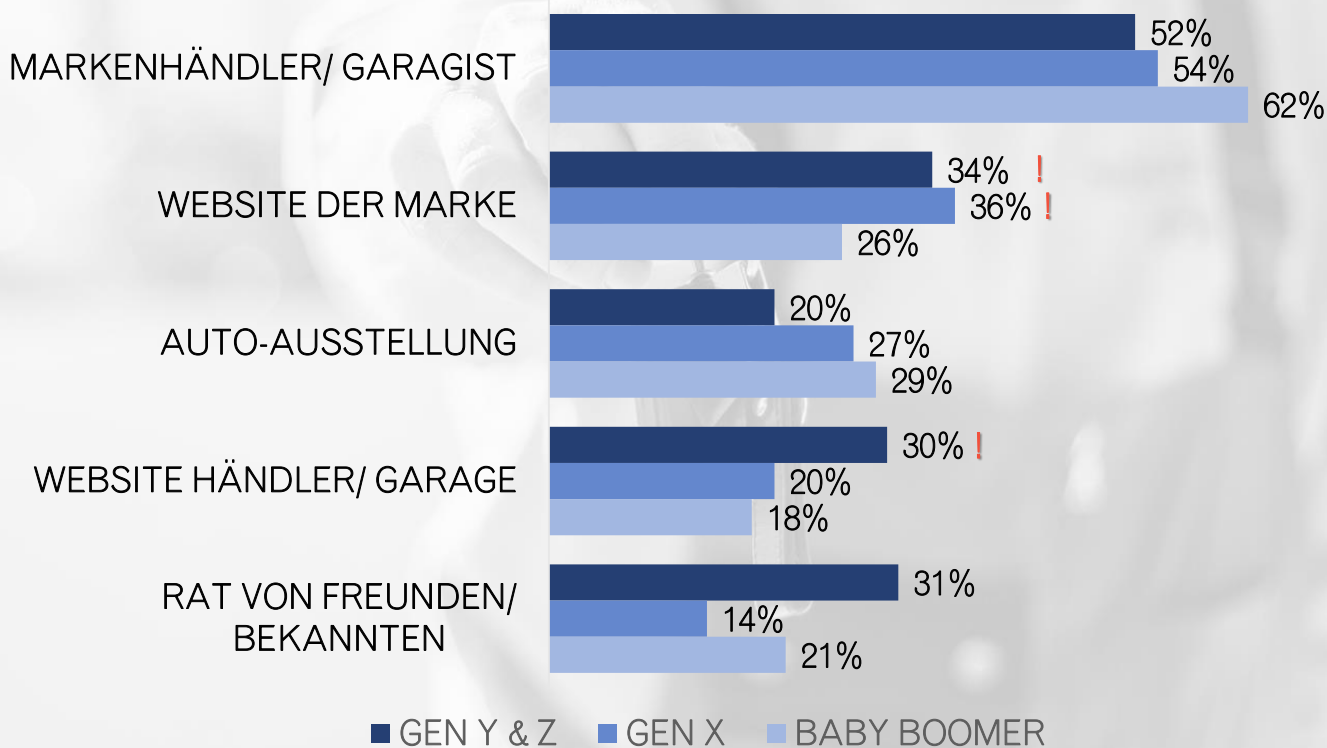
56 BIS 70-JÄHRIG

ZEITZEUGEN VON:
NACHKRIEGSZEIT
WIRTSCHAFTSAUFSCHWUNG

TYPISCHE MERKMALE:
KUNDENORIENTIERT
OPTIMISTISCH
LEISTUNGS-, ZIEL- UND
ZUKUNFTSORIENTIERT

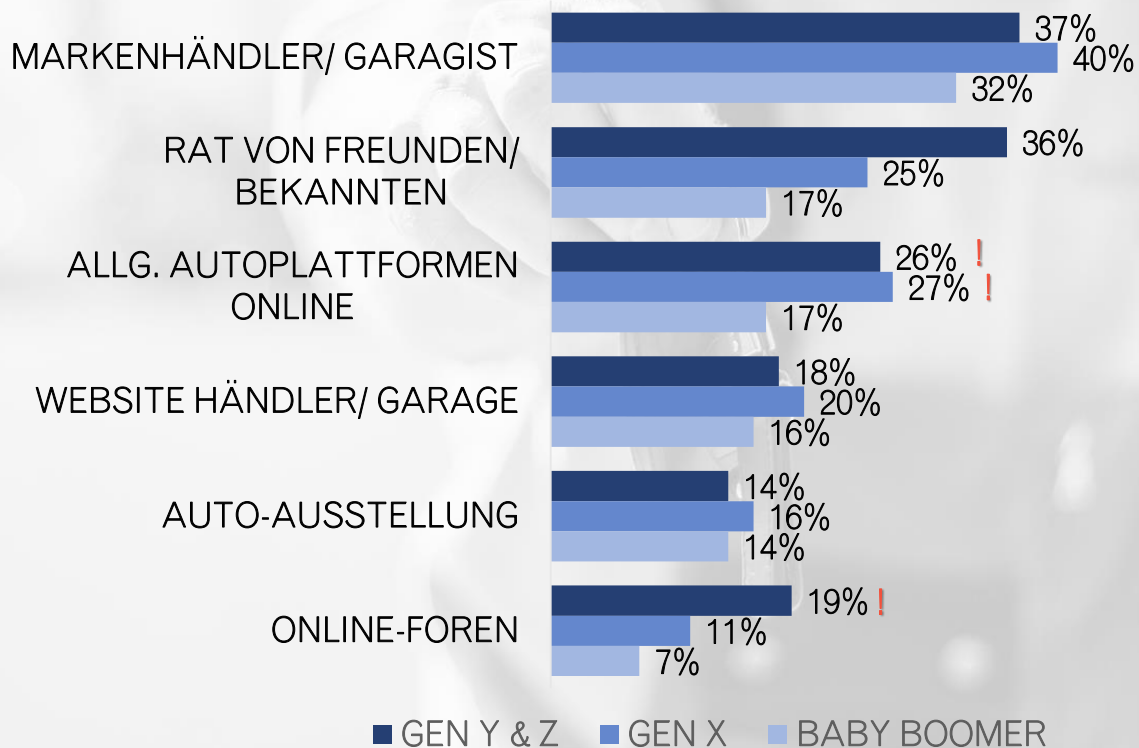
INFORMATIONSQUELLEN BEIM NEUWAGEN-KAUF

AUSGEWÄHLTE QUELLEN:



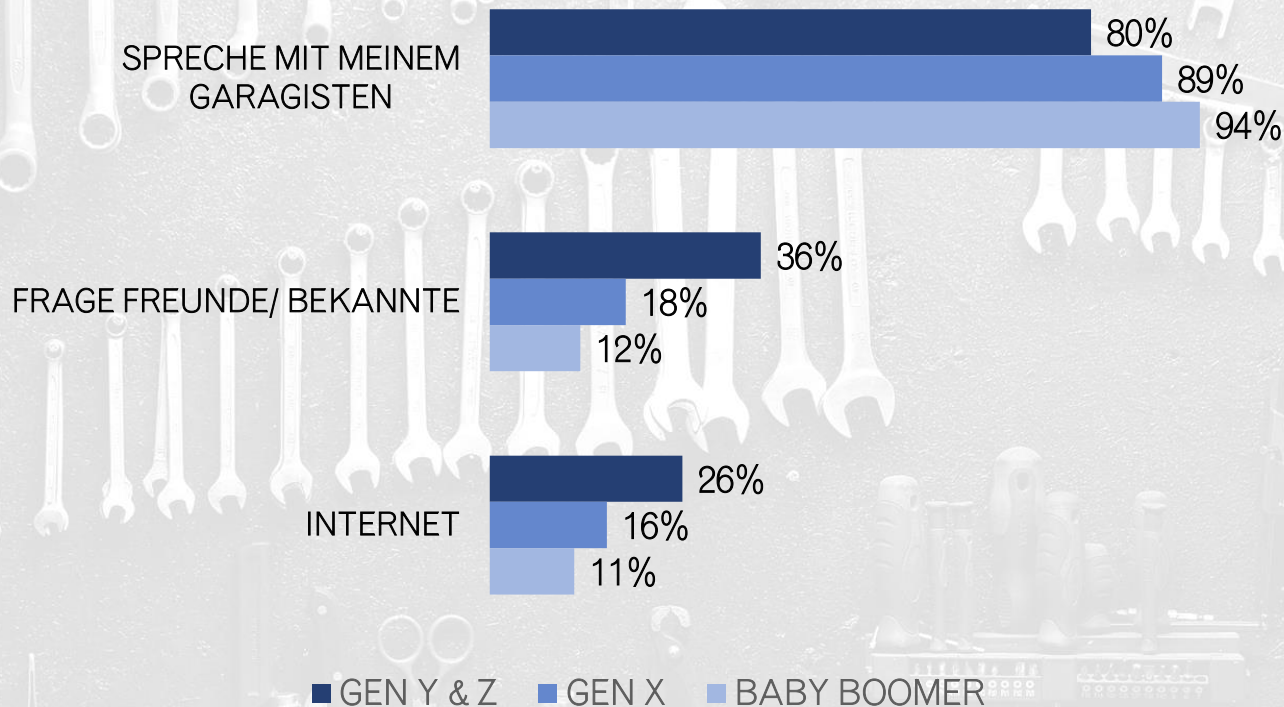
INFORMATIONSQLUELLEN BEIM GEBRAUCHTWAGEN-KAUF

AUSGEWÄHLTE QUELLEN:



INFORMATIONSKANÄLE FÜR SERVICEARBEITEN

AUSGEWÄHLTE QUELLEN:



EIN NEUER GENERATIONENFOKUS BRINGT NEUE
HERAUSFORDERUNGEN MIT SICH...

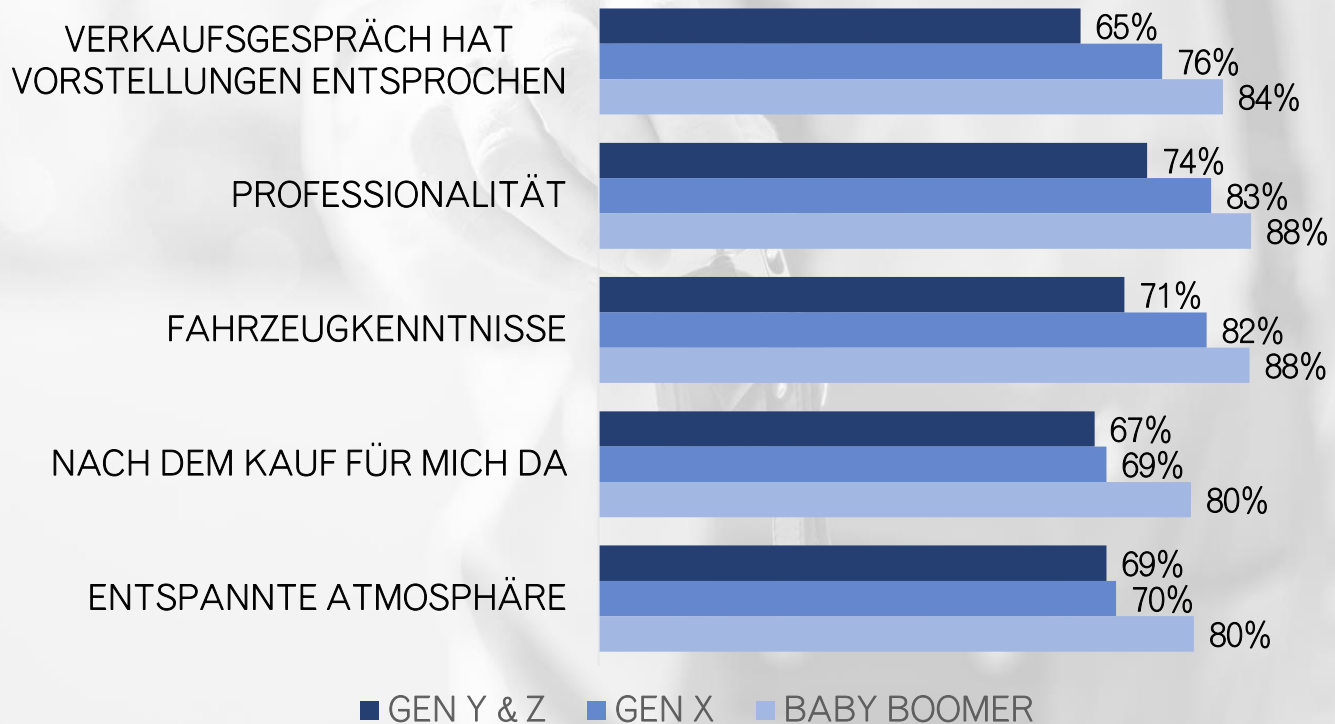


EIN NEUER GENERATIONENFOKUS BRINGT NEUE HERAUSFORDERUNGEN MIT SICH...



WAHRGENOMMENE BERATUNGSQUALITÄT

EVALUATION DES VERKÄUFERS BZW. VERKAUFGESPRÄCHS:

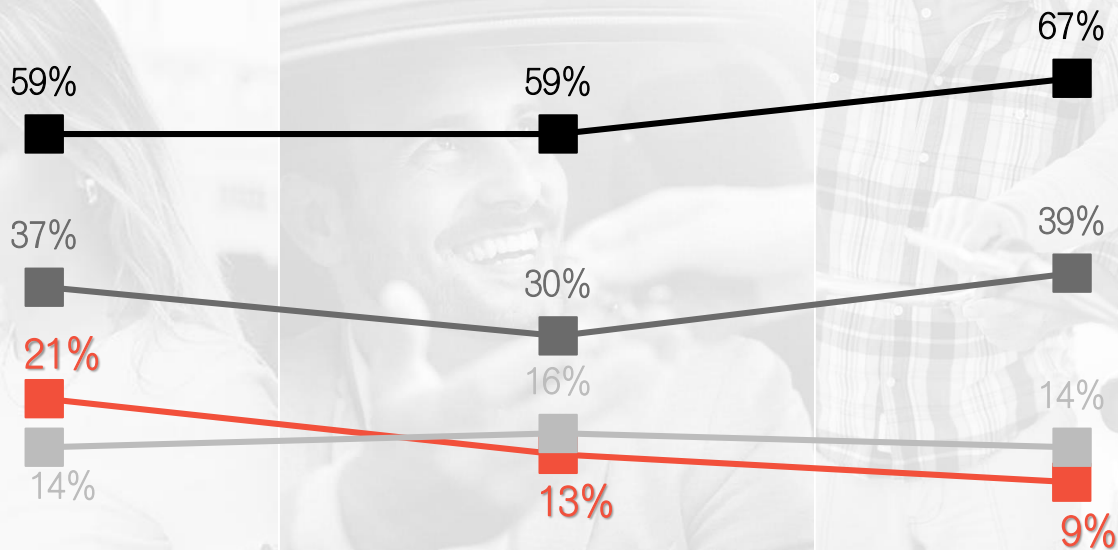


GENY & Z

GEN X

BABY BOOMERS

TOP-URSACHEN, AUF GRUND DERER SICH KUNDEN GEGEN EINEN GARAGISTEN ENTSCHEIDEN:



- ANGEBOT HAT NICHT MEINEN ERWARTUNGEN ENTSPROCHEN
- MEIN WUNSCHFAHRZEUG WAR NICHT VERFÜGBAR
- VERKÄUFER WAR UNSYMPATHISCH
- BERATUNG WAR SCHLECHT

GENY & Z

74%



GEN X

84%



BABY BOOMERS

93%



ZUFRIEDENHEIT MIT PERSÖNLICHER GARAGE

WIE KRITISCH IST DIE AUTOZUKUNFT UND WAS IST ZUTUN?

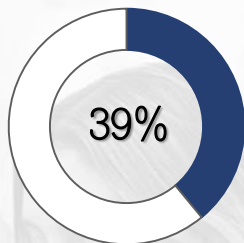


AUTO-FANS

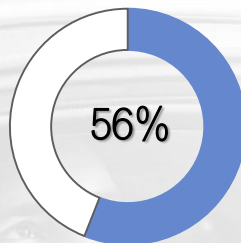
ODER

ABLEHNER?

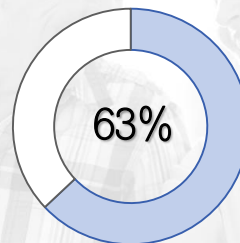
GENY & Z



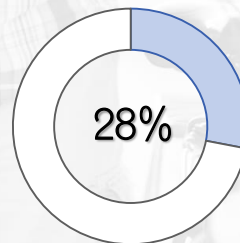
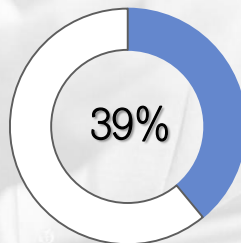
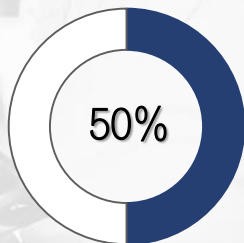
GEN X



BABY BOOMERS



«DAS AUTO IST FÜR MICH EIN REINES FORTBEWEGUNGSMITTEL»



«AUSSEHEN/ AUSSTATTUNG WAREN BEI MEINEM LETZEN NW-KAUF WICHTIG»

GENY & Z

GEN X

BABY BOOMERS

70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%

ONLINE-SERVICEHISTORIE

ONLINE-TERMIN-VEREINBARUNG

FESTER ANSPRECH-PARTNER

SERVICE-POTENZIALE IM ONLINE- UND OFFLINE-BEREICH

WISSEN SIE

- ...wie Sie junge Kunden ansprechen müssen?
- ...wie Ihre Online-Präsenz wirkt?
- ...welche Services Sie morgen online anbieten?

SUMMARY III: BESONDERHEITEN NACH GENERATIONEN

1

DIE NACHRÜCKENDE GENERATION BRINGT HOHE AFFINITÄT ZUM AUTO MIT - MUSS VOM GARAGISTEN AM POS ABER RICHTIG ABGEHOLT WERDEN

2

DAS SICH VERÄNDERNDE INFORMATIONS- UND KAUF- VERHALTEN ERFORDERT EINE NEUE KUNDENANSPRACHE UND KREATIVE IDEEN ZUR KUNDENBINDUNG