



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

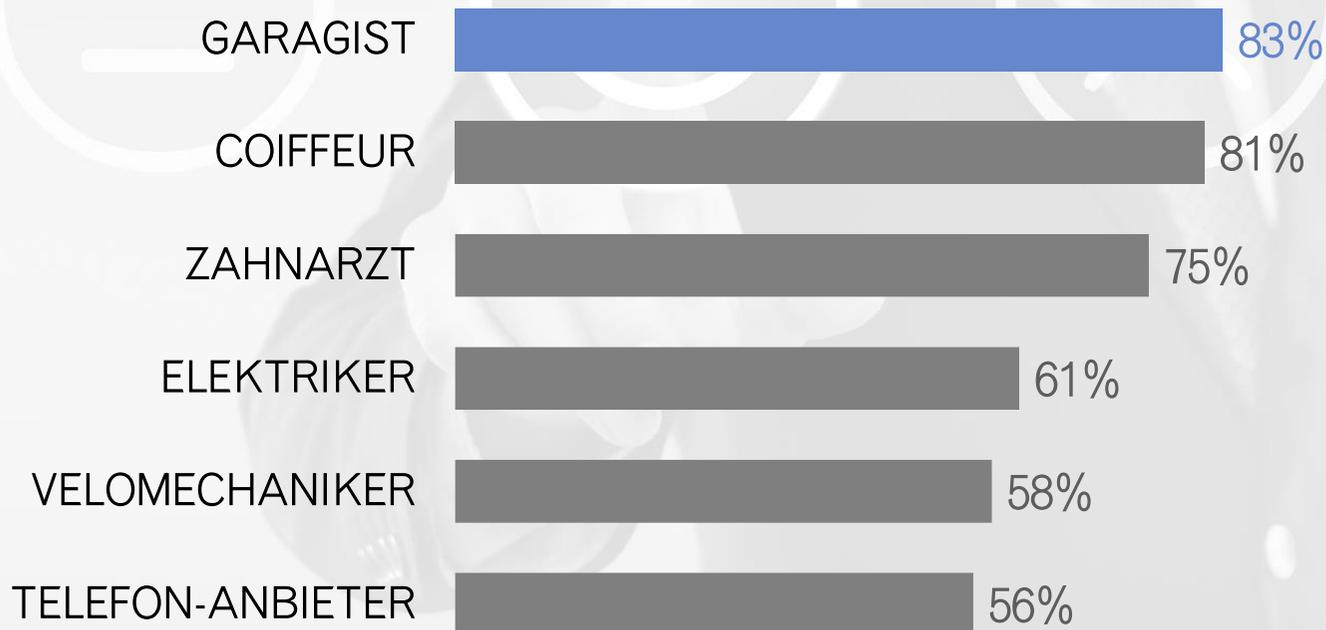
Personen zwischen 18-65 Jahren

Repräsentativ nach Alter, Geschlecht und Region

Fahrzeugbesitz & -unterhaltsverantwortung

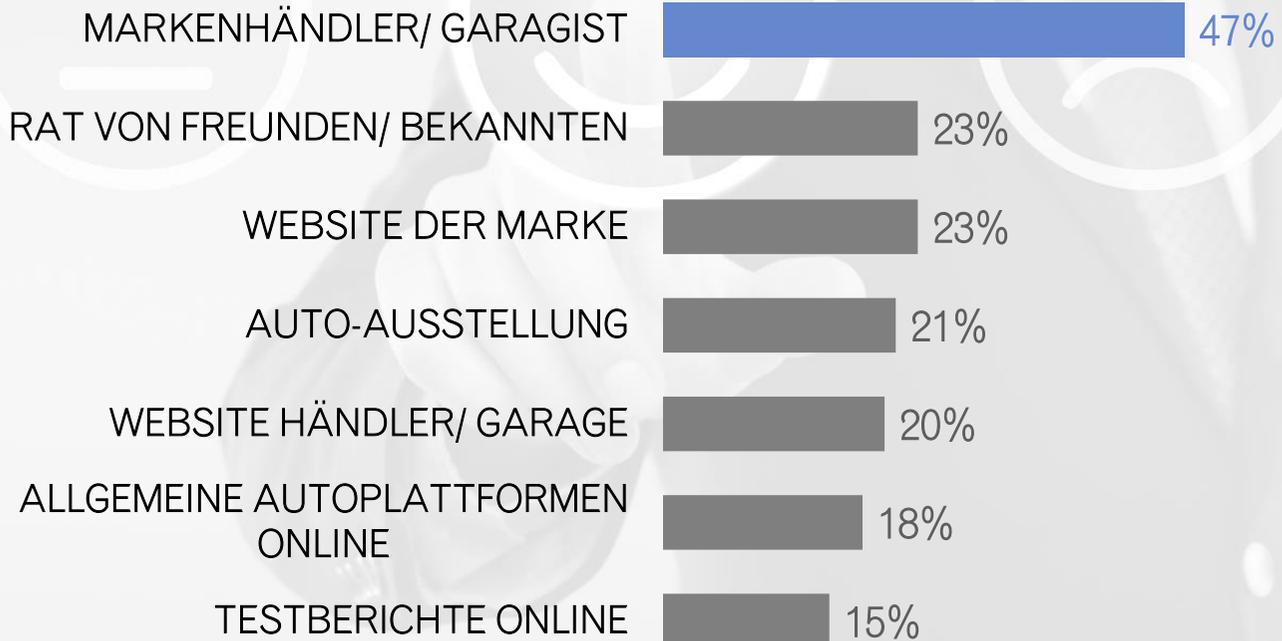
# GESAMTZUFRIEDENHEIT MIT VERSCHIEDENEN ANBIETERN

## GESAMTZUFRIEDENHEIT DER SCHWEIZER/INNEN MIT IHREM...

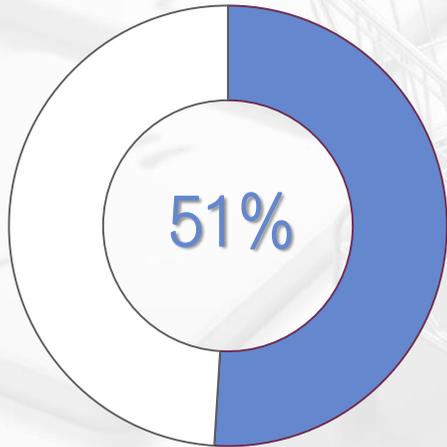


# INFORMATIONSQUELLEN BEIM AUTOKAUF

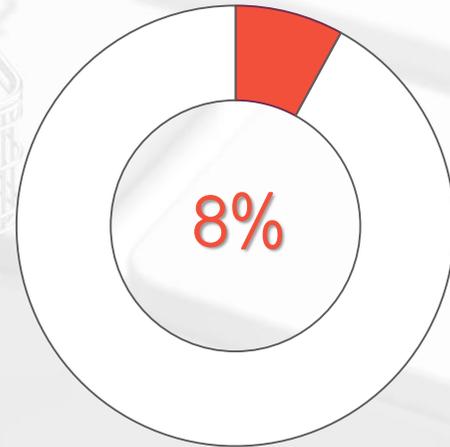
## TOP 7:



# ZUKÜNFTIGE AUTOKAUF-ABSICHT

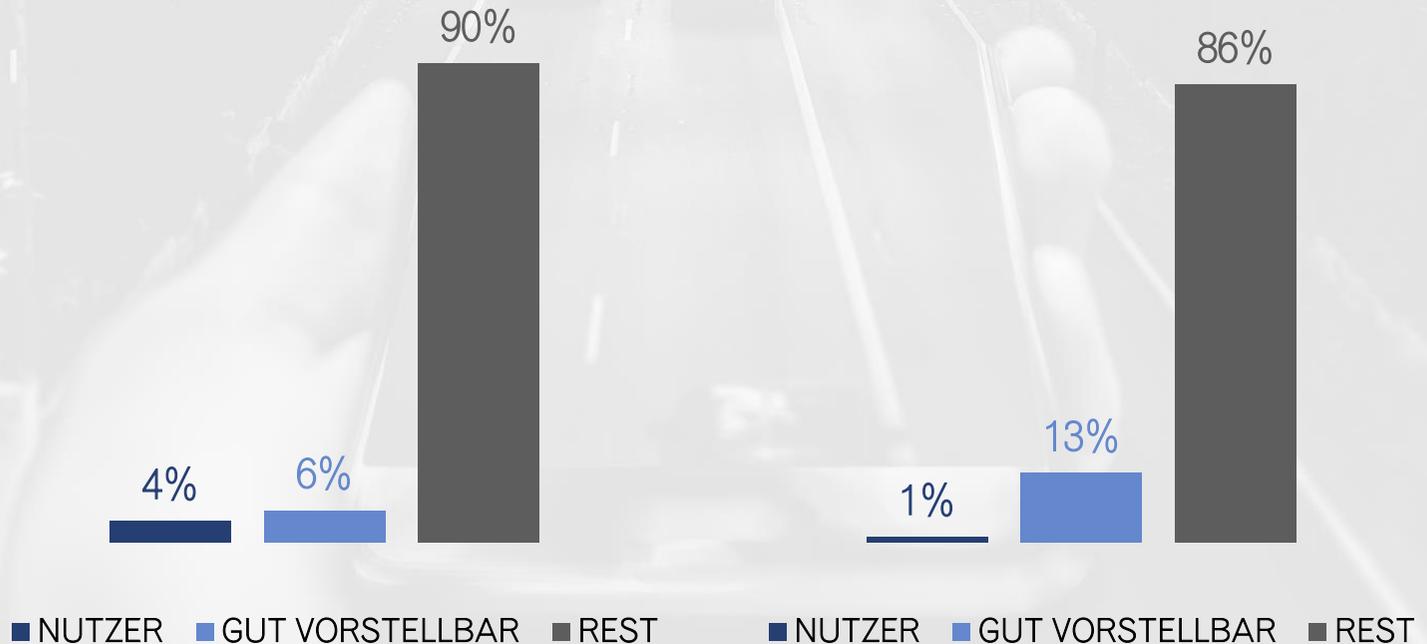


«ICH ÜBERLASSE DIE  
FAHRZEUGKONFIGURATION  
KOMPLETT MEINEM  
HÄNDLER.»



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

# MARKTPOTENZIALE FÜR CAR SHARING UND AUTO-ABOS

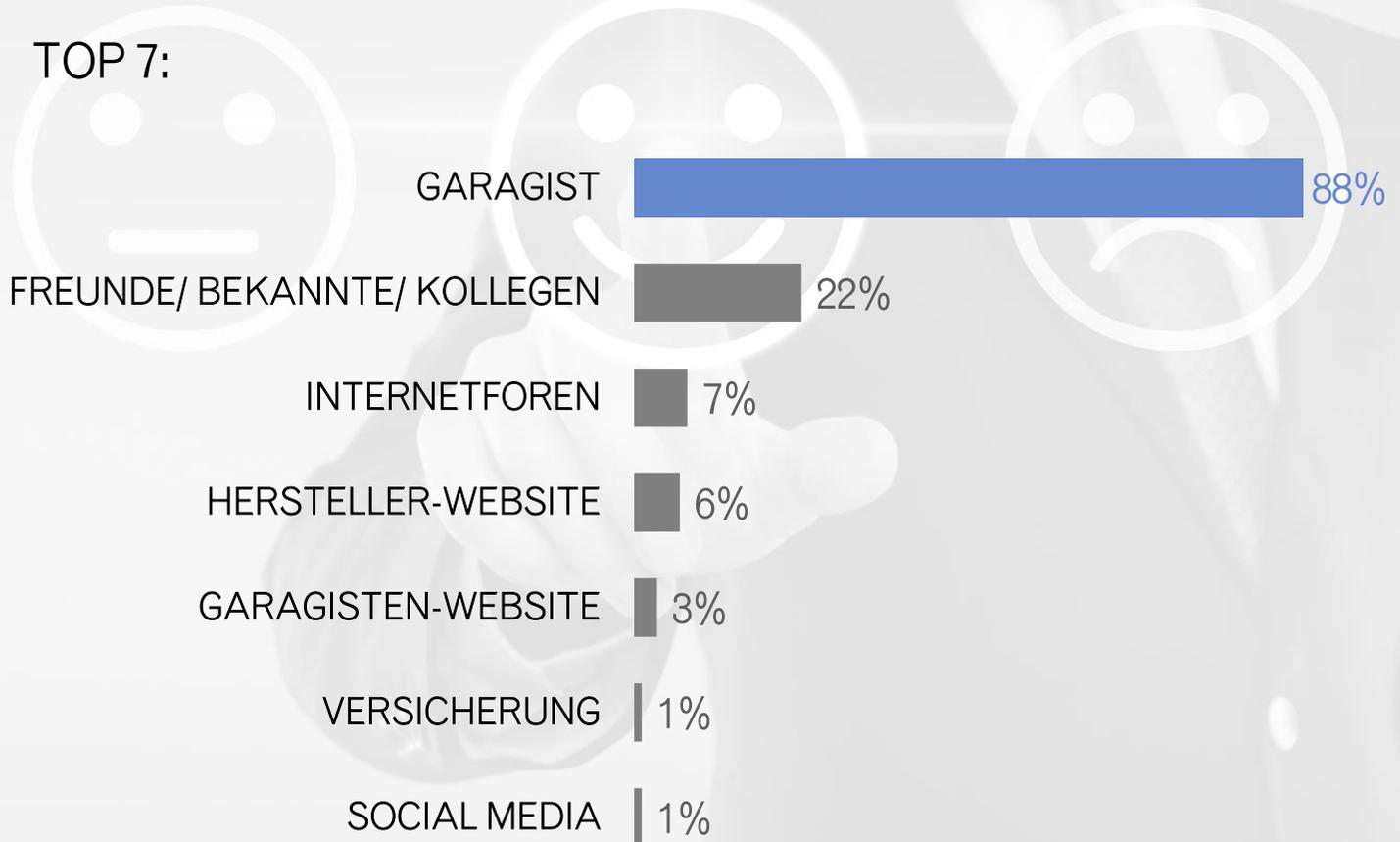


CAR SHARING

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

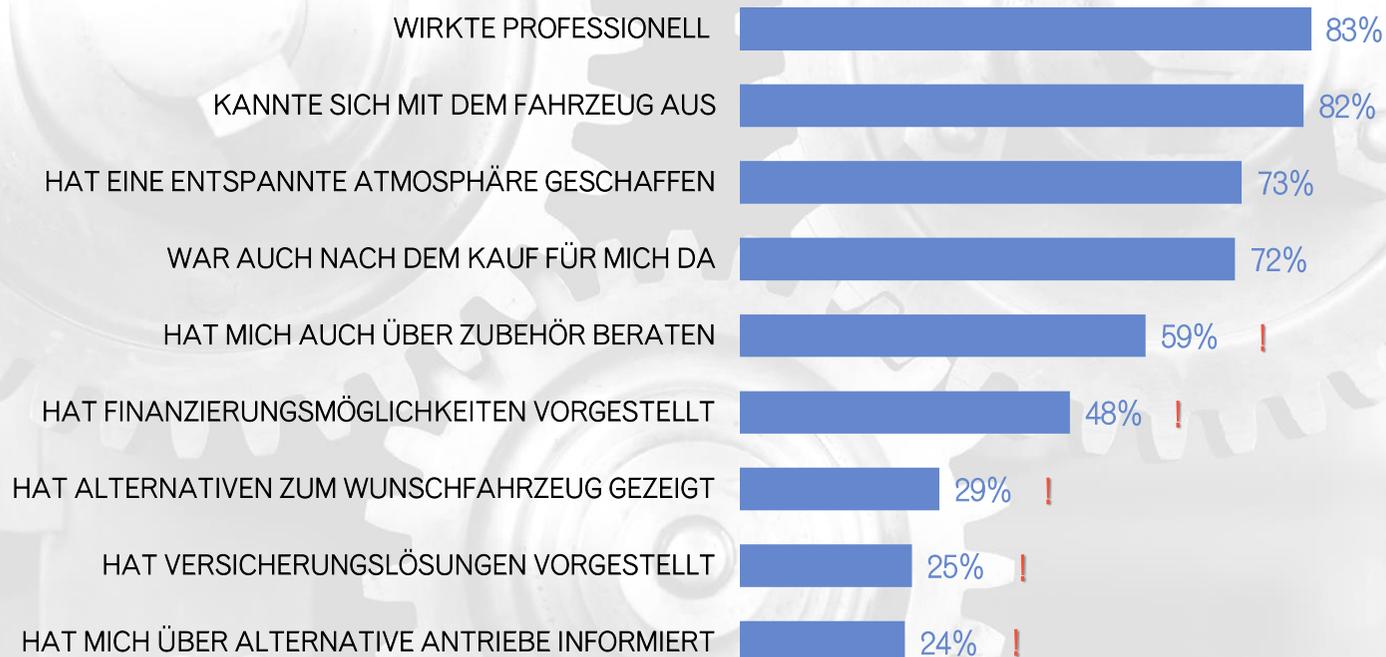
# WICHTIGKEIT VON BERATUNGSASPEKTEN BEIM AUTOKAUF

## TOP 3 KUNDENSICHT:

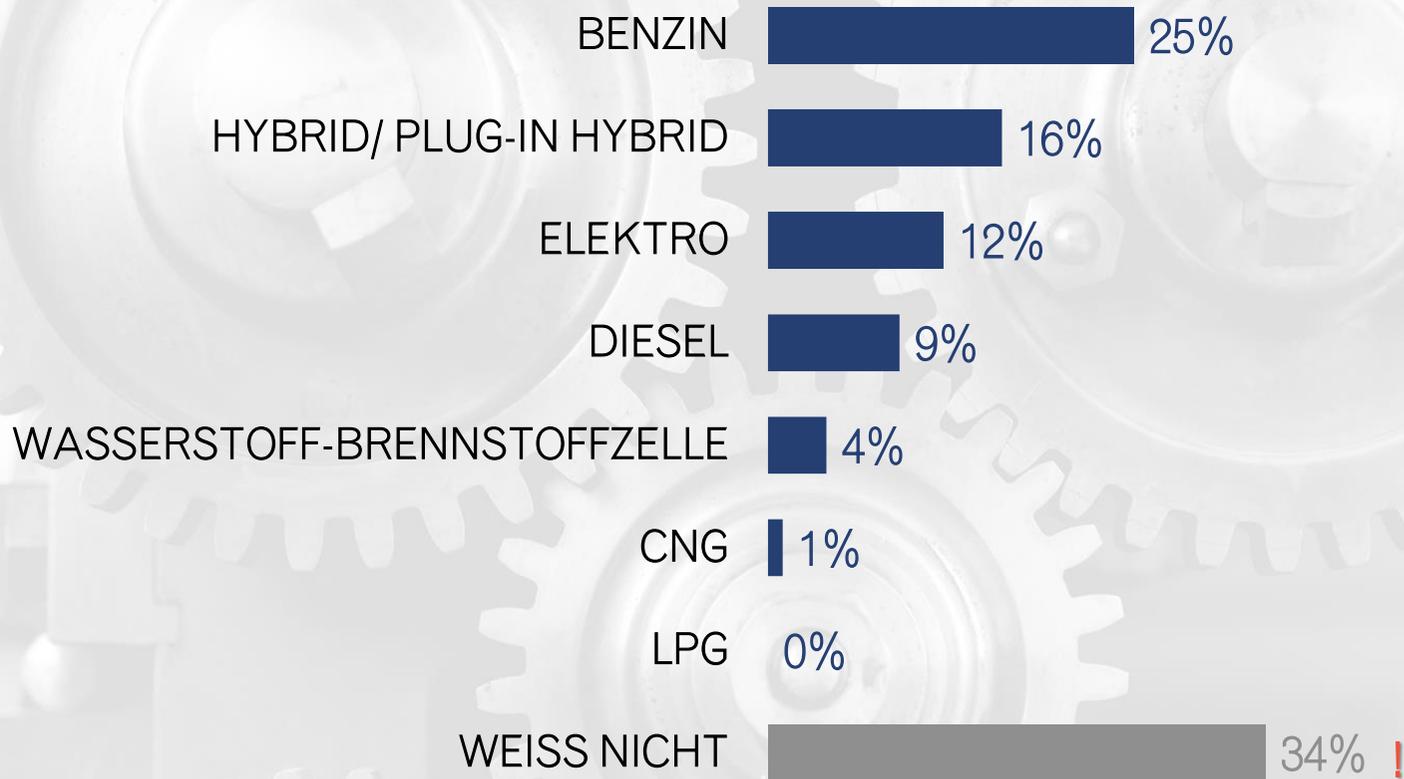
- (1) «DAS AUTO ZU FINDEN, DAS AM BESTEN ZU MEINEN BEDÜRFNISSEN PASST»
- (2) «DEN BESTEN PREIS FÜR EIN FAHRZEUG ZU VERMITTELN»
- (3) «GUTE KOMPLETTANGEBOTE AUFGEZEIGT ZU BEKOMMEN (INKL. GARANTIEN, SERVICES ... )»

# WAHRGENOMMENE QUALITÄT DER NW-VERKAUFSBERATUNG

## DER VERKÄUFER DES LETZTGEKAUFTEN AUTOS...

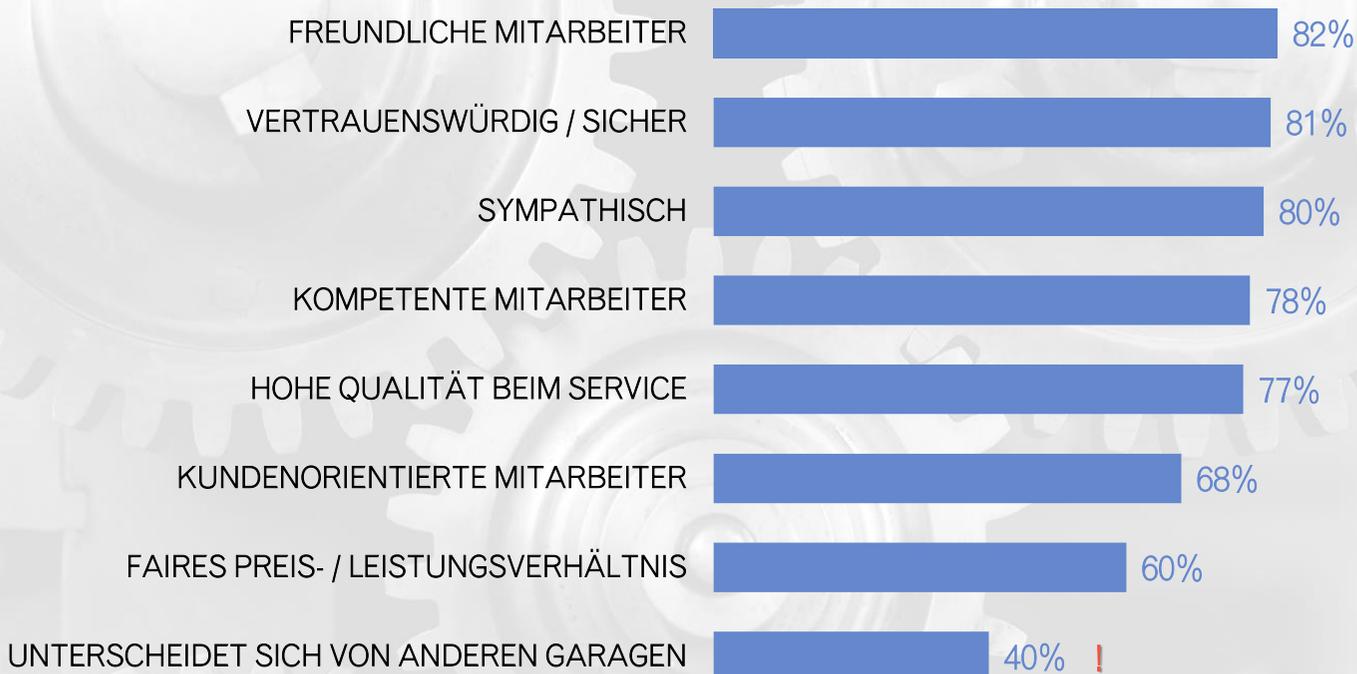


# GEPLANTER ANTRIEB BEIM NÄCHSTEN FAHRZEUGKAUF



# 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



## GENY & 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

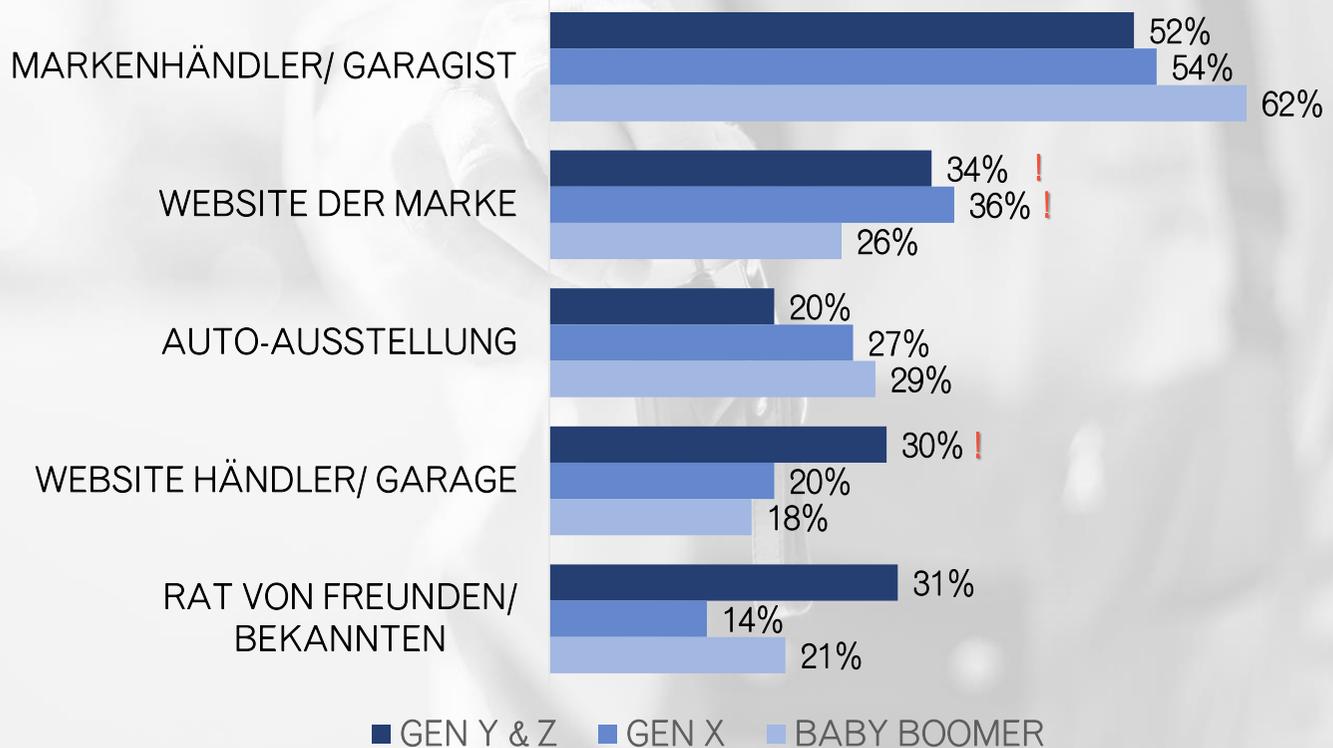
56 BIS 70-JÄHRIG

ZEITZEUGEN VON:  
NACHKRIEGSZEIT  
WIRTSCHAFTSAUFSCHWUNG

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

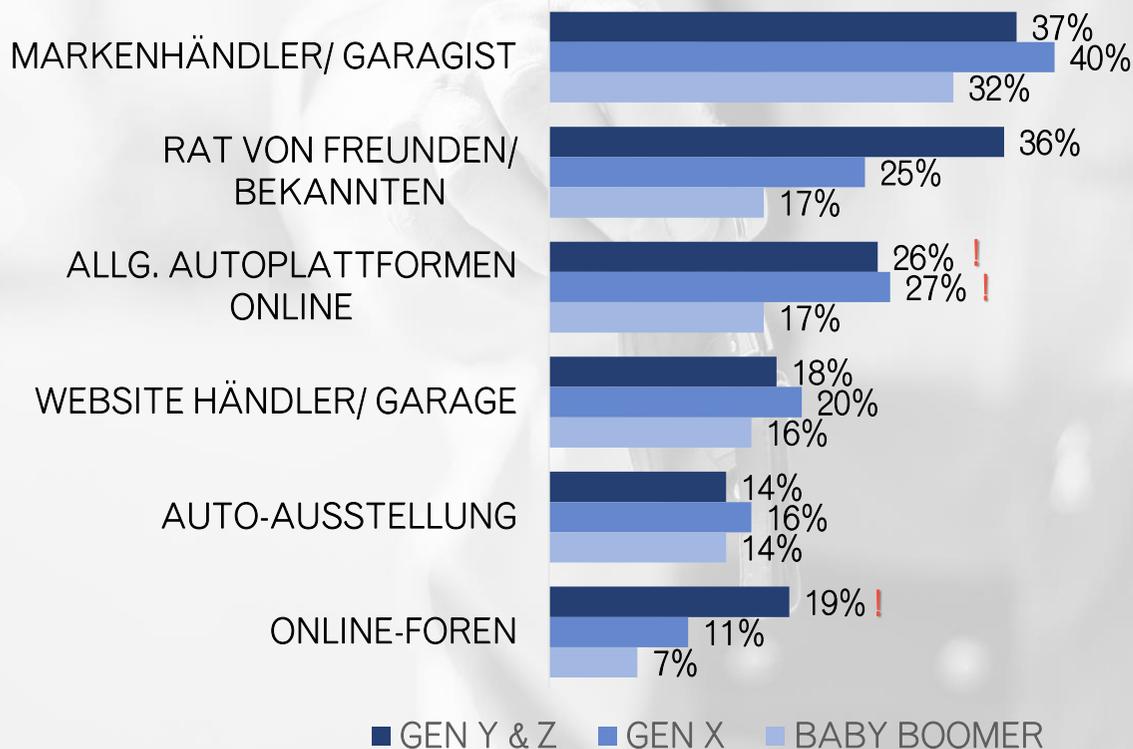
# INFORMATIONSQUELLEN BEIM NEUWAGEN-KAUF

AUSGEWÄHLTE QUELLEN:



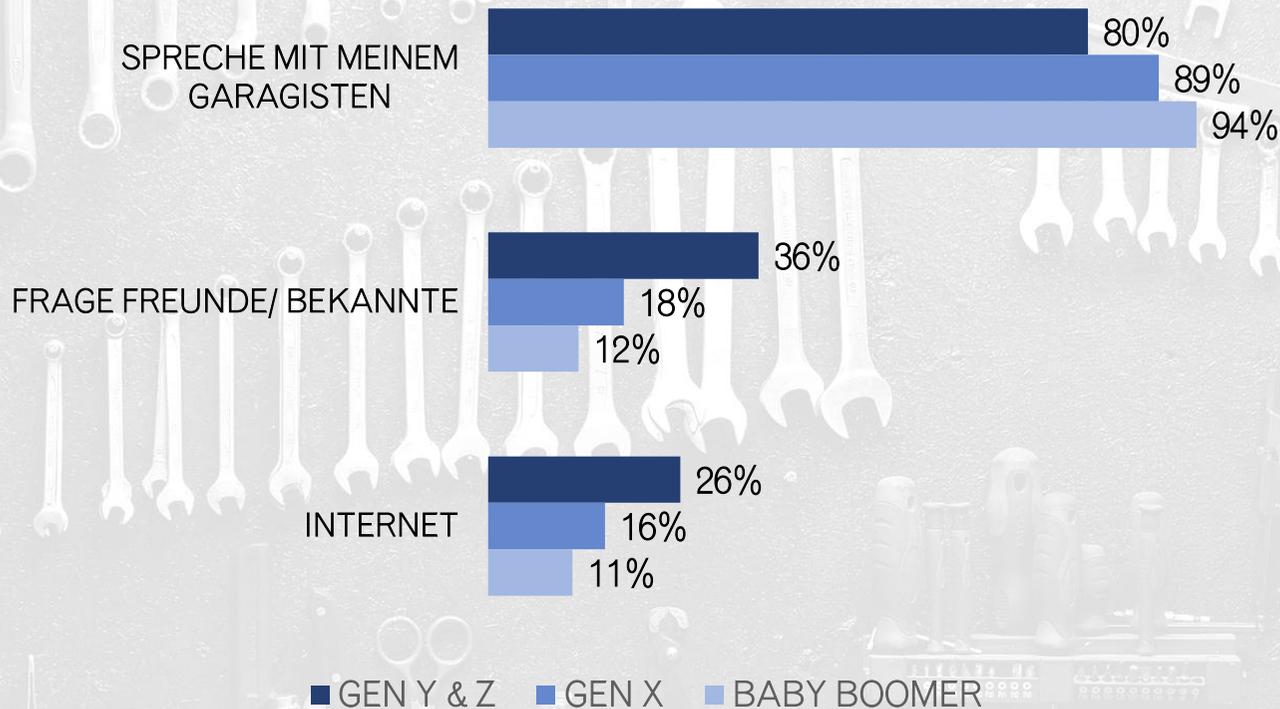
# INFORMATIONSQLUELLEN BEIM GEBRAUCHTWAGEN-KAUF

## AUSGEWÄHLTE QUELLEN:



# INFORMATIONSKANÄLE FÜR SERVICEARBEITEN

AUSGEWÄHLTE QUELLEN:



EIN NEUER GENERATIONENFOKUS BRINGT NEUE  
HERAUSFORDERUNGEN MIT SICH...

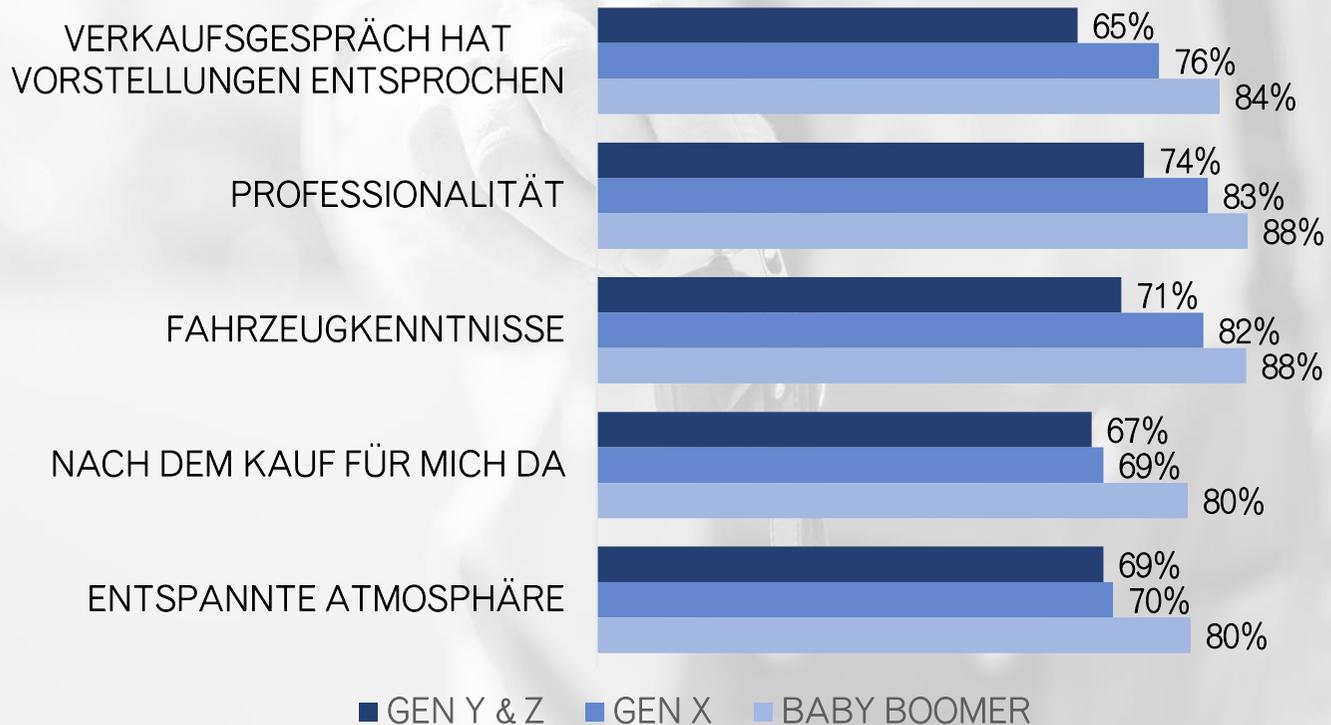


# EIN NEUER GENERATIONENFOKUS BRINGT NEUE HERAUSFORDERUNGEN MIT SICH...



# WAHRGENOMMENE BERATUNGSQUALITÄT

## EVALUATION DES VERKÄUFERS BZW. VERKAUFGESPRÄCHS:

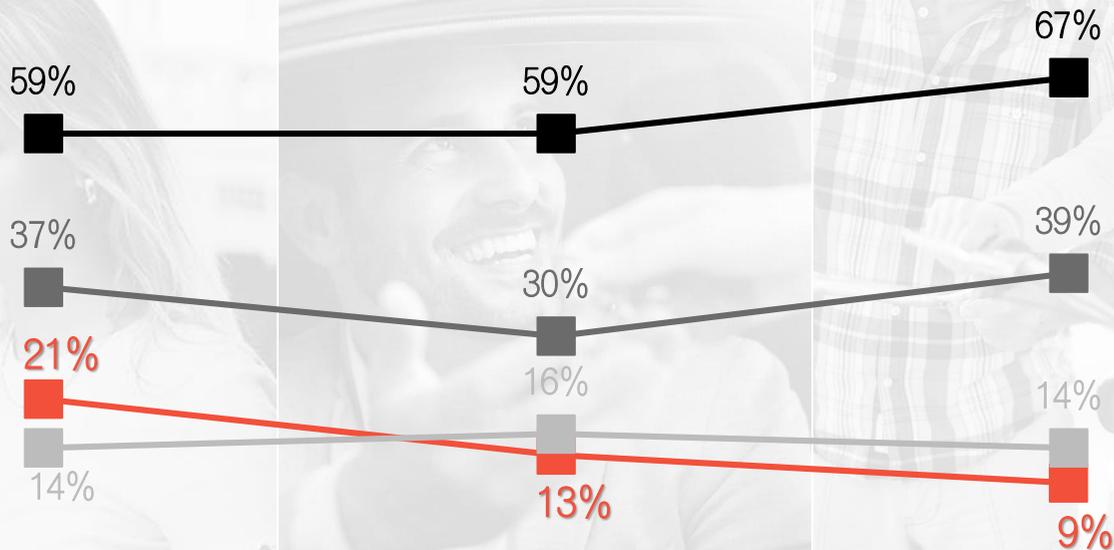


GENY & Z

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?

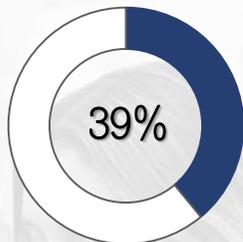


AUTO-FANS

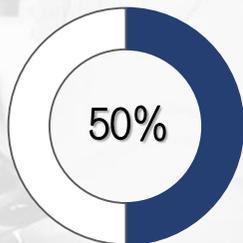
ODER

ABLEHNER?

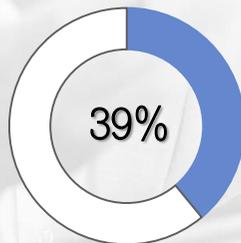
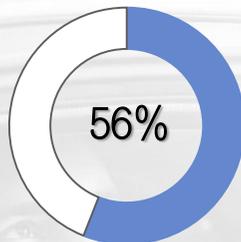
## GENY & Z



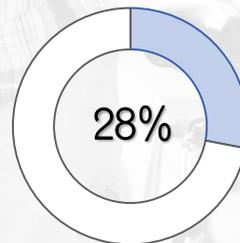
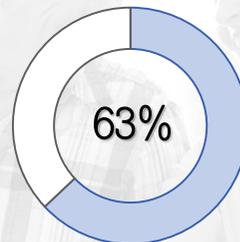
«DAS AUTO IST FÜR MICH EIN REINES FORTBEWEGUNGSMITTEL»



## GEN X



## BABY BOOMERS



«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