
HÄNDLER-TREND

BAROMETER ÖSTERREICH



Santander
CONSUMER BANK

AUTO
& WIRTSCHAFT

Händler-Trend-Barometer Österreich

Ergebnisse Welle 29: Quartal 3 / 2025

Für
Santander Consumer Bank Österreich

A & W Verlag GmbH

Von
puls Marktforschung GmbH
Stefan Reiser, Angelika Rothermund
Oktober 2025

Studiendesign

✓	Stichprobe (Nettofallzahl)	101 markengebundene Kfz-Betriebe in Österreich verteilt auf 29 Marken gewichtet nach dem Marktanteil der jeweiligen Gruppe
✓	Erhebungsmethode	Computergestützte telefonische Interviews (CATI)
✓	Erhebungswelle	Quartal 3 / 2025, Erhebungszeit Oktober 2025
✓	Befragungsdauer	ca. 10 Minuten
✓	Konzeption und Analyse	<i>puls</i> Marktforschung GmbH, Schwaig b. Nürnberg

Marken und Fallzahlen Welle 29

Segment	Marke	Fallzahl	
Große Marken ab 4% Marktanteil	Cupra	4	} Gesamt: n=34 → gewichtet auf 41 entsprechend 41% Marktanteil
	Hyundai	7	
	Seat	3	
	Skoda	6	
	Toyota	8	
	VW	6	
Mittelgroße Marken 2% bis unter 4% Marktanteil	Dacia	3	} Gesamt: n=27 → gewichtet auf 22 entsprechend 22% Marktanteil
	Ford	7	
	Kia	2	
	Mazda	4	
	Opel	5	
	Peugeot	4	
	Renault	2	
Kleine Marken Unter 2% Marktanteil	BYD	1	} Gesamt: n=22 → gewichtet auf 16 entsprechend 16% Marktanteil
	Citroën	4	
	Fiat	4	
	Honda	3	
	Jeep	1	
	Mitsubishi	1	
	Nissan	4	
	Subaru	1	
	Suzuki	3	
Premium-Marken Fabrikate mit qualitäts- und preisorientiertem Premiumanspruch	Alfa Romeo	2	} Gesamt: n=18 → gewichtet auf 21 entsprechend 21% Marktanteil
	Audi	1	
	BMW	6	
	Land Rover	1	
	Mercedes-Benz	5	
	Porsche	2	
	Volvo	1	
Summe		101	

Fixer Teil Erhebungswelle 29 (Quartal 3/2025)

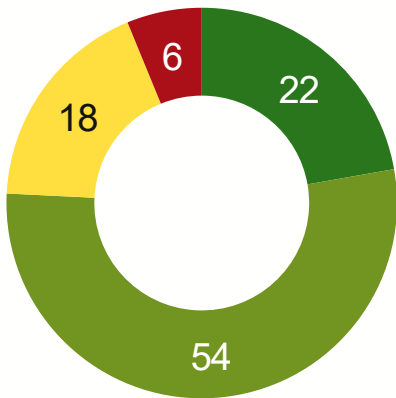
Drei Viertel der Händler sind mit den NW-Verkaufsabschlüssen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (sehr) zufrieden

Zufriedenheit mit NW-Verkaufsabschlüssen leicht gestiegen

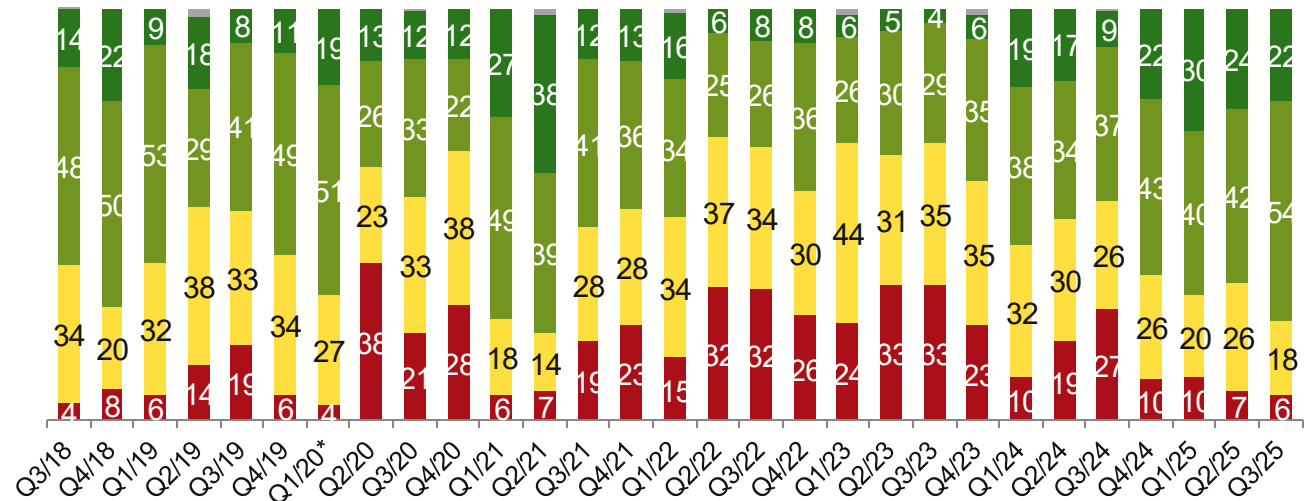
Zufriedenheit Neuwagen-Verkaufsabschlüsse – Zeitreihe

Wie zufrieden sind Sie mit den Neuwagenverkaufsabschlüssen im abgelaufenen Quartal im Vergleich zum Vorjahreszeitraum?

Quartal 3 / 2025



Zeitreihe



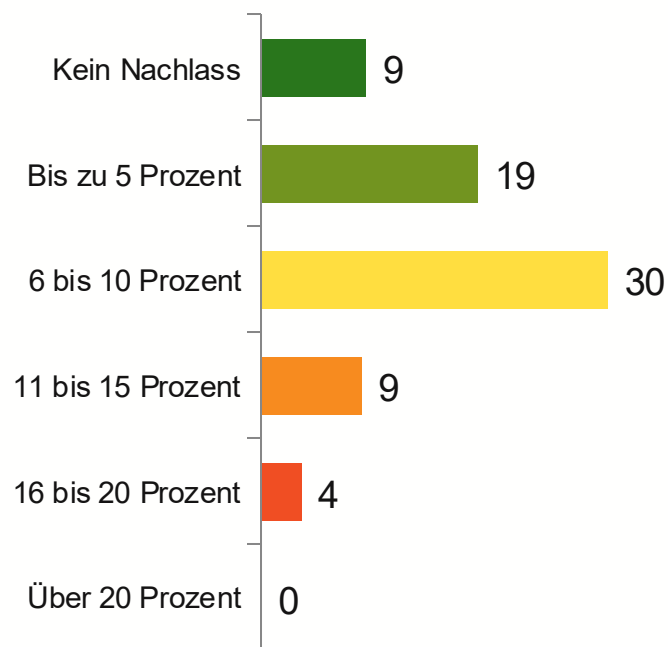
■ Sehr zufrieden
 ■ Zufrieden
 ■ Weniger zufrieden
 ■ Unzufrieden
 ■ Weiß nicht

Basis: n=100 pro Quartal | Angabe in Prozent | *bis 15.03.20

Nur 9% der Händler haben in Quartal 3/25 keinen Rabatt auf Neufahrzeuge gegeben

Rabatte Neufahrzeuge

Wie viel reinen Nachlass (Kulanz ohne zusätzliche Stützungsmaßnahmen) haben Sie im Neufahrzeugbereich im 3. Quartal (Juli-September) 2025 durchschnittlich auf den Listenpreis eines Fahrzeuges beim Verkauf gegeben?



Ø Rabatt: 7,4%

(Vergleichswert Quartal 2/2025: 4,2%)

Nach Gruppen:

Große Marken: 7,4%

Mittelgroße Marken: 8,9%

Kleine Marken: 3,7%

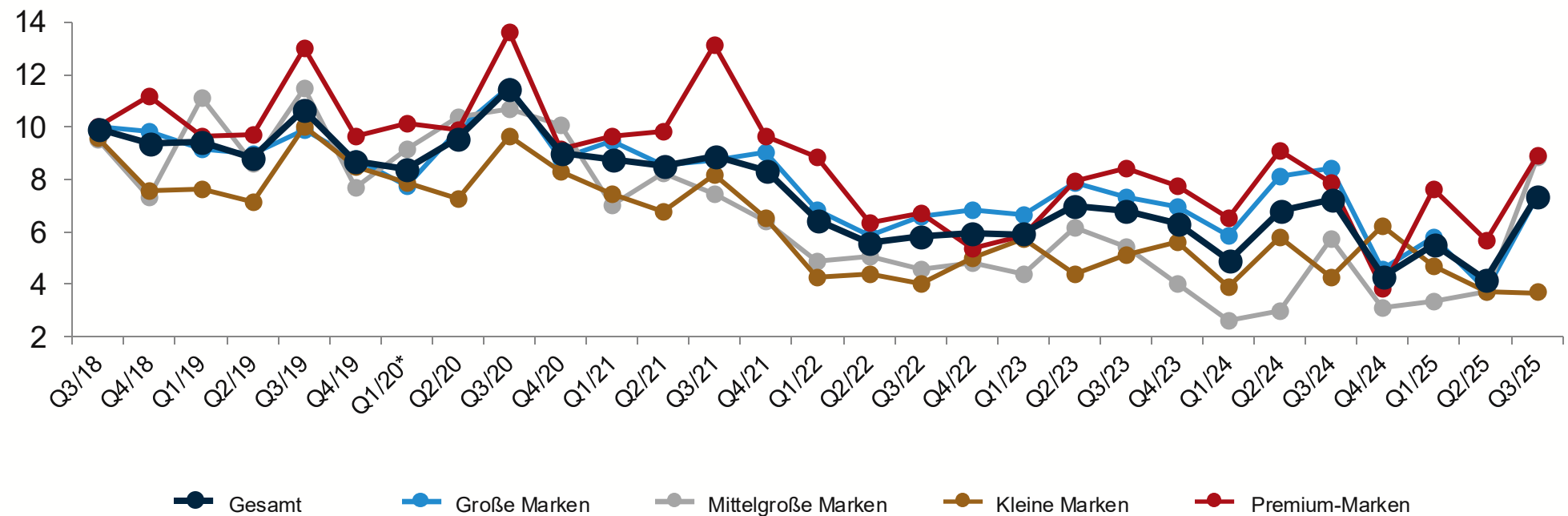
Premium-Marken: 8,9%

Basis: n=100 | Angabe in Prozent | Differenz zu 100% =
keine Angabe

Steigende Rabatte im Vergleich zu den letzten Quartalen

Rabatte Neufahrzeuge – Zeitreihe

Wie viel reinen Nachlass (Kulanz ohne zusätzliche Stützungsmaßnahmen) haben Sie im Neufahrzeugbereich im abgelaufenen Quartal durchschnittlich auf den Listenpreis eines Fahrzeuges beim Verkauf gegeben?

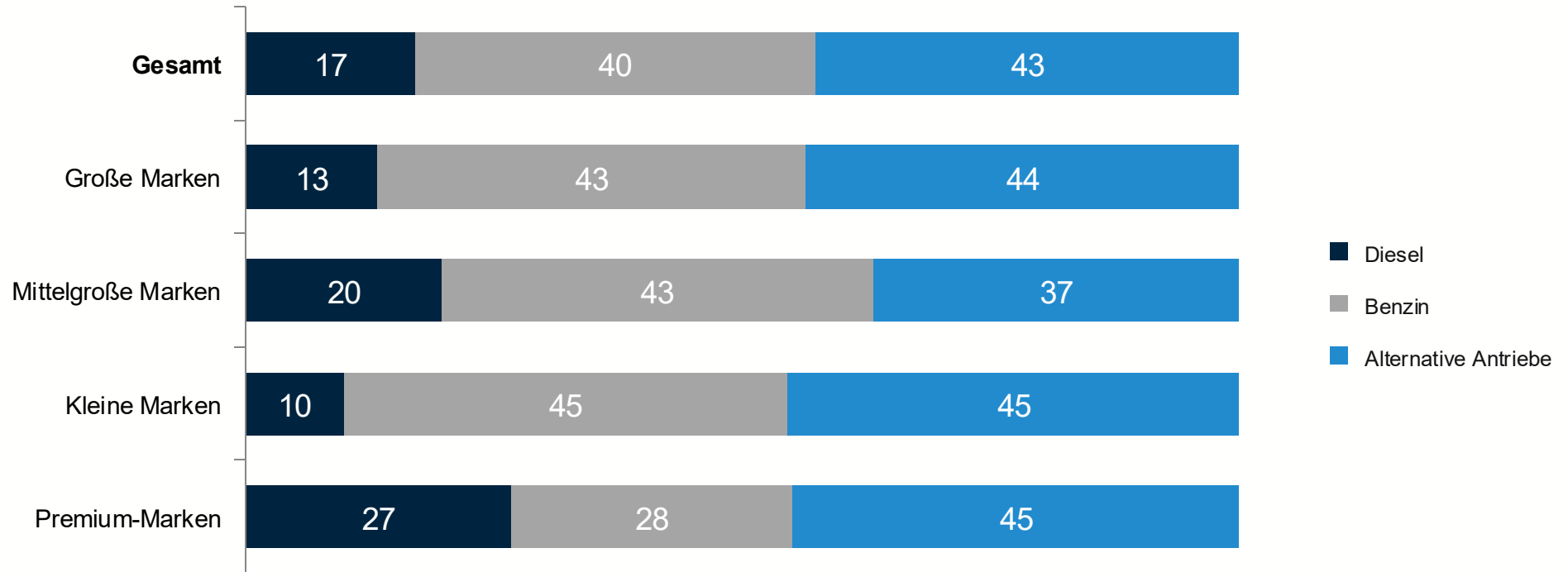


Basis: n=100 pro Quartal | Angabe in Prozent | *bis 15.03.20

43 Prozent alternative Antriebe bei Neuwagen

Verkaufte Neuwagen-Einheiten nach Antriebsart

Wie haben sich die verkauften Neuwagen im abgelaufenen Quartal auf die unterschiedlichen Antriebsformen, also Diesel, Benzin oder alternative Antriebsformen aufgeteilt?



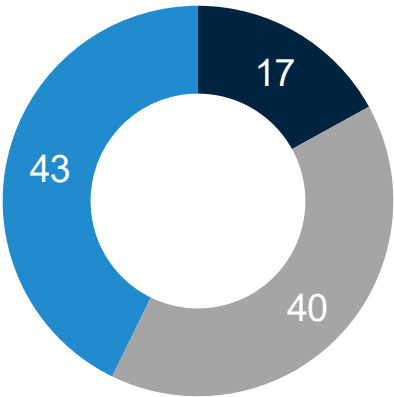
Basis: n=100 gesamt | Angabe in Prozent

Alternative Antriebe haben weiterhin einen höheren Anteil als Benziner

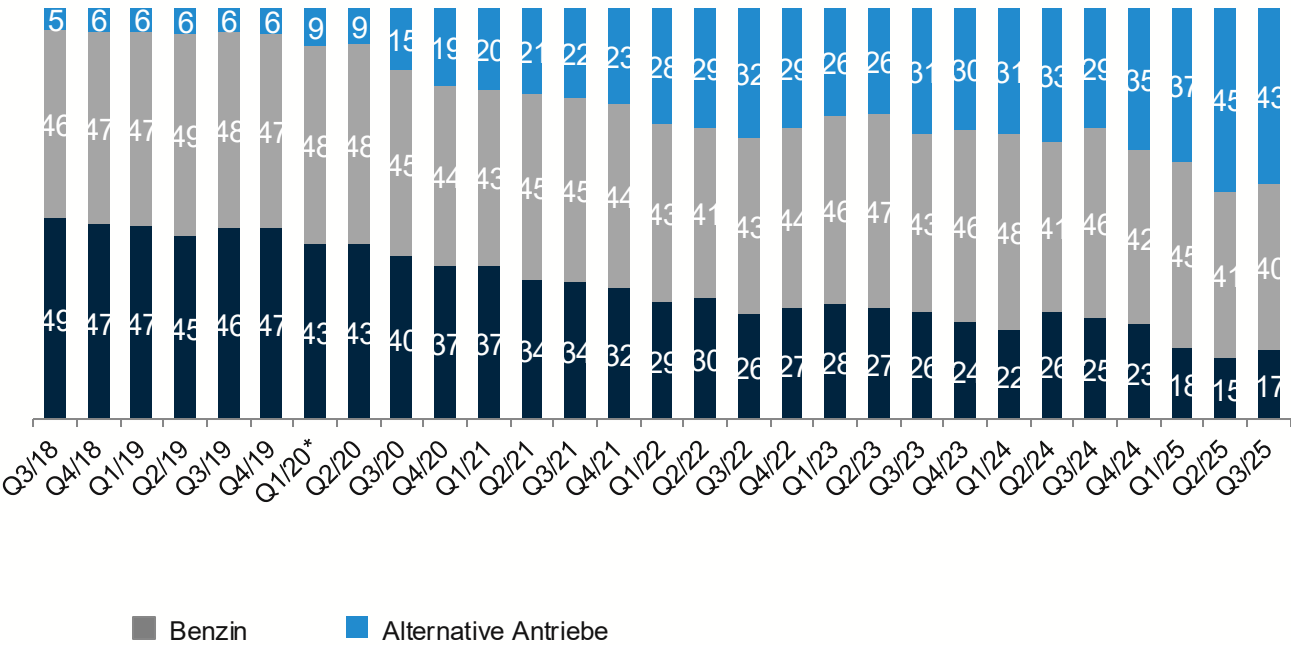
Verkaufte Neuwagen-Einheiten nach Antriebsart – Zeitreihe

Wie haben sich die verkauften Neuwagen im abgelaufenen Quartal auf die unterschiedlichen Antriebsformen, also Diesel, Benzin oder alternative Antriebsformen aufgeteilt?

Quartal 3 / 2025



Zeitreihe

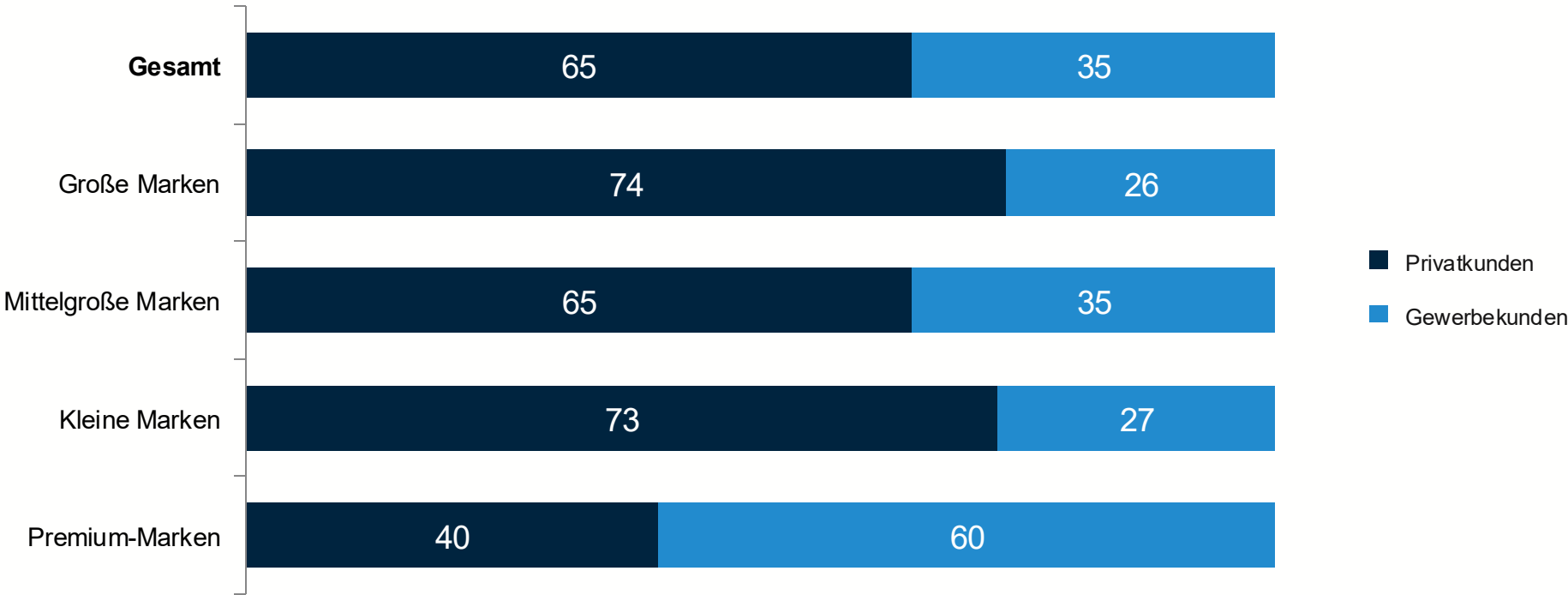


Basis: n=100 pro Quartal | Angabe in Prozent | *bis 15.03.20

Knapp zwei Drittel der Neuwagen wurden an Privatkunden verkauft

Verkaufte Neuwagen-Einheiten nach Kundensegment

Wie haben sich die verkauften Neuwagen im abgelaufenen Quartal auf die Kundensegmente Privatkunden und Gewerbekunden aufgeteilt?

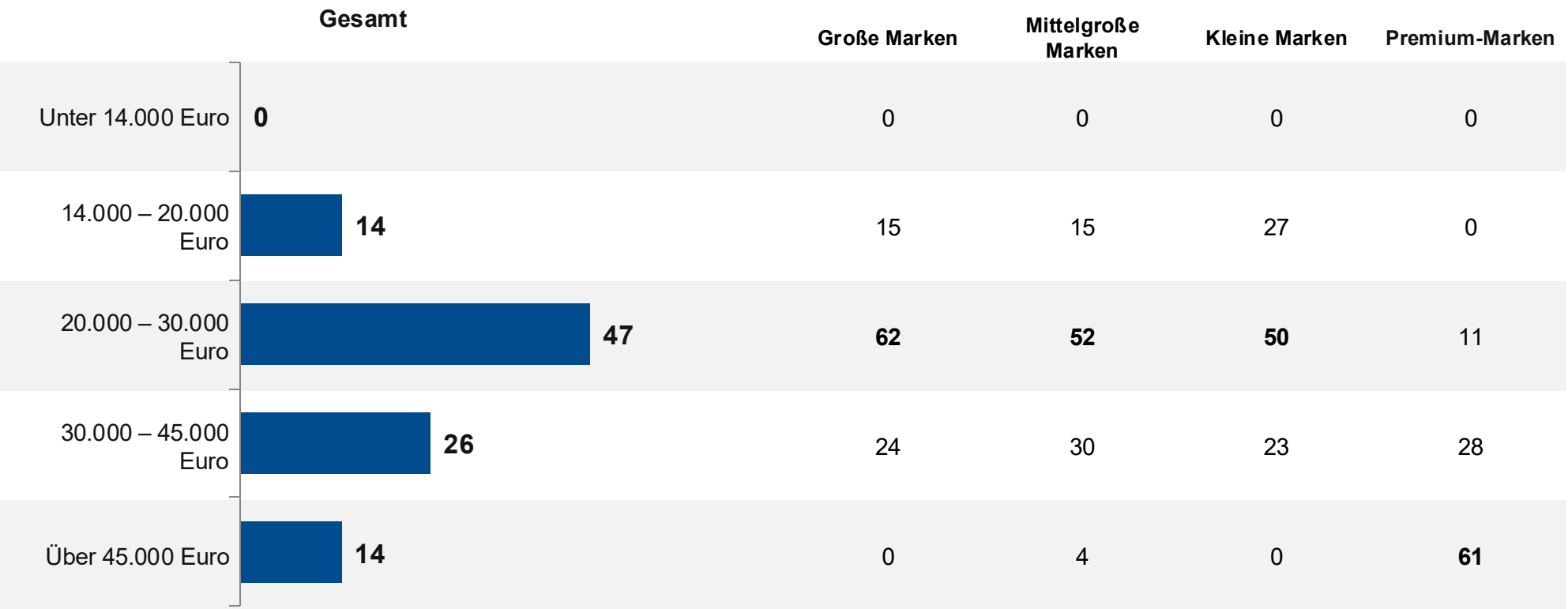


Basis: n=100 gesamt | Angabe in Prozent

Größtes Verkaufspotenzial im Segment 20.000 bis 30.000 € – außer bei Premium-Marken

Einschätzung des Verkaufspotenzials nach Preissegment

In welchem Preissegment sehen Sie für Neuwagen in den nächsten Monaten das größte Verkaufspotenzial?

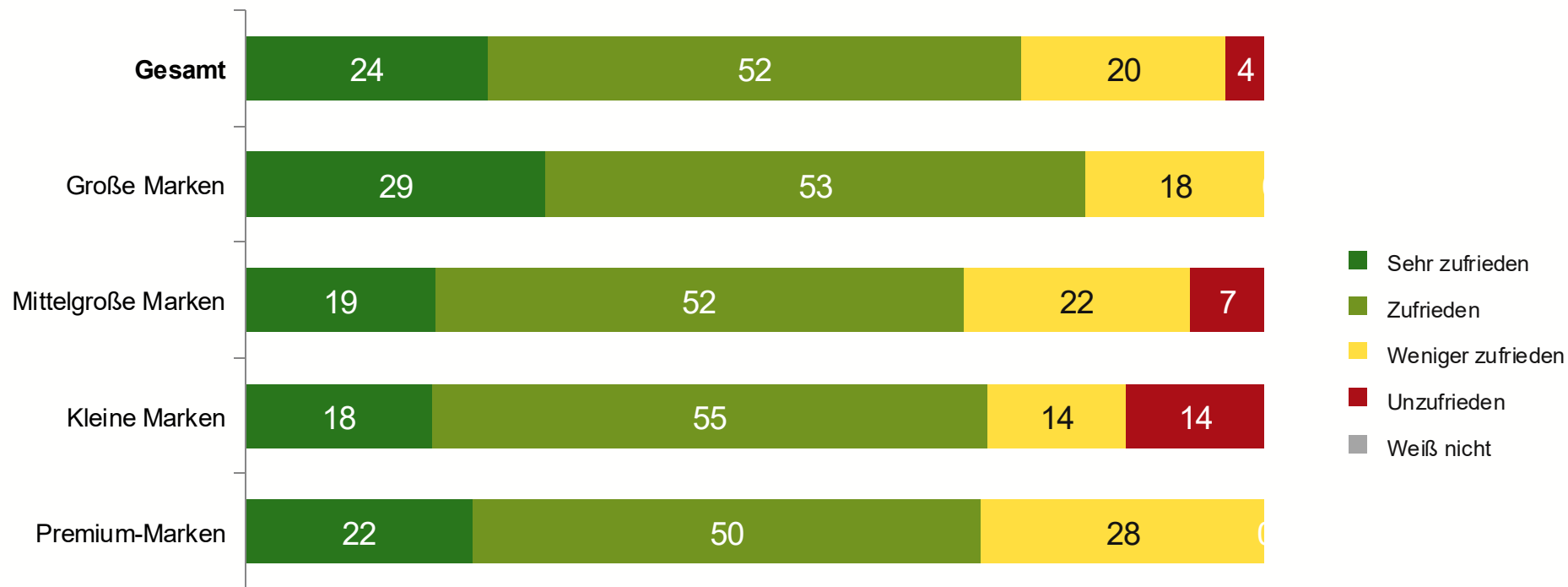


Basis: n=100 gesamt | Angabe in Prozent

Die Mehrheit der Händler ist mit dem GW-Verkauf (sehr) zufrieden

Zufriedenheit Gebrauchtwagen-Verkaufsabschlüsse

Wie zufrieden sind Sie mit den Gebrauchtwagenverkaufsabschlüssen im 3. Quartal (Juli-September) 2025 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum?

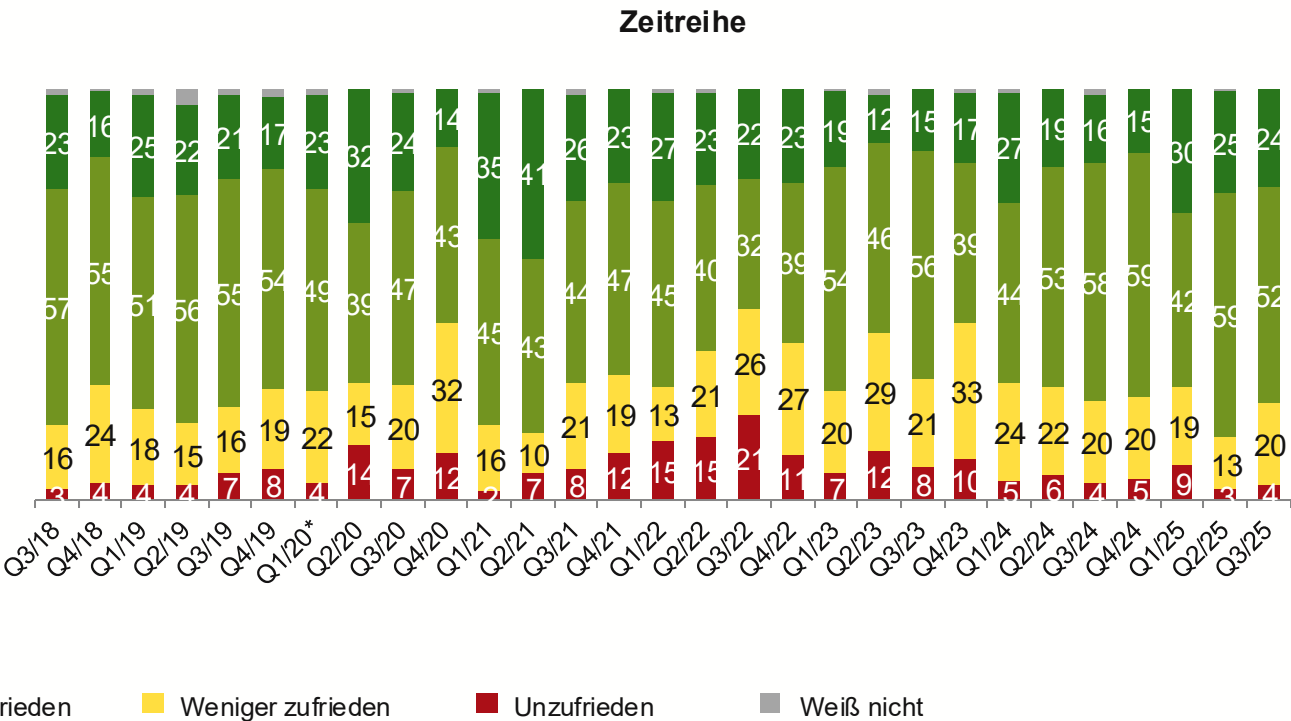
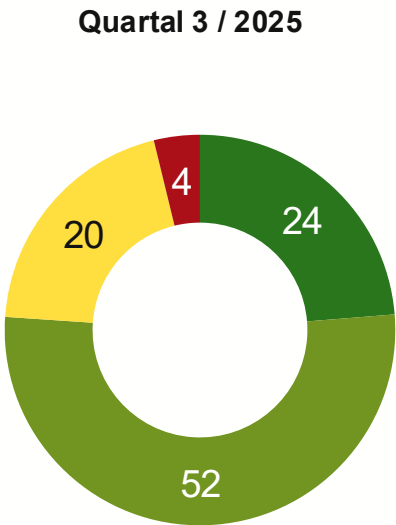


Basis: n=100 gesamt | Angabe in Prozent

Zufriedenheit mit GW-Verkaufsabschlüssen wieder leicht gesunken

Zufriedenheit Gebrauchtwagen-Verkaufsabschlüsse – Zeitreihe

Wie zufrieden sind Sie mit den Gebrauchtwagenverkaufsabschlüssen im abgelaufenen Quartal im Vergleich zum Vorjahreszeitraum?

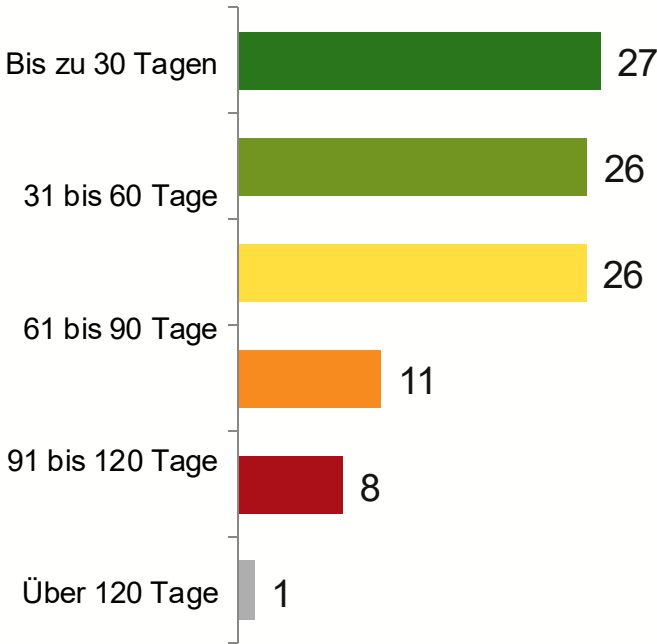


Basis: n=100 pro Quartal | Angabe in Prozent | *bis 15.03.20

65 Tage durchschnittliche GW-Standzeit

GW-Standzeit

Wie viele Tage betrug Ihre GW-Standzeit vom Bestand im abgelaufenen Quartal?



Ø Standzeit: 65 Tage

(Vergleichswert Quartal 2/2025: 66 Tage)

Nach Gruppen:

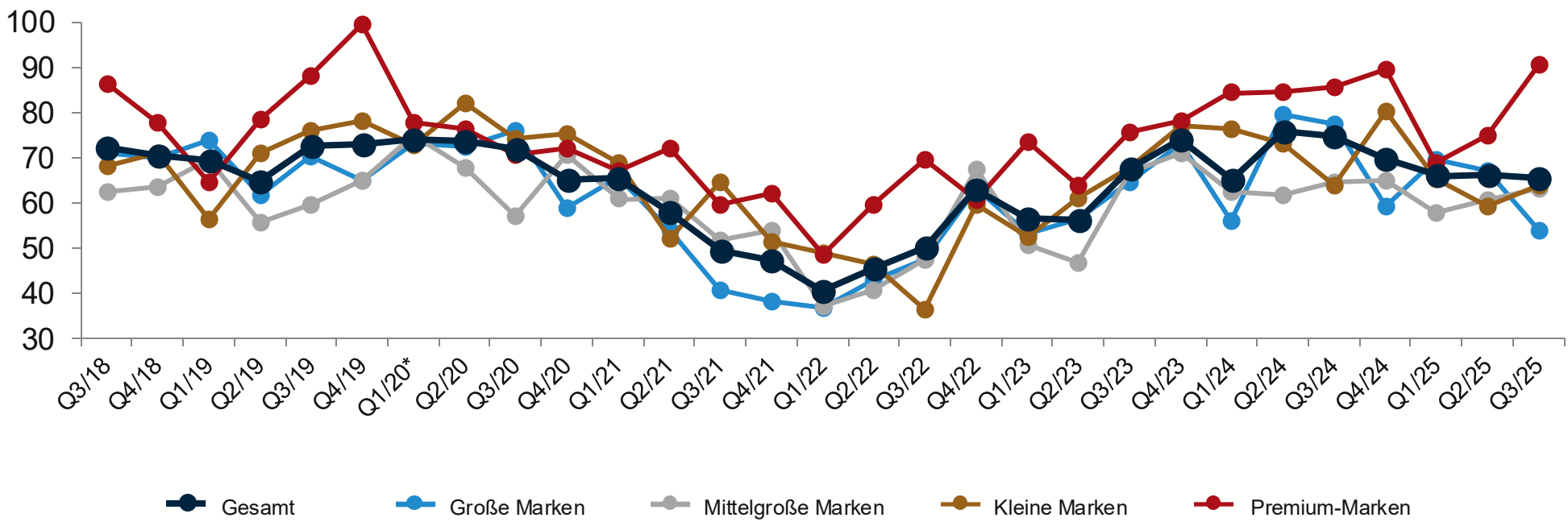
Große Marken:	54 Tage
Mittelgroße Marken:	63 Tage
Kleine Marken	64 Tage
Premium-Marken:	91 Tage

Basis: n=100 | Angabe in Prozent | Differenz zu 100% =
keine Angabe

Steigende GW-Standzeiten bei den Premium-Marken

GW-Standzeit – Zeitreihe

Wie viele Tage betrug Ihre GW-Standzeit vom Bestand im abgelaufenen Quartal?

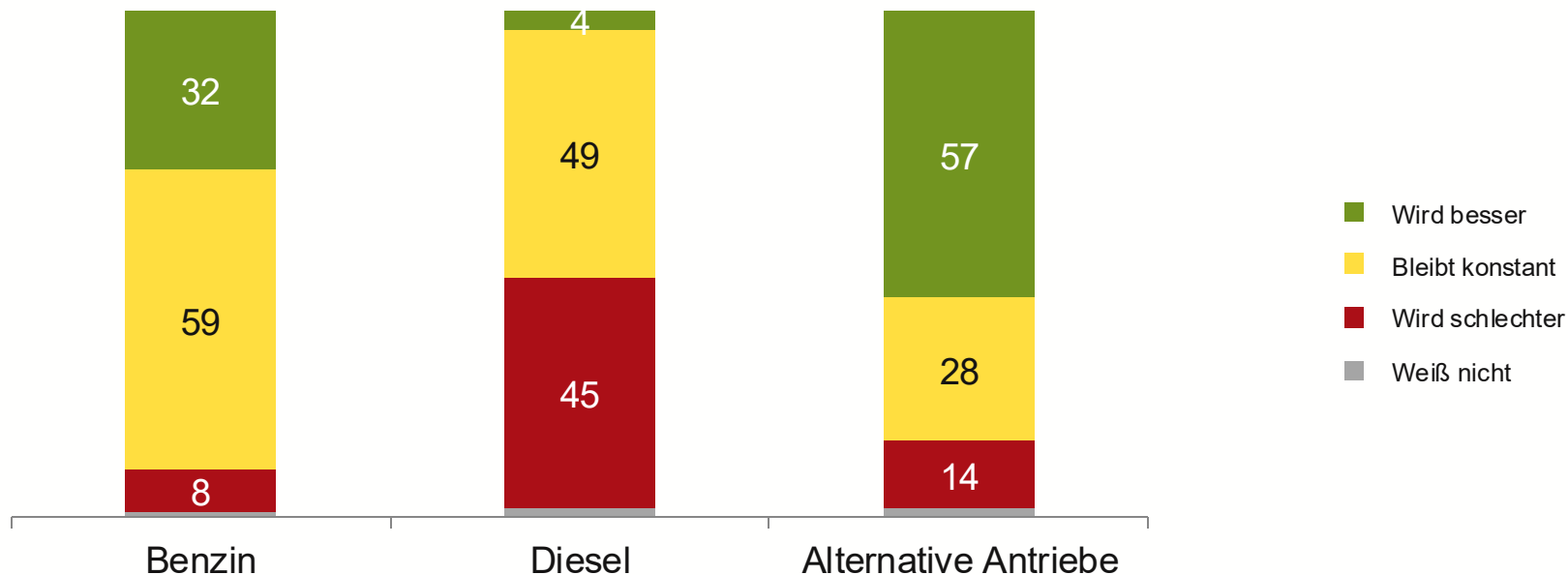


Basis: n=100 pro Quartal | Mittelwerte (Standzeit in Tagen) |
*bis 15.03.20

Über die Hälfte der Händler erwartet eine steigende Nachfrage nach Gebrauchtwagen mit alternativen Antrieben

Erwartete Nachfrage GW nach Antriebsart

Wie entwickelt sich die Nachfrage Ihrer Gebrauchtwagen je Antriebsart?

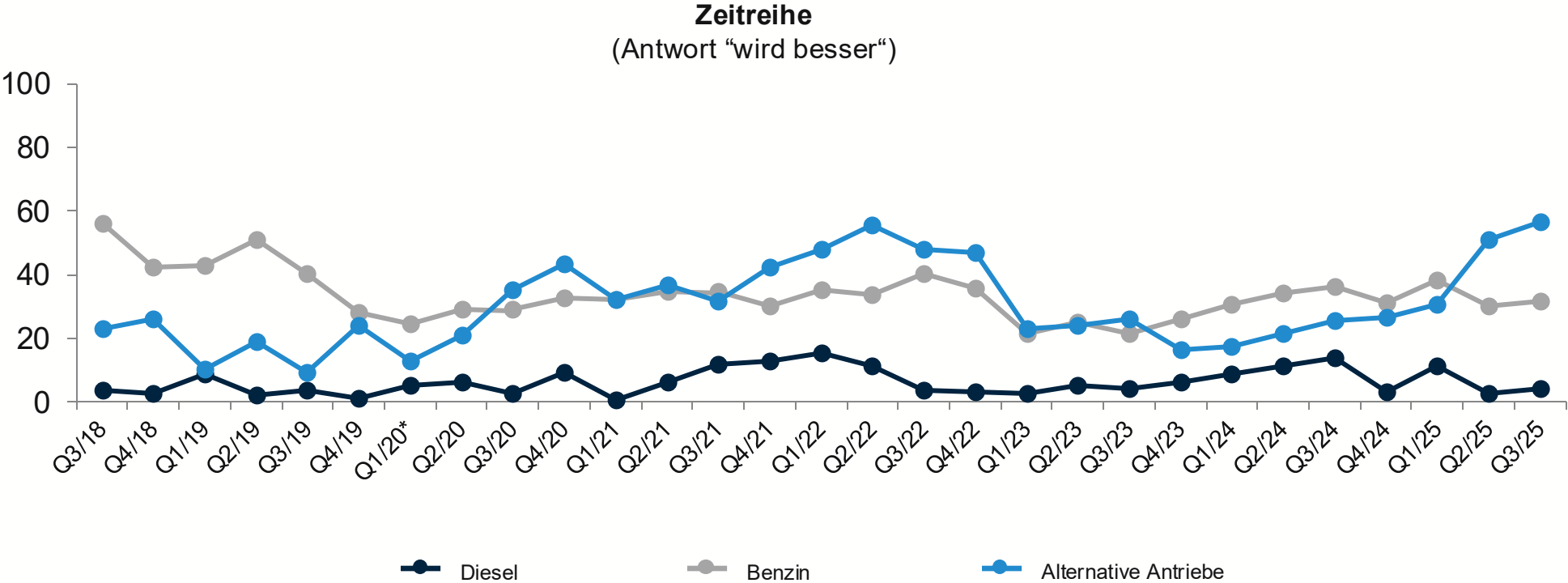


Basis: n=100 | Angabe in Prozent

Weiterhin Anstieg des Optimismus bzgl. der Nachfrage nach Gebrauchtwagen mit alternativen Antrieben

Erwartete Nachfrage GW nach Antriebsart – Zeitreihe

Wie entwickelt sich die Nachfrage Ihrer Gebrauchtwagen je Antriebsart?

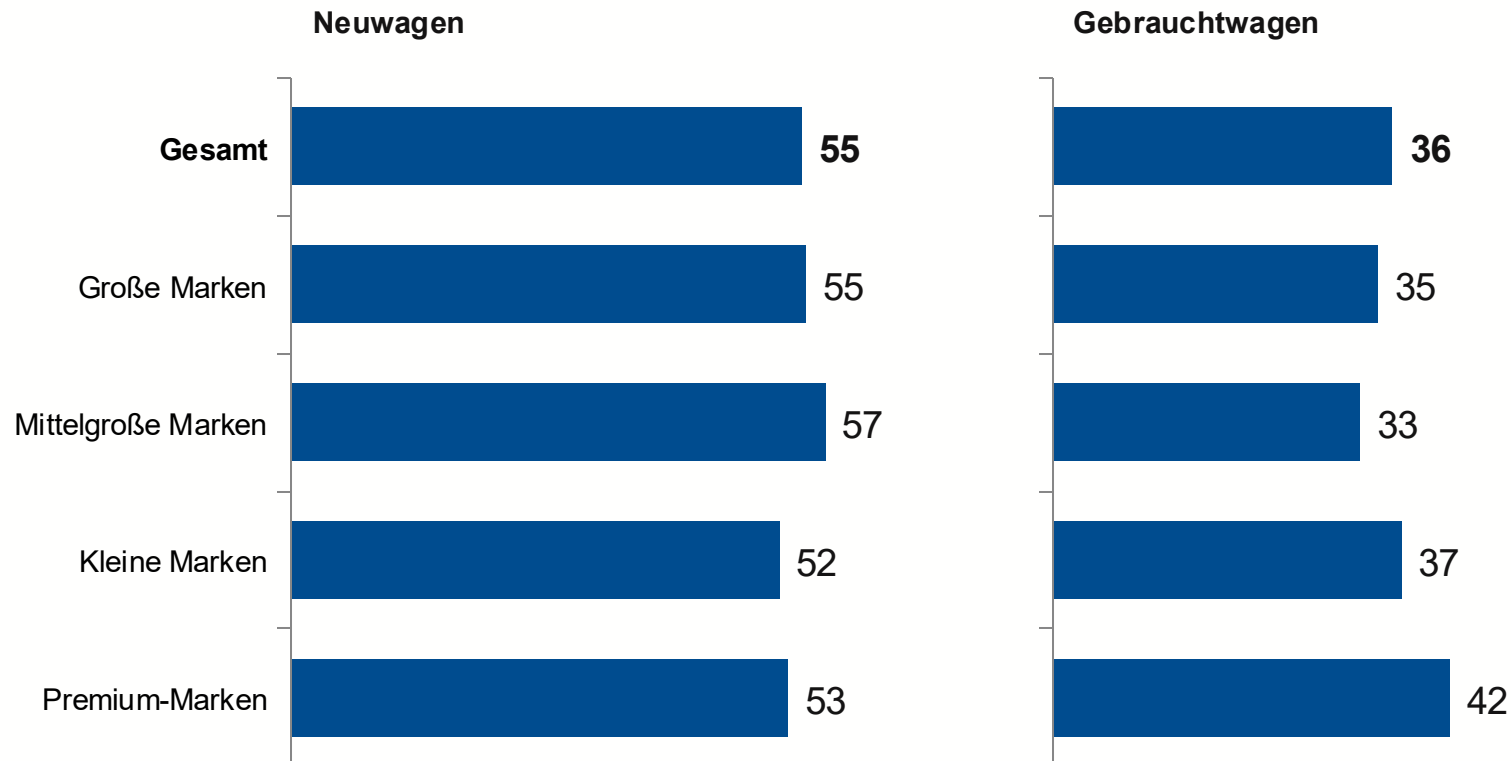


Basis: n=100 pro Quartal | Angabe in Prozent | *bis 15.03.20

Über die Hälfte der Neuwagen wurden über das Autohaus finanziert

Finanzierungspenetration

Wie viel Prozent Ihrer Neu- und Gebrauchtwagen wurden über Ihr Autohaus finanziert?

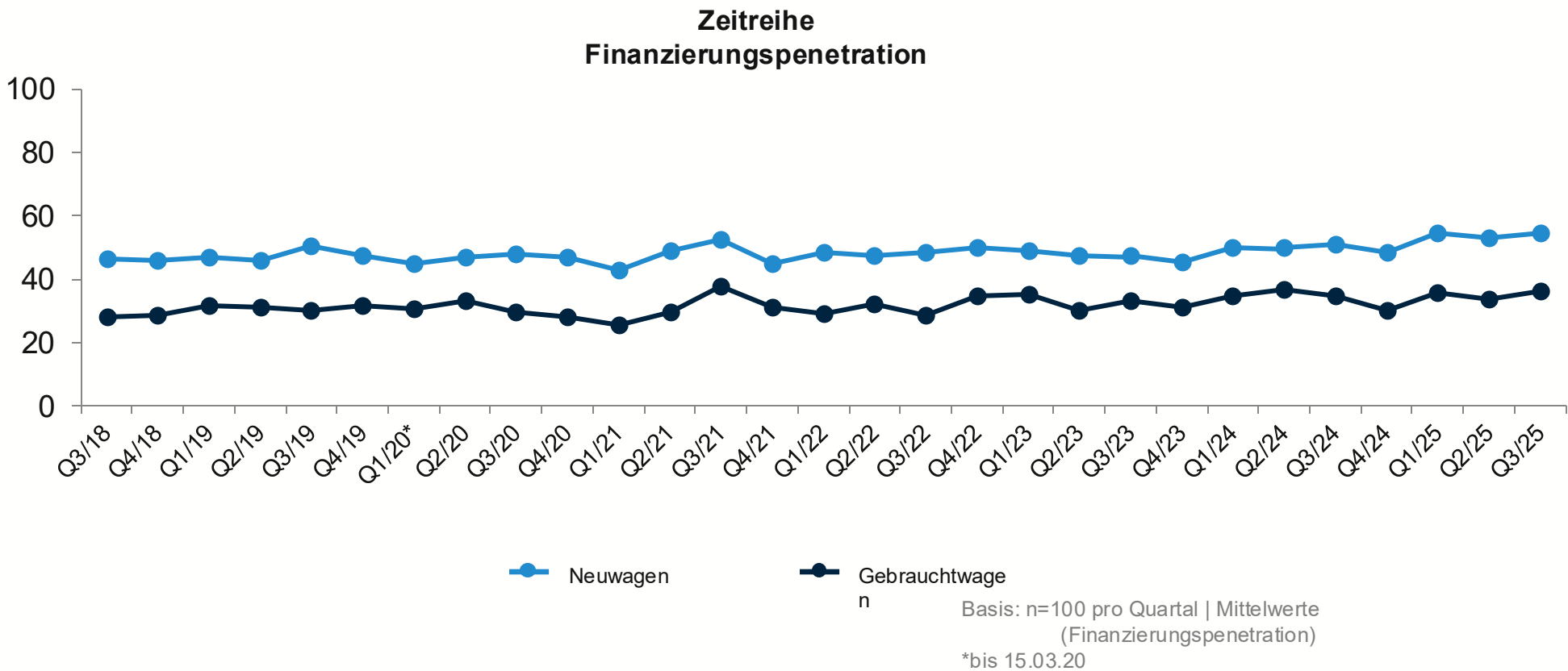


Basis: n=100 | Mittelwerte (Finanzierungspenetration)

Finanzierungspenetration weiterhin auf hohem Niveau

Finanzierungspenetration – Zeitreihe

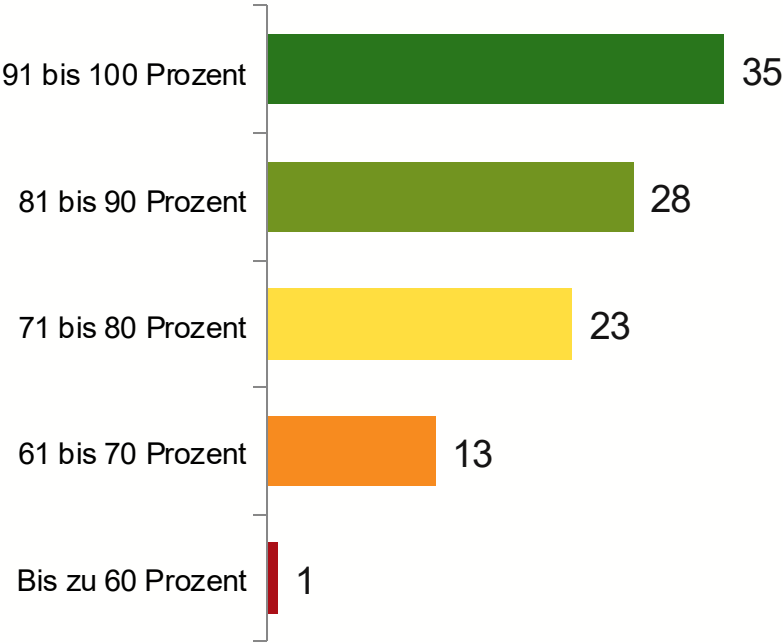
Wie viel Prozent Ihrer Neu- und Gebrauchtwagen wurden über Ihr Autohaus finanziert?



85 Prozent der Händler berichten über eine Werkstattauslastung von über 70 Prozent

Werkstattauslastung

Zu wie viel Prozent war Ihre Werkstatt im 3. Quartal (Juli-September) 2025 ausgelastet?



Ø Werkstattauslastung: 86 Prozent

(Vergleichswert Quartal 2/2025: 91 Prozent)

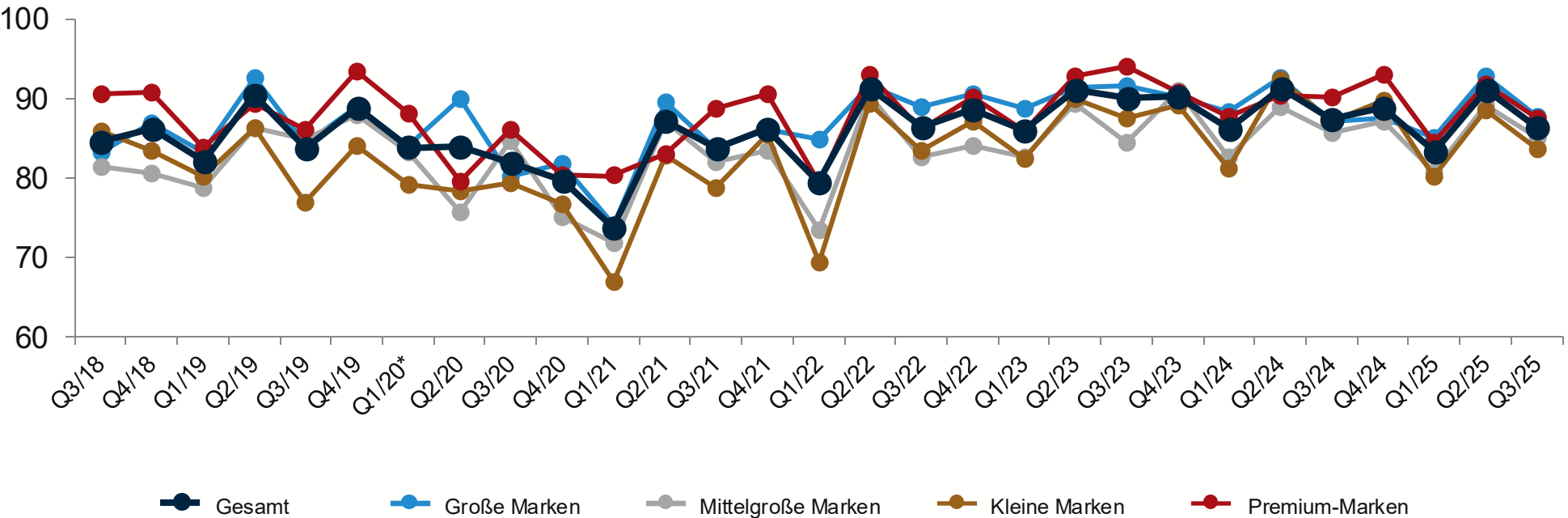
Nach Gruppen:	
Große Marken:	88 Prozent
Mittelgroße Marken:	85 Prozent
Kleine Marken	84 Prozent
Premium-Marken:	88 Prozent

Basis: n=100 | Angabe in Prozent | Differenz zu 100% = keine Angabe

Leichter Rückgang der Werkstattauslastung

Werkstattauslastung – Zeitreihe

Zu wie viel Prozent war Ihre Werkstatt im abgelaufenen Quartal ausgelastet?

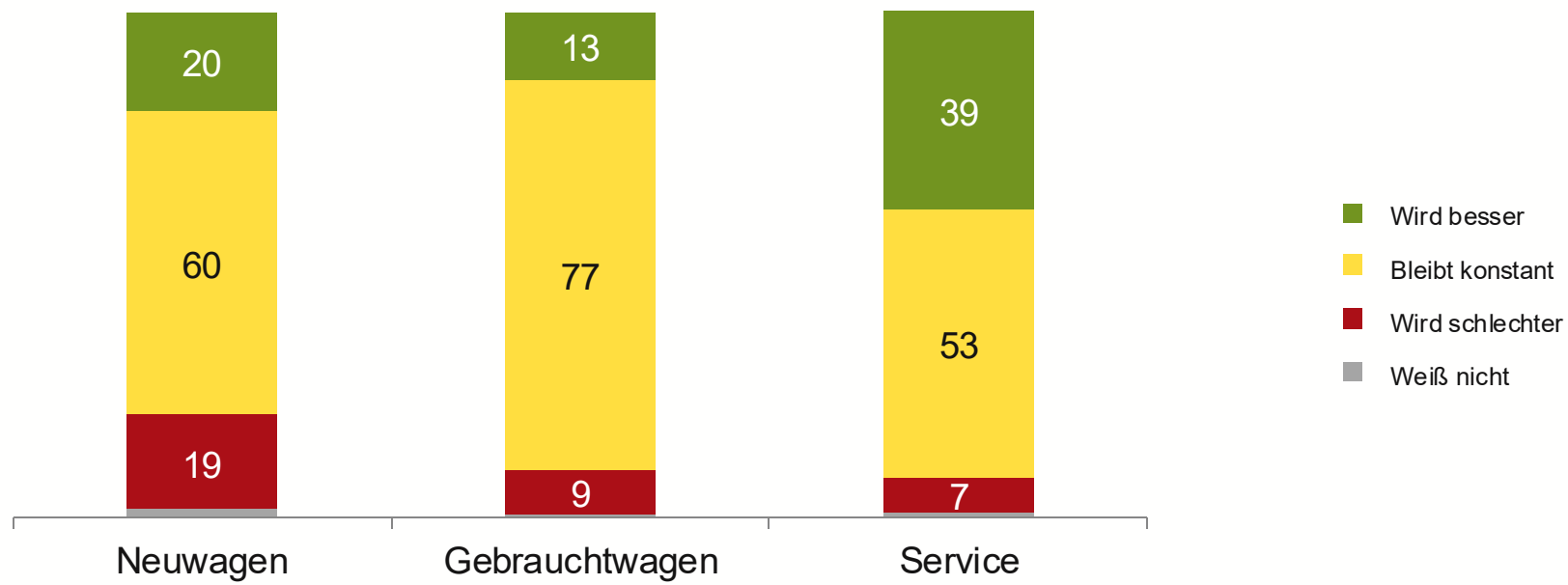


Basis: n=100 pro Quartal | Mittelwerte | *bis 15.03.20

Etwa jeder fünfte Händler erwartet bei Neuwagen eine eher negative Geschäftsentwicklung

Erwartete Geschäftsentwicklung

Wie wird sich das Geschäft aus Ihrer Sicht im Bereich GW, NW und Service in den nächsten 3 Monaten entwickeln?

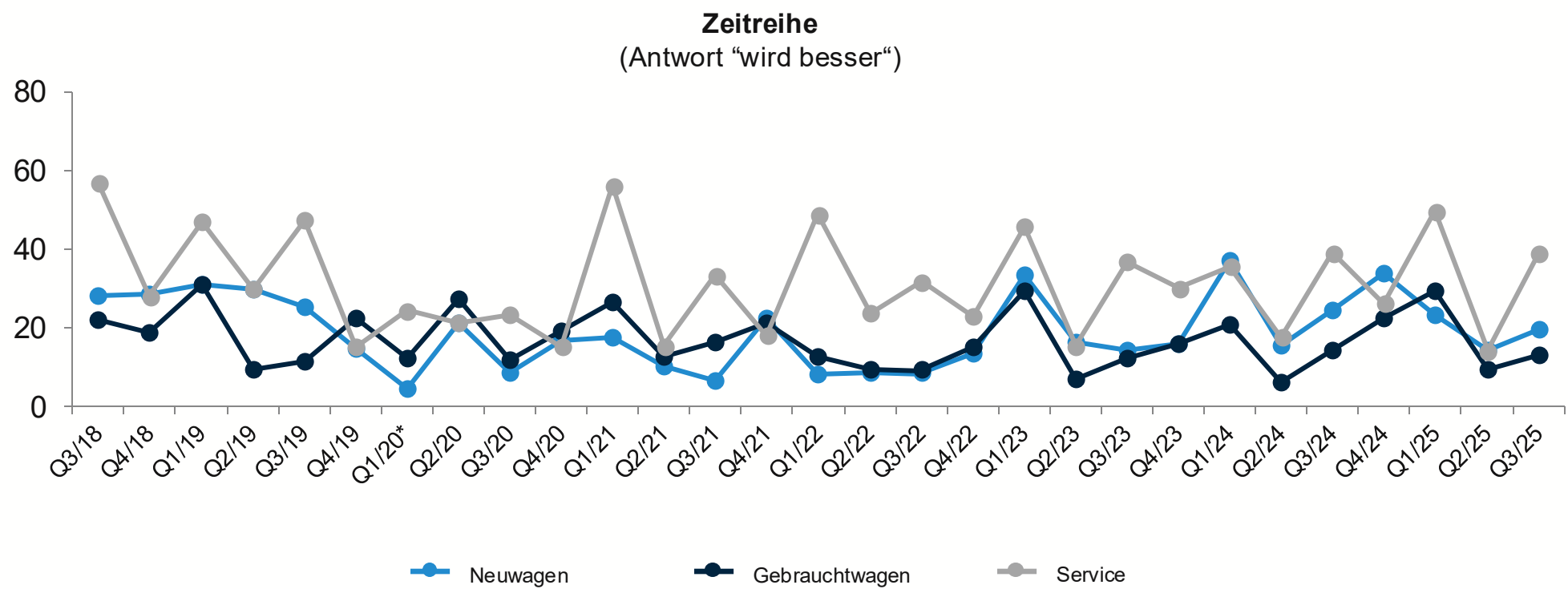


Basis: n=100 | Angabe in Prozent

Steigender Optimismus bzgl. der Geschäftsentwicklung im Vergleich zum letzten Quartal

Erwartete Geschäftsentwicklung – Zeitreihe

Wie wird sich das Geschäft aus Ihrer Sicht im Bereich GW, NW und Service in den nächsten 3 Monaten entwickeln?



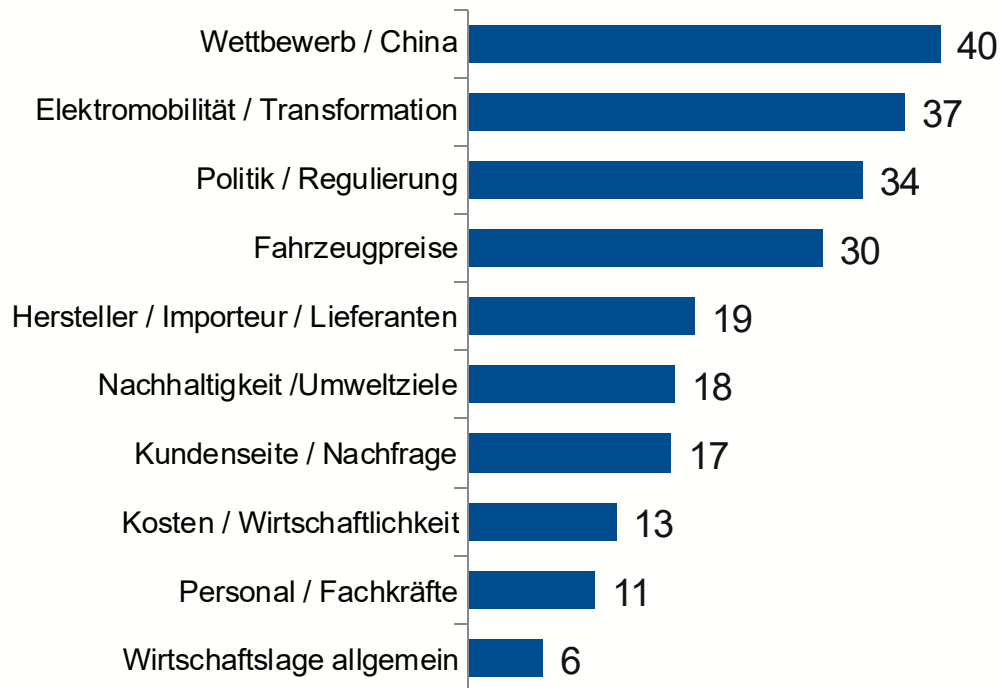
Basis: n=100 pro Quartal | Angabe in Prozent | *bis 15.03.20

Variabler Teil Quartal 3/2025: Aktuelle Herausforderungen

Wettbewerb, Transformation, Politik und Preise werden ungestützt als größte Herausforderungen für Europas Automobilindustrie gesehen

Herausforderungen für die europäische Automobilindustrie – Top 10 (offene Abfrage)

Was sind aus Ihrer Sicht die drei größten Herausforderungen für die europäische Automobilindustrie in den nächsten 5 Jahren?

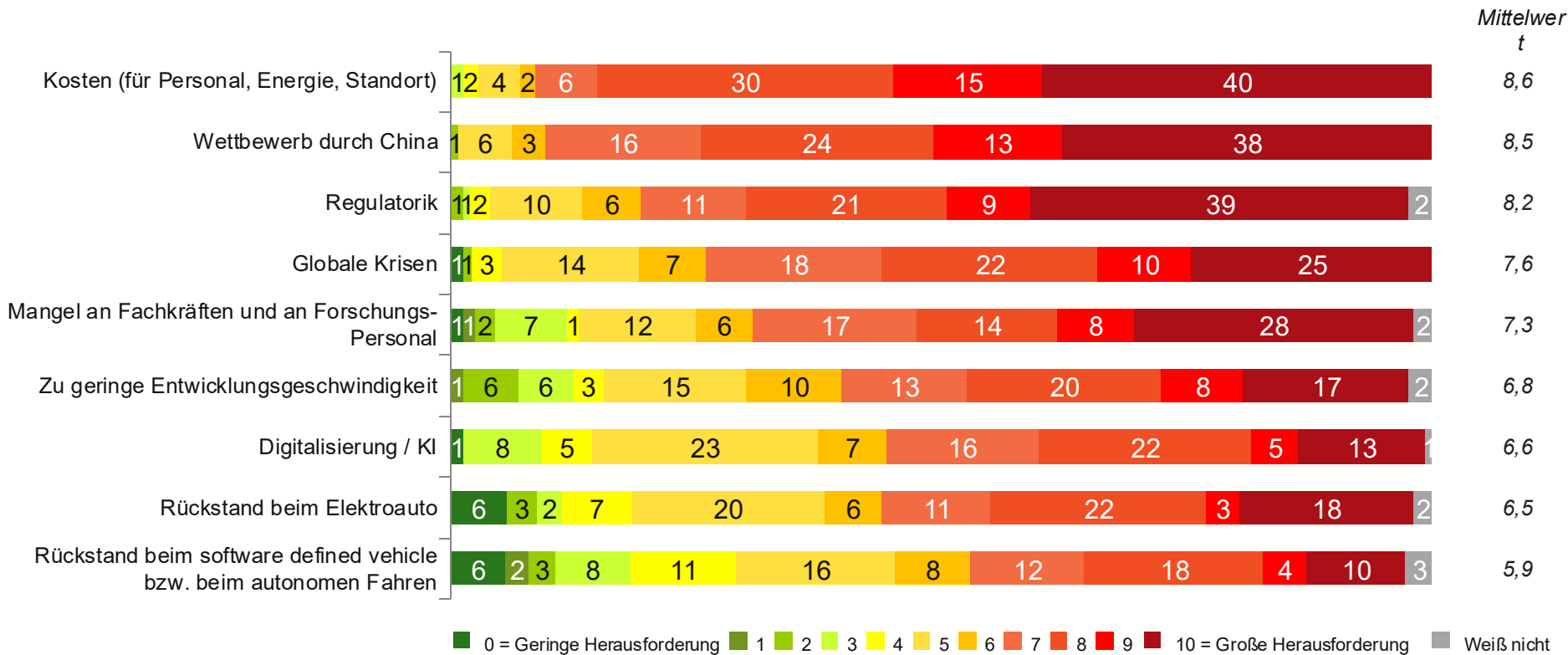


Basis: n=100 gesamt | Angabe in Prozent

Kosten, Wettbewerb durch China und Regulatorik werden als die Top-Herausforderungen für die europäische Automobilindustrie bewertet

Bewertung von Herausforderungen für die europäische Automobilindustrie

Wie bewerten Sie dies für die folgenden Aspekte auf einer Skala von 0 bis 10, wobei 0 "Geringe Herausforderung für die europäische Automobilindustrie in den nächsten 5 Jahren" und 10 "Große Herausforderung für die europäische Automobilindustrie in den nächsten 5 Jahren" bedeutet?

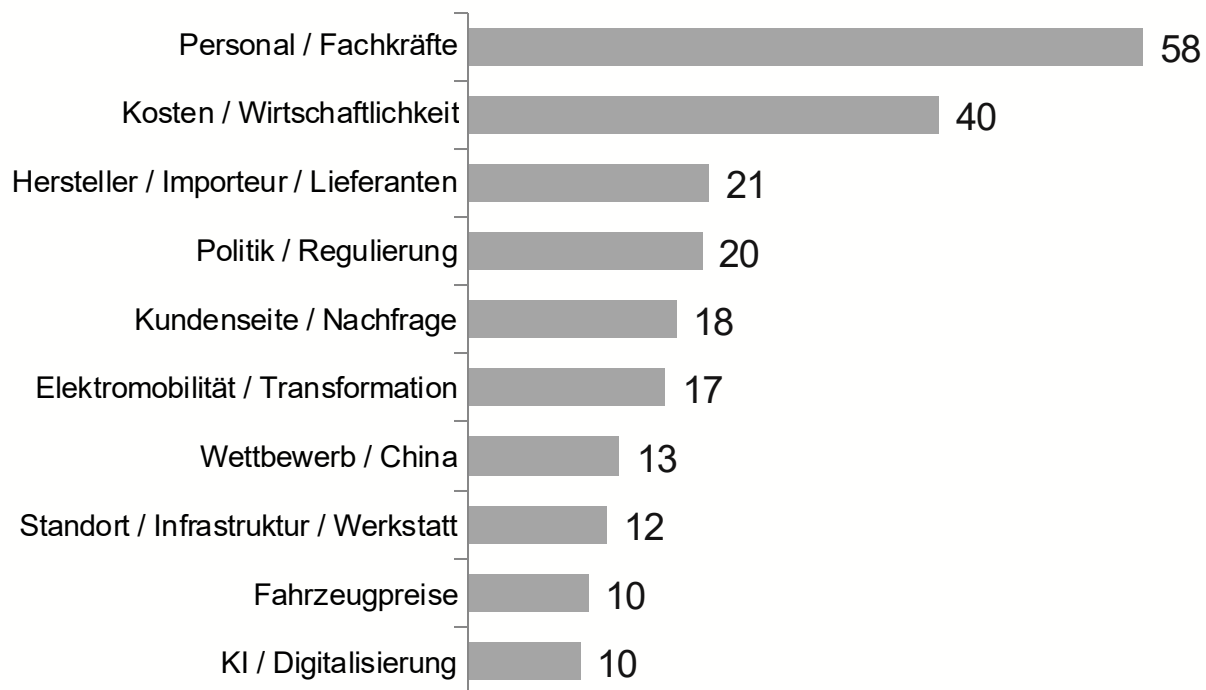


Basis: n=100 gesamt | Angabe in Prozent | Ranking nach Mittelwert

Personal und Betriebskosten werden ungestützt als die größten Herausforderungen für den eigenen Betrieb gesehen

Herausforderungen für den eigenen Betrieb – Top 10 (offene Abfrage)

Und was sind konkret für Ihren Betrieb Ihrer Ansicht nach die drei größten Herausforderungen in den nächsten 5 Jahren?

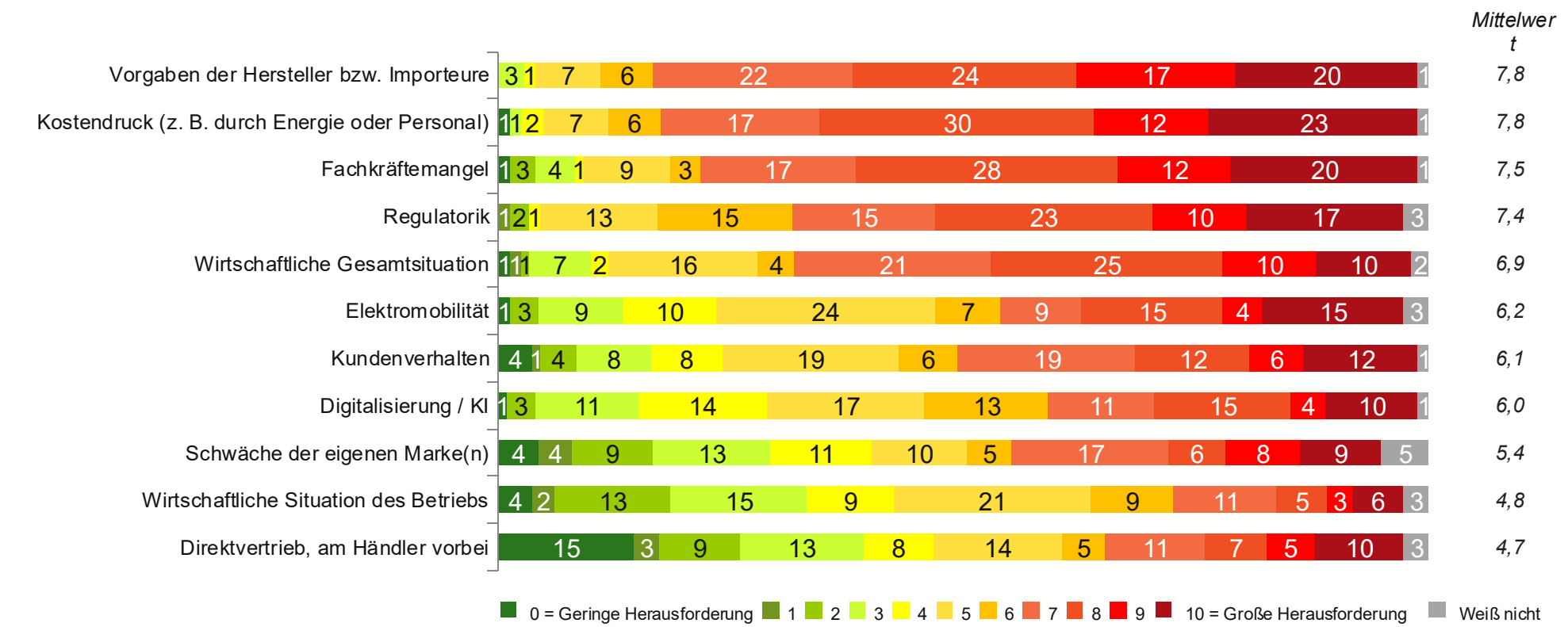


Basis: n=100 gesamt | Angabe in Prozent

Vorgaben der Hersteller bzw. Importeure und Kostendruck werden als die größten Herausforderungen für den eigenen Betrieb bewertet

Bewertung von Herausforderungen für den eigenen Betrieb

Wie bewerten Sie dies für die folgenden Aspekte auf einer Skala von 0 bis 10, wobei 0 "Geringe Herausforderung für Ihren Betrieb in den nächsten 5 Jahren" und 10 "Große Herausforderung für Ihren Betrieb in den nächsten 5 Jahren" bedeutet?



Basis: n=100 gesamt | Angabe in Prozent | Ranking nach Mittelwert



puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
D-90571 Schwaig bei Nürnberg

Phone +49 (0) 911/9535-400

info@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

Managing Director: Stefan Reiser · Ust-ID-Nr.: DE 133 554 286 · Ust-Nr.: 241/135/41 284 · Nuremberg District Court · HRB 11034