
HÄNDLER-TREND

BAROMETER ÖSTERREICH



Santander
CONSUMER BANK

AUTO
& WIRTSCHAFT

Händler-Trend-Barometer Österreich

Ergebnisse Welle 13: Quartal 3 / 2021

Santander Consumer Bank Österreich

A & W Verlag GmbH

puls Marktforschung GmbH

Dr. Konrad Weißner

Angelika Rothermund

19. Oktober 2021

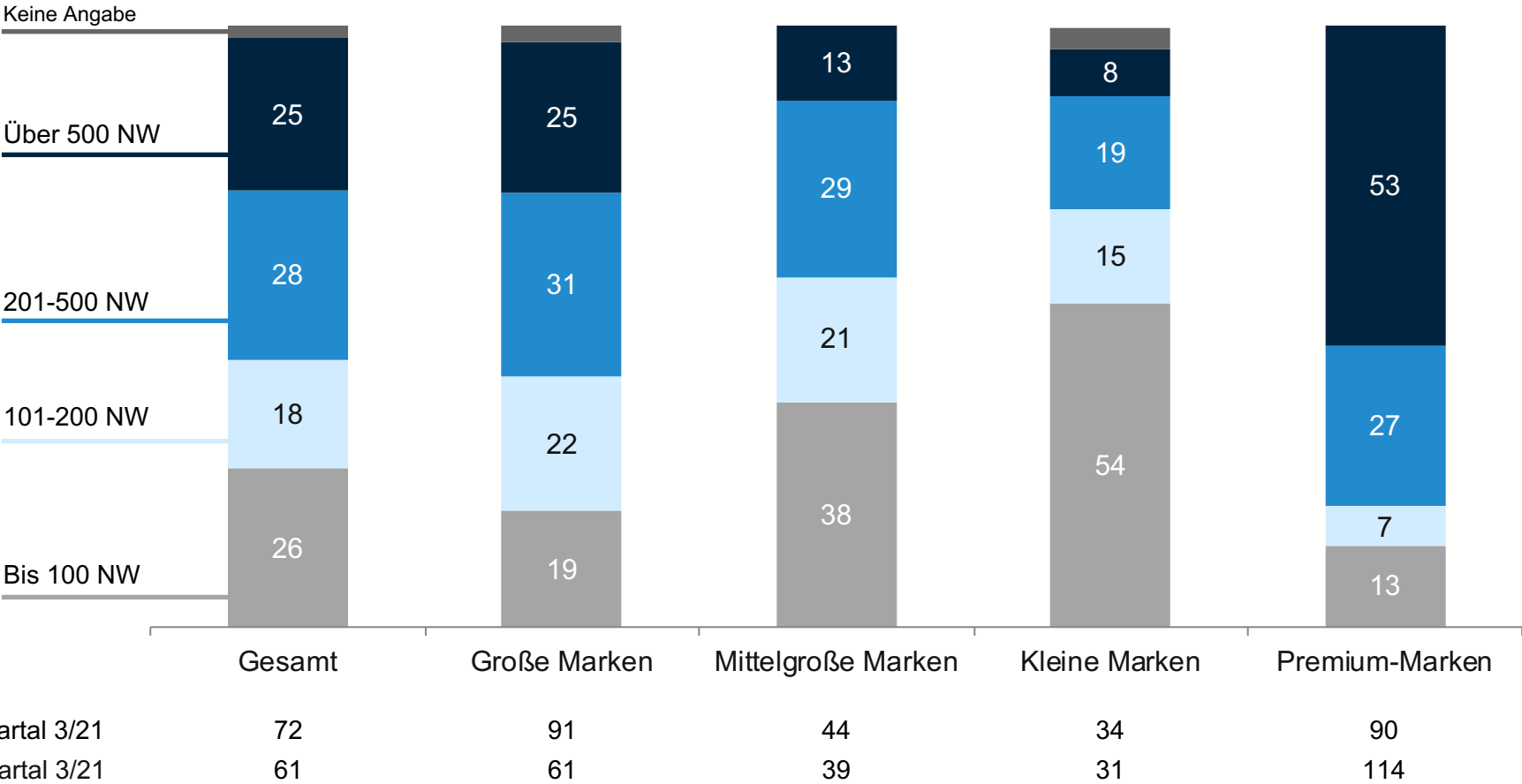
	Stichprobe (Nettofallzahl)	101 markengebundene Kfz-Betriebe in Österreich verteilt auf 24 Marken gewichtet nach dem Marktanteil der jeweiligen Gruppe
	Erhebungsmethode	Computergestützte telefonische Interviews (CATI)
	Erhebungswelle	Quartal 3/2021, Erhebungszeit Oktober 2021
	Befragungsdauer	ca. 8 Minuten
	Konzeption und Analyse	<i>puls</i> Marktforschung GmbH, Schwaig b. Nürnberg

Marken und Fallzahlen Gesamtstichprobe Welle 13

Segment	Marke	Fallzahl	
Große Marken ab 5% Marktanteil	 Ford	9	} Gesamt: n=36 → gewichtet auf 49 entsprechend 49 % Marktanteil
	 Hyundai	10	
	 Renault	3	
	 Seat	3	
	 Skoda	3	
	 VW	8	
Mittelgroße Marken 2,5% bis unter 5% Marktanteil	 Dacia	1	} Gesamt: n=24 → gewichtet auf 20 entsprechend 20 % Marktanteil
	 Fiat	4	
	 Kia	4	
	 Mazda	4	
	 Opel	7	
	 Peugeot	4	
Kleine Marken 0,5 bis unter 2,5% Marktanteil	 Citroen	5	} Gesamt: n=26 → gewichtet auf 13 entsprechend 13 % Marktanteil
	 Jeep	3	
	 Mini	1	
	 Mitsubishi	4	
	 Nissan	6	
	 Suzuki	1	
	 Toyota	6	
Premium-Marken Fabrikate mit qualitäts- und preisorientiertem Premiumanspruch	 Alfa Romeo	2	} Gesamt: n=15 → gewichtet auf 18 entsprechend 18 % Marktanteil
	 Audi	4	
	 BMW	5	
	 Mercedes-Benz	2	
	 Volvo	2	
Summe		101	

Stichprobe: Verkaufseinheiten

Ø Verkaufte Neuwagen pro Jahr



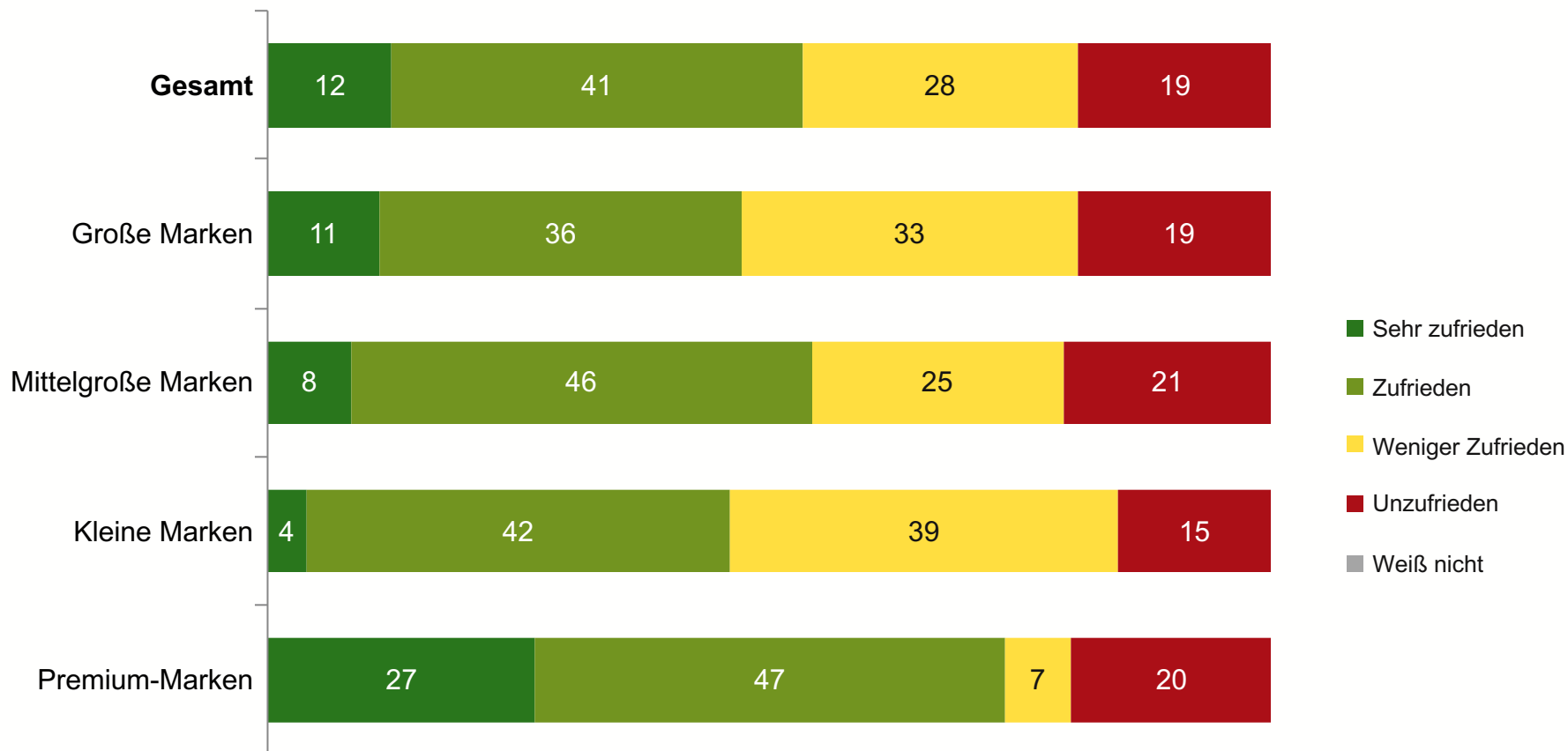


Fixer Teil Erhebungswelle 13, Quartal 3/2021

Überwiegend Zufriedenheit mit den NW-Verkaufsabschlüssen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, jeder Fünfte ist aber auch unzufrieden.

Zufriedenheit Neuwagen-Verkaufsabschlüsse

Wie zufrieden sind Sie mit den Neuwagenverkaufsabschlüssen im 3. Quartal 2021 (Juli bis September) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum?

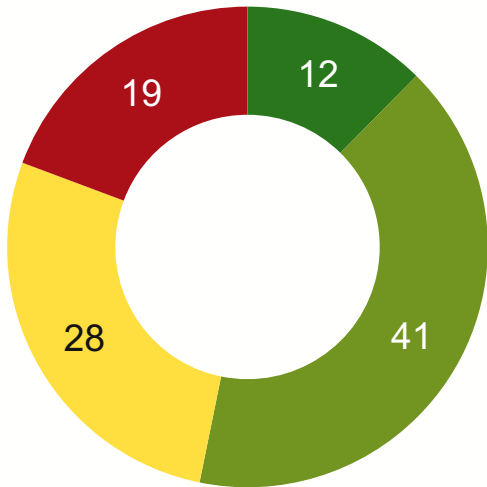


Hohe Zufriedenheit der letzten beiden Quartale setzt sich im dritten Quartal nicht fort.

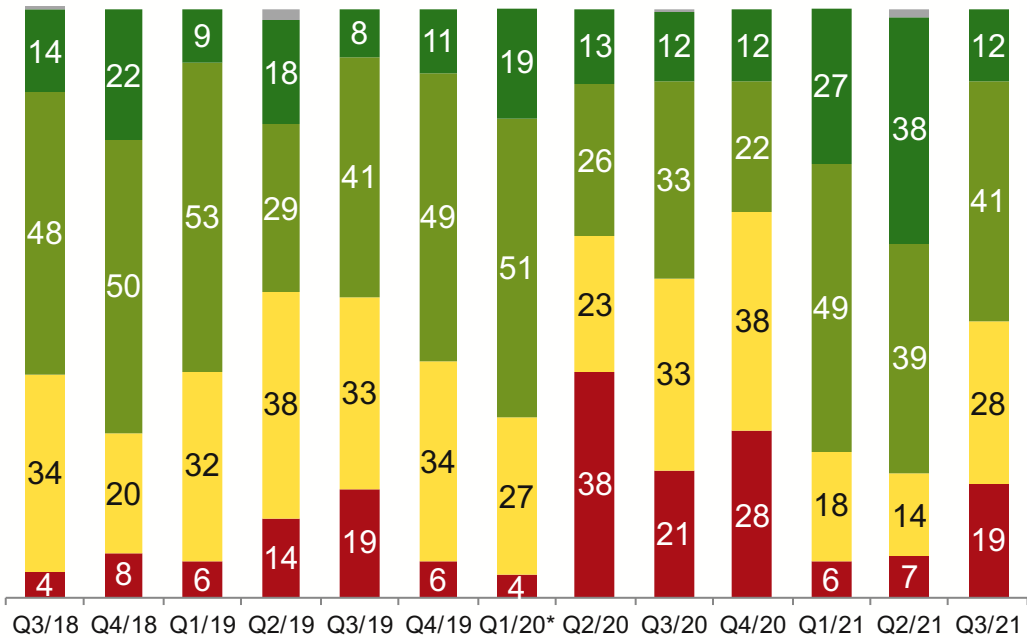
Zufriedenheit Neuwagen-Verkaufsabschlüsse - Zeitreihe

Wie zufrieden sind Sie mit den Neuwagenverkaufsabschlüssen im 3. Quartal 2021 (Juli bis September) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum?

Quartal 3 / 2021



Zeitreihe

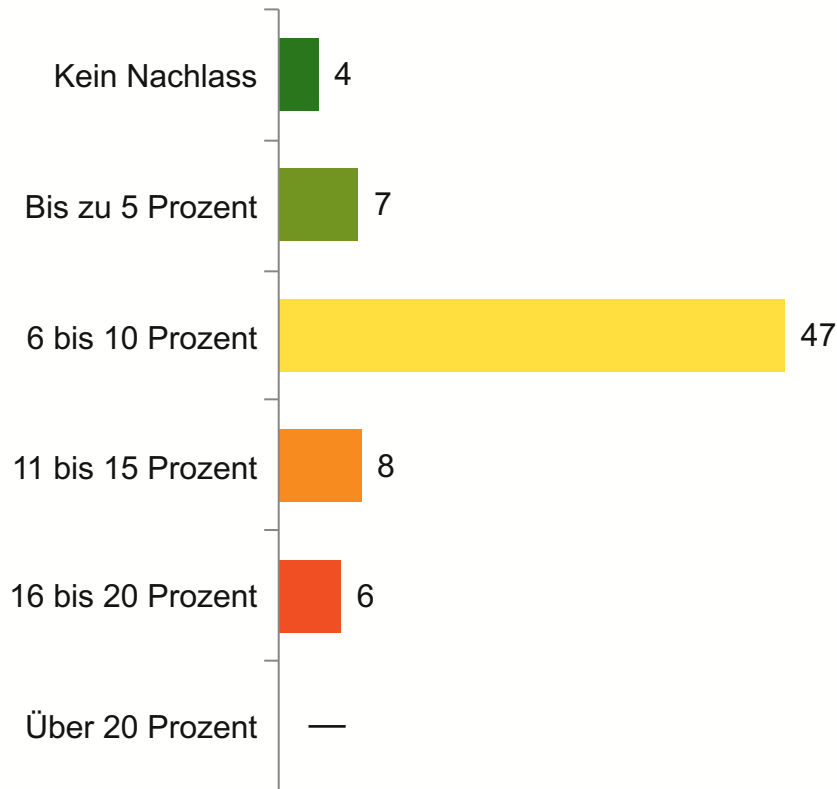


Sehr zufrieden Zufrieden Weniger zufrieden Unzufrieden Weiß nicht

Durchschnittlich neun Prozent Rabatt auf Neufahrzeuge.

Rabatte Neufahrzeuge

Wie viel reinen Nachlass (Kulanz ohne zusätzliche Stützungsmaßnahmen) haben Sie im Neufahrzeugbereich im 3. Quartal 2021 (Juli bis September) durchschnittlich auf den Listenpreis eines Fahrzeuges beim Verkauf gegeben?



Ø Rabatt: 8,9%

(Vergleichswert Quartal 2/2021: 8,5%)

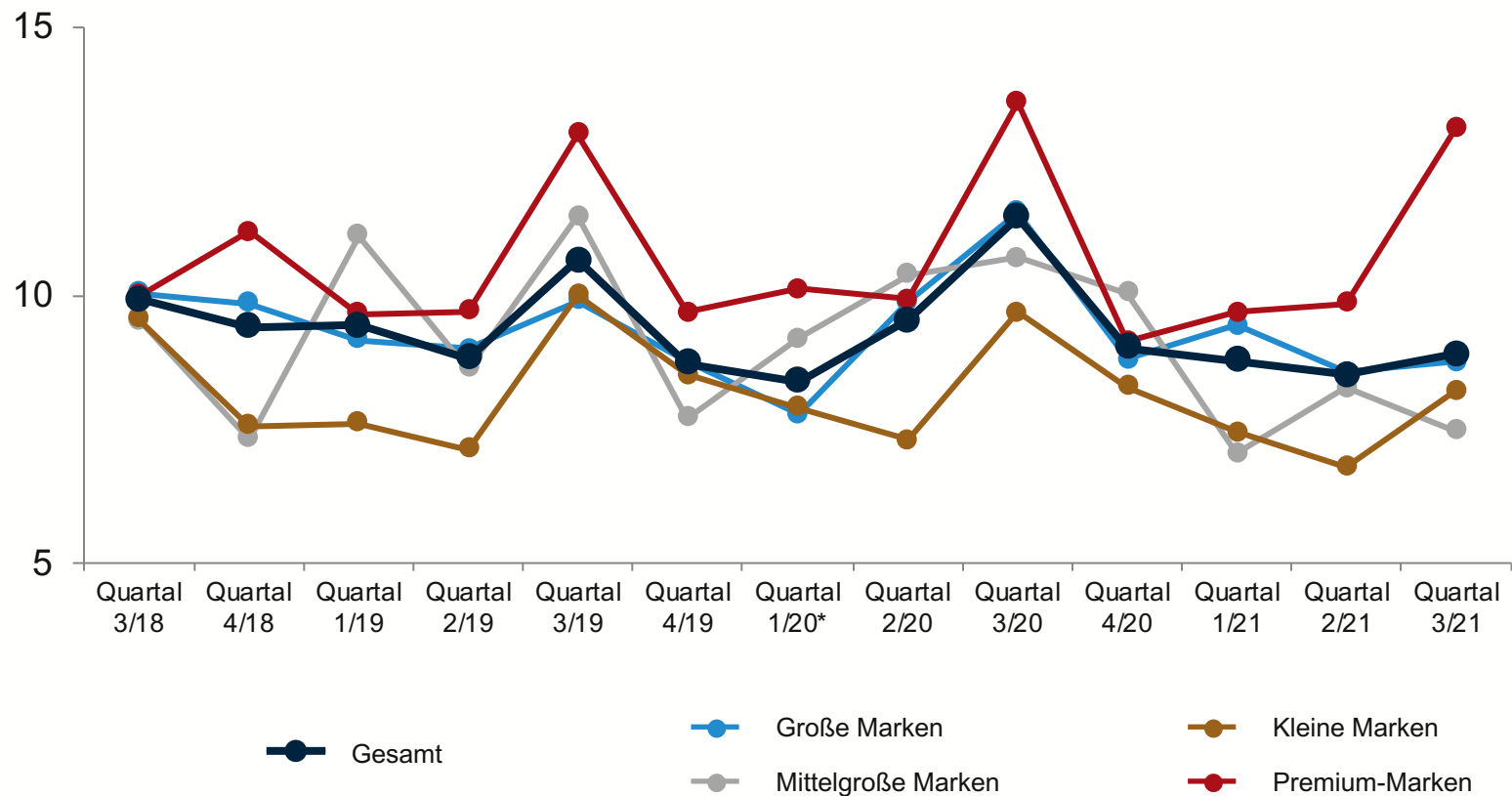
Nach Gruppen:

Große Marken:	8,8%
Mittelgroße Marken:	7,5%
Kleine Marken	8,2%
Premium-Marken:	13,1%

Wie schon in den Vorjahren steigt bei den Premium-Marken der durchschnittliche Rabatt im dritten Quartal deutlich an.

Rabatte Neufahrzeuge

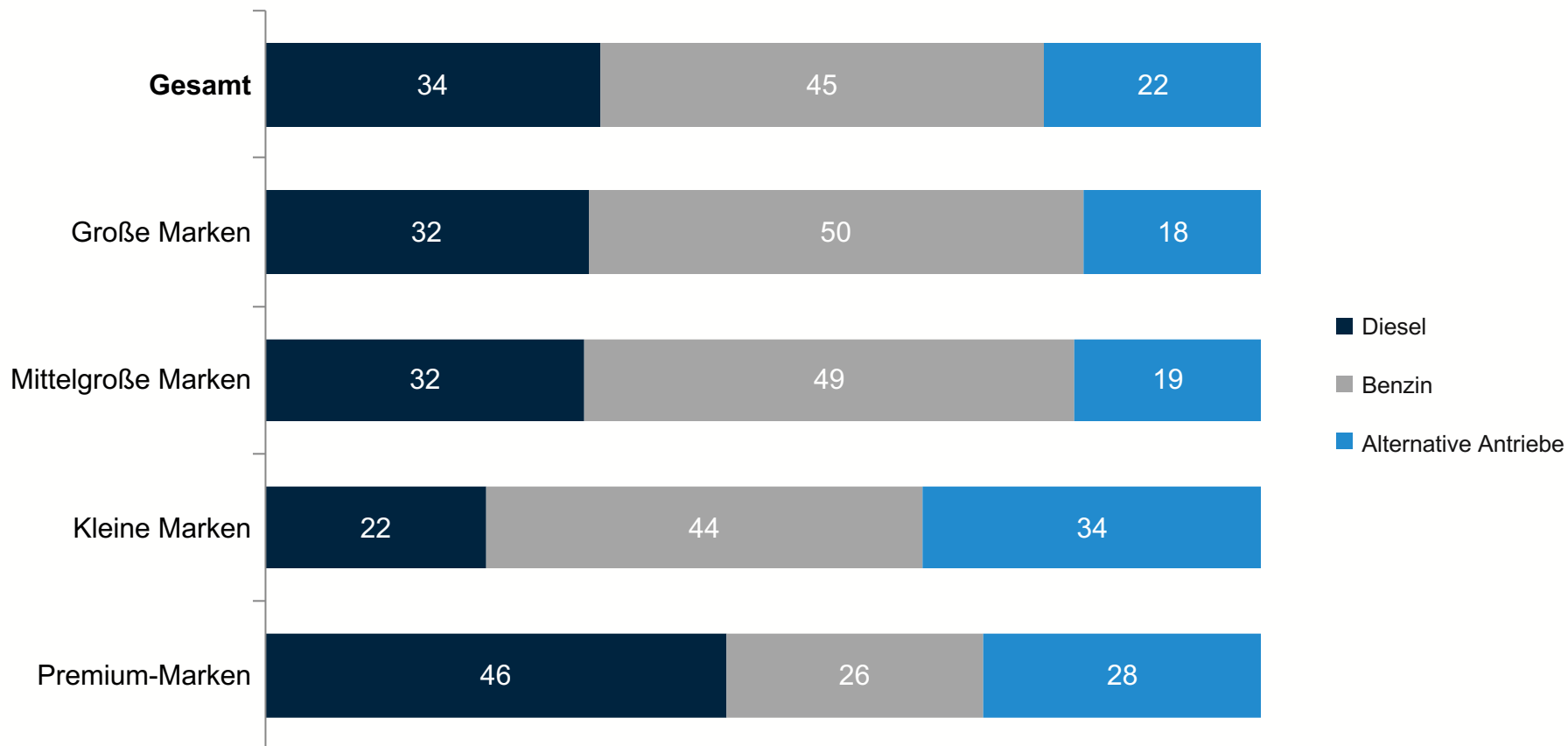
Wie viel reinen Nachlass (Kulanz ohne zusätzliche Stützungsmaßnahmen) haben Sie im Neufahrzeugbereich im 3. Quartal 2021 (Juli bis September) durchschnittlich auf den Listenpreis eines Fahrzeuges beim Verkauf gegeben?



Alternative Antriebe bei kleinen und Premium-Marken stärker.

Verkaufte Neuwagen-Einheiten nach Antriebsart

Wie haben sich die verkauften Neuwagen im abgelaufenen Quartal (Juli bis September 2021) auf die unterschiedlichen Antriebsformen, also Diesel, Benzin oder alternative Antriebsformen aufgeteilt?

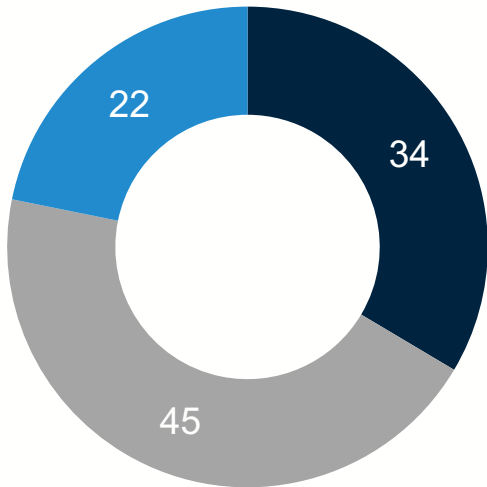


Kontinuierlicher Anstieg des Anteils alternativer Antriebe zu Lasten des Diesels.

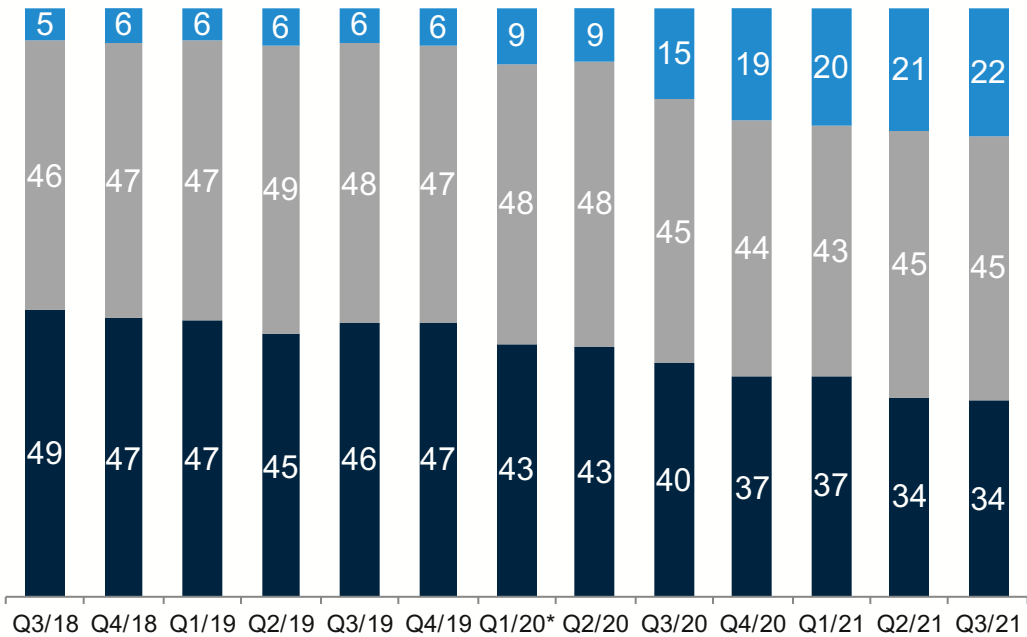
Verkaufte Neuwagen-Einheiten nach Antriebsart - Zeitreihe

Wie haben sich die verkauften Neuwagen im abgelaufenen Quartal (Juli bis September 2021) auf die unterschiedlichen Antriebsformen, also Diesel, Benzin oder alternative Antriebsformen aufgeteilt?

Quartal 3 / 2021



Zeitreihe

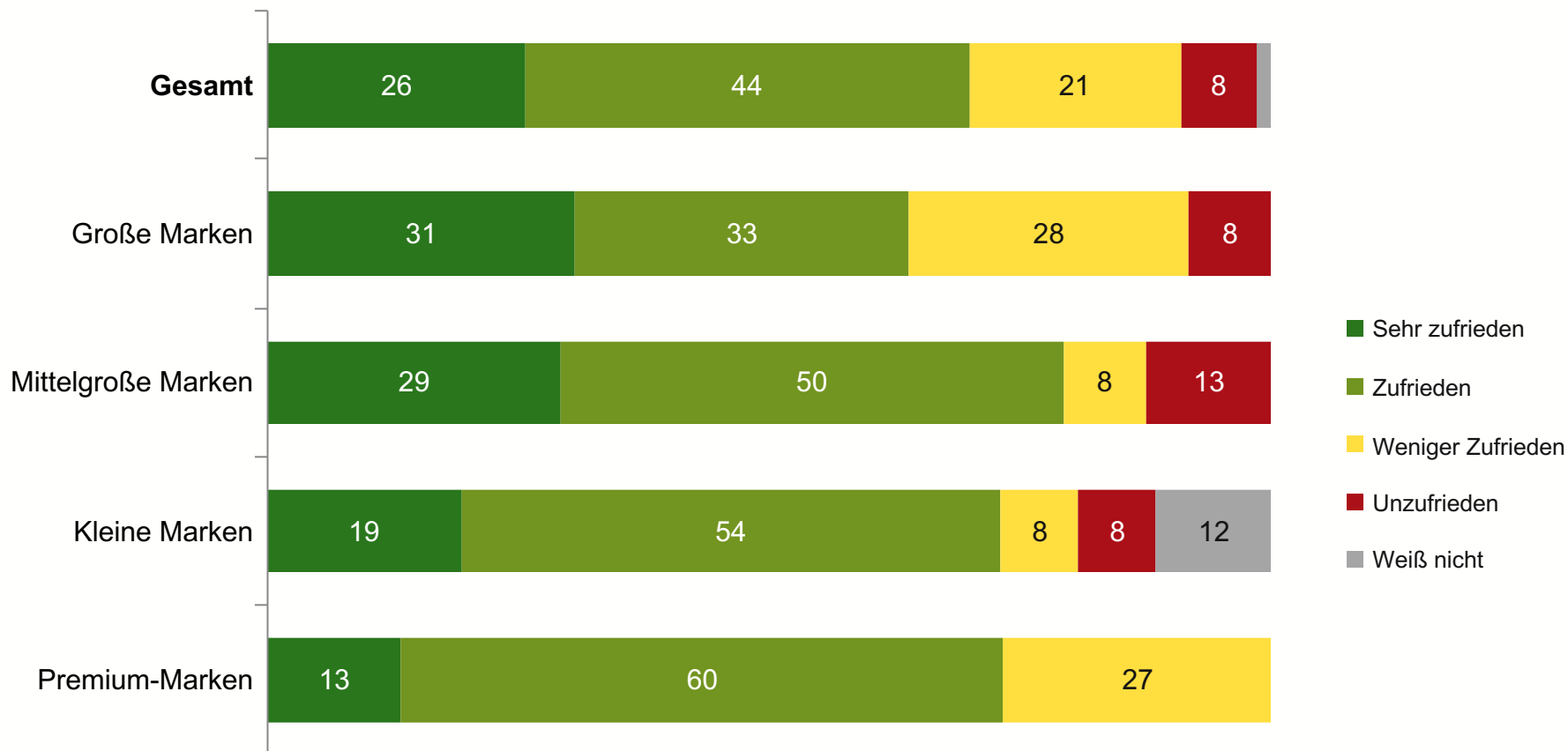


■ Diesel ■ Benzin ■ Alternative Antriebe

Überwiegend Zufriedenheit mit den GW-Verkaufsabschlüssen.

Zufriedenheit Gebrauchtwagen-Verkaufsabschlüsse

Wie zufrieden sind Sie mit den Gebrauchtwagenverkaufsabschlüssen im 3. Quartal 2021 (Juli bis September) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum?

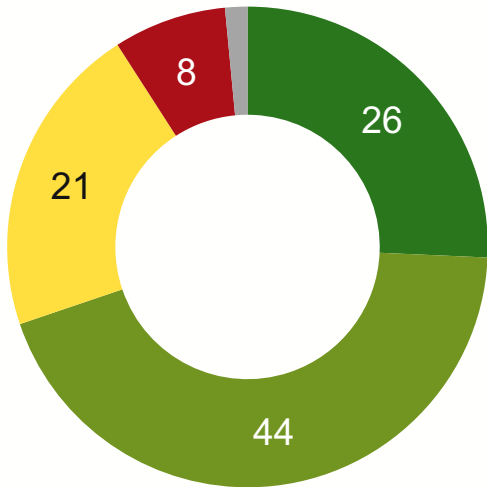


Zufriedenheit mit dem GW-Verkauf auf hohem Niveau, aber deutlich geringer als in den beiden Quartalen zuvor.

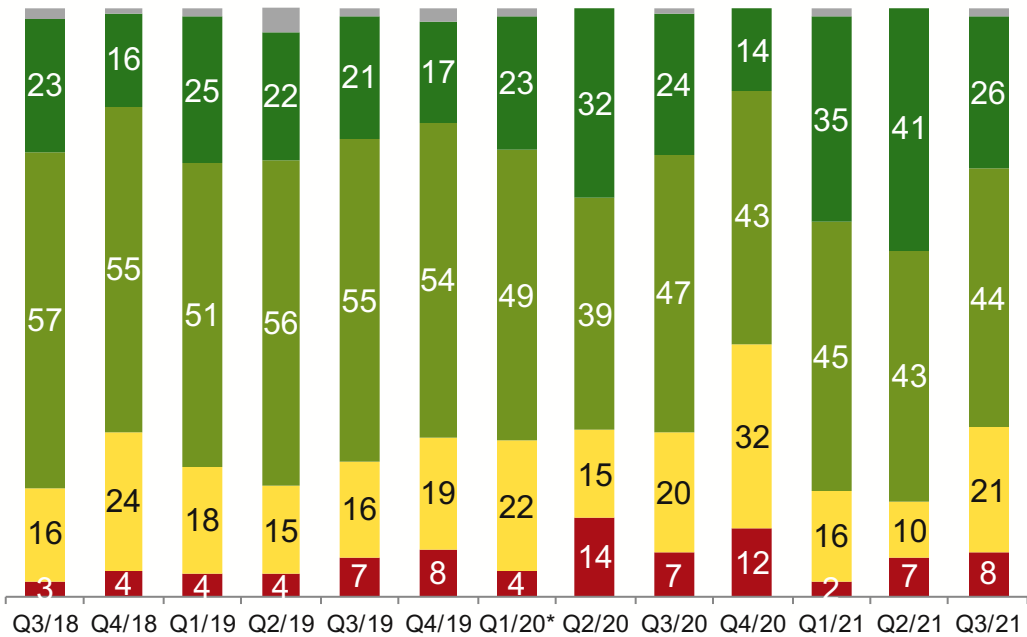
Zufriedenheit Gebrauchtwagen-Verkaufsabschlüsse

Wie zufrieden sind Sie mit den Gebrauchtwagenverkaufsabschlüssen 3. Quartal 2021 (Juli bis September) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum?

Quartal 3 / 2021



Zeitreihe

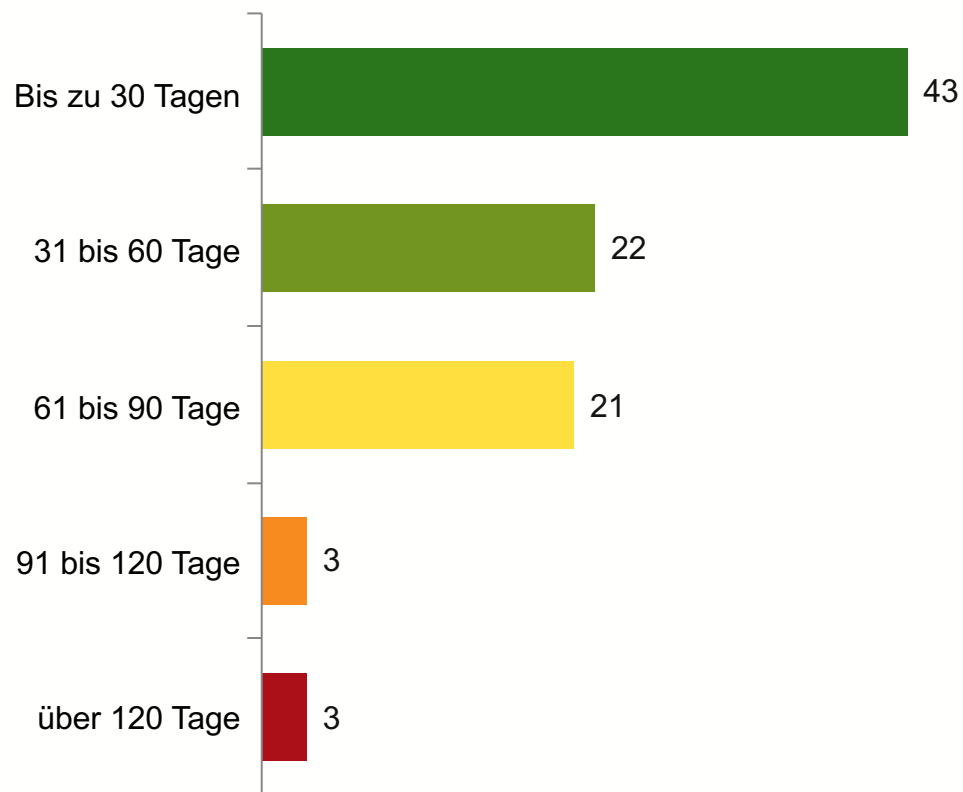


■ Sehr zufrieden ■ Zufrieden ■ Weniger zufrieden ■ Unzufrieden ■ Weiß nicht

Durchschnittliche GW-Standzeit sinkt auf unter 50 Tage.

GW-Standzeit

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



Ø Standzeit: 49 Tage

(Vergleichswert Quartal 2/2021: 58 Tage)

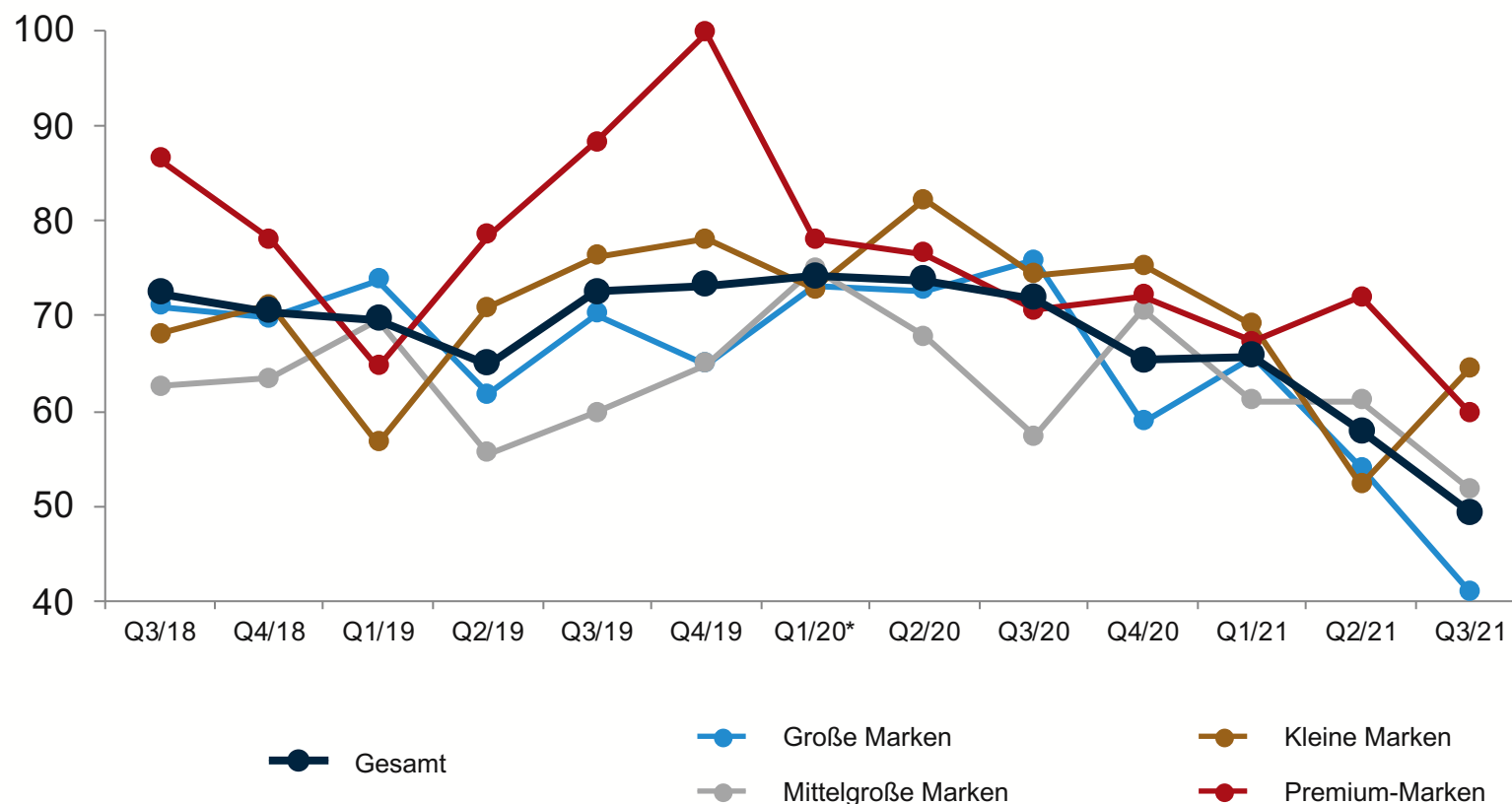
Nach Gruppen:

Große Marken	41 Tage
Mittelgroße Marken	52 Tage
Kleine Marken	64 Tage
Premium-Marken	60 Tage

Insgesamt sinkende GW-Standzeit, außer bei kleinen Marken.

GW-Standzeit - Zeitreihe

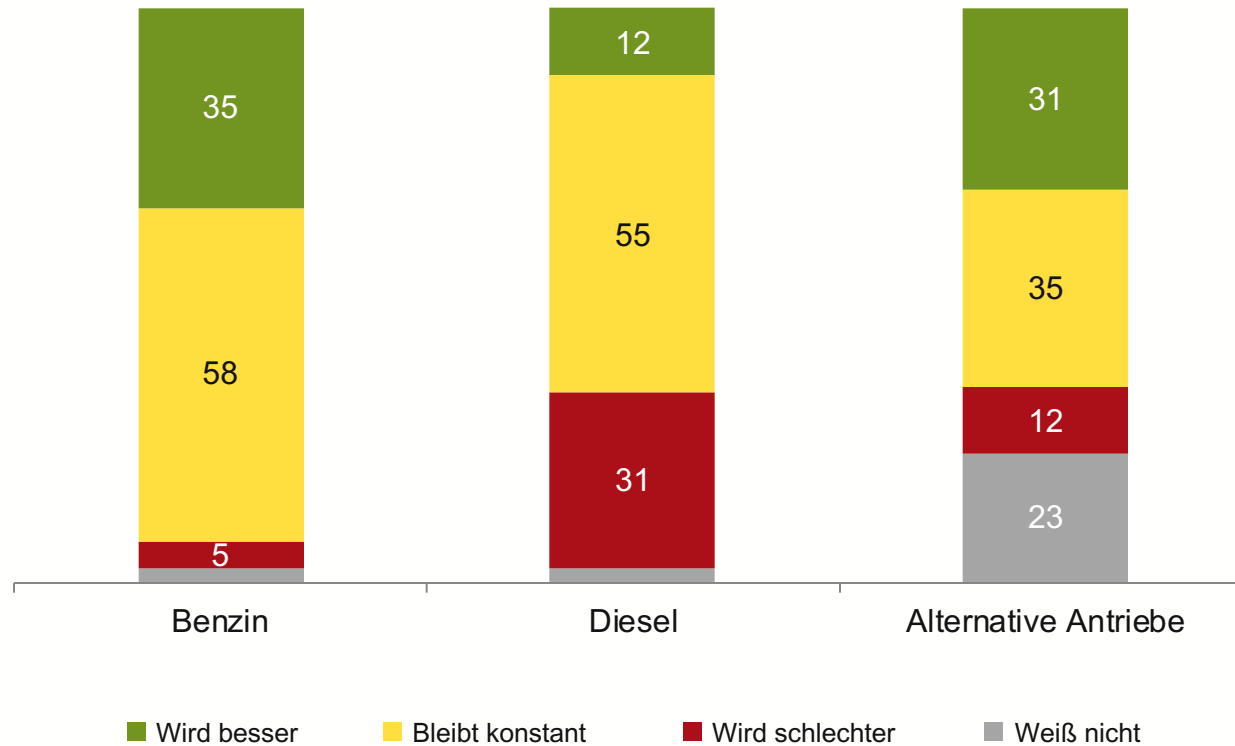
Wie viele Tage beträgt Ihre GW-Standzeit vom Bestand?



Jeweils ca. ein Drittel erwartet eine steigende Nachfrage bei Benzin und alternativen Antrieben.

Erwartete Nachfrage GW nach Antriebsart

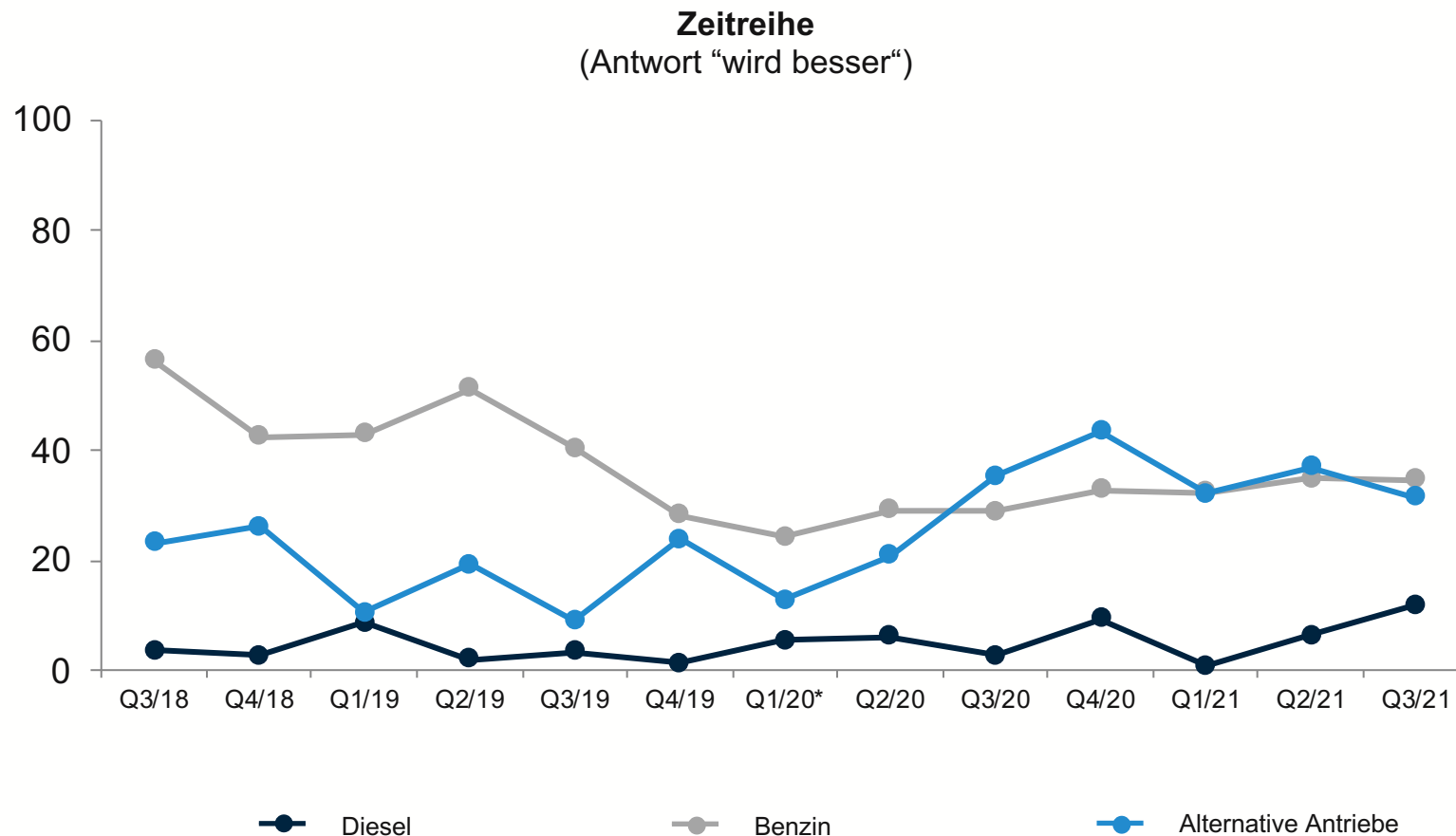
Wie entwickelt sich die Nachfrage Ihrer Gebrauchtwagen je Antriebsart?



Anteil derjenigen, die eine steigende Nachfrage bei Diesel-GW erwarten, liegt erstmals über 10 Prozent.

Erwartete Nachfrage GW nach Antriebsart - Zeitreihe

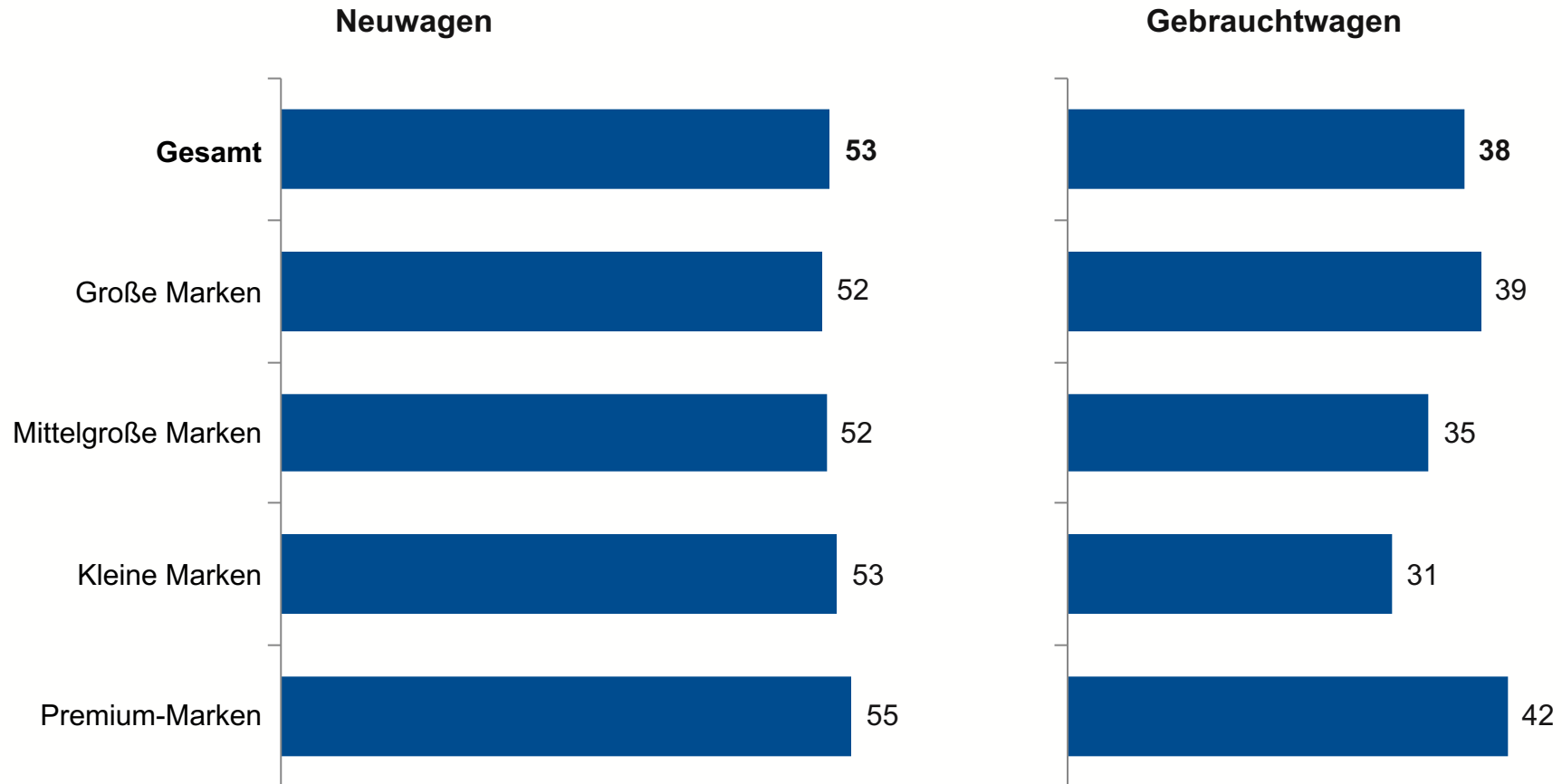
Wie entwickelt sich die Nachfrage Ihrer Gebrauchtwagen je Antriebsart?



Über die Hälfte der Neuwagen wurden über das Autohaus finanziert.

Anteil Finanzierung

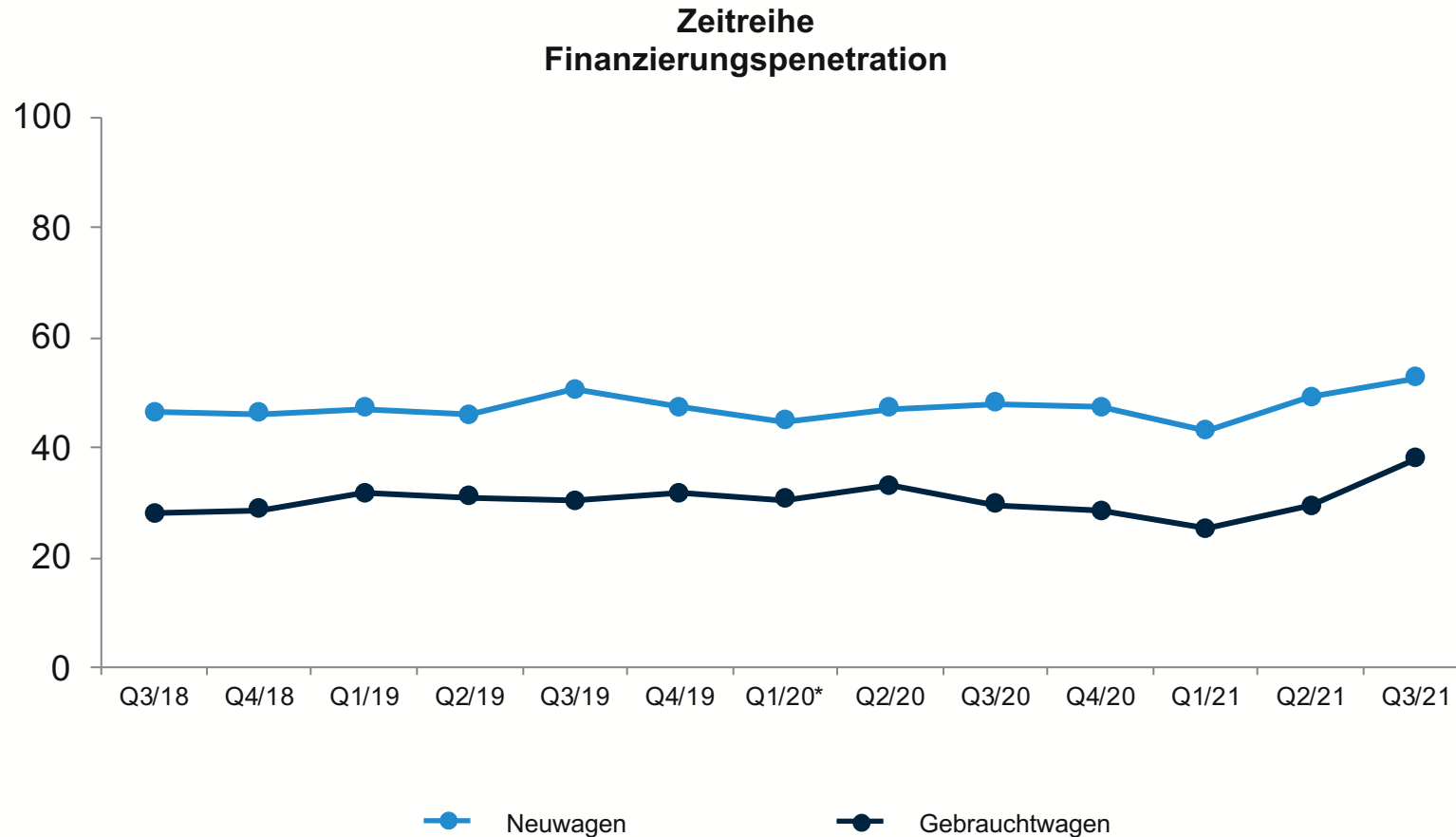
Wie viel Prozent Ihrer Neu- und Gebrauchtwagen wurden über Ihr Autohaus finanziert?



Steigende Finanzierungspenetration, v.a. bei Gebrauchtwagen.

Anteil Finanzierung - Zeitreihe

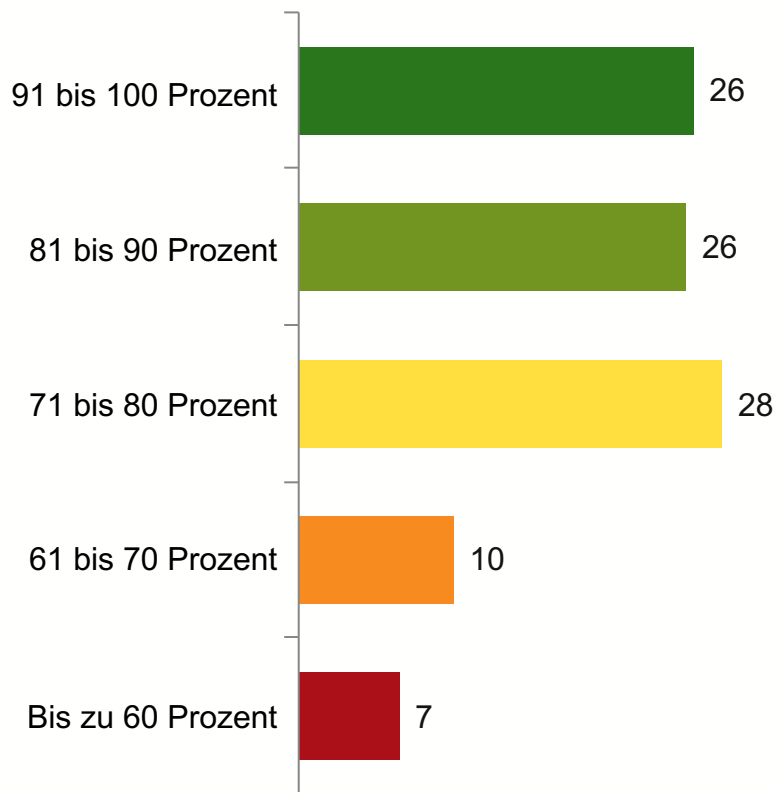
Wie viel Prozent Ihrer Neu- und Gebrauchtwagen wurden über Ihr Autohaus finanziert?



84 Prozent durchschnittliche Werkstattauslastung im dritten Quartal.

Werkstattauslastung

Zu wie viel Prozent war Ihre Werkstatt im 3. Quartal 2021 (Juli bis September) ausgelastet?



Ø Werkstattauslastung: 84 Prozent

(Vergleichswert Quartal 2/2021: 87 Prozent)

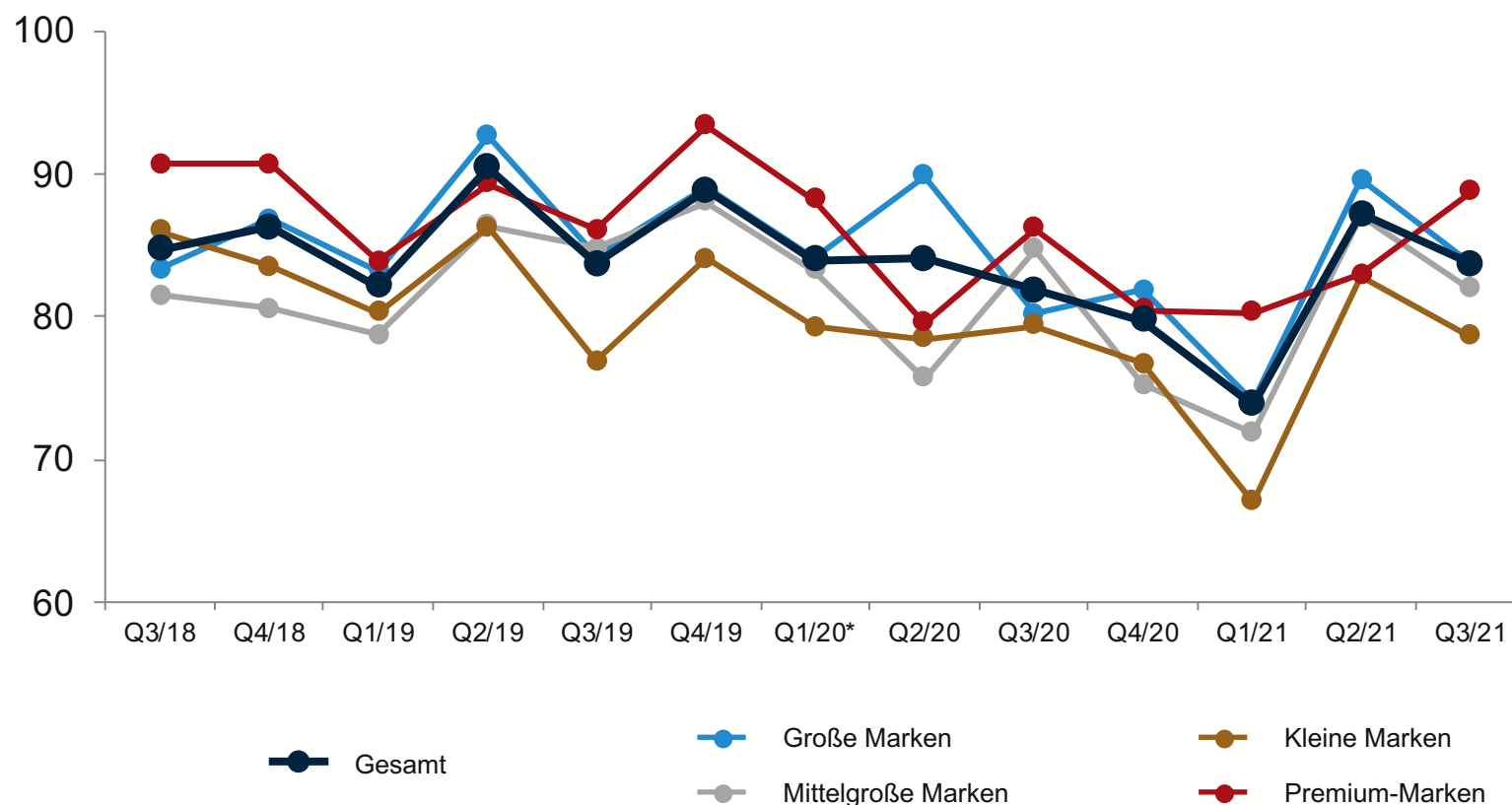
Nach Gruppen:

Große Marken	84 Prozent
Mittelgroße Marken	82 Prozent
Kleine Marken	79 Prozent
Premium-Marken	89 Prozent

Leicht sinkende Werkstattauslastung im Vergleich zum letzten Quartal, außer bei den Premium-Marken.

Werkstattauslastung - Zeitreihe

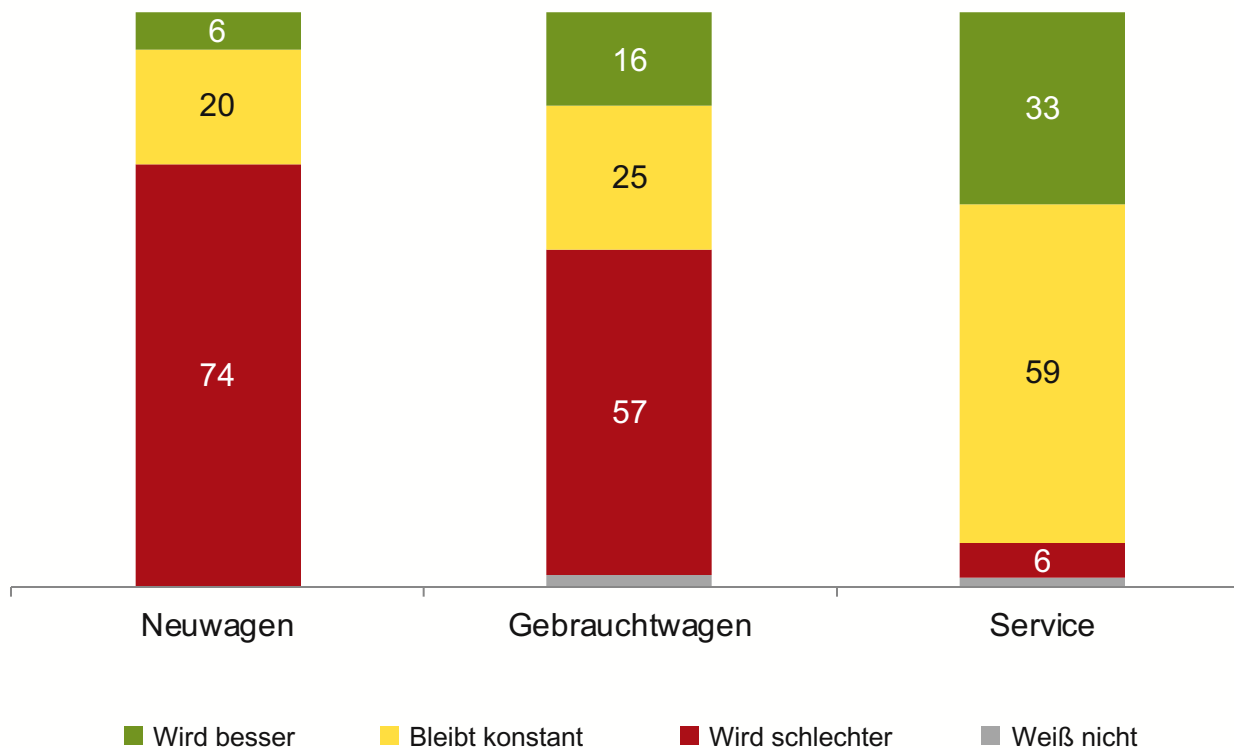
Zu wie viel Prozent war Ihre Werkstatt im 3. Quartal 2021 (Juli bis September) ausgelastet?



Nur im Servicebereich überwiegt Optimismus bzgl. der Geschäftsentwicklung.

Erwartete Geschäftsentwicklung

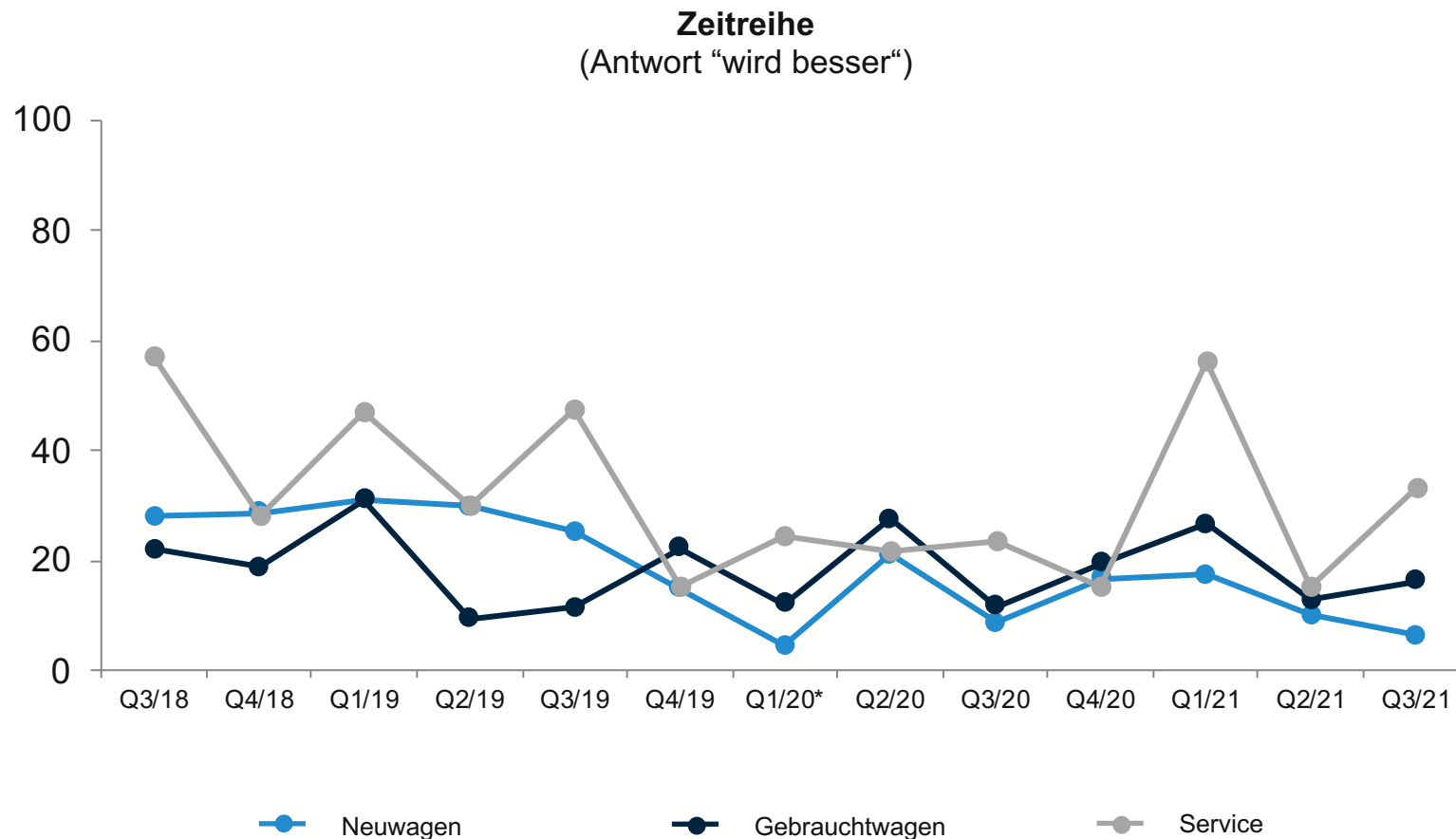
Wie wird sich das Geschäft aus Ihrer Sicht im Bereich GW, NW und Service in den nächsten 3 Monaten entwickeln?



Bei GW und Service steigt der Optimismus, bei NW ist er eher rückläufig.

Erwartete Geschäftsentwicklung - Zeitreihe

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



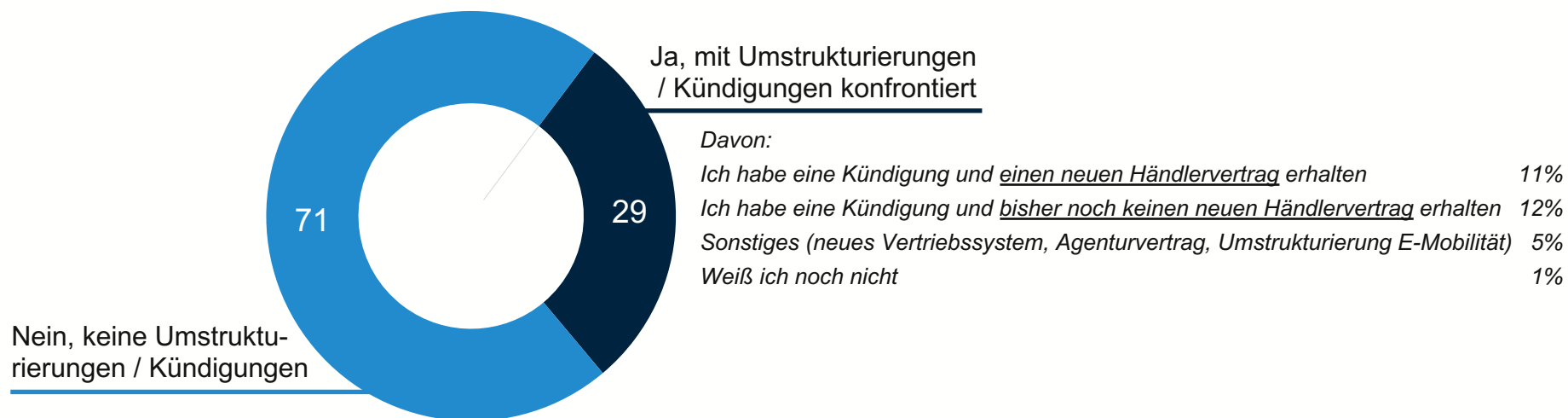


**Variabler Teil Quartal 3/2021:
Umstrukturierungen, Agentursysteme**

Drei von zehn Händlern befinden sich in einem Umstrukturierungs- oder Kündigungsprozess.

Umstrukturierungen / Kündigungen

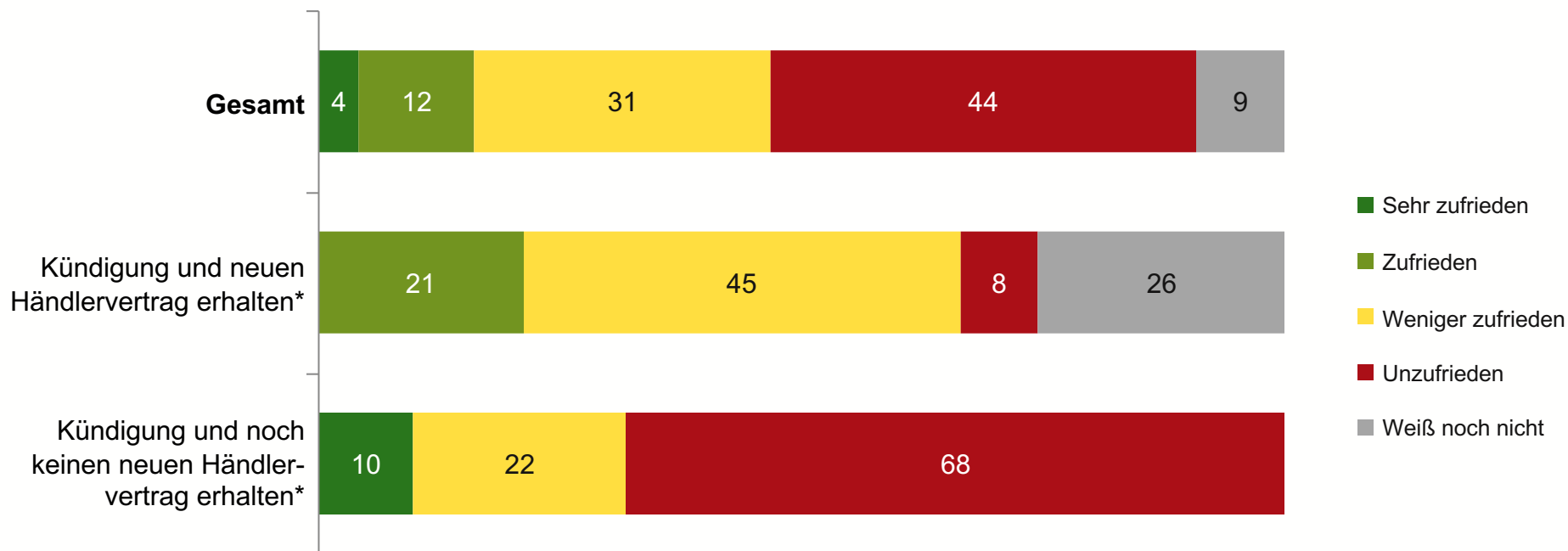
Sind Sie bei Ihrer Marke mit Umstrukturierungen oder Kündigungen konfrontiert?



Überwiegend Unzufriedenheit mit den Veränderungen.

Zufriedenheit mit den Veränderungen

Wie zufrieden sind Sie mit diesen Veränderungen?



Die Reaktionen der betroffenen Händler reichen von Ratlosigkeit bis hin zur Umstellung des Geschäftsmodells.

Reaktion auf die Veränderungen

Wie werden Sie auf diese Veränderungen reagieren, was bedeutet das für Ihr Unternehmen?

Konsequenzen noch offen / Ratlosigkeit

„Wir werden es auf uns zukommen lassen müssen.“

„Keinen definitiven Folgevertrag, im Augenblick kann ich noch nichts planen.“

„Es wird noch abgewartet und dann muss ich was machen.“

„Wir müssen uns wohl neu ausrichten.“

Keine Konsequenzen / Veränderungen werden akzeptiert

„Wir können in diesen Veränderungen nicht reagieren und müssen es hinnehmen.“

Keine wesentliche Veränderung

„Mich betrifft es nicht.“

„Ich habe keinen wirtschaftlichen Verlust.“

„Es wird sich nicht viel ändern.“

Veränderung zum Negativen

„Es wird schwieriger.“

„Schlimmstenfalls Konkurs.“

Umstellung Geschäftsmodell: Markenwechsel

„Wir warten auf ein Angebot. Je nachdem, wie die Entscheidung fällt, müssen wir uns eventuell nach einer Alternativ-Marke umsehen.“

„Wir suchen eine andere Marke.“

Umstellung Geschäftsmodell: Mehr GW

„Wir müssen Kooperationen mit neuen Partnern knüpfen. Neuer Schwerpunkt: GW und EU-Fahrzeuge.“

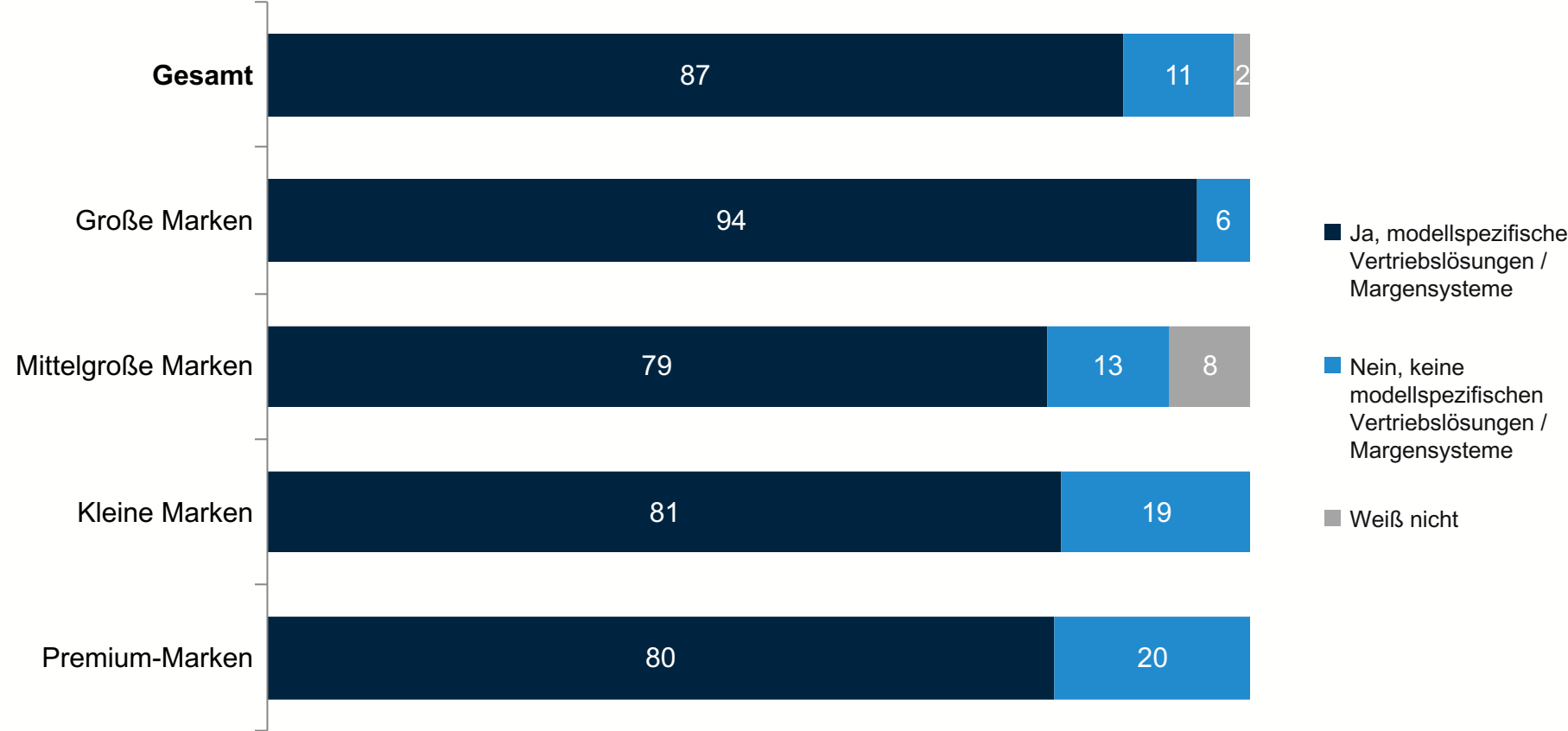
„Wir werden uns mehr auf das Gebrauchtwagen-geschäft und das Importieren fokussieren.“

„Wir werden mehr Gebrauchtfahrzeuge verkaufen.“

Mehrheitlich eigene Vertriebslösungen bzw. Margensysteme für bestimmte Modelle.

Modellspezifische Vertriebslösungen / Margensysteme

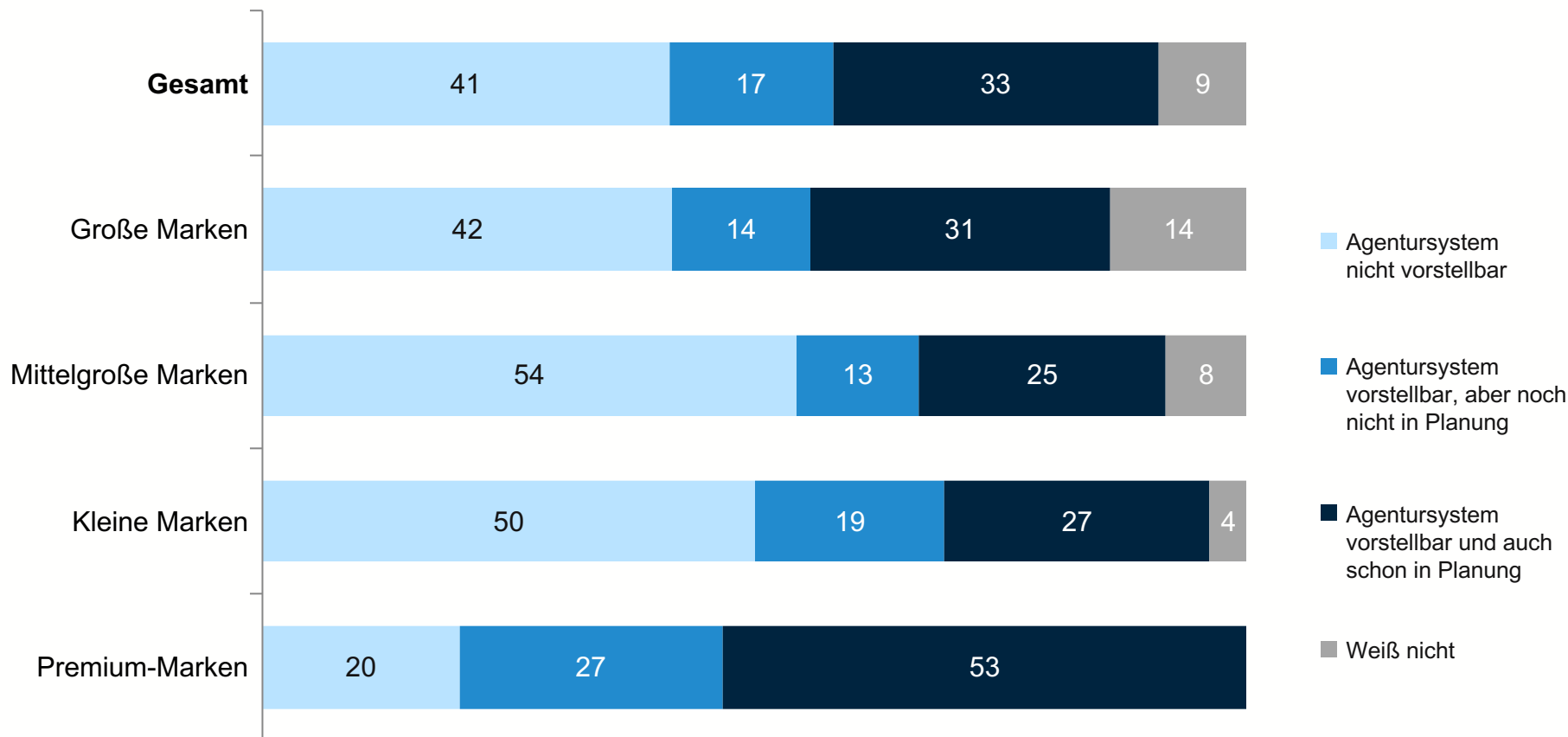
Gibt es bei Ihrer Marke unterschiedliche Vertriebslösungen bzw. Margensysteme für bestimmte Modelle (beispielsweise E-Fahrzeuge)?



Bei einem Drittel ist ein Agentursystem bereits in Planung.

Vorstellbarkeit und Planung Agentursysteme

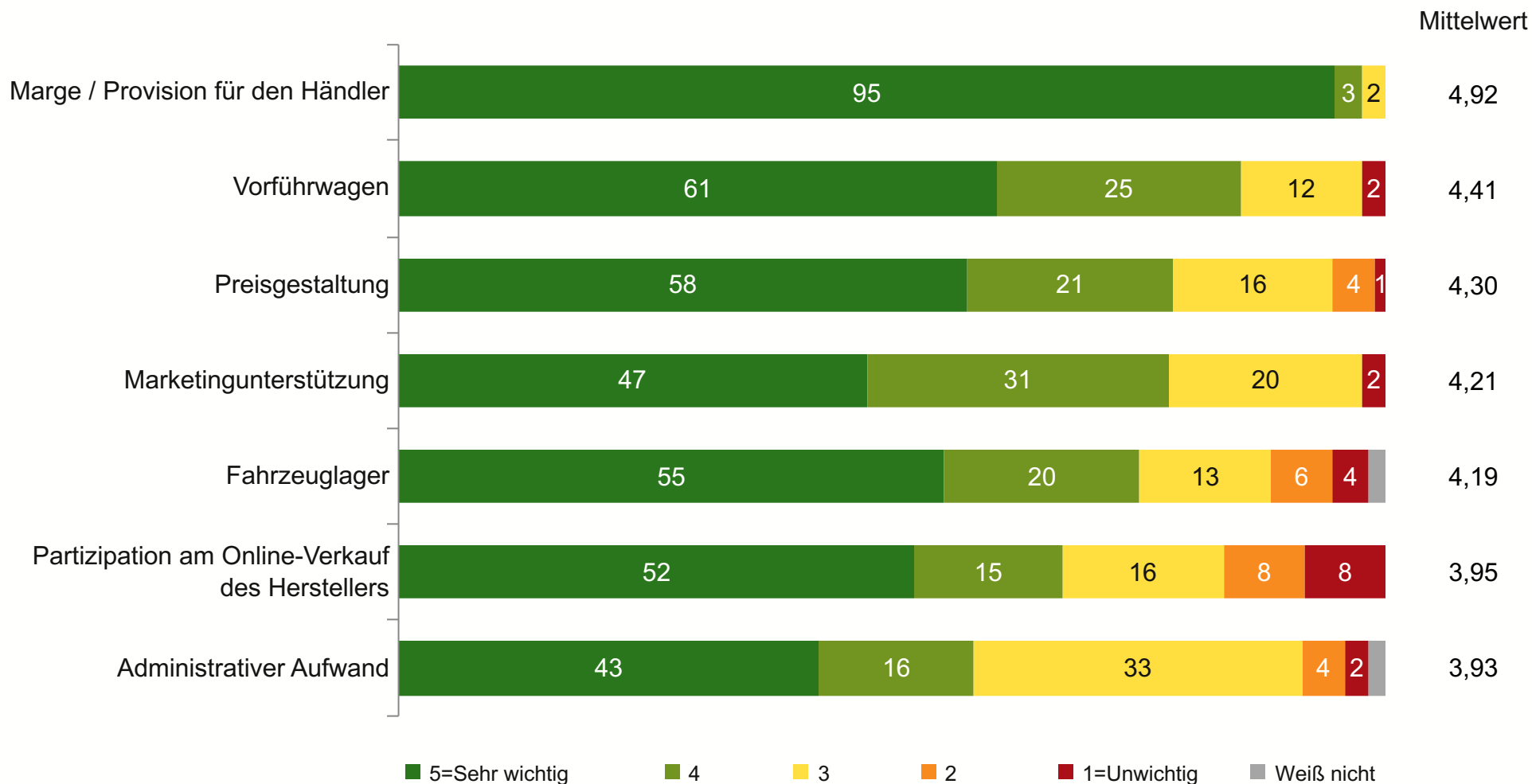
Verschiedene Hersteller beschäftigen sich derzeit mit der Einführung von Agentursystemen. Die Händler agieren darin nur noch als „Vermittler“ zwischen Hersteller und Kunden und erhalten eine Provision. Können Sie sich für Ihren Betrieb bzw. für Ihre Marke ein Agentursystem vorstellen bzw. ist dieses schon in Planung?



Ihre Provision sehen die Händler als wichtigsten Faktor für ein funktionierendes Agentursystem in ihrem Unternehmen an.

Wichtigkeit einzelner Faktoren für ein funktionierendes Agentursystem im eigenen Unternehmen

Wie wichtig sind die folgenden Faktoren für ein funktionierendes Agentursystem in Ihrem Unternehmen?



Dr. Konrad Weißner | General Manager

wessner@puls-marktforschung.de
0911 9535-400



Angelika Rothermund | Senior Consultant

rothermund@puls-marktforschung.de
0911 9535-410

