
HÄNDLER-TREND

BAROMETER ÖSTERREICH



Santander
CONSUMER BANK

AUTO
& WIRTSCHAFT

Händler-Trend-Barometer Österreich

Ergebnisse Welle 16: Quartal 2 / 2022

Santander Consumer Bank Österreich

A & W Verlag GmbH

puls Marktforschung GmbH

Dr. Konrad Weißner

Angelika Rothermund

1. August 2022

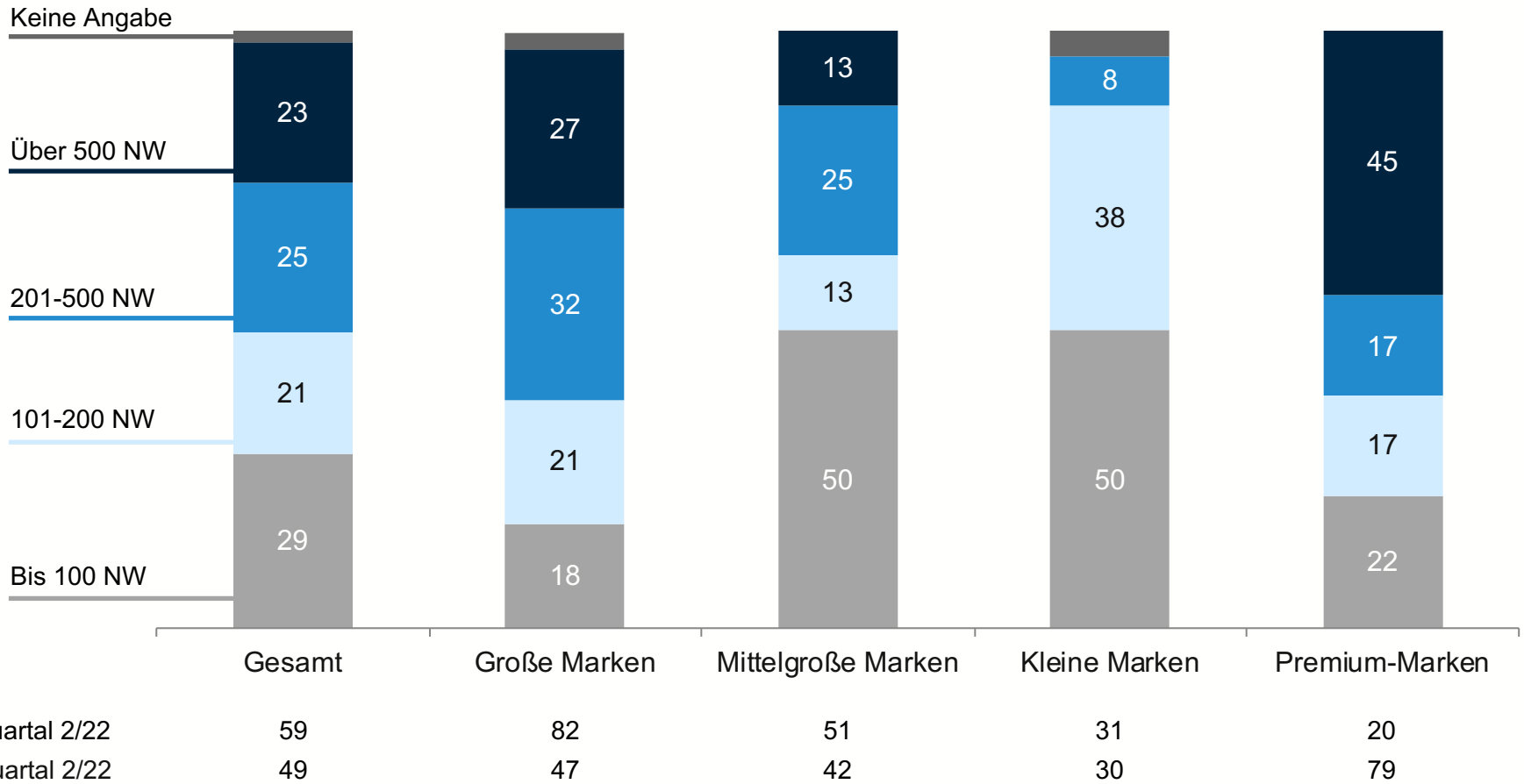
	Stichprobe (Nettofallzahl)	100 markengebundene Kfz-Betriebe in Österreich verteilt auf 26 Marken gewichtet nach dem Marktanteil der jeweiligen Gruppe
	Erhebungsmethode	Computergestützte telefonische Interviews (CATI)
	Erhebungswelle	Quartal 2/2022, Erhebungszeit Juli 2022
	Befragungsdauer	ca. 8 Minuten
	Konzeption und Analyse	<i>puls</i> Marktforschung GmbH, Schwaig b. Nürnberg

Marken und Fallzahlen Gesamtstichprobe Welle 16

Segment	Marke	Fallzahl	
Große Marken ab 5% Marktanteil	 Ford	7	} Gesamt: n=34 → gewichtet auf 49 entsprechend 49 % Marktanteil
	 Hyundai	7	
	 Renault	6	
	 Seat	5	
	 Škoda	5	
	 VW	4	
Mittelgroße Marken 2,5% bis unter 5% Marktanteil	 Dacia	1	} Gesamt: n=24 → gewichtet auf 20 entsprechend 20 % Marktanteil
	 Fiat	6	
	 Kia	4	
	 Mazda	3	
	 Opel	3	
	 Peugeot	7	
Kleine Marken 0,5 bis unter 2,5% Marktanteil	 Citroën	5	} Gesamt: n=24 → gewichtet auf 13 entsprechend 13 % Marktanteil
	 Honda	4	
	 Mitsubishi	2	
	 MG	2	
	 Nissan	3	
	 Subaru	1	
	 Suzuki	2	
	 Toyota	5	
Premium-Marken Fabrikate mit qualitäts- und preisorientiertem Premiumanspruch	 Alfa Romeo	3	} Gesamt: n=18 → gewichtet auf 18 entsprechend 18 % Marktanteil
	 Audi	4	
	 BMW	6	
	 Jaguar / Land Rover	1	
	 Mercedes-Benz	2	
	 Volvo	2	
Summe		100	

Stichprobe: Verkaufseinheiten

Ø Verkaufte Neuwagen pro Jahr



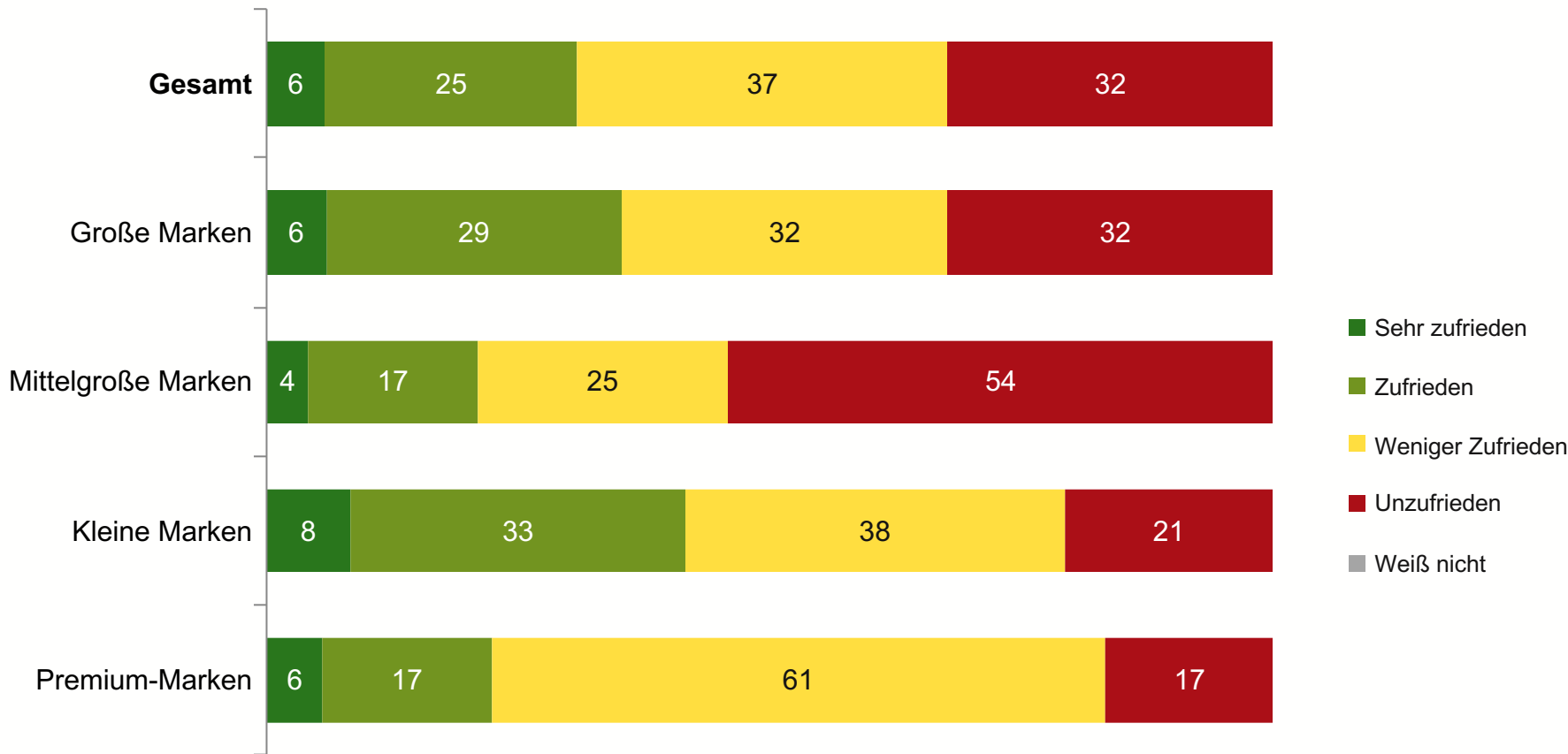


Fixer Teil Erhebungswelle 16, Quartal 2/2022

Mehr als zwei Drittel sind mit den NW-Verkaufsabschlüssen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (sehr) unzufrieden.

Zufriedenheit Neuwagen-Verkaufsabschlüsse

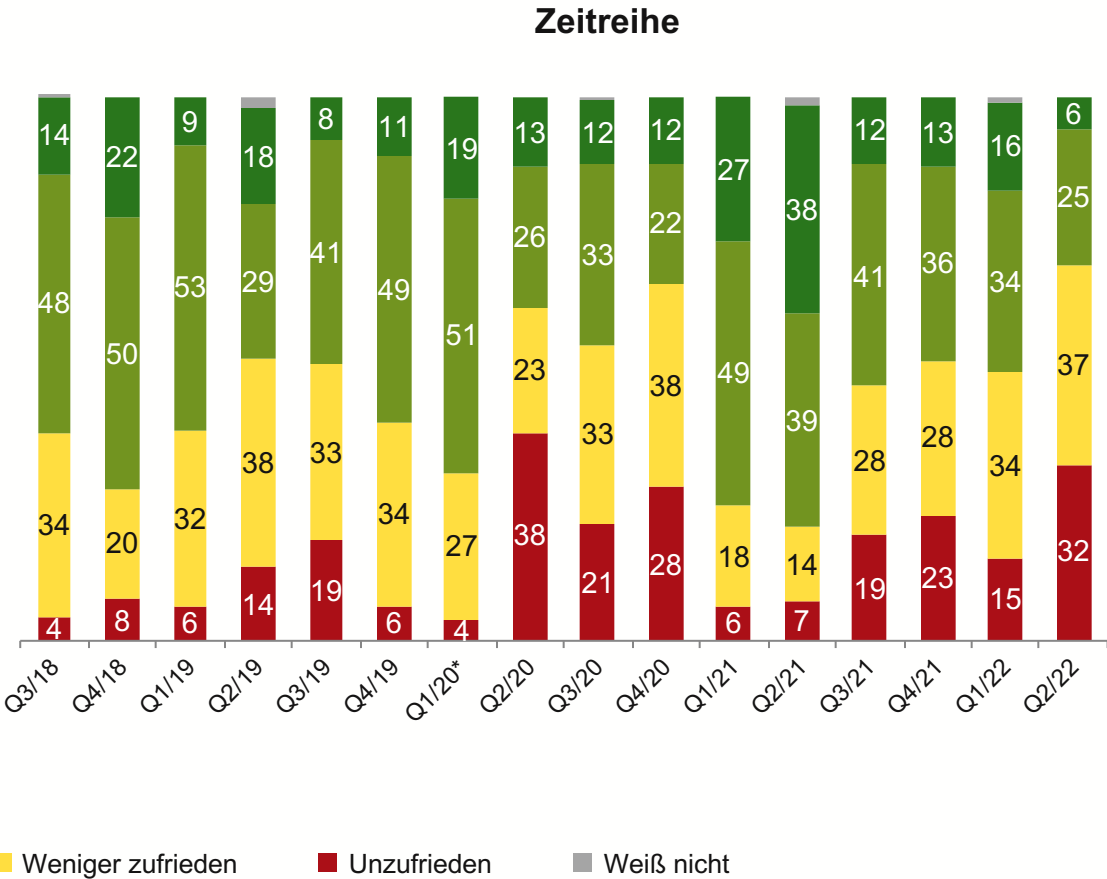
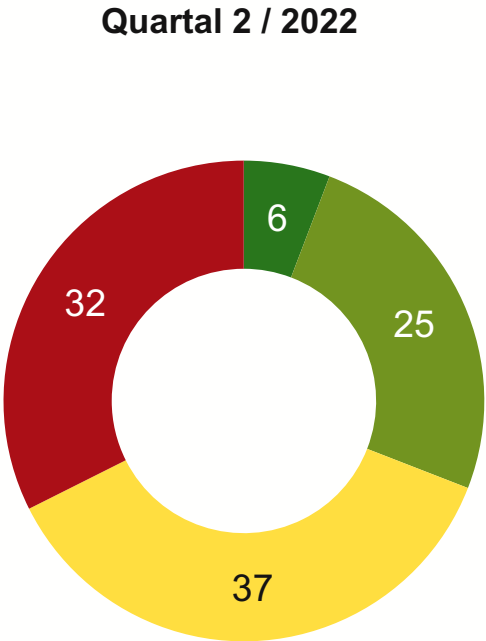
Wie zufrieden sind Sie mit den Neuwagenverkaufsabschlüssen im 2. Quartal 2022 (April bis Juni) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum?



Deutlicher Rückgang in der Zufriedenheit. Mehr als zwei Drittel der Händler sind weniger zufrieden / unzufrieden.

Zufriedenheit Neuwagen-Verkaufsabschlüsse - Zeitreihe

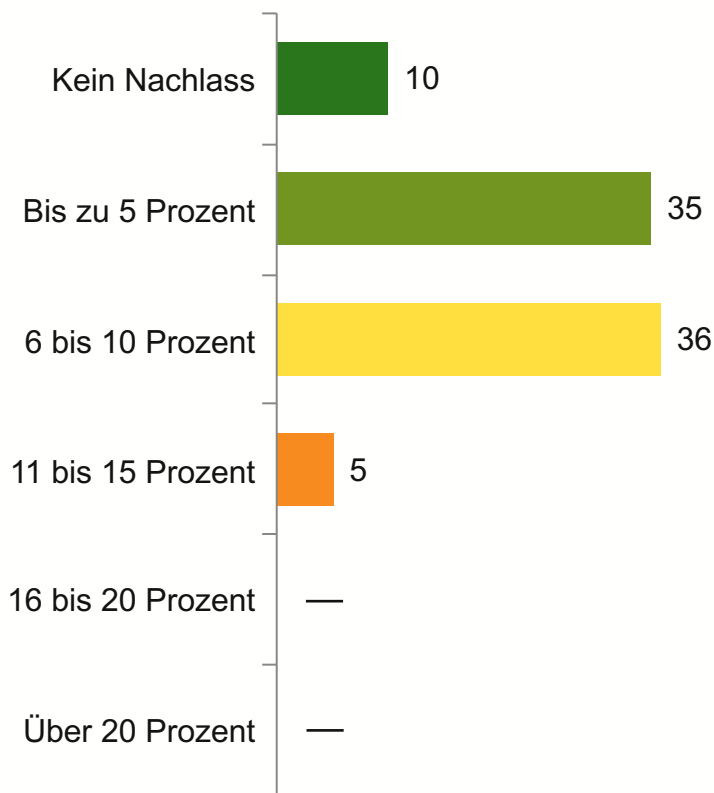
Wie zufrieden sind Sie mit den Neuwagenverkaufsabschlüssen im 2. Quartal 2022 (April bis Juni) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum?



Durchschnittlich 5,6 Prozent Rabatt auf Neufahrzeuge.

Rabatte Neufahrzeuge

Wie viel reinen Nachlass (Kulanz ohne zusätzliche Stützungsmaßnahmen) haben Sie im Neufahrzeugsbereich im 2. Quartal 2022 (April bis Juni) durchschnittlich auf den Listenpreis eines Fahrzeuges beim Verkauf gegeben?



Ø Rabatt: 5,6%

(Vergleichswert Quartal 1/2022: 6,5%)

Nach Gruppen:

Große Marken: 5,9%

Mittelgroße Marken: 5,1%

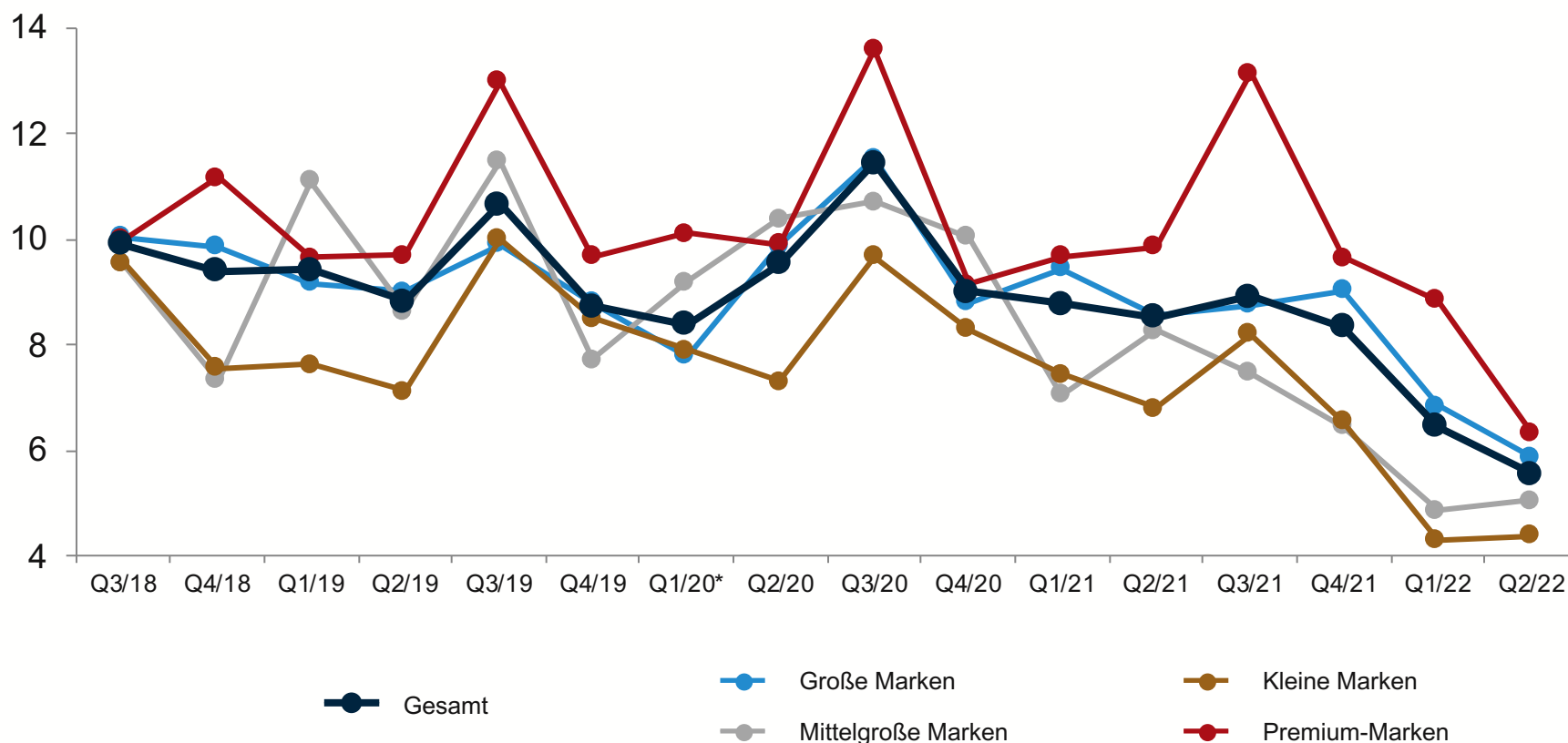
Kleine Marken: 4,4%

Premium-Marken: 6,3%

Anhaltender Rückgang der Rabatte. Minderung vor allem im Premium Bereich.

Rabatte Neufahrzeuge

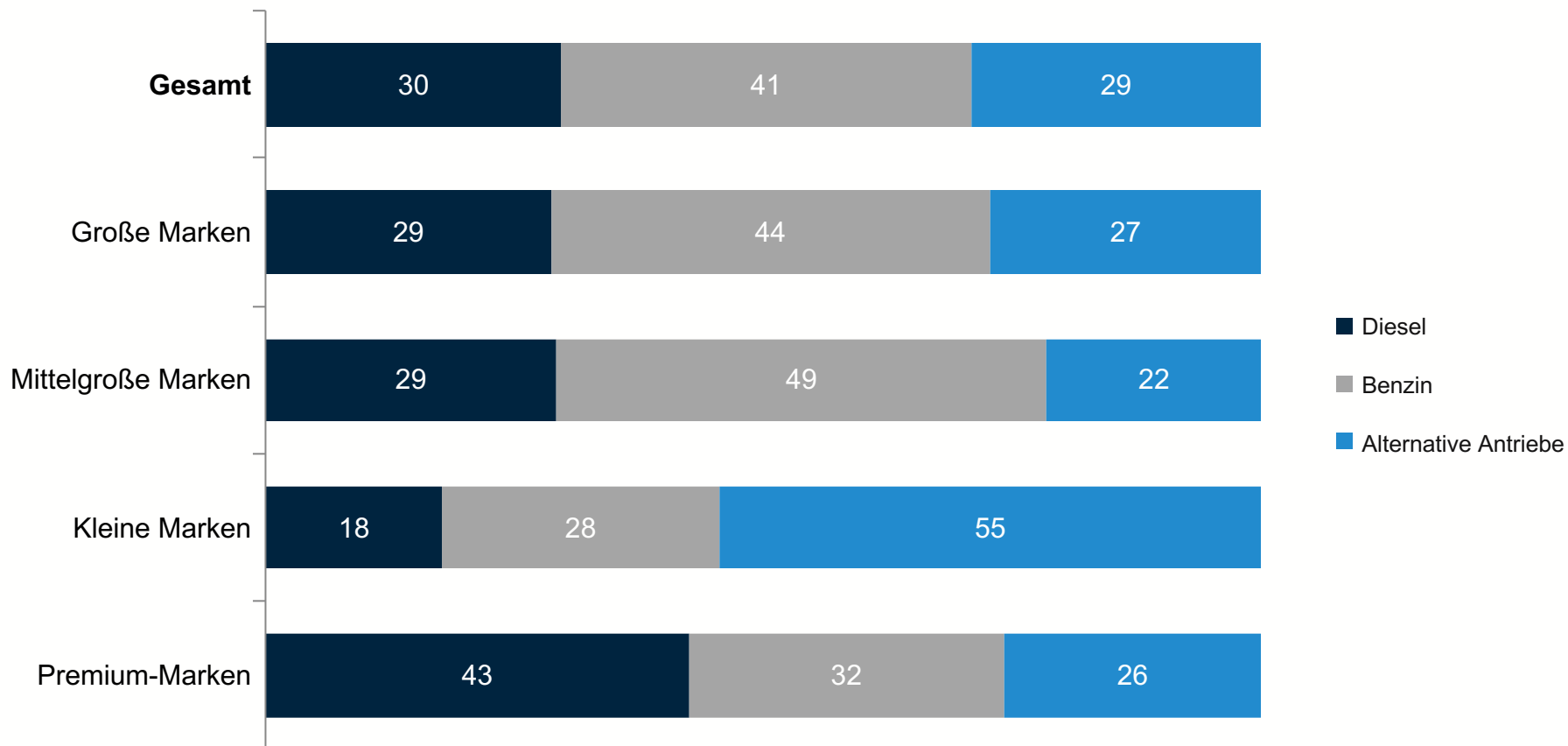
Wie viel reinen Nachlass (Kulanz ohne zusätzliche Stützungsmaßnahmen) haben Sie im Neufahrzeugbereich im 2. Quartal 2022 (April bis Juni) durchschnittlich auf den Listenpreis eines Fahrzeuges beim Verkauf gegeben?



Kleine Marken verkauften deutlich mehr alternative Antriebs.

Verkaufte Neuwagen-Einheiten nach Antriebsart

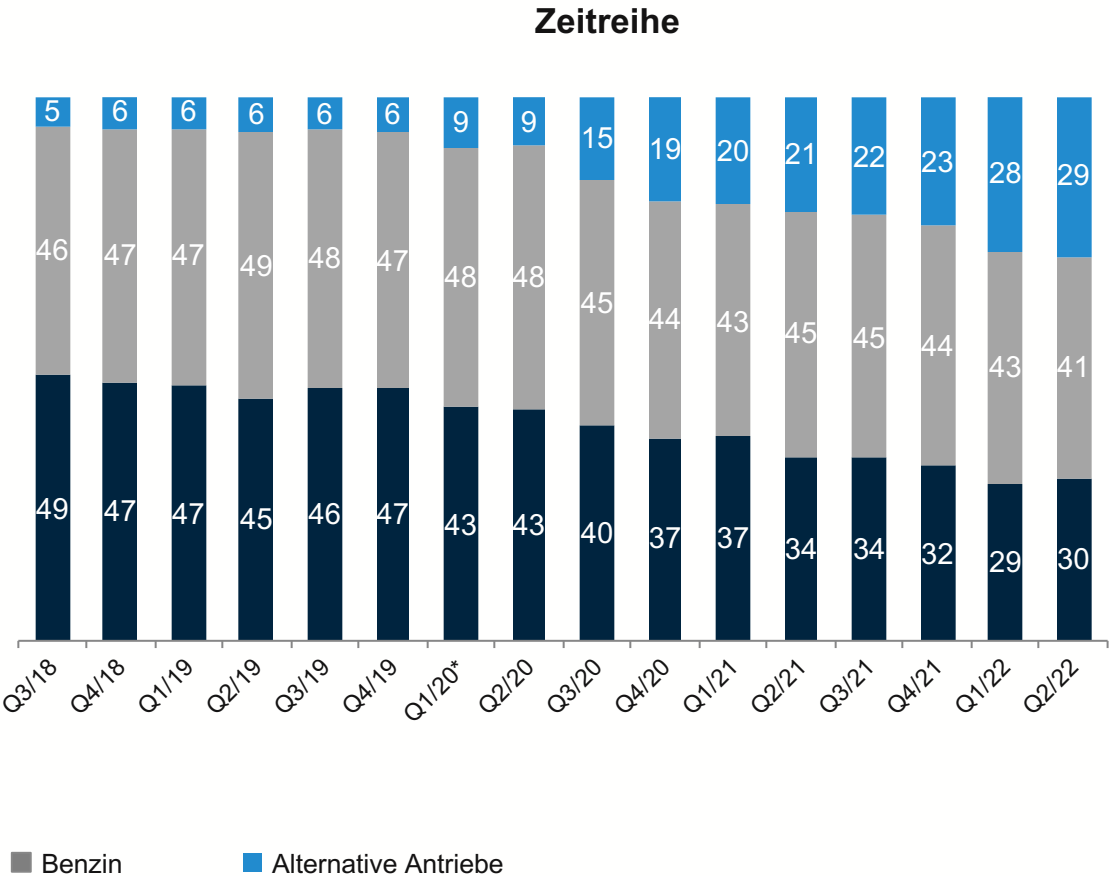
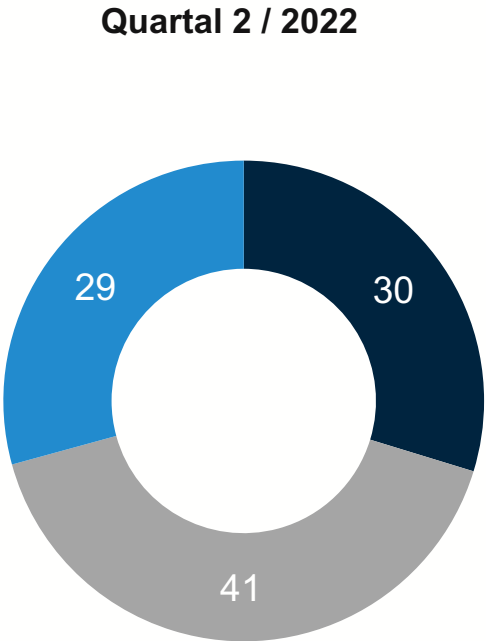
Wie haben sich die verkauften Neuwagen im abgelaufenen Quartal (April bis Juni 2022) auf die unterschiedlichen Antriebsformen, also Diesel, Benzin oder alternative Antriebsformen aufgeteilt?



Weiterhin Anstieg des Anteils alternativer Antriebe.

Verkaufte Neuwagen-Einheiten nach Antriebsart - Zeitreihe

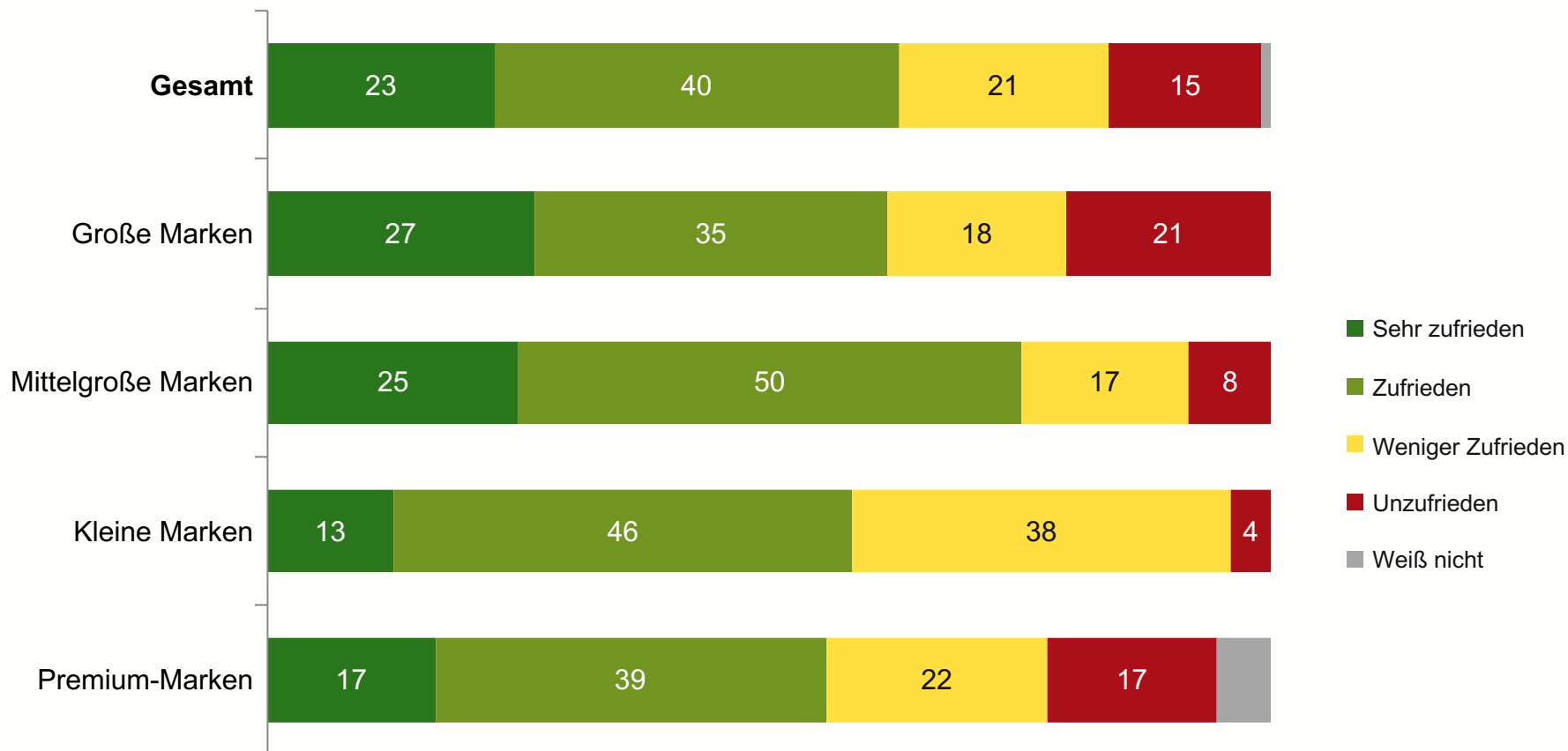
Wie haben sich die verkauften Neuwagen im abgelaufenen Quartal (April bis Juni 2022) auf die unterschiedlichen Antriebsformen, also Diesel, Benzin oder alternative Antriebsformen aufgeteilt?



Knapp zwei Drittel der Händler sind mit dem GW-Verkauf (sehr) zufrieden.

Zufriedenheit Gebrauchtwagen-Verkaufsabschlüsse

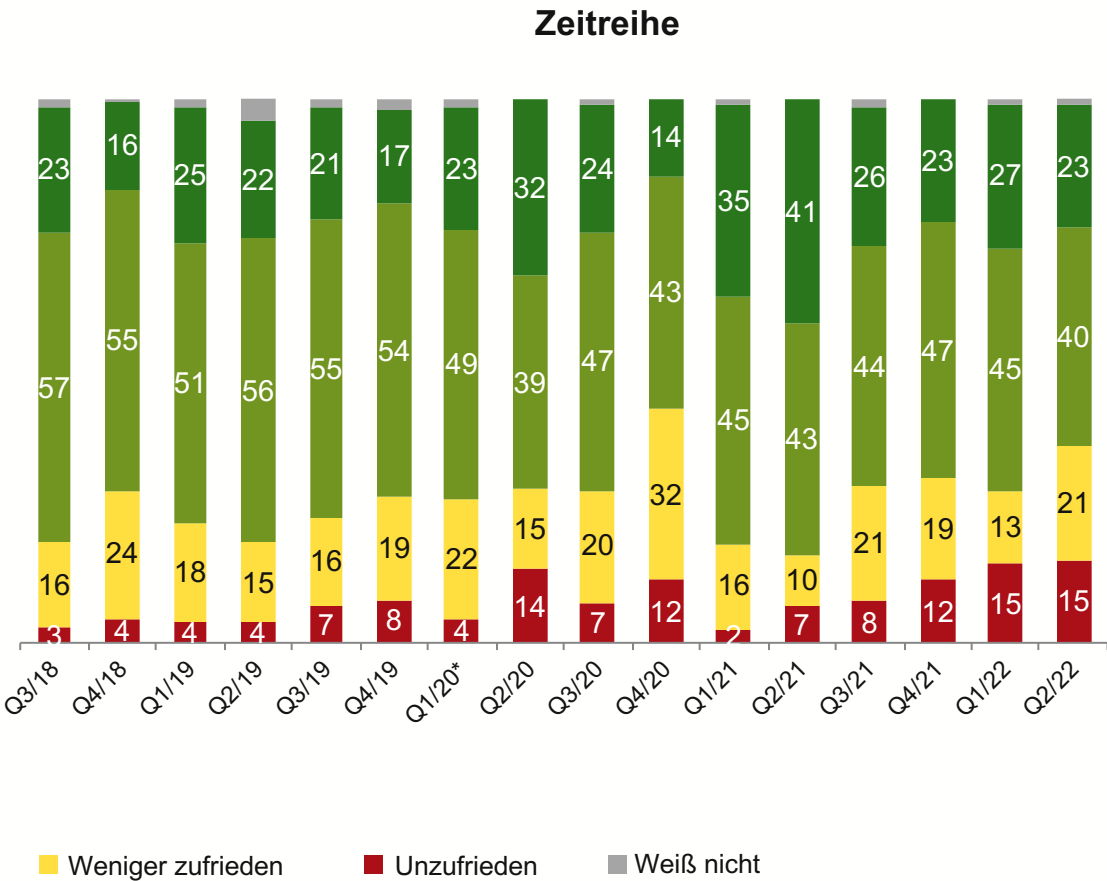
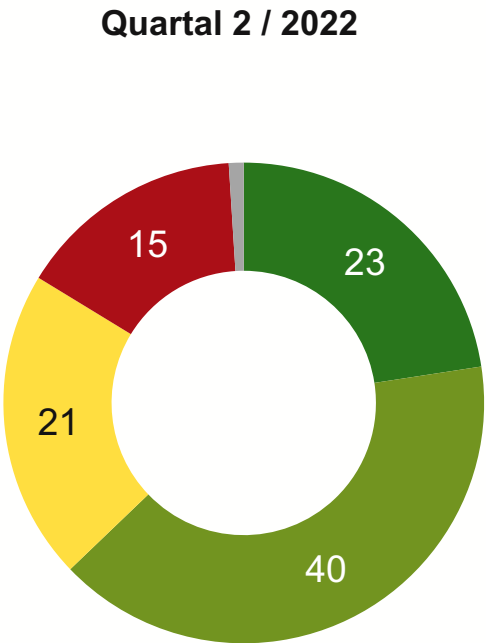
Wie zufrieden sind Sie mit den Gebrauchtwagenverkaufsabschlüssen im 2. Quartal 2022 (April bis Juni) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum?



Polarisierung der Händler beim GW-Verkauf: Anteil Unzufriedener bleibt, Anteil weniger Zufriedener steigt.

Zufriedenheit Gebrauchtwagen-Verkaufsabschlüsse

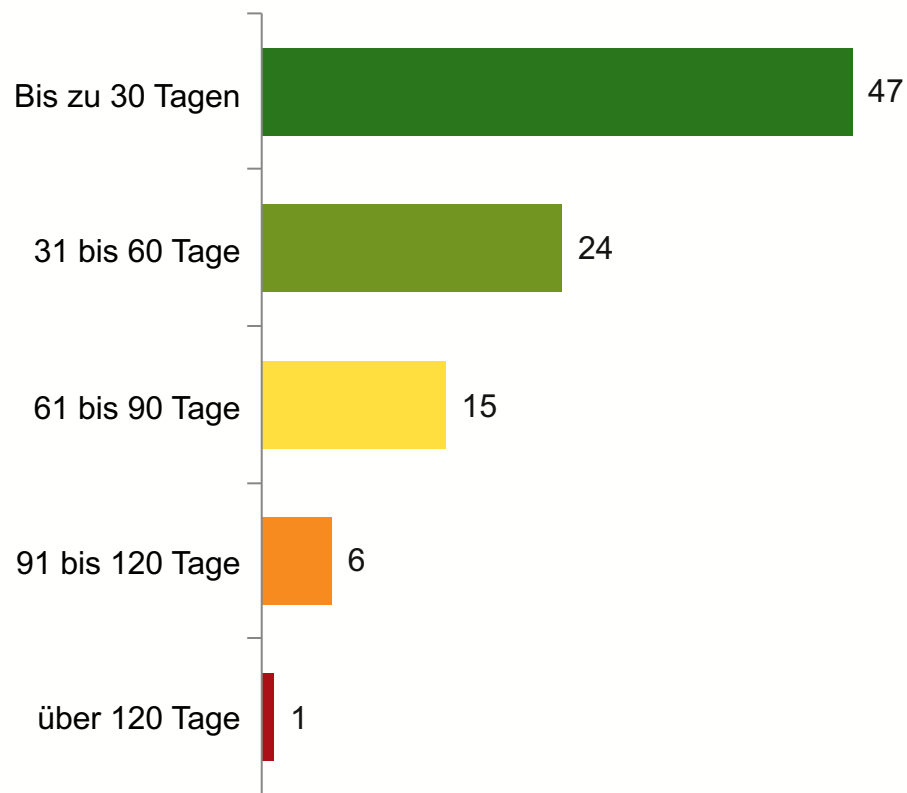
Wie zufrieden sind Sie mit den Gebrauchtwagenverkaufsabschlüssen im 2. Quartal 2022 (April bis Juni) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum?



46 Tage durchschnittliche GW-Standzeit.

GW-Standzeit

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



Ø Standzeit: 46 Tage

(Vergleichswert Quartal 1/2022: 41 Tage)

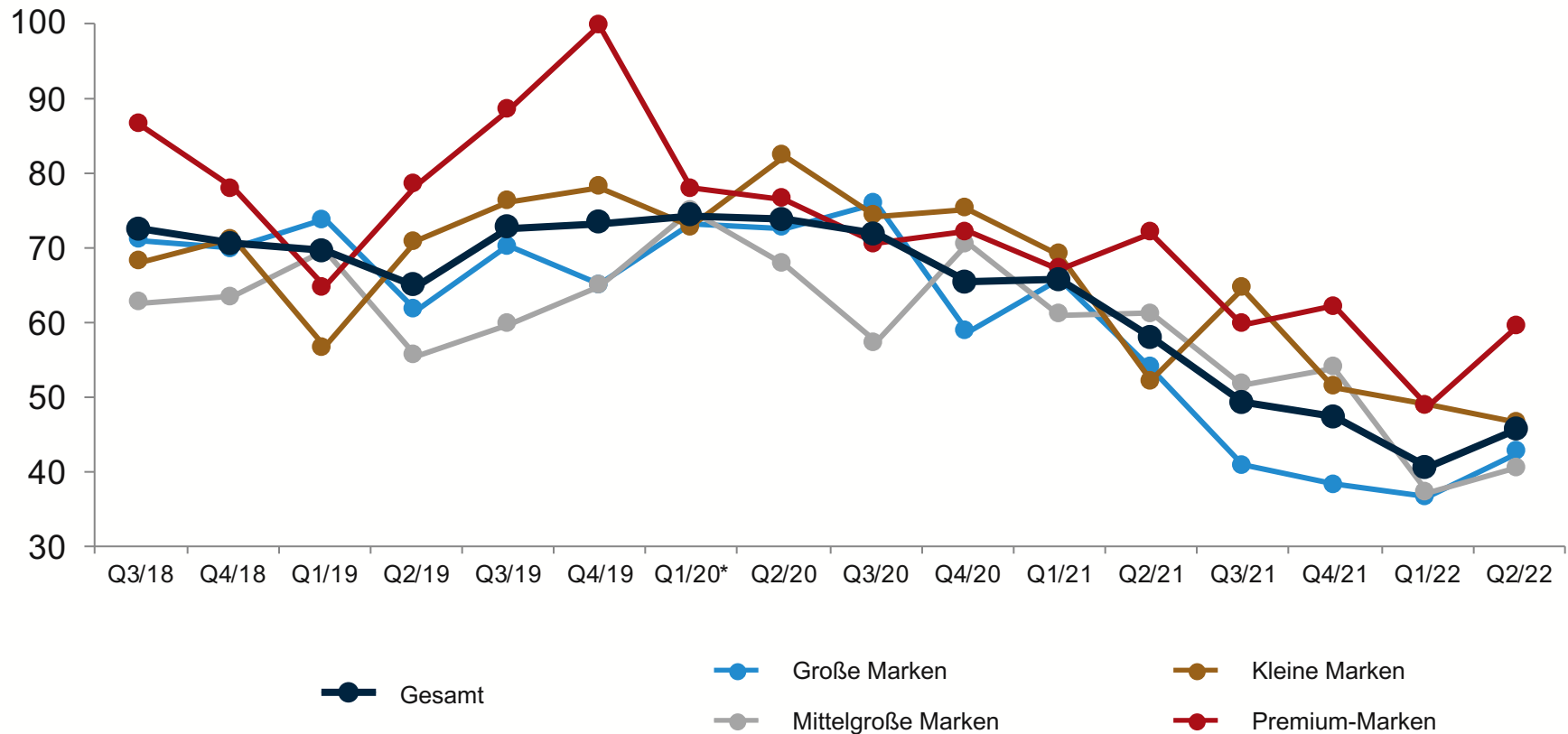
Nach Gruppen:

Große Marken	43 Tage
Mittelgroße Marken	41 Tage
Kleine Marken	47 Tage
Premium-Marken	60 Tage

Die durchschnittliche GW-Standzeit bleibt auf niedrigem Niveau.

GW-Standzeit - Zeitreihe

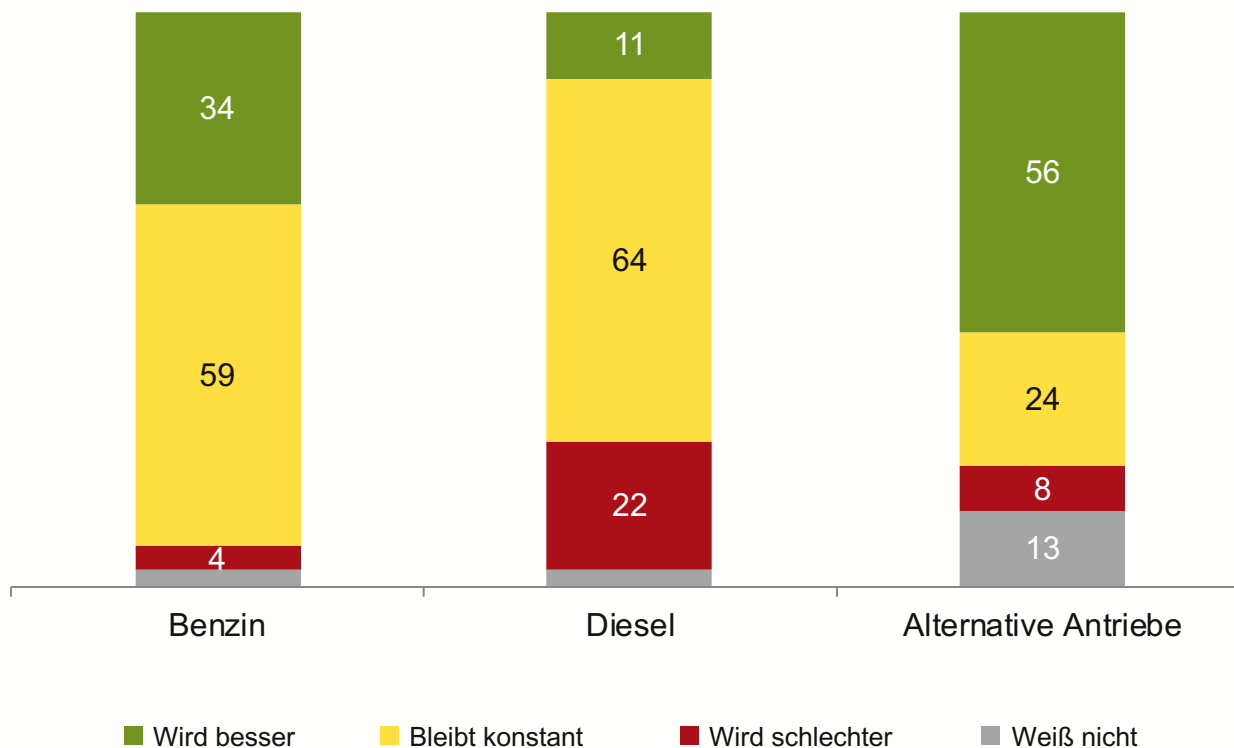
Wie viele Tage beträgt Ihre GW-Standzeit vom Bestand?



Mehr als die Hälfte erwartet eine steigende Nachfrage bei alternativen Antrieben.

Erwartete Nachfrage GW nach Antriebsart

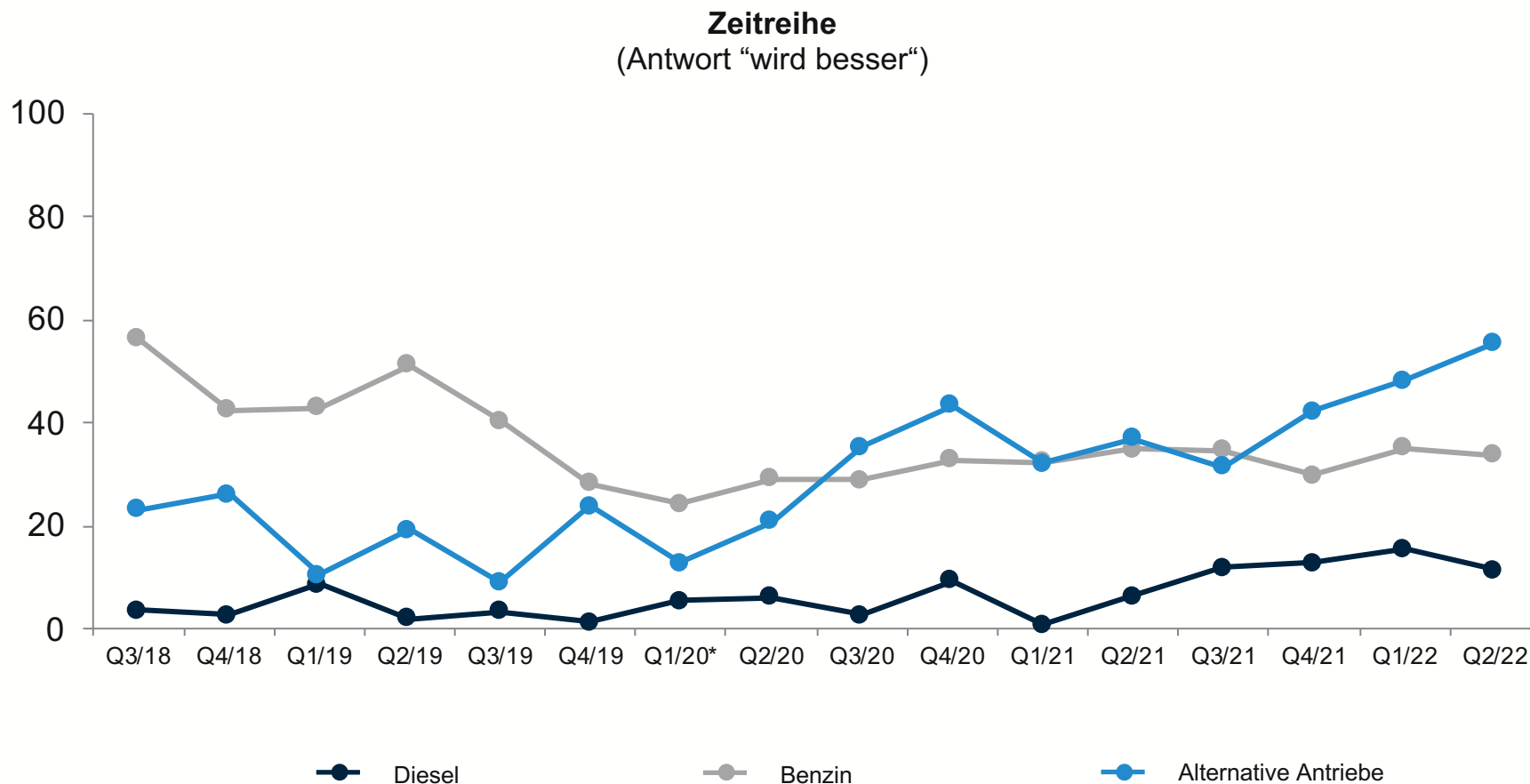
Wie entwickelt sich die Nachfrage Ihrer Gebrauchtwagen je Antriebsart?



Bei alternativen Antrieben wächst der Anteil derjenigen, die eine steigende Nachfrage erwarten, bei Diesel und Benzin sinkt er.

Erwartete Nachfrage GW nach Antriebsart - Zeitreihe

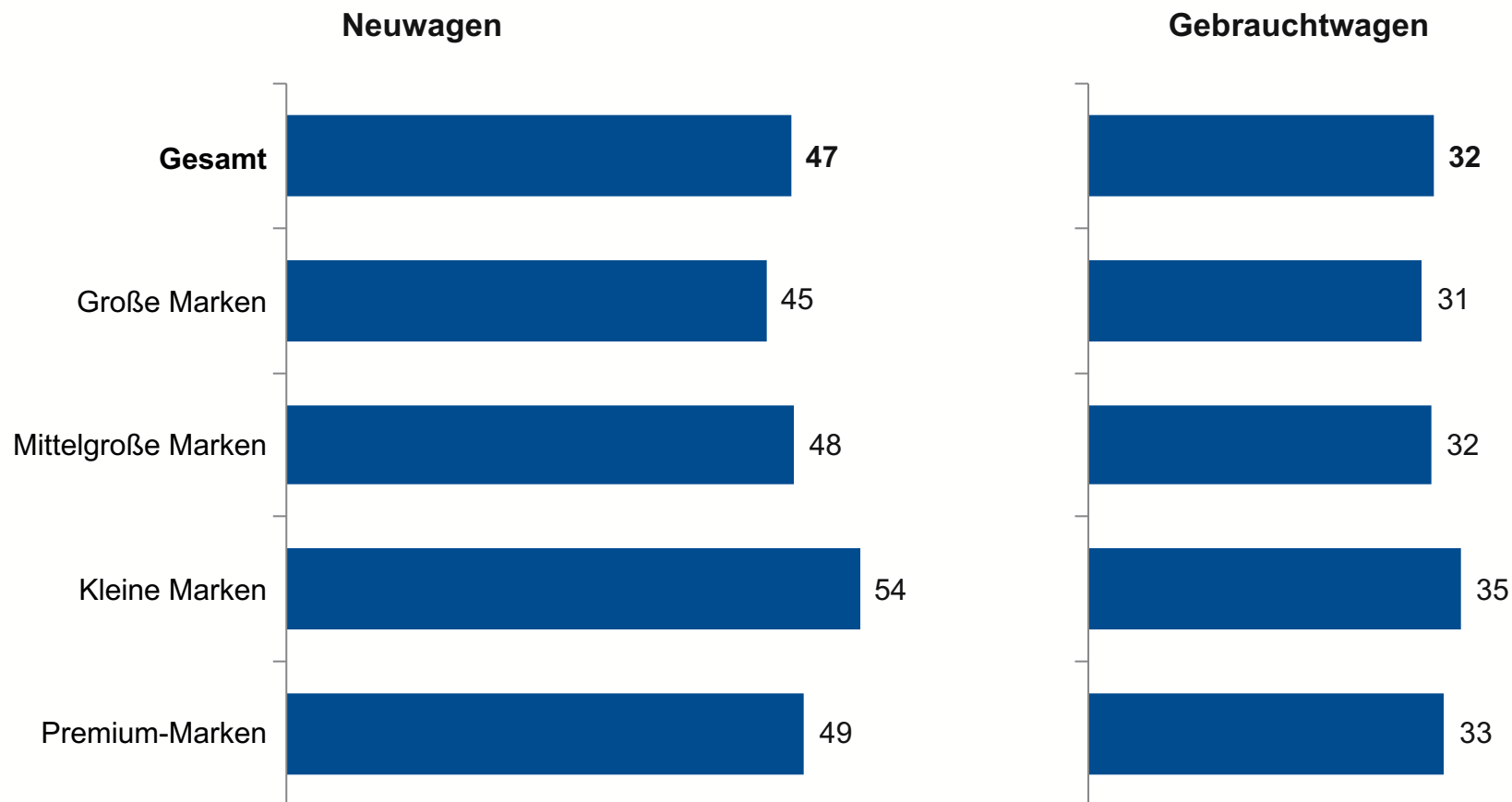
Wie entwickelt sich die Nachfrage Ihrer Gebrauchtwagen je Antriebsart?



Knapp die Hälfte der Neuwagen und knapp ein Drittel der Gebrauchtwagen wurden über das Autohaus finanziert.

Anteil Finanzierung

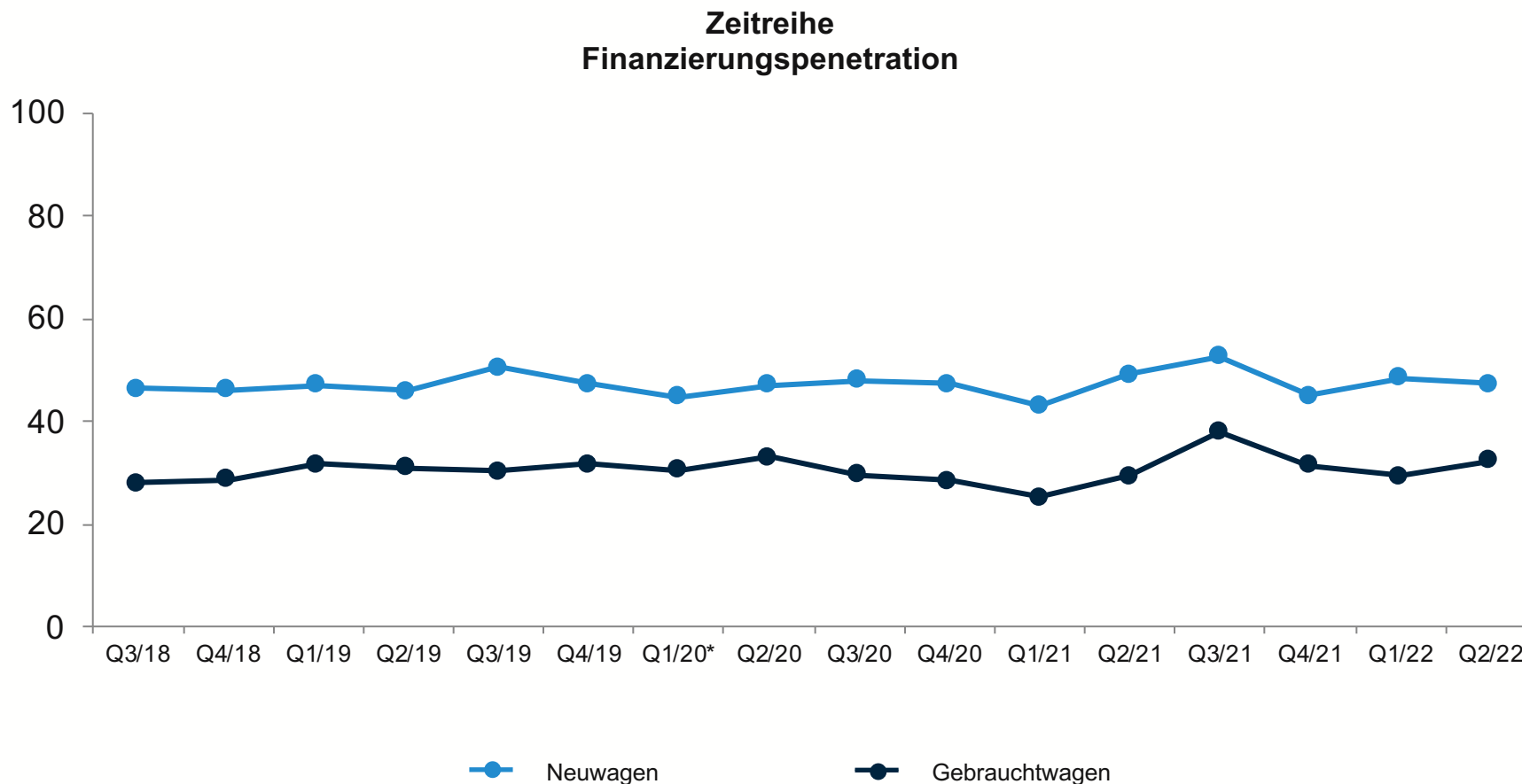
Wie viel Prozent Ihrer Neu- und Gebrauchtwagen wurden über Ihr Autohaus finanziert?



Die Finanzierungspenetration liegt im Vergleich zum vorherigen Quartal bei NW leicht geringer, bei GW leicht höher.

Anteil Finanzierung - Zeitreihe

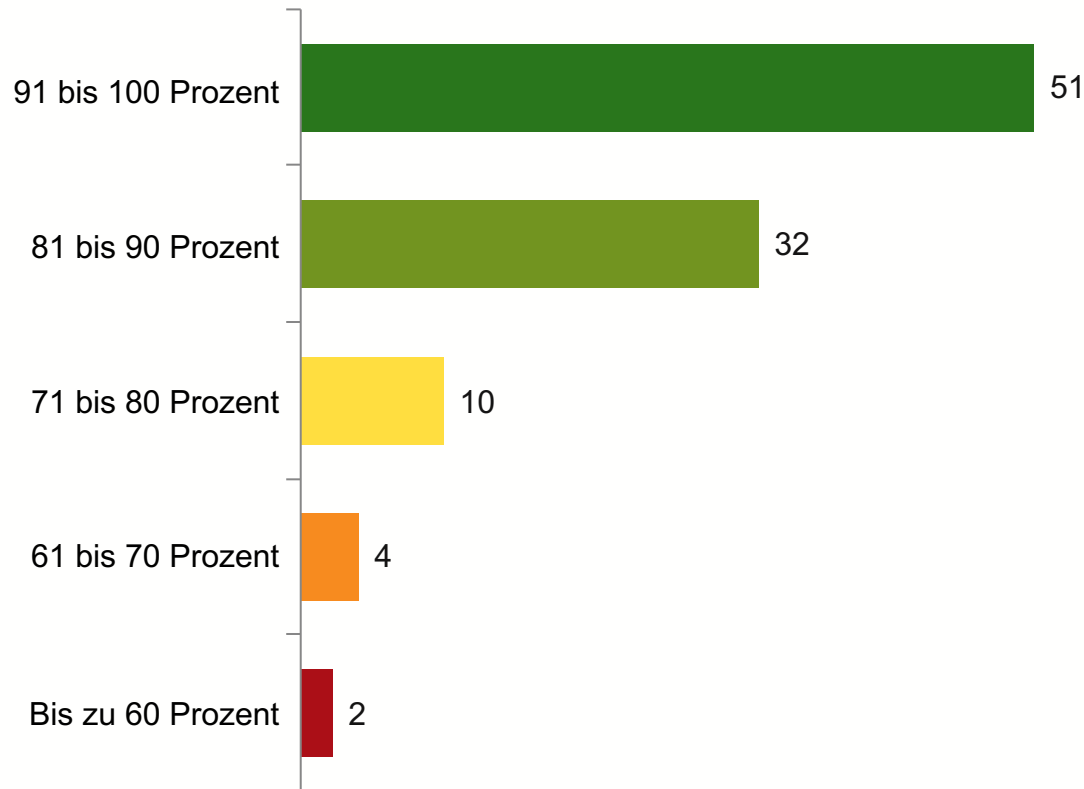
Wie viel Prozent Ihrer Neu- und Gebrauchtwagen wurden über Ihr Autohaus finanziert?



91 Prozent durchschnittliche Werkstattauslastung.

Werkstattauslastung

Zu wie viel Prozent war Ihre Werkstatt im 2. Quartal 2022 (April bis Juni) ausgelastet?



Ø Werkstattauslastung: 91 Prozent

(Vergleichswert Quartal 1/2022: 80 Prozent)

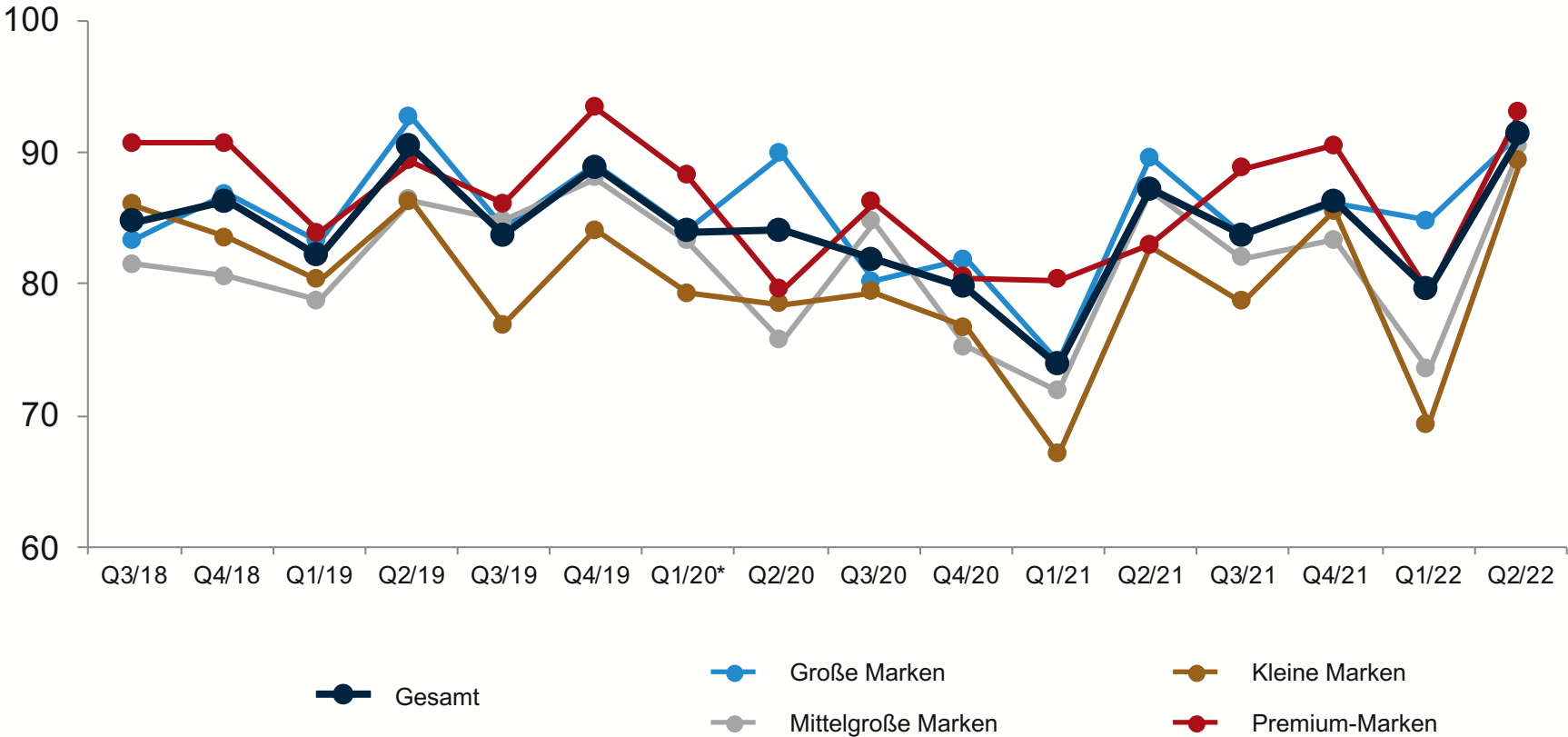
Nach Gruppen:

Große Marken	92 Prozent
Mittelgroße Marken	90 Prozent
Kleine Marken	89 Prozent
Premium-Marken	93 Prozent

Deutlich steigende Werkstattauslastung im Vergleich zum vorherigen Quartal in allen Gruppen.

Werkstattauslastung - Zeitreihe

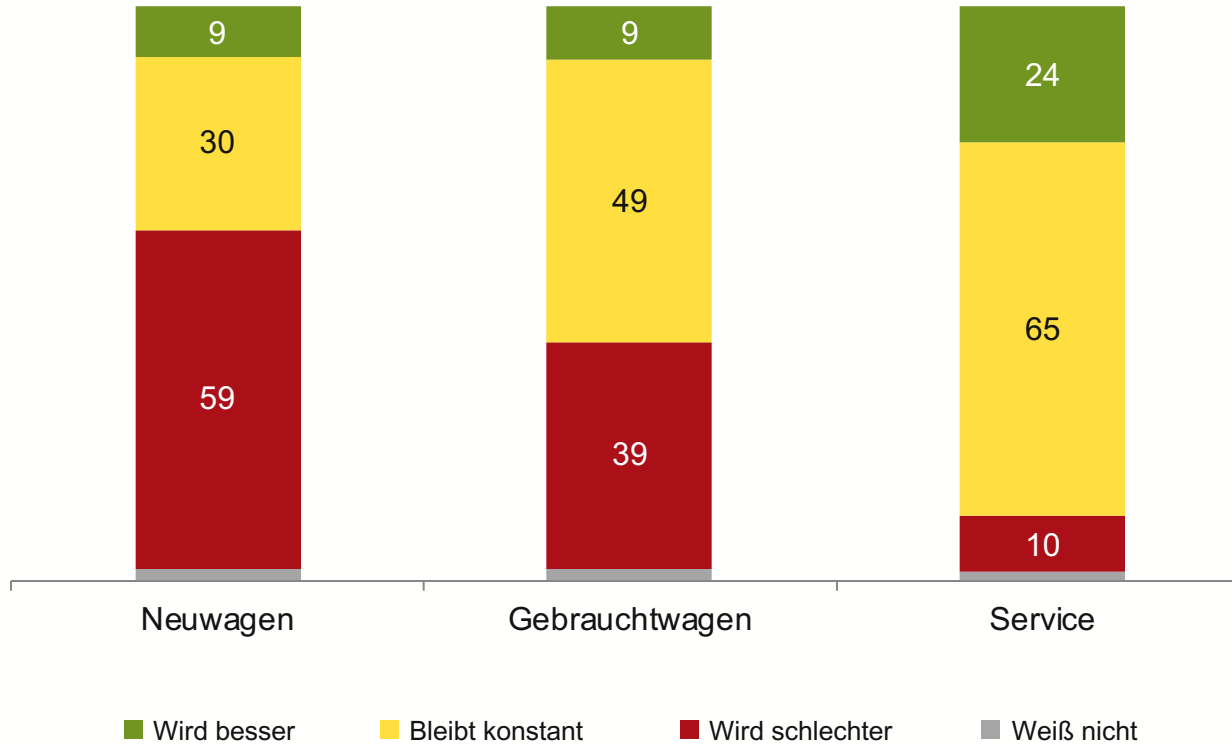
Zu wie viel Prozent war Ihre Werkstatt im 2. Quartal 2022 (April bis Juni) ausgelastet?



Weiterhin eher Pessimismus, v. a. im Neuwagen-, aber auch im Gebrauchtwagenbereich.

Erwartete Geschäftsentwicklung

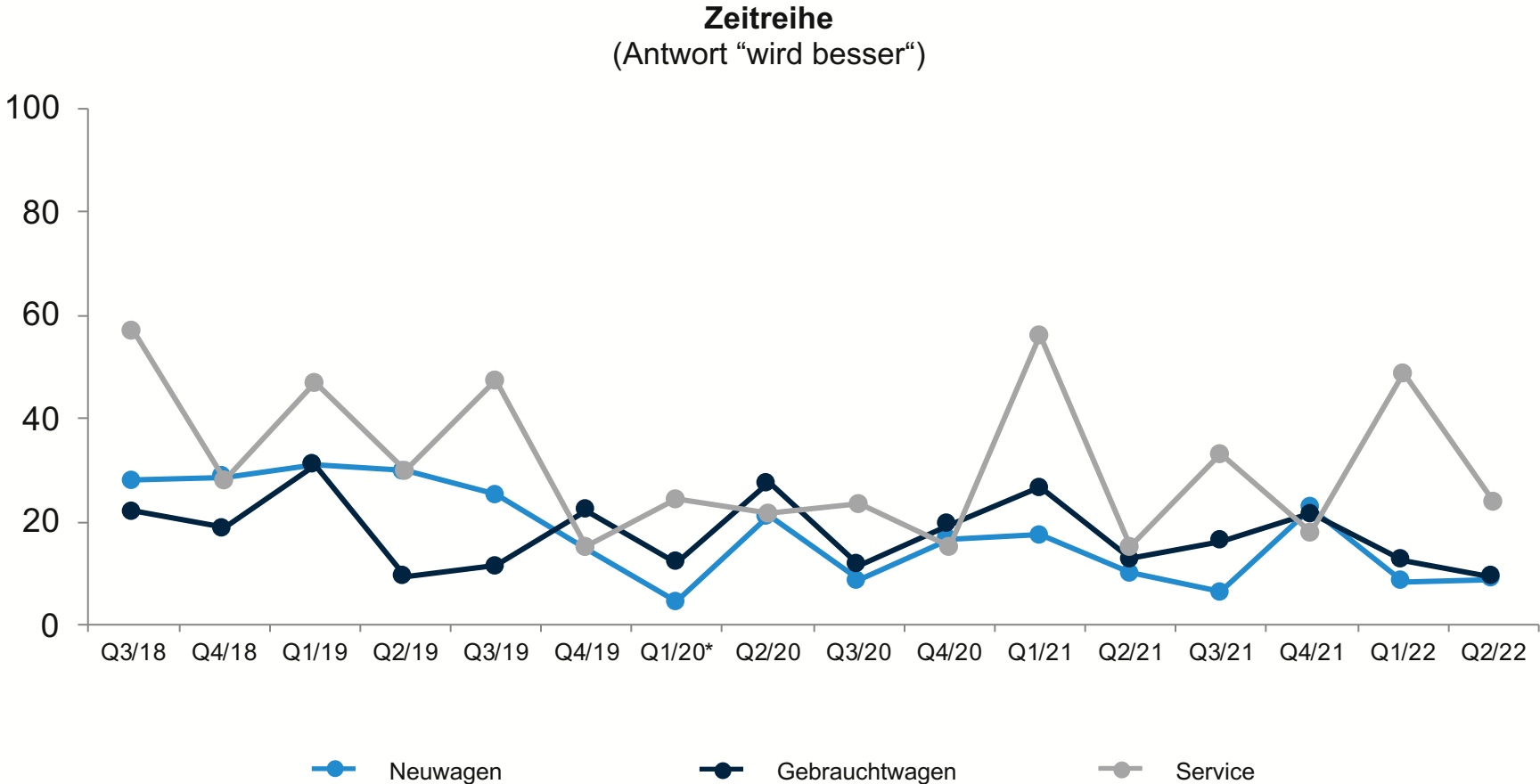
Wie wird sich das Geschäft aus Ihrer Sicht im Bereich GW, NW und Service in den nächsten 3 Monaten entwickeln?



Im Werkstattbereich verringert sich der Optimismus 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?



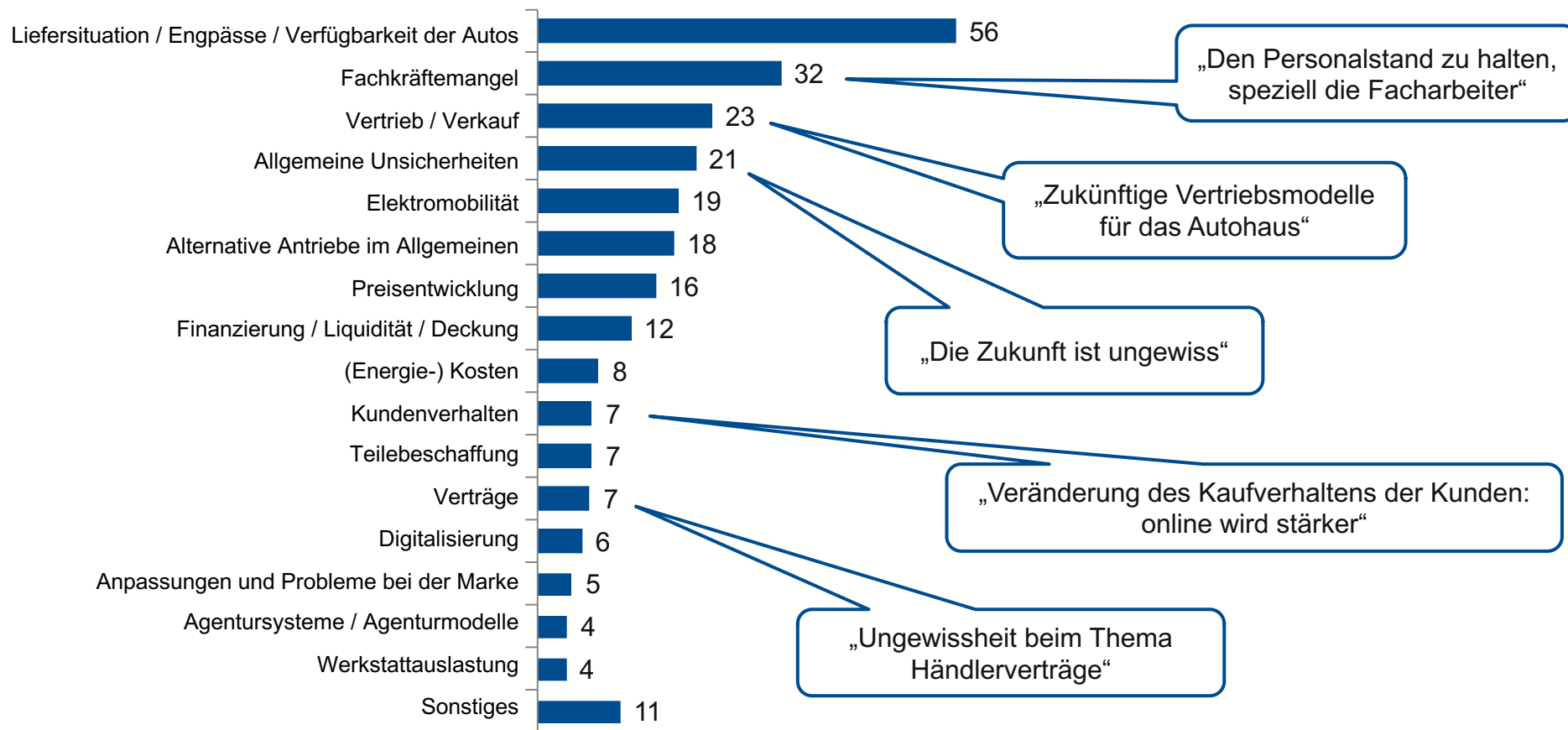


**Variabler Teil Quartal 2/2022:
Erwartete Entwicklungen der nächsten 5 Jahre**

Die größten Herausforderungen in den nächsten 5 Jahren: Liefersituation, Fachkräftemangel und Verkauf.

Größte Herausforderungen für den Betrieb

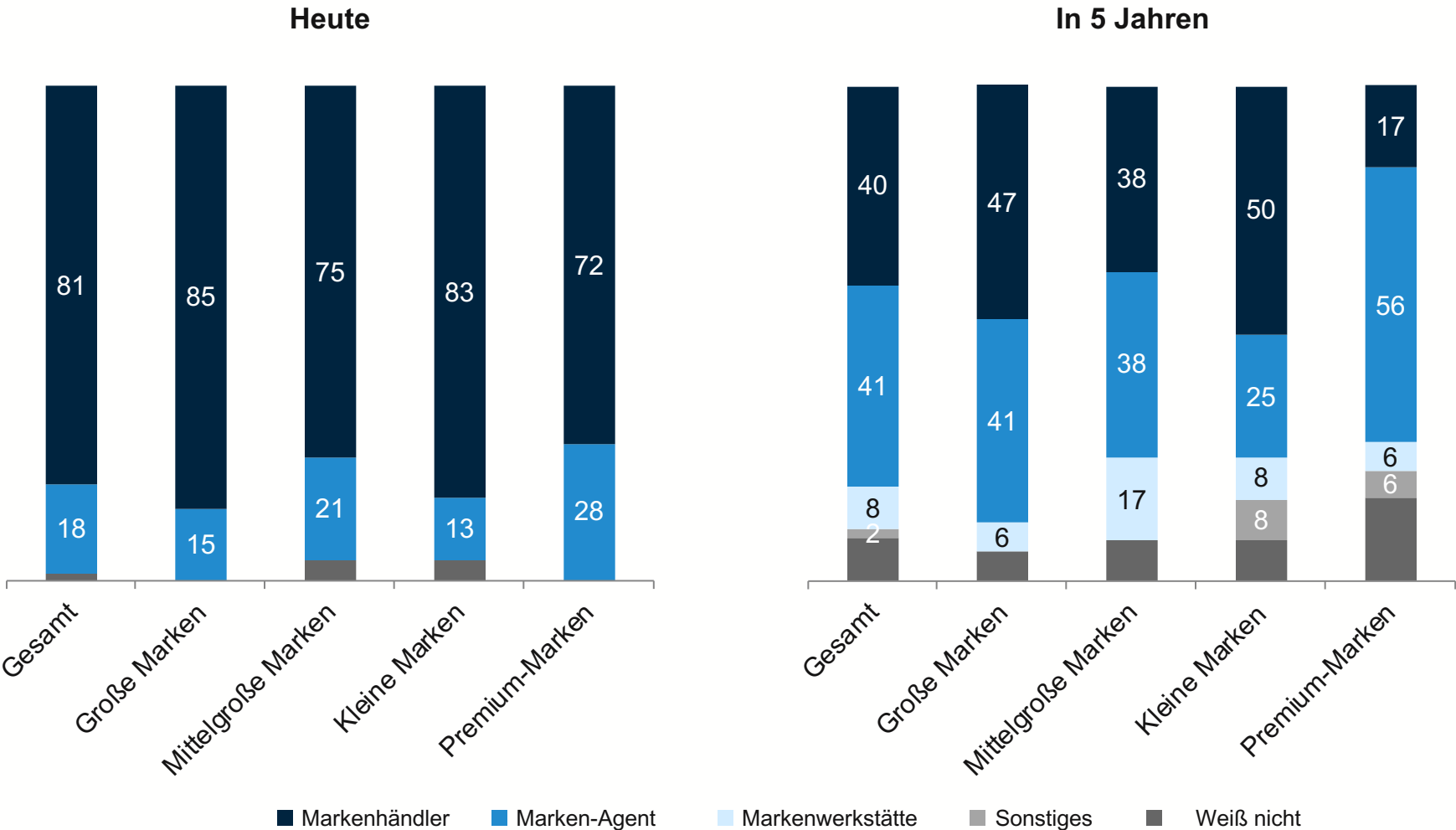
Was sind die drei größten Herausforderungen für Ihren Betrieb in den nächsten 5 Jahren?



Erwartete Anteile an Marken-Agenten und Markenwerkstätten steigen auf Kosten der Markenhändleranteile.

Unternehmensstatus

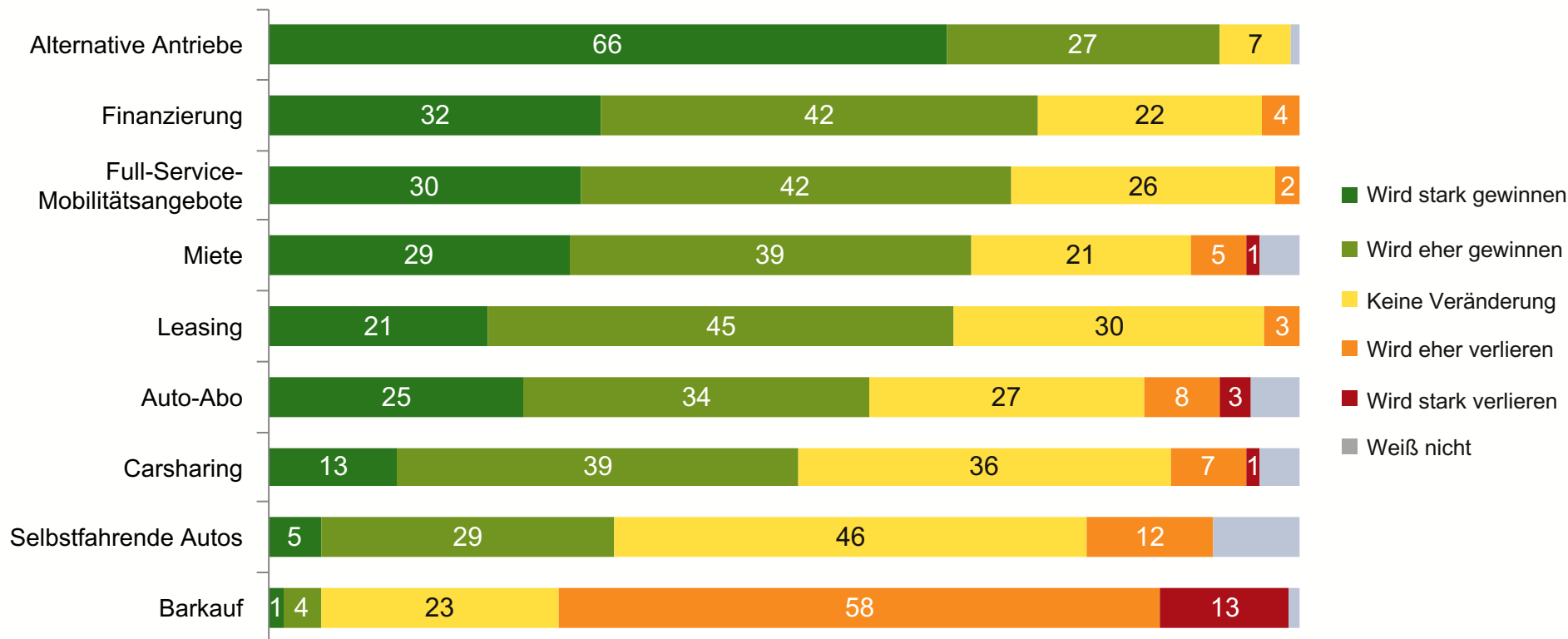
In welchem Status befindet sich Ihr Unternehmen heute und in welchem wird es sich Ihrer Erwartung nach in 5 Jahren befinden?



Alternative Antriebe und Full-Service-Mobilitätsangebote als Zukunftsthemen in der Automobilbranche.

Themen in der Automobilbranche

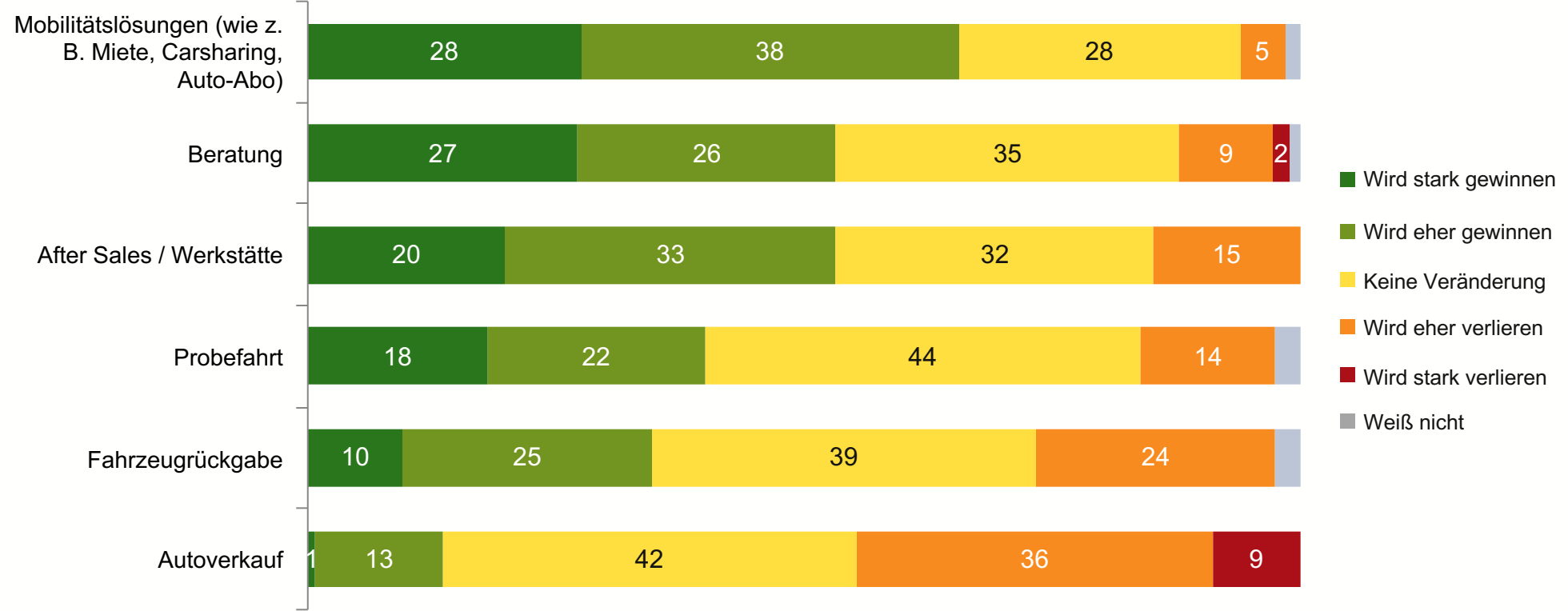
Bitte sagen Sie mir jeweils, ob diese Themen Ihrer Einschätzung nach in den nächsten 5 Jahren eher an Bedeutung gewinnen oder an Bedeutung verlieren werden.



Besonders Mobilitätslösungen und After Sales / Werkstätte gehören zur Zukunft des Autohauses.

Themen zur Rolle des Autohauses

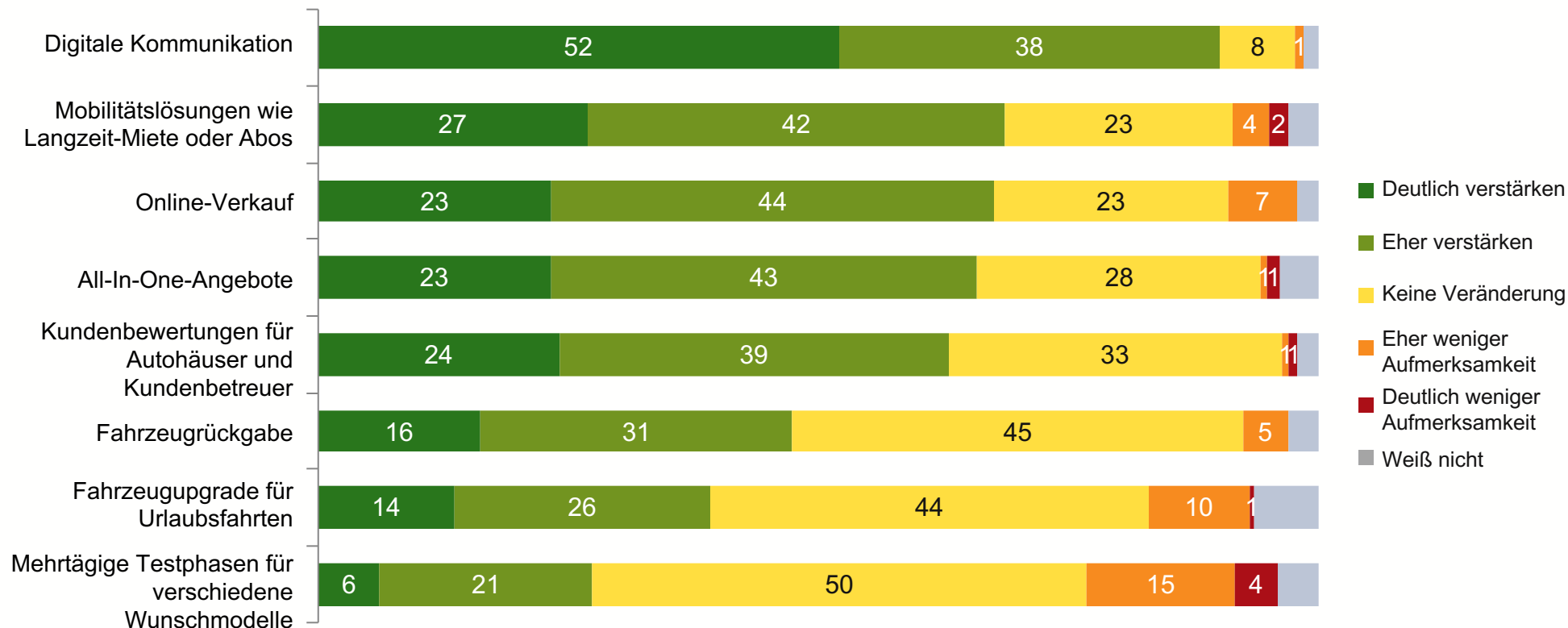
Bitte geben Sie an, ob das Autohaus für diese Themen in den nächsten 5 Jahren eher an Bedeutung gewinnen oder verlieren wird.



Aufmerksamkeit wird sich u.a. bei den Themen digitale Kommunikation, Online-Verkauf und Kundenbewertungen verstärken.

Themen für den eigenen Betrieb

Welche der folgenden Themen werden Sie in den nächsten 5 Jahren verstärken und welchen werden Sie weniger Aufmerksamkeit schenken?



Dr. Konrad Weißner | General Manager

wessner@puls-marktforschung.de
0911 9535-400



Angelika Rothermund | Senior Consultant

rothermund@puls-marktforschung.de
0911 9535-410

