
HÄNDLER-TREND

BAROMETER ÖSTERREICH



Santander
CONSUMER BANK

AUTO
& WIRTSCHAFT

Händler-Trend-Barometer Österreich

Ergebnisse Welle 23: Quartal 1 / 2024

Santander Consumer Bank Österreich

A & W Verlag GmbH

puls Marktforschung GmbH

Dr. Konrad Weißner

Angelika Rothermund

April 2023

Studiendesign

✓	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 1 / 2024, Erhebungszeit April 2024
✓	Befragungsdauer	ca. 10 Minuten
✓	Konzeption und Analyse	<i>puls</i> Marktforschung GmbH, Schwaig b. Nürnberg

Marken und Fallzahlen Gesamtstichprobe Welle 23

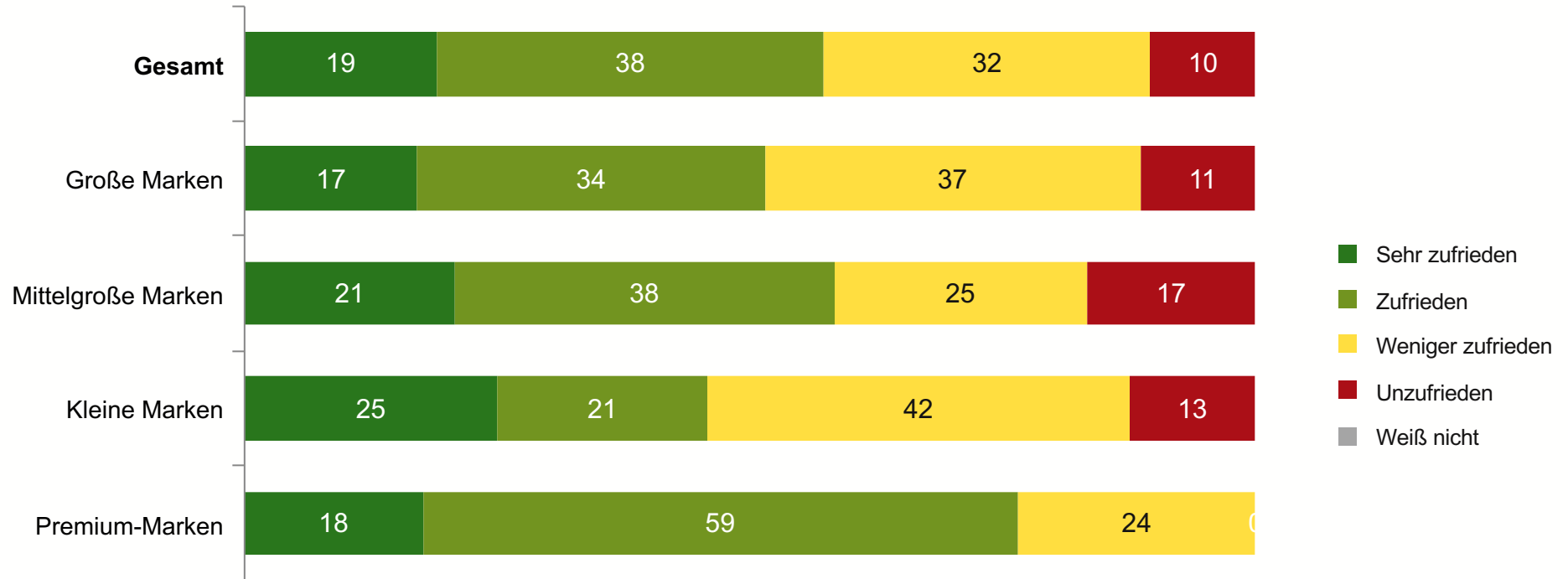
Segment	Marke	Fallzahl	
Große Marken ab 5% Marktanteil	Ford	7	} Gesamt: n=36 → gewichtet auf 46 entsprechend 46 % Marktanteil
	Hyundai	7	
	Renault	2	
	Seat / Cupra	6	
	Škoda	7	
	VW	7	
Mittelgroße Marken 2,5% bis unter 5% Marktanteil	Dacia	1	} Gesamt: n=24 → gewichtet auf 22 entsprechend 22 % Marktanteil
	Fiat	4	
	Kia	2	
	Mazda	6	
	Opel	2	
	Peugeot	2	
	Toyota	7	
Kleine Marken Unter 2,5% Marktanteil	Baic	1	} Gesamt: n=23 → gewichtet auf 12 entsprechend 12 % Marktanteil
	Citroën	4	
	Honda	4	
	Lexus	1	
	Mitsubishi	3	
	Nissan	5	
	Subaru	1	
Premium-Marken Fabrikate mit qualitäts- und preisorientiertem Premiumanspruch	Suzuki	4	} Gesamt: n=17 → gewichtet auf 20 entsprechend 20 % Marktanteil
	Alfa Romeo	4	
	BMW	5	
	Jaguar / Land-Rover	1	
	Mercedes-Benz	5	
Summe	Volvo	2	
		100	

Fixer Teil Erhebungswelle 23 (Quartal 1/2024)

Die Mehrheit ist mit den NW-Verkaufsabschlüssen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (sehr) zufrieden – insbesondere bei Premium-Marken

Zufriedenheit Neuwagen-Verkaufsabschlüsse

Wie zufrieden sind Sie mit den Neuwagenverkaufsabschlüssen im 1. Quartal (Januar bis März) 2024 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum?

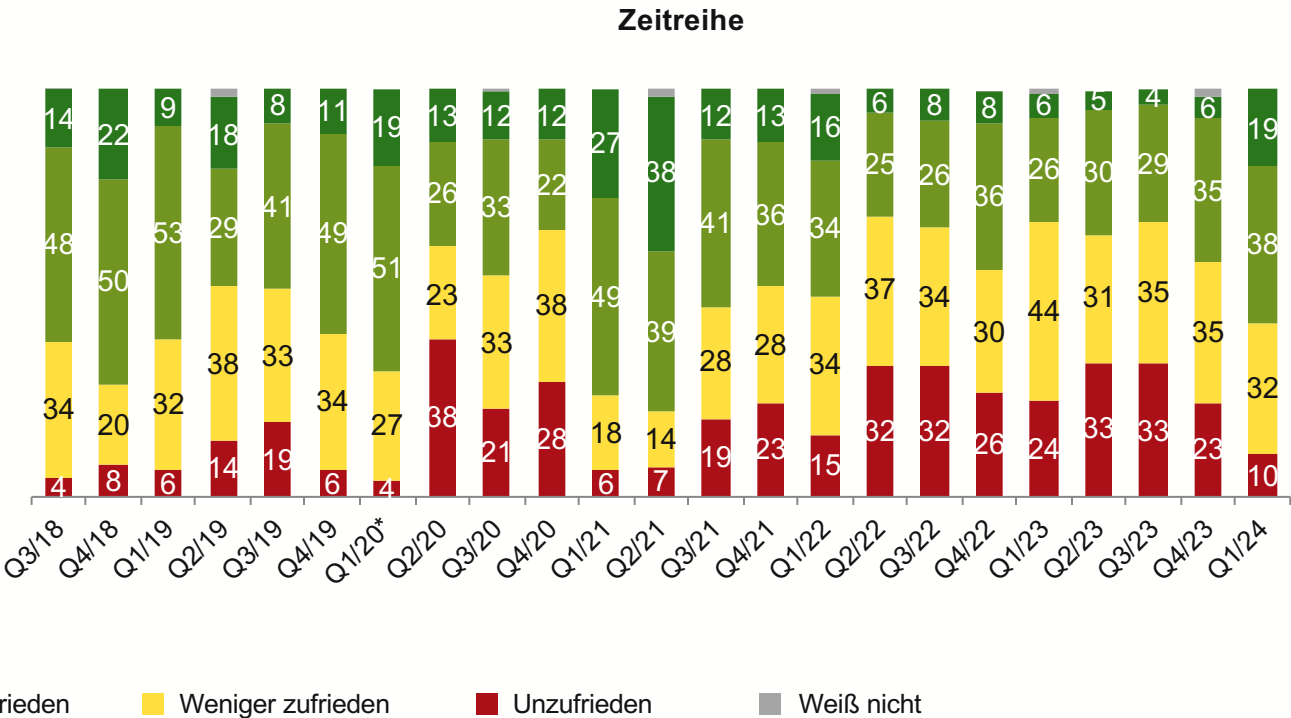
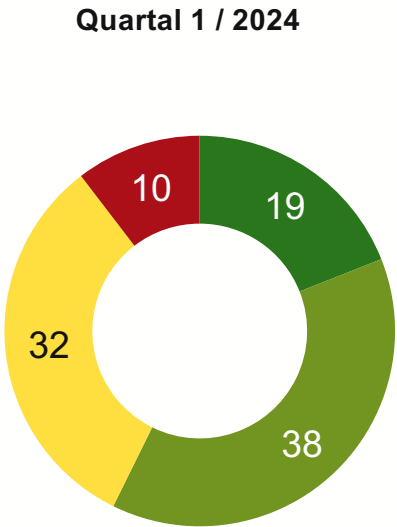


Basis: n=100 gesamt | Angabe in Prozent

Der Anteil der Zufriedenen steigt sehr deutlich an

Zufriedenheit Neuwagen-Verkaufsabschlüsse – Zeitreihe

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

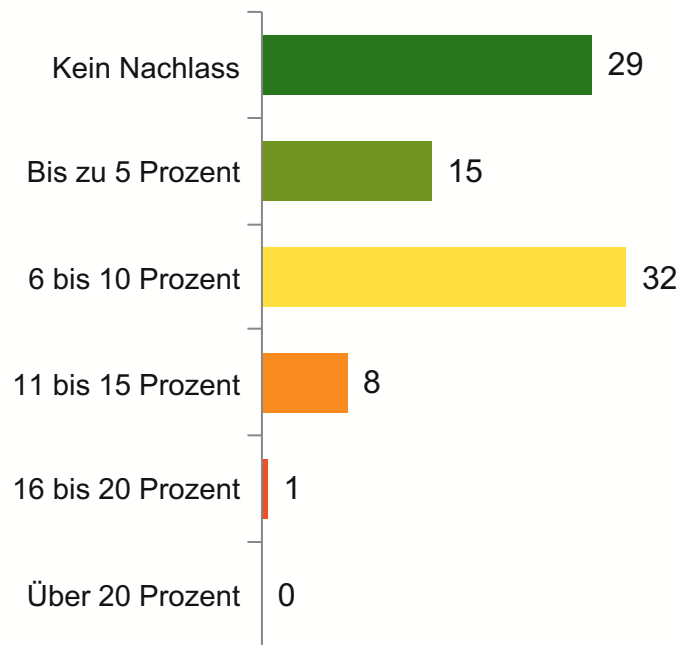


Basis: n=100 pro Quartal | Angabe in Prozent | *bis 15.03.20

Fast drei von zehn Händlern konnten Neufahrzeuge ohne Nachlass verkaufen

Rabatte Neufahrzeuge

Wie viel reinen Nachlass (Kulanz ohne zusätzliche Stützungsmaßnahmen) haben Sie im Neufahrzeugbereich im 1. Quartal (Januar bis März) 2024 durchschnittlich auf den Listenpreis eines Fahrzeuges beim Verkauf gegeben?



Ø Rabatt: 4,9%

(Vergleichswert Quartal 4/2023: 6,3%)

Nach Gruppen:

Große Marken: 5,8%

Mittelgroße Marken: 2,6%

Kleine Marken: 3,9%

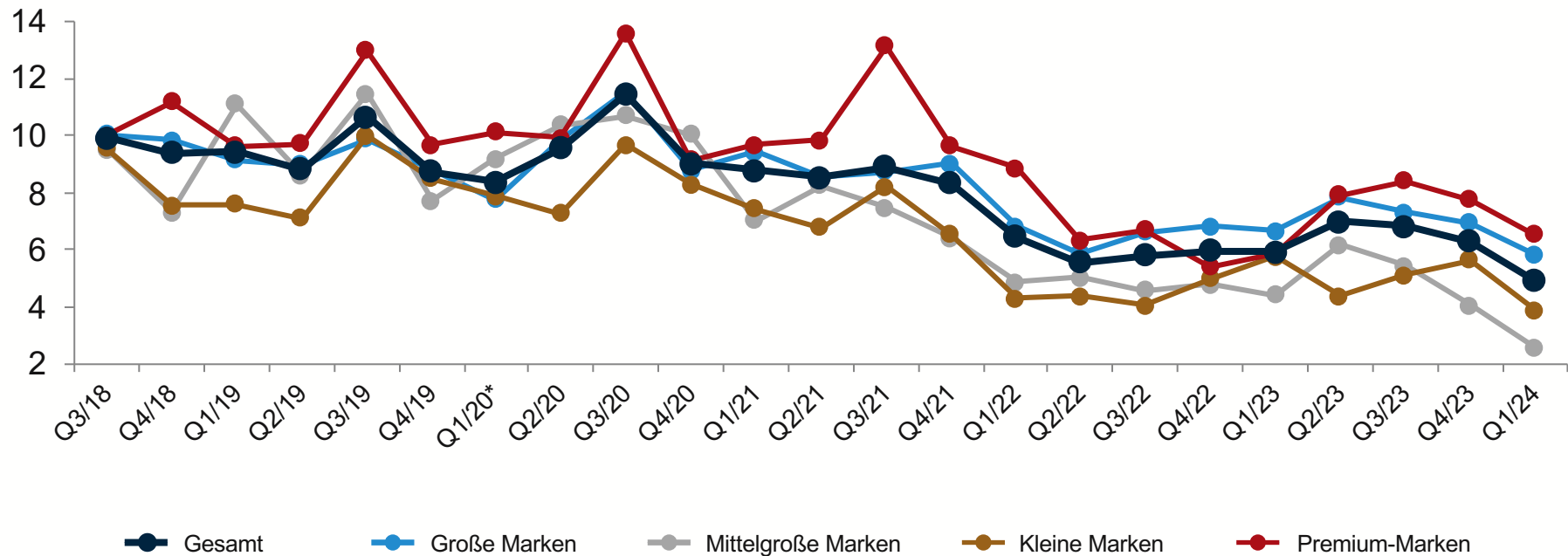
Premium-Marken: 6,5%

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

Rabatte sinken deutlich

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?

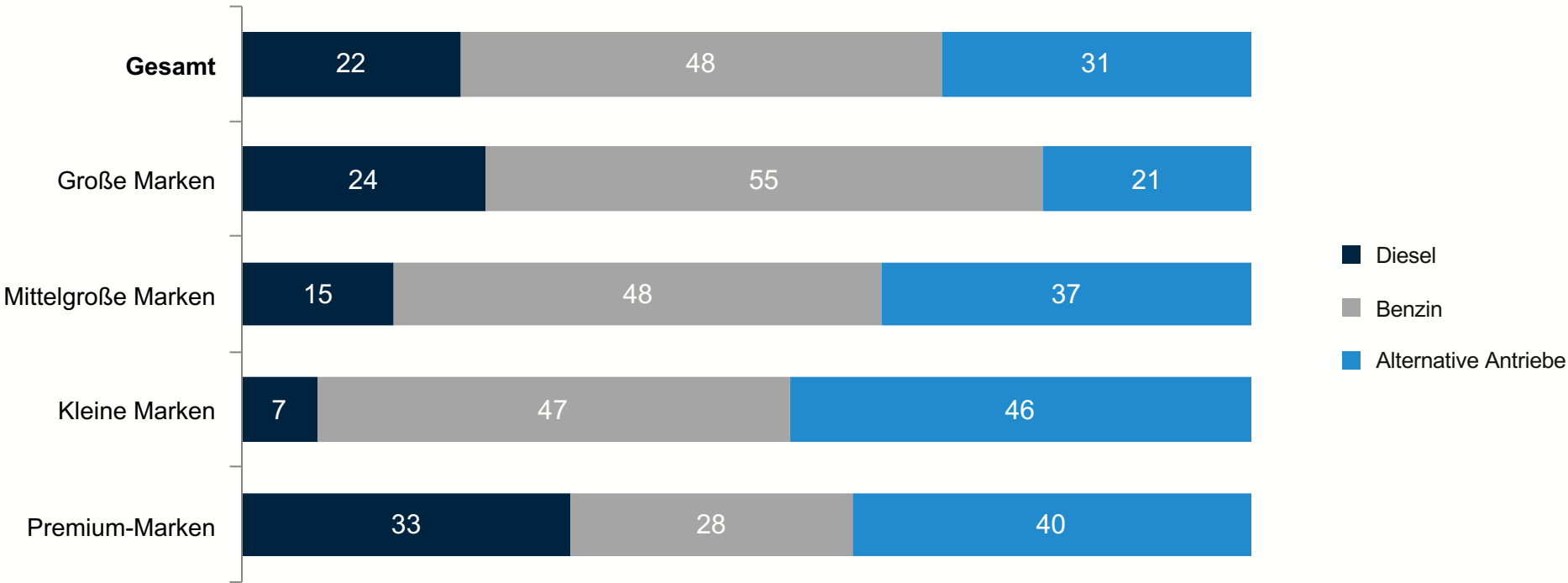


Basis: n=100 pro Quartal | Angabe in Prozent | *bis 15.03.20

Drei von zehn verkauften Neuwagen mit alternativem Antrieb

Verkaufte Neuwagen-Einheiten nach Antriebsart

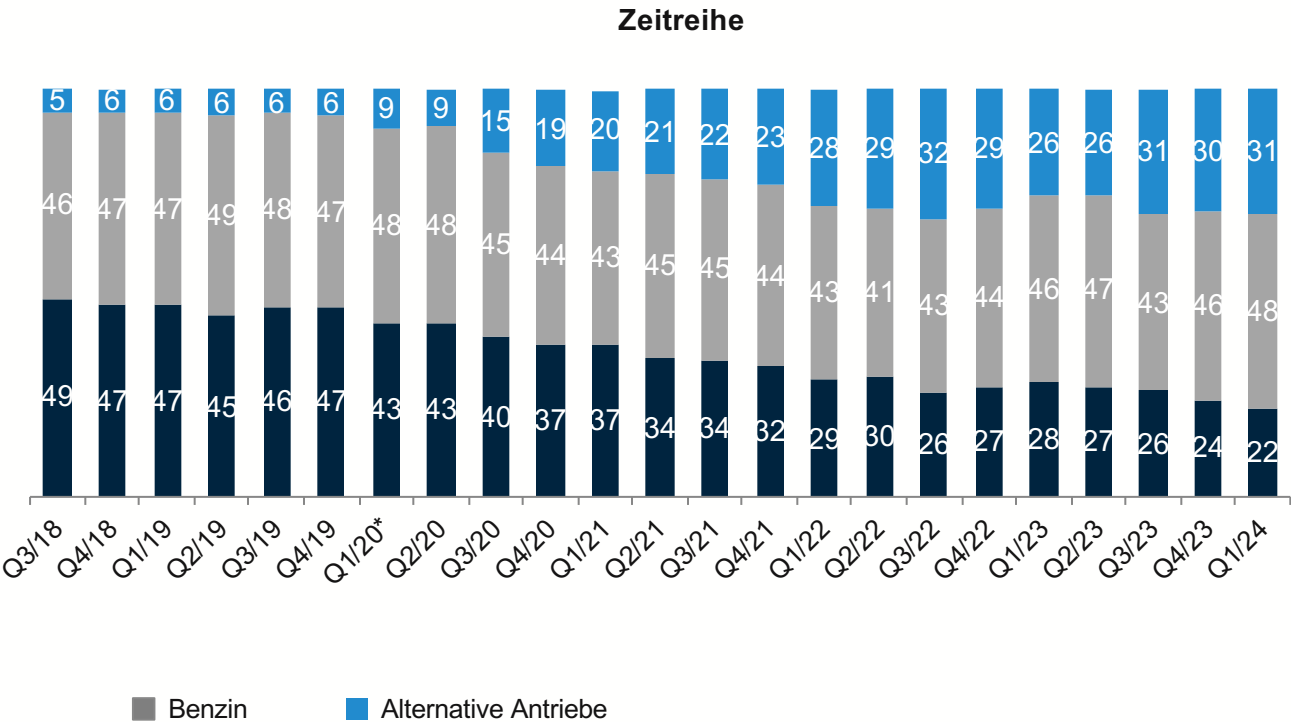
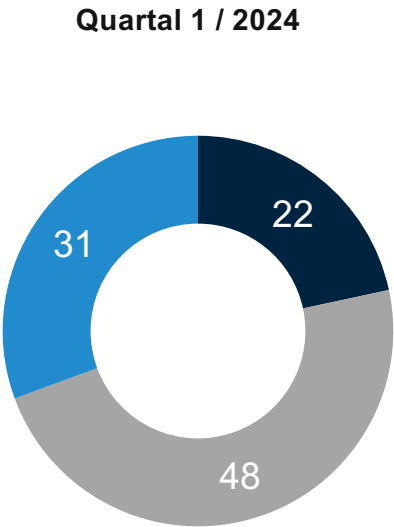
Wie haben sich die verkauften Neuwagen im abgelaufenen Quartal auf die unterschiedlichen Antriebsformen, also Diesel, Benzin oder alternative Antriebsformen aufgeteilt?



Basis: n=100 gesamt | Angabe in Prozent

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?

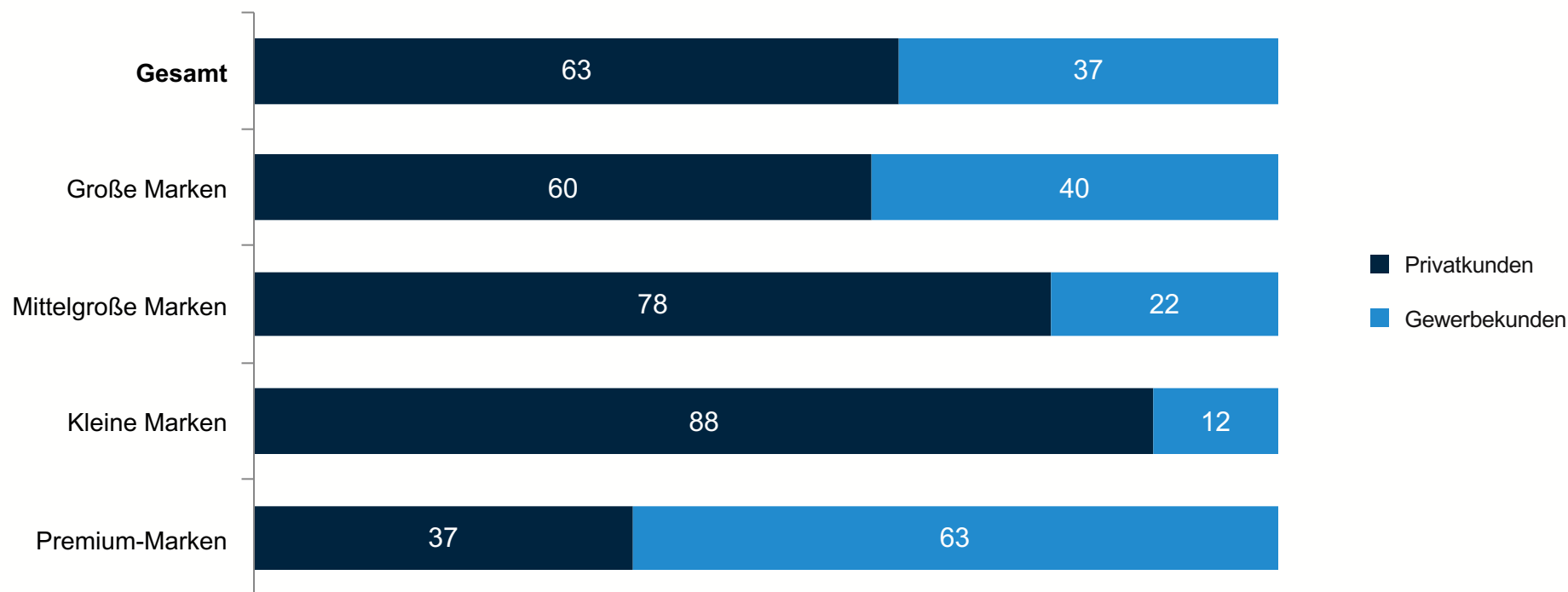


Basis: n=100 pro Quartal | Angabe in Prozent | *bis 15.03.20

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?

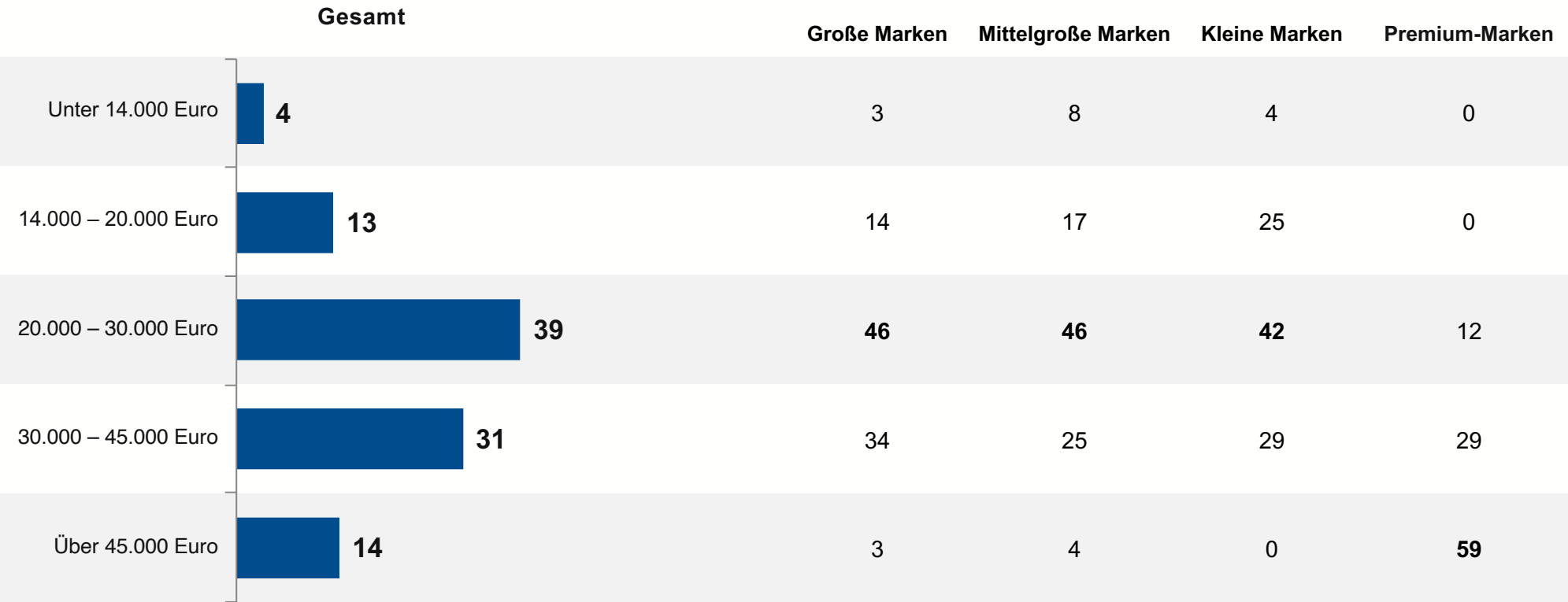


Basis: n=100 gesamt | Angabe in Prozent

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?

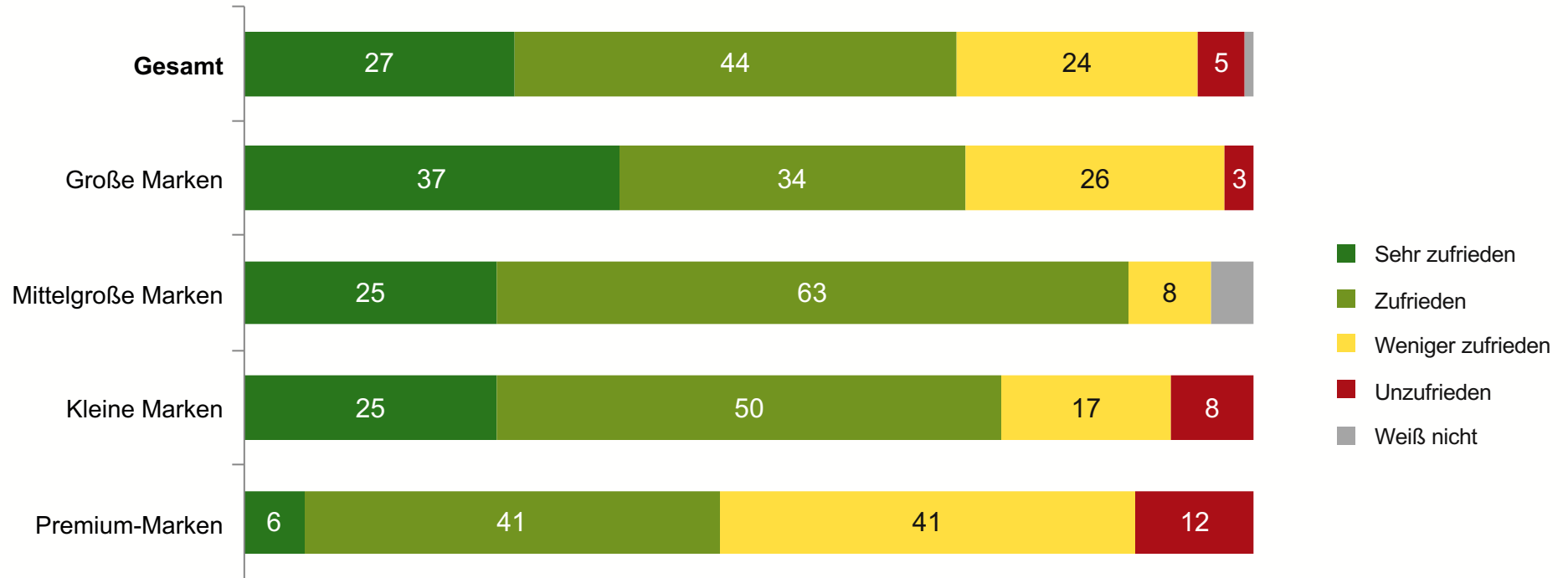


Basis: n=100 gesamt | Angabe in Prozent

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

Zufriedenheit Gebrauchtwagen-Verkaufsabschlüsse

Wie zufrieden sind Sie mit den Gebrauchtwagenverkaufsabschlüssen im 1. Quartal (Januar bis März) 2024 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum?

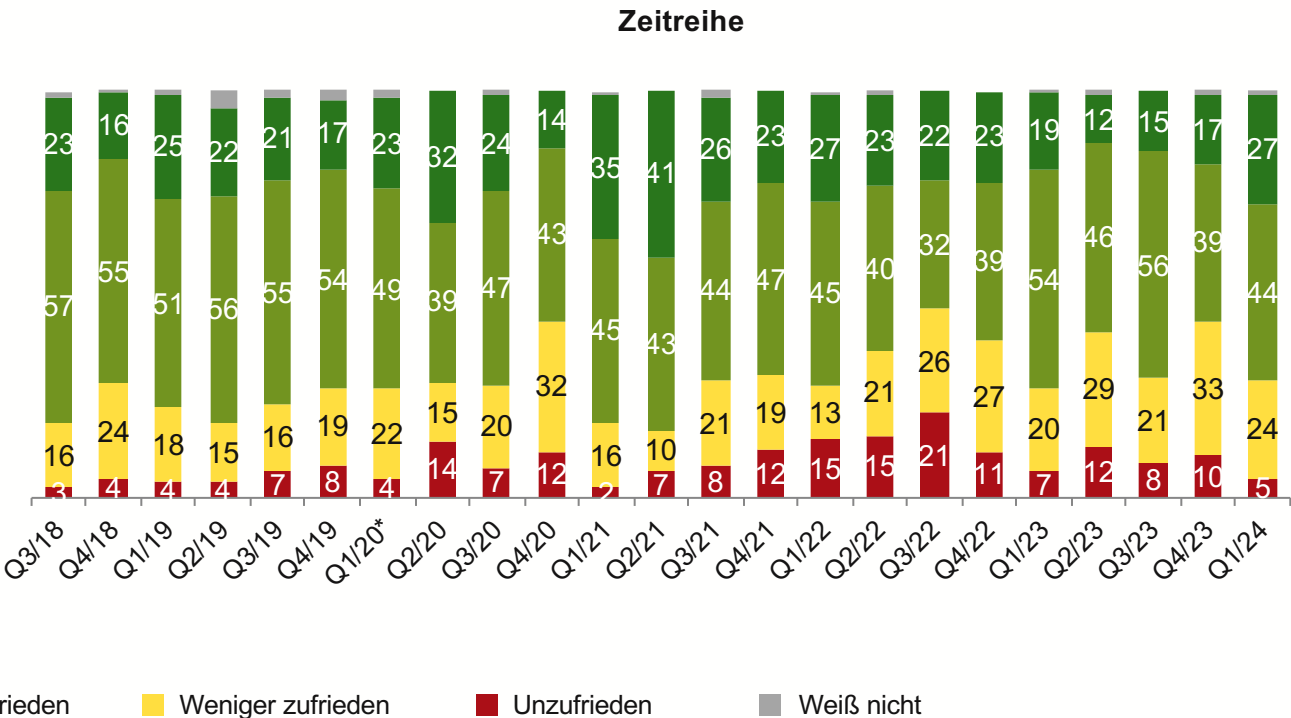
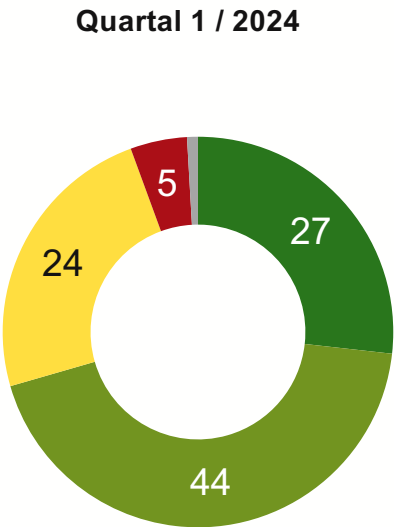


Basis: n=100 gesamt | Angabe in Prozent

Hohe Zufriedenheit mit dem Gebrauchtwagenverkauf

Zufriedenheit Gebrauchtwagen-Verkaufsabschlüsse – Zeitreihe

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

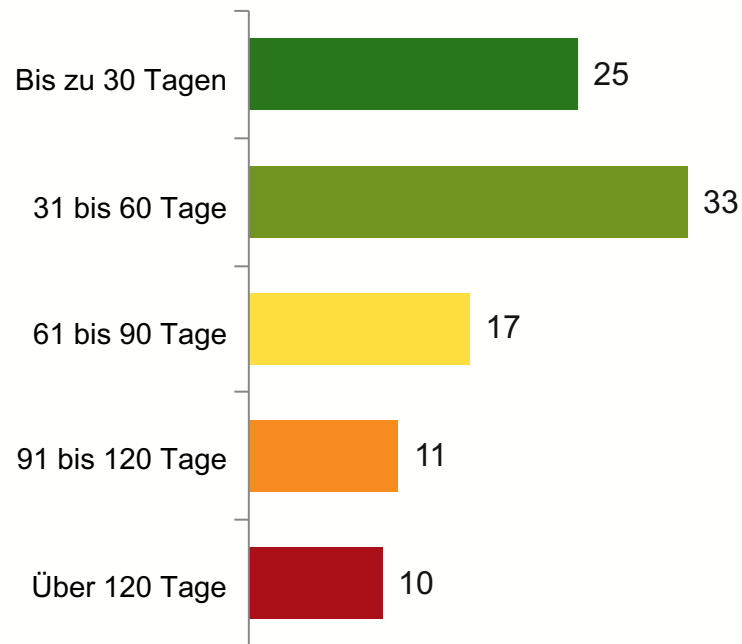


Basis: n=100 pro Quartal | Angabe in Prozent | *bis 15.03.20

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 4/2023: 74 Tage)

Nach Gruppen:

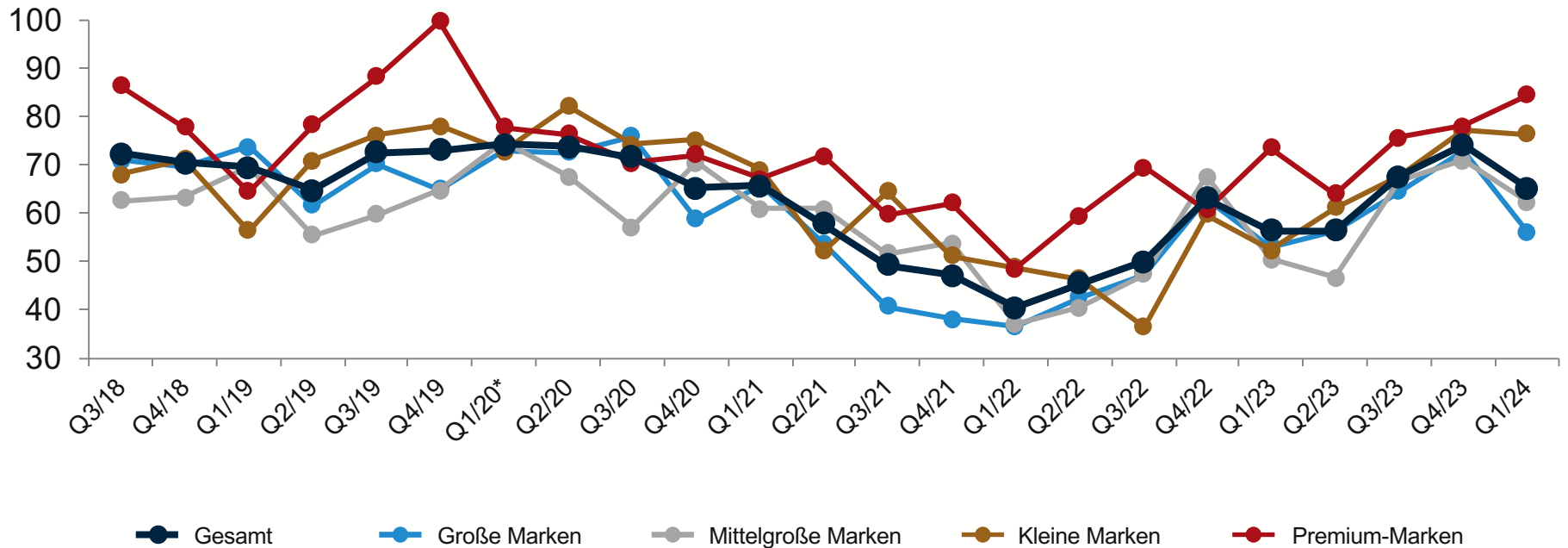
Große Marken:	56 Tage
Mittelgroße Marken:	63 Tage
Kleine Marken	76 Tage
Premium-Marken:	84 Tage

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

Die GW-Standzeit sinkt – außer bei den Premium-Marken

GW-Standzeit – Zeitreihe

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

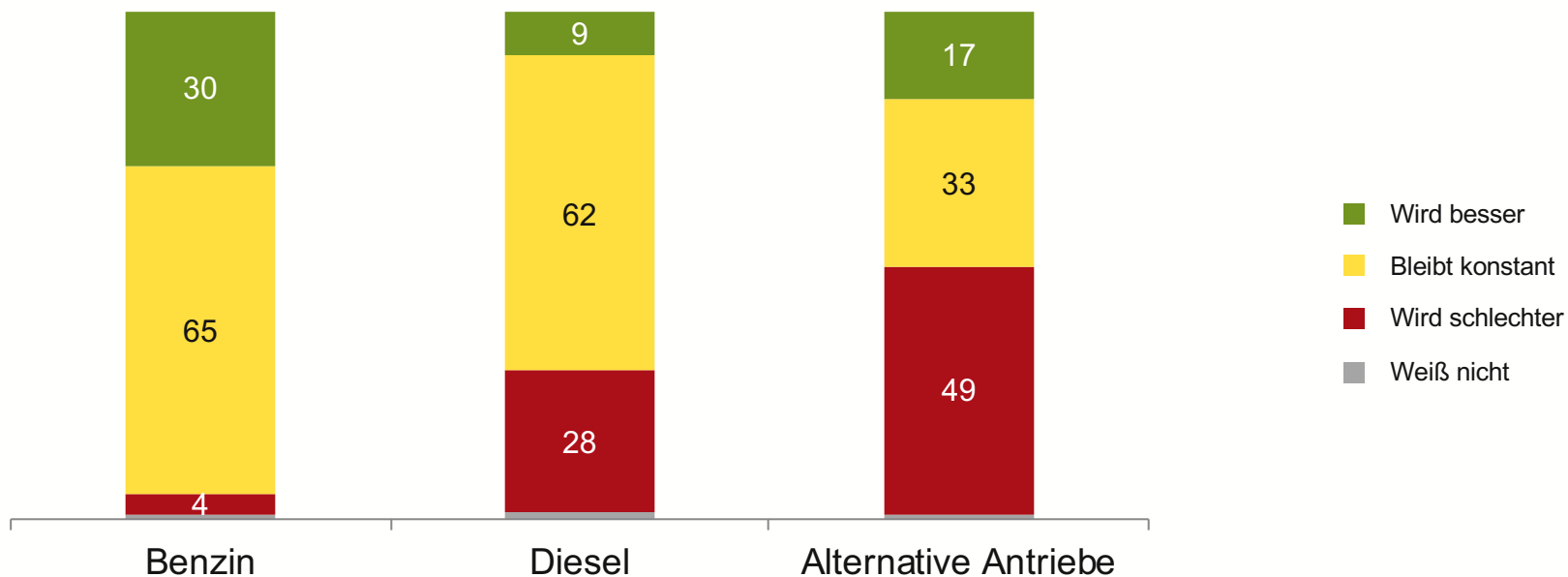


Basis: n=100 pro Quartal | Mittelwerte (Standzeit in Tagen) |
*bis 15.03.20

Fast die Hälfte erwartet eine geringere Nachfrage nach alternativen Antrieben

Erwartete Nachfrage GW nach Antriebsart

Wie entwickelt sich die Nachfrage Ihrer Gebrauchtwagen je Antriebsart?

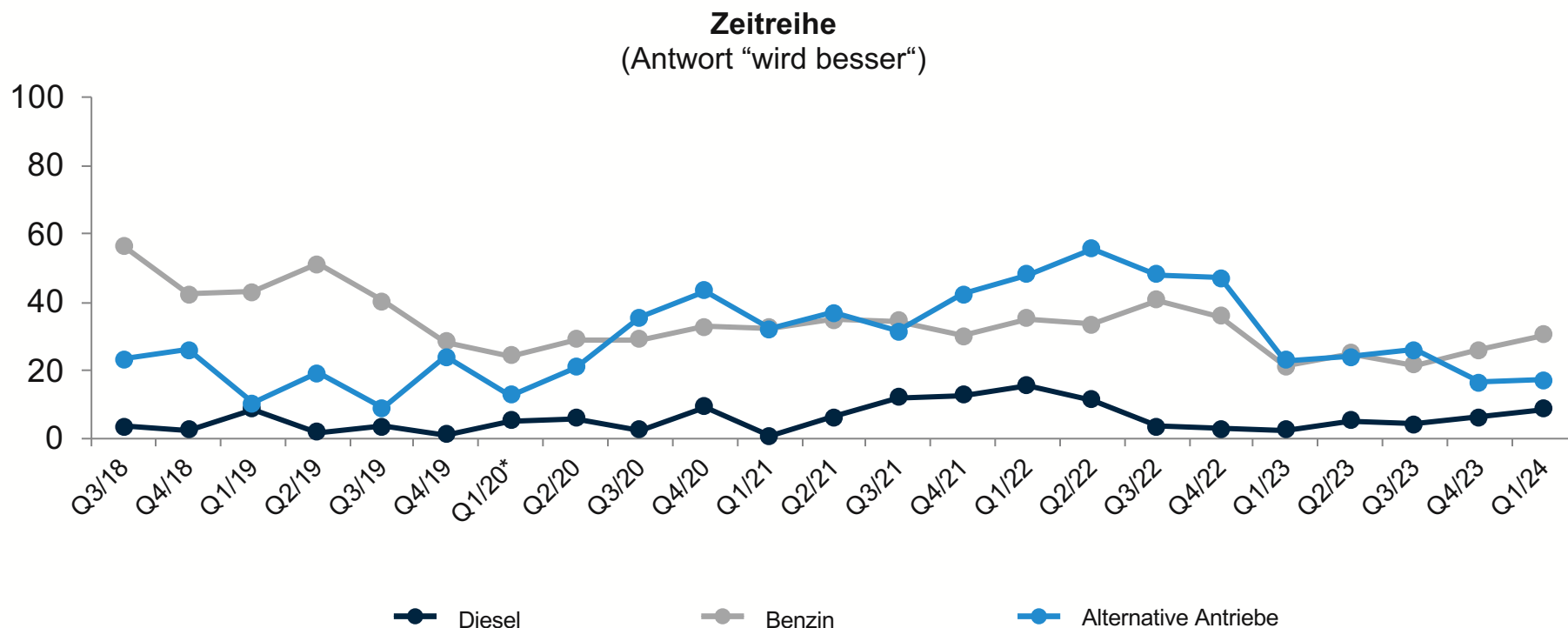


Basis: n=100 | Angabe in Prozent

Der Anteil der Händler, die eine steigende Nachfrage bei konventionellen Antrieben erwarten, steigt leicht an

Erwartete Nachfrage GW nach Antriebsart – Zeitreihe

Wie entwickelt sich die Nachfrage Ihrer Gebrauchtwagen je Antriebsart?

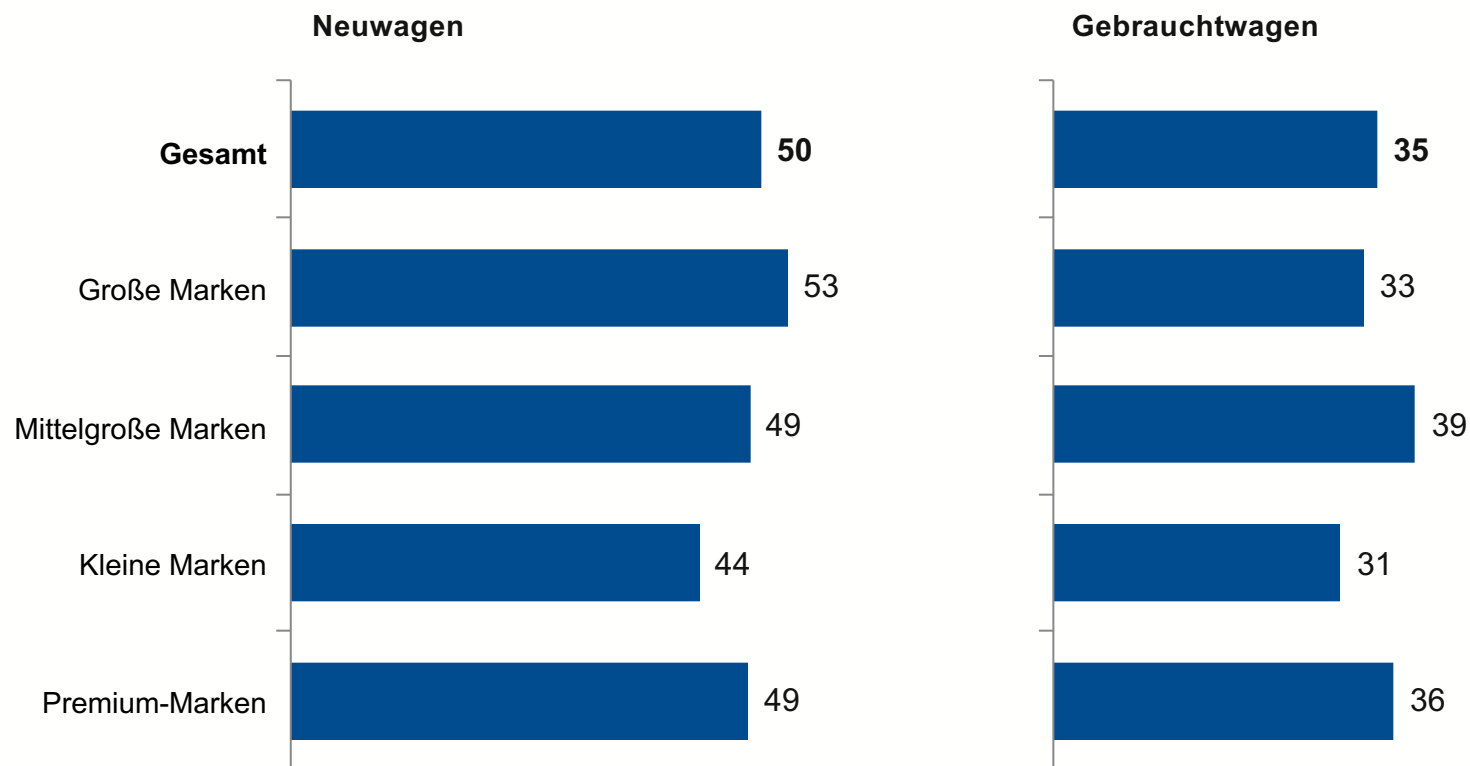


Basis: n=100 pro Quartal | Angabe in Prozent | *bis 15.03.20

Die Hälfte der Neuwagen und 35 Prozent der Gebrauchtwagen wurden über das Autohaus finanziert

Finanzierungspenetration

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

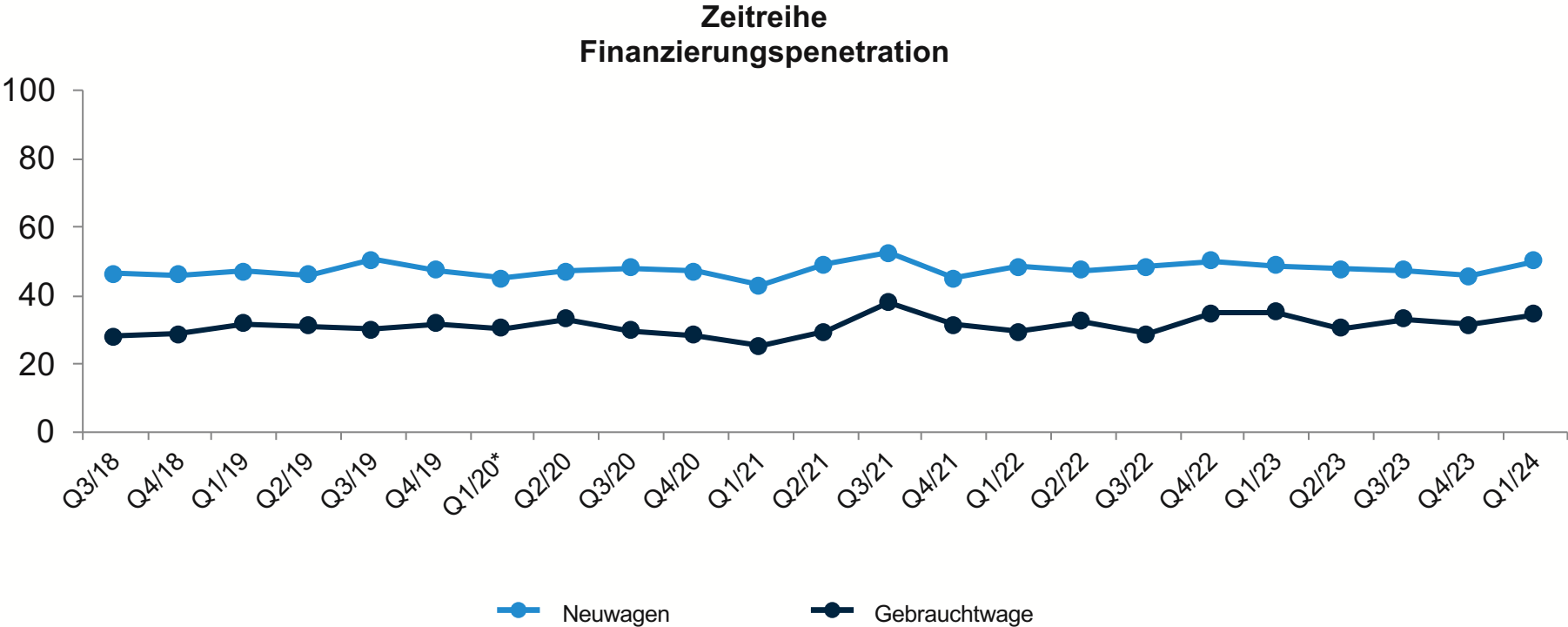


Basis: n=100 | Mittelwerte (Finanzierungspenetration)

Finanzierungspenetration steigt leicht an

Finanzierungspenetration – Zeitreihe

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

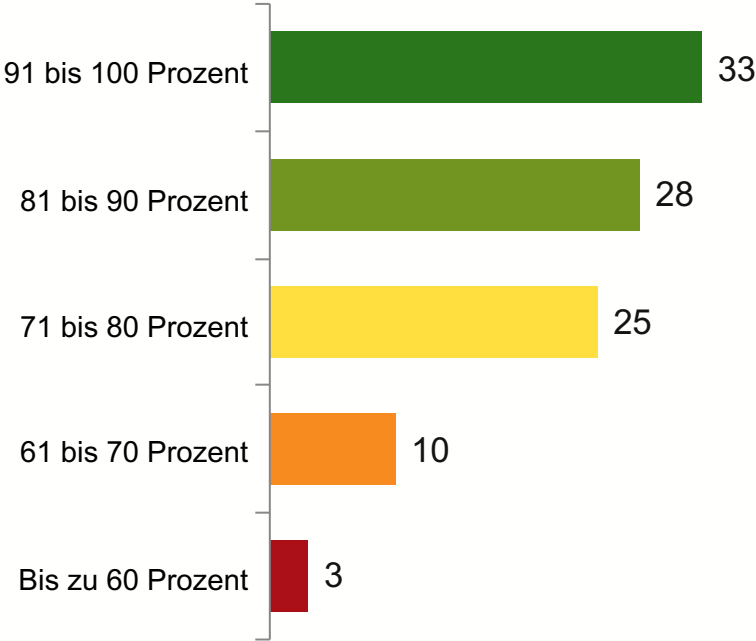


n Basis: n=100 pro Quartal | Mittelwerte
(Finanzierungspenetration)
*bis 15.03.20

86 Prozent durchschnittliche Werkstattauslastung

Werkstattauslastung

Zu wie viel Prozent war Ihre Werkstatt im 1. Quartal (Januar bis März) 2024 ausgelastet?



Ø Werkstattauslastung: 86 Prozent

(Vergleichswert Quartal 4/2023: 90 Prozent)

Nach Gruppen:

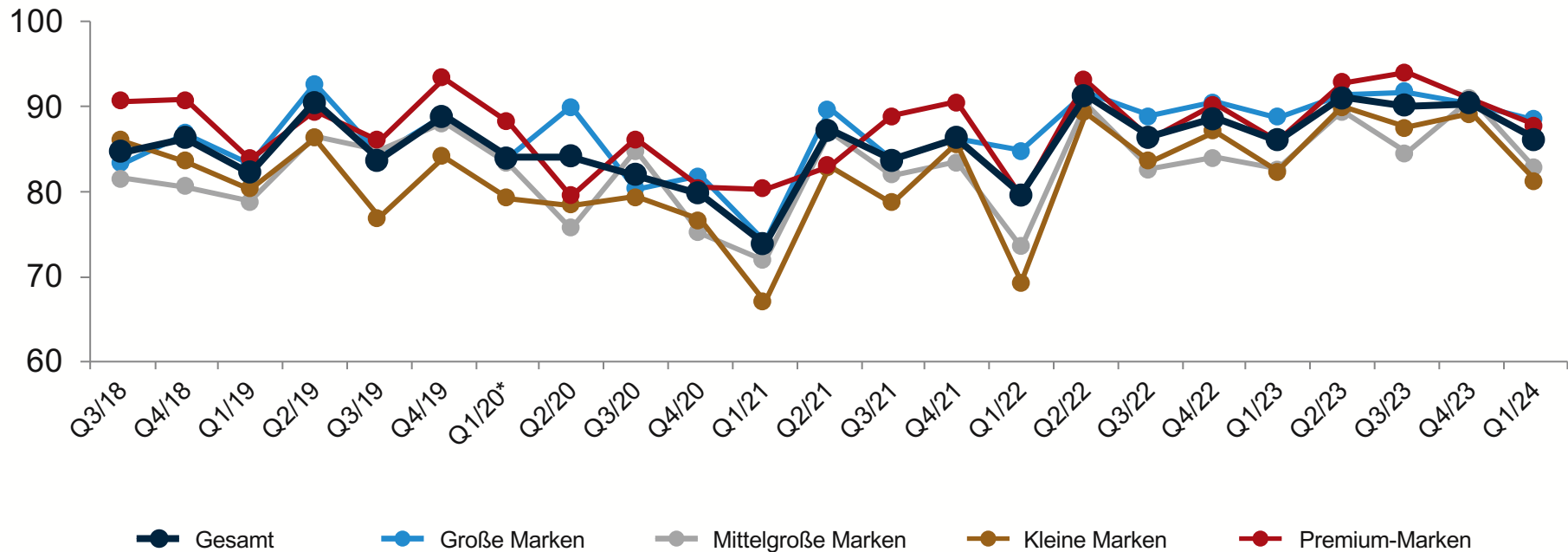
Große Marken:	88 Prozent
Mittelgroße Marken:	83 Prozent
Kleine Marken	81 Prozent
Premium-Marken:	88 Prozent

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

Werkstattauslastung etwa auf dem Niveau des 1. Quartals 2023

Werkstattauslastung – Zeitreihe

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

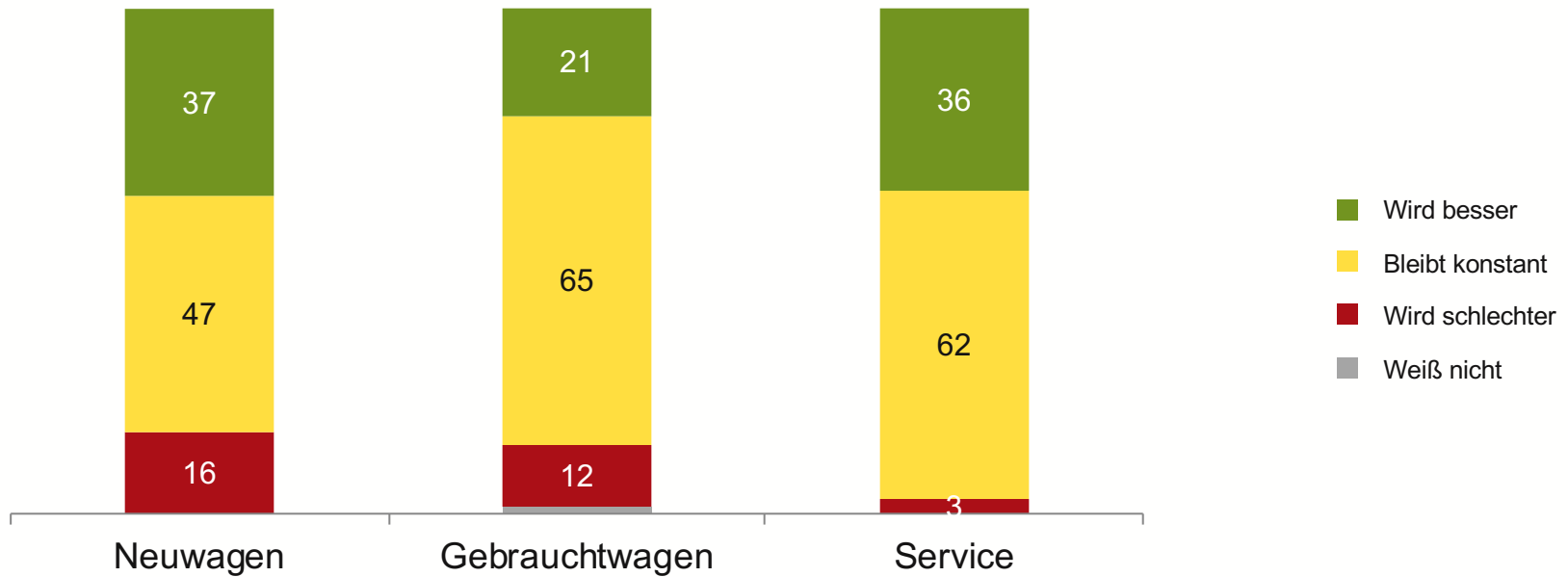


Basis: n=100 pro Quartal | Mittelwerte | *bis 15.03.20

37 Prozent der Händler erwarten eine positive Geschäftsentwicklung bei Neuwagen

Erwartete Geschäftsentwicklung

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

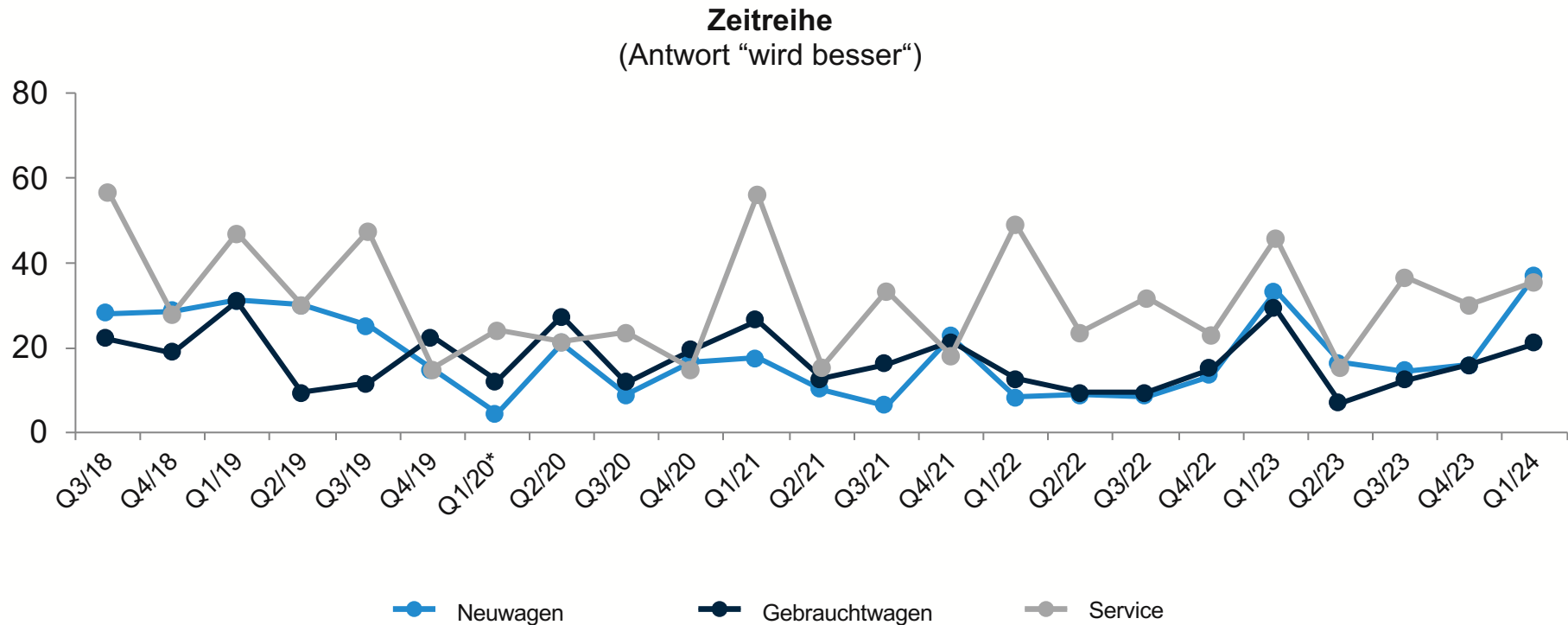


Basis: n=100 | Angabe in Prozent

Steigender Optimismus, insbesondere beim Neuwagenverkauf

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

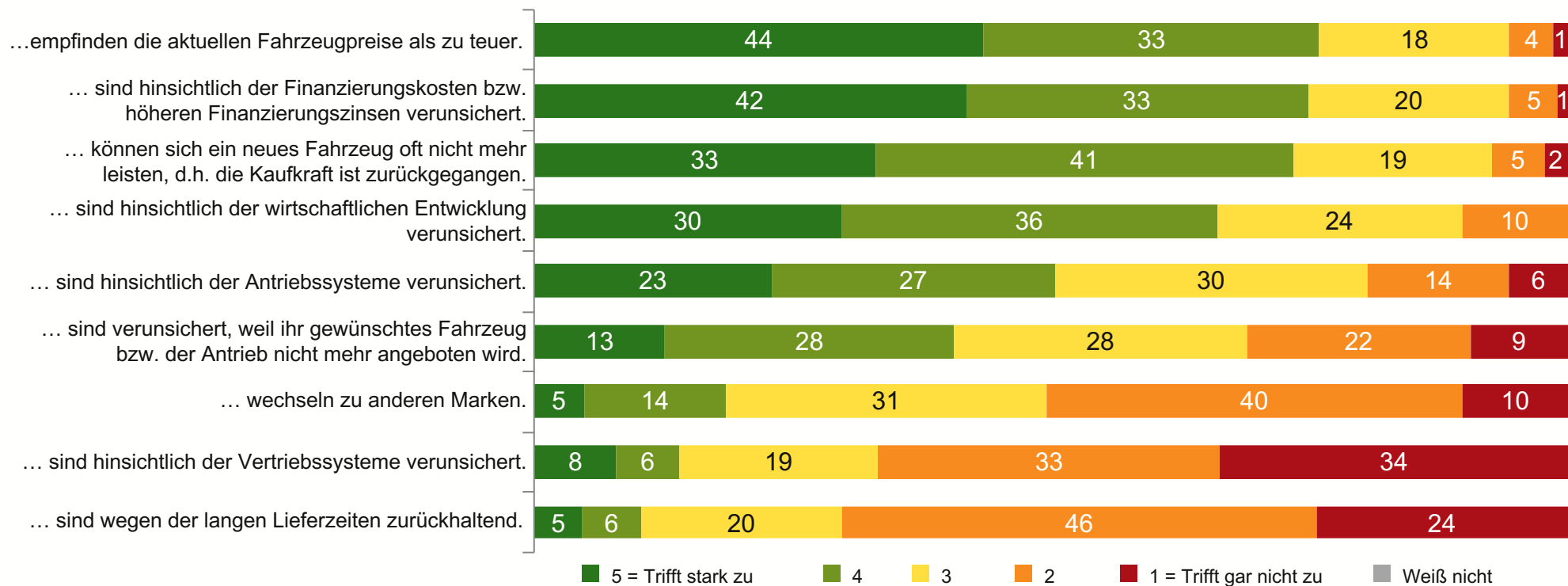
Variabler Teil Quartal 1/2024: Kauf-Zurückhaltung bei Privatkunden

Vor allem finanzielle Grenzen und Unsicherheiten verursachen nach Ansicht der Händler die Kaufzurückhaltung bei Privatkunden

Gründe für die Kaufzurückhaltung bei Privatkunden

Was sind Ihrer Ansicht nach die Gründe für die höhere Kaufzurückhaltung bei Privatkunden in den vergangenen zwei Jahren?

Die Privatkunden ...

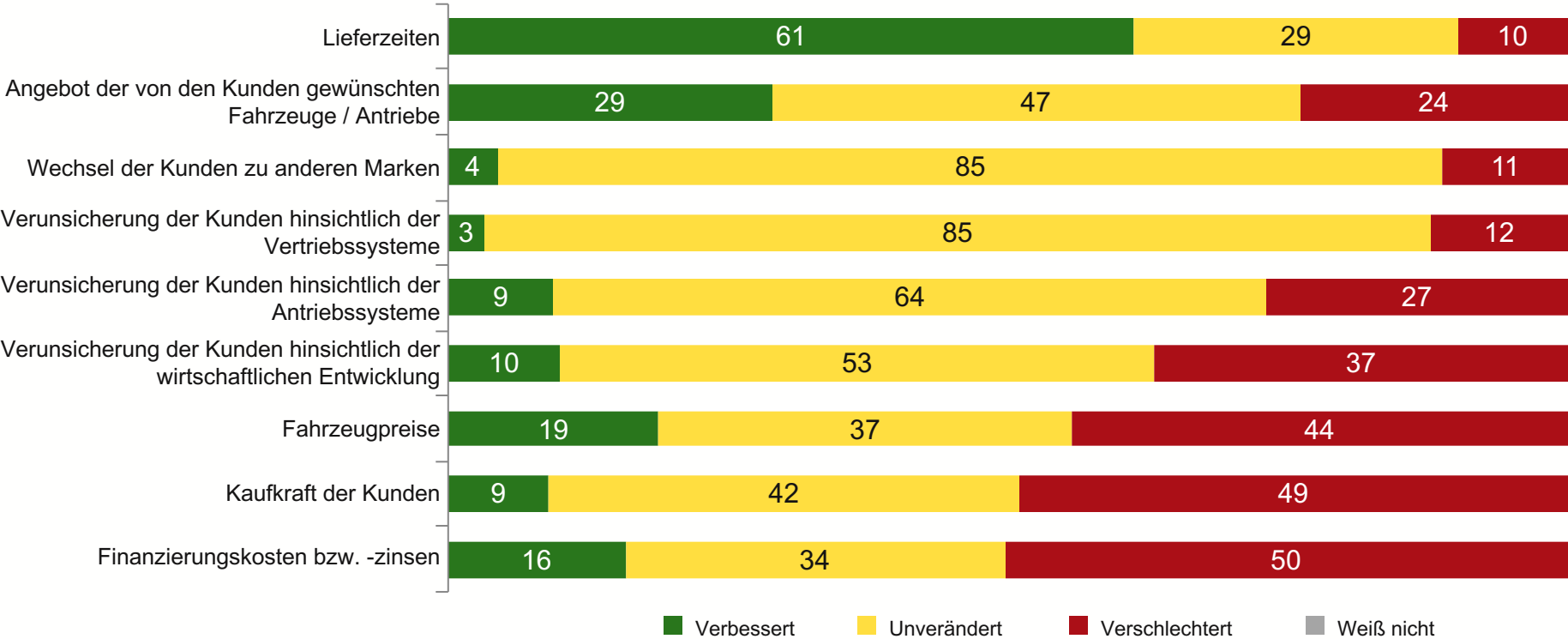


Basis: n=100 | Angabe in Prozent

Die Lieferproblematik hat sich für das Frühjahrsgeschäft deutlich ver-bessert, während sich wirtschaftliche Faktoren eher verschlechtert haben

Einflussfaktoren auf das Frühjahrs-Geschäft

Welche dieser Bereiche haben sich für das Frühjahrs-Geschäft verbessert, welche sind gleichgeblieben oder haben sich verschlechtert?

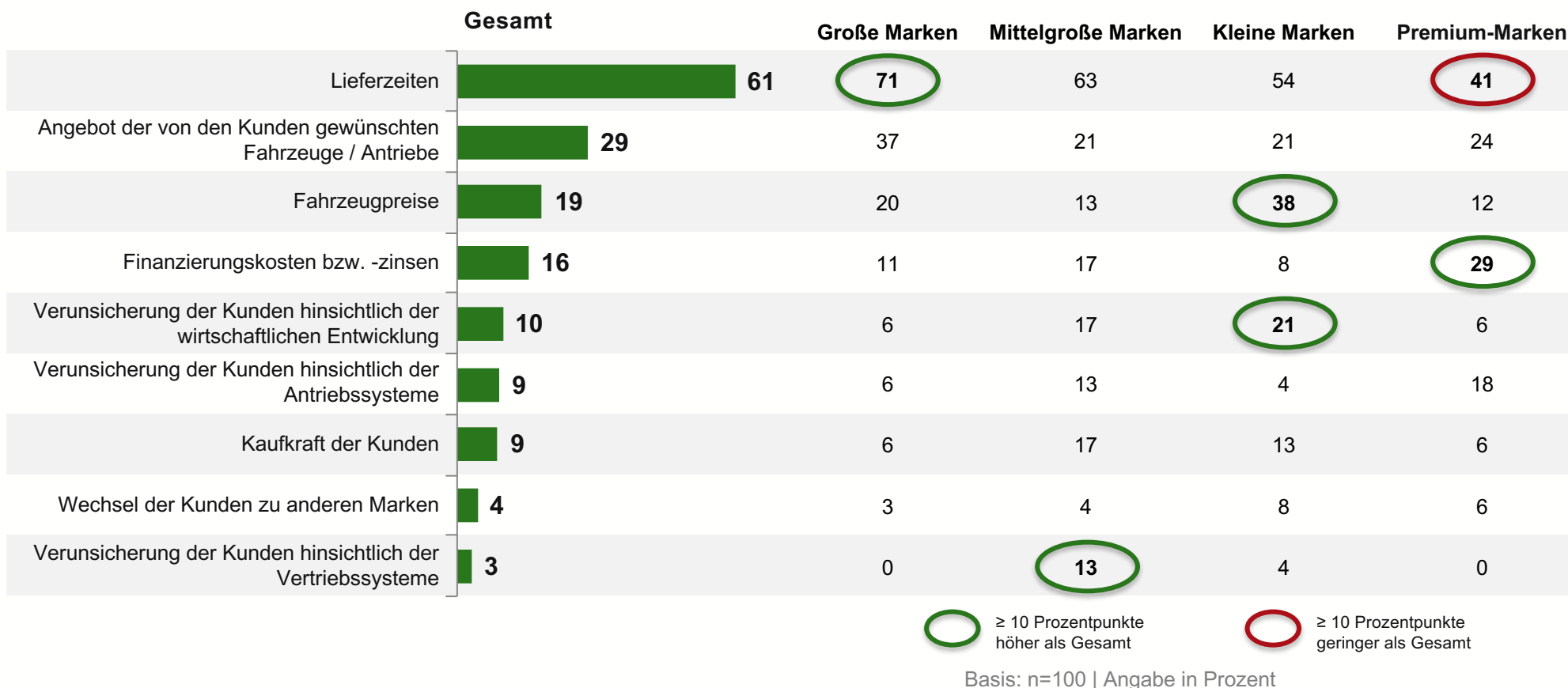


Basis: n=100 | Angabe in Prozent

Entspannung bei den Lieferzeiten v. a. bei großen Marken – bei Premium-Marken weniger

Verbesserungen für das Frühjahrs-Geschäft nach Gruppen

Welche dieser Bereiche haben sich für das Frühjahrs-Geschäft verbessert, welche sind gleichgeblieben oder haben sich verschlechtert?



Verunsicherung bzgl. der Antriebssysteme eher bei kleinen und mittelgroßen Marken

Verschlechterungen für das Frühjahrs-Geschäft nach Gruppen

Welche dieser Bereiche haben sich für das Frühjahrs-Geschäft verbessert, welche sind gleichgeblieben oder haben sich verschlechtert?

	Gesamt	Große Marken	Mittelgroße Marken	Kleine Marken	Premium-Marken
Finanzierungskosten bzw. -zinsen	50	51	54	54	41
Kaufkraft der Kunden	49	49	46	50	53
Fahrzeugpreise	44	46	50	33	41
Verunsicherung der Kunden hinsichtlich der wirtschaftlichen Entwicklung	37	31	33	38	53
Verunsicherung der Kunden hinsichtlich der Antriebssysteme	27	26	38	38	12
Angebot der von den Kunden gewünschten Fahrzeuge / Antriebe	24	23	33	21	18
Verunsicherung der Kunden hinsichtlich der Vertriebssysteme	12	17	4	8	12
Wechsel der Kunden zu anderen Marken	11	11	17	8	6
Lieferzeiten	10	9	8	4	18



≥ 10 Prozentpunkte
geringer als Gesamt



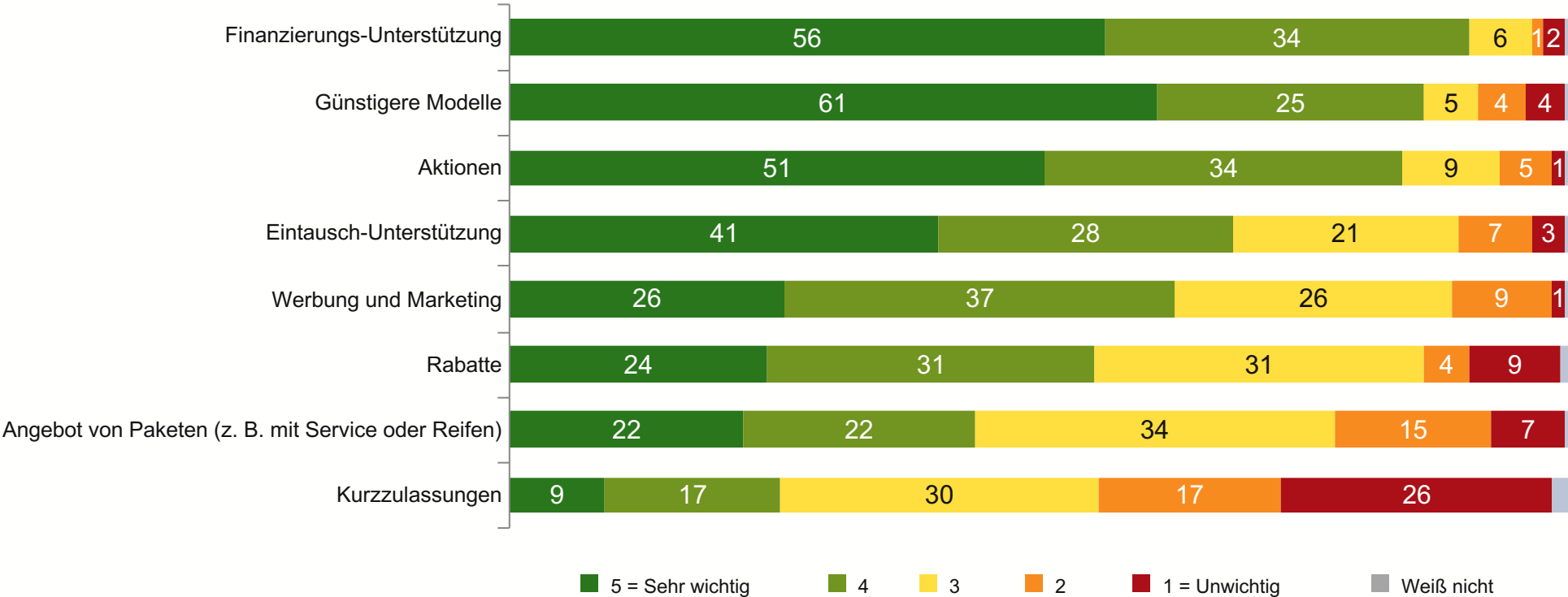
≥ 10 Prozentpunkte
höher als Gesamt

Basis: n=100 | Angabe in Prozent

Gegen die Kaufzurückhaltung wirken nach Ansicht der Händler v. a. Finanzierungs-Unterstützung, günstigere Modelle und Aktionen

Maßnahmen gegen die Kaufzurückhaltung bei Privatkunden

Welche der folgenden Maßnahmen sind jetzt am wichtigsten?



Basis: n=100 | Angabe in Prozent

Ihre Ansprechpartner bei puls



Dr. Konrad Weßner
Geschäftsführer
0911-9535-400
wessner@puls-marktforschung.de



Angelika Rothermund
Senior Consultant
0911-9535-410
rothermund@puls-marktforschung.de