



**Pressemitteilung**

20. Juni 2018

**Automobilbarometer 2018 – International  
Kundentreue – Achtung, zerbrechlich!**

## **Autohändler weiter hoch im Kurs**

- **Servicequalität spielt entscheidende Rolle für Kundentreue**
- **Händler müssen Erlebnisse rund ums Auto schaffen**

Autokäufer zeigen weiterhin eine Verbundenheit zu ihrem Autohändler und ihrer Werkstatt. Eine entscheidende Rolle dabei spielen der direkte persönliche Kontakt zwischen Kunden und Verkäufer vor Ort und dessen Service. Ein Großteil der Autofahrer (87 Prozent) stellt nach dem aktuellen Automobilbarometer 2018 von Consors Finanz eine direkte Verbindung zwischen Kundentreue und einer tadellosen Servicequalität des Händlers her. In Deutschland gaben das sogar 89 Prozent der Befragten an. Für 72 Prozent der Autofahrer (Deutschland 74 Prozent) ist die örtliche Nähe zum Händler relevant.

### **Händler müssen sich neu erfinden**

Im Vorfeld eines Autokaufs klicken sich die meisten Interessenten zuerst durchs Netz, um sich über Marke und Modelle zu informieren. Lediglich 31 Prozent nutzen den Händler als Informationsquelle. Erst sieben von zehn der befragten Autofahrer sind der Meinung, dass die Händler und Werkstätten das tun, was nötig ist, um ihre Kundschaft zu binden. In Deutschland sind es lediglich sechs von zehn. Die Kundenzufriedenheit kann demnach noch weiter gesteigert werden. „Das Serviceniveau im Internet und bei digitalbasierten Diensten müssen die gleiche Priorität haben wie der Kundenservice vor Ort. Das ist unabdingbar für die Händler“, weiß Bernd Brauer, Head of Automotive Financial Services von Consors Finanz. „Sie müssen sich regelrecht neu erfinden, um den Veränderungen und dem steigenden Wettbewerbsdruck in Verkauf und Service standzuhalten. Wichtig ist es vor allem, näher an den Kunden heranzurücken.“

Und die Händler reagieren bereits: Autohäuser bieten Services wie Kurzzeitvermietung, Hauszustellungen oder Club-Mitgliedschaften mit exklusiven Leistungen an. Sie suchen den Kontakt mit dem Kunden über soziale Netzwerke oder lassen potenzielle Käufer online Modelle konfigurieren oder auf eigenen Teststrecken Probe fahren.

### **Erlebnisse schaffen – vor, während und nach dem Kauf**

„Insbesondere jüngere Zielgruppen erwarten von einem Händler heutzutage Erlebnisse, die weit über die simple Kaufanbahnung hinausgehen“, weiß Prof. Dr. Sven Henkel, Inhaber des Lehrstuhls für Käuferverhalten und Verkauf an der EBS Business School. Autohäuser müssen sich von einer reinen Verkaufs- zu einer Interaktionsplattform entwickeln, die das Produkt erklärt, auf der der Kunde es ausprobieren und sich mit anderen austauschen kann. „In Zukunft sichern sich Händler die Treue ihrer Kunden, wenn sie Teil einer angesagten Erlebniswelt werden können – digital und real“, bringt es Brauer auf den Punkt. Diese Strategie hilft auch beim Erstkontakt.



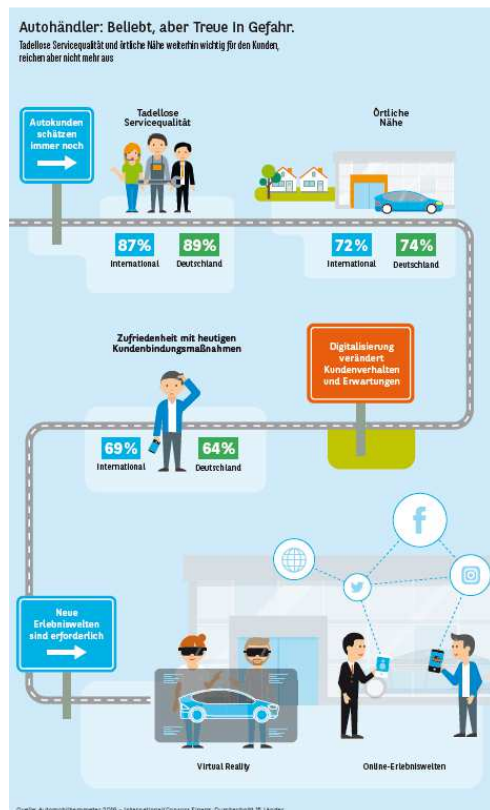
**CONSORS FINANZ**  
BNP PARIBAS



Die vollständige Studie kann abgerufen werden unter [studien.consorsfinanz.de](http://studien.consorsfinanz.de)

### Studien-Newsletter: Erfahren, was Verbraucher erwarten

Consors Finanz erstellt regelmäßig Studien und Umfragen zum Thema Automobil. Der Studien-Newsletter informiert sechsmal im Jahr über die Ergebnisse, fasst wichtige Fakten zusammen und zeigt Trends auf. Anmeldung unter [studien.consorsfinanz.de](http://studien.consorsfinanz.de)



**Bildunterschrift:** Autohändler: Bellebt, aber Treue in Gefahr.

### Über die Studie

Das Automobilbarometer International wird jährlich von Consors Finanz herausgegeben. Die Verbraucherstudie wurde vom 28. August bis zum 21. September 2017 in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Kantar TNS in Belgien, Deutschland, Spanien, Frankreich, Italien, Polen, Portugal, Großbritannien, Japan, USA, Brasilien, China, Mexiko, der Türkei und Südafrika durchgeführt. Als repräsentative Stichprobe wurden mehr als 10.600 Besitzerinnen und Besitzer eines in den vergangenen fünf Jahren neu oder gebraucht gekauften privaten Kraftfahrzeugs mittels einer Online-Erhebung befragt.

### Über Consors Finanz

Consors Finanz ist eine Marke der internationalen BNP Paribas Gruppe. Sie gehört zu den führenden Consumer-Finance-Anbietern in Deutschland. Im Unternehmensfokus steht die Vergabe von Konsumentenkrediten, insbesondere die Absatzfinanzierung im Einzel- und Online-Handel sowie in Auto-, Caravan- und Motorradhäusern.

Das Produktportfolio umfasst Ratenkredite, Kartenprodukte mit Verfügungsrahmen und endfällige Kredite sowie in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern ergänzende Versicherungs- und Zusatzprodukte. Vertriebspartner sind Handelsunternehmen jeder Größe, Banken und Versicherungen. Als Mitglied des Bankenfachverbandes hat sich Consors Finanz dazu verpflichtet, den strengen Verhaltensregeln der verantwortungsvollen Kreditvergabe von Verbraucherkrediten zu folgen.

[www.consorsfinanz.de](http://www.consorsfinanz.de)



**CONSORS FINANZ**  
**BNP PARIBAS**



### **Über BNP Paribas in Deutschland**

BNP Paribas ist eine führende europäische Bank mit internationaler Reichweite. Sie ist mit mehr als 192.000 Mitarbeitern in 74 Ländern vertreten, davon über 146.000 in Europa. In Deutschland ist die BNP Paribas Gruppe seit 1947 aktiv und hat sich mit 13 Gesellschaften erfolgreich am Markt positioniert. Privatkunden, Unternehmen und institutionelle Kunden werden von rund 5.000 Mitarbeitern bundesweit in allen relevanten Wirtschaftsregionen betreut. Das breit aufgestellte Produkt- und Dienstleistungsangebot von BNP Paribas entspricht nahezu dem einer Universalbank.

[www.bnpparibas.de](http://www.bnpparibas.de)

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

#### **Consors Finanz**

Dr. Stefan Mette

Pressesprecher

Tel.: +49 (0) 89 55 11 3140

E-Mail: [presse@consorsfinanz.de](mailto:presse@consorsfinanz.de)