

INHALT

Marktlage – AUTOHAUS Handelsindex	Seite 02
NEU: Marktlage aktuell	Seite 03
Neuwagengeschäft	Seite 04
Gebrauchtwagengeschäft	Seite 06
Standzeiten	Seite 07
Werkstattgeschäft	Seite 08
Perspektiven	Seite 09

Topthema: Online-Neuwagenvermittlung

Expertenkommentar	Seite 11
Nutzung von Onlinebörsen	Seite 12
Höhe des Rabatts	Seite 15
Gefahr für den Vertragshandel?	Seite 15
NEU: Frage der Woche	Seite 18

TOPTHEMA:

Online- Neuwagen- vermittlung

Marktlage *Kommentar*

Starkes 1. Halbjahr!

10,5% mehr Neuzulassungen (1,6 Mio) und 8,0% (3,4 Mio) mehr Besitzumschreibungen, das sind die harten Fakten, die das KBA für den Pkw-Markt in Deutschland bezogen auf das erste Halbjahr 2011 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum vermeldet. Entsprechend positiv ist der Verlauf unseres Stimmungsbarometers im Rahmen der pulsSchlag Umfragen. Alle Monatswerte unseres Indizes für 2011 liegen zum Teil deutlich über dem Vorjahr. Schön zu sehen, dass sich sowohl die Standtage, als auch das Rabattverhalten gleichzeitig rückläufig entwickeln.

Der Blick auf den Servicemarkt rundet das Bild ab. Seit Ende 2010 lässt sich eine kontinuierliche Belebung feststellen, die zum Teil deutlich über dem Niveau der Vorjahre liegt. Wie geht's weiter? Zumindest der kurz- bis mittelfristige Trend ist weiterhin (sehr) positiv. Der Großteil der Händler rechnet mit konstanten, fast jeder vierte sogar mit einer (noch) besseren Geschäftsentwicklung für Service und GW-Verkauf.

Was bleibt? Die Chance für den Handel, das gute Geschäft in langfristigen Erfolg umzusetzen. Hier spielt der Verkäufer eine herausragende Rolle. Sein Ruf ist schlechter als die tatsächliche Performance, wie eine aktuelle Studie belegt. Dennoch gilt: Wer es jetzt schafft, nicht nur an kurzfristigen Erfolg, sondern an eine nachhaltige Kundenbeziehung zu denken, sichert dem Betrieb langfristig die Existenz. Die Vermittlung und der Verkauf von Zusatzleistungen (Mobilitätspakete, Kfz-Versicherungen, etc.) spielen dabei ebenso eine Rolle, wie der gute persönliche „Draht“ zum Kunden.

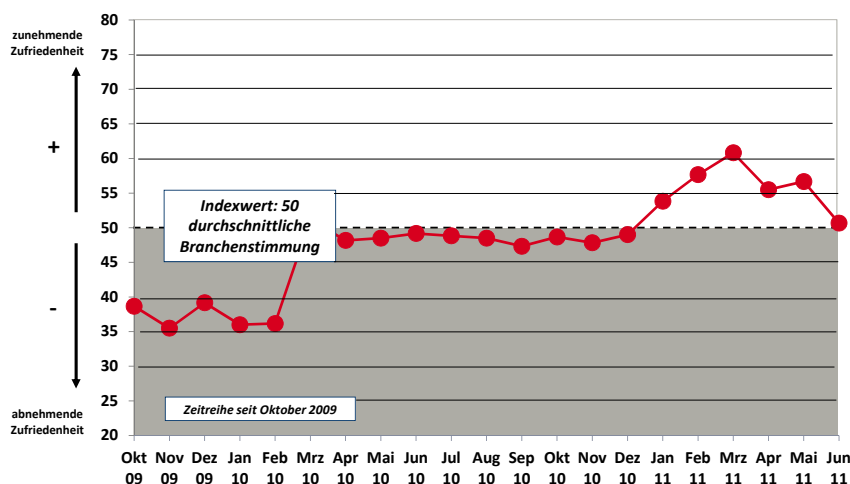


N. Haupt

Niklas Haupt,
puls Marktforschung GmbH

Stimmung im Autohandel

AUTOHAUS
Handelsindex



Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH



Marktlage *aktuell*

Gebraucht geht gut

Der Automarkt boomt. 10,5 Prozent mehr Pkw-Neuzulassungen im ersten Halbjahr 2011 gegenüber dem Vorjahreszeitraum sprechen eine deutliche Sprache. Aber nicht nur die Neuwagenverkäufe zogen von Januar bis Juni stark an, gleiches gilt auch für die Zahl der Besitzumschreibungen. Mit 3,4 Millionen Pkw wurden genau acht Prozent mehr gebrauchte Pkw auf einen neuen Halter zugelassen als im ersten Halbjahr 2010. Eine Konsequenz: Die Standzeiten verharren seit geraumer Zeit auf niedrigem Niveau. Bei den pulsSchlag-Händlern lagen sie dieses Jahr in der Regel bei 85 Tagen und lediglich im Januar bei knapp über 90 Tagen. Zum Vergleich: Im zweiten Halbjahr 2009 lagen die Standzeiten noch bei etwa 110 Tagen, erst ab Anfang 2010 gingen die Standzeiten langsam auf immer noch über 100 Tage im ersten Quartal zurück.

Schneller Verkauf zu höheren Preisen

Dr. Reinhard Schmidt, Leiter des Geschäftsbereichs Automotive Intelligence bei der Onlinebörse mobile.de, beobachtet diesen Trend ebenfalls: „Trotz höheren Preisniveaus belegen unsere Auswertungen einen zwischen zehn und 20 Prozent schnelleren Abverkauf. Das entspricht ein bis zwei Wochen weniger Standtagen.“ Höheres Preisniveau heißt laut mobile.de im Juni 2011 konkret ein Plus von 5,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat. Damit stieg der Durchschnittspreis der in die Onlinebörse eingestellten Gebrauchtwagen auf aktuell über 18.000 Euro. Und auch Autoscout24 verzeichnet ein spürbar steigendes Preisniveau. Die Münchner stellen in ihrem Gebrauchtwagen-Preisindex für die eingestellten Angebote ebenfalls einen Preisanstieg in Höhe von rund 5,2 Prozent fest. In ihrer Datenbank lag der Durchschnittspreis im Juni bei rund 15.800 Euro. Anders als im Neuwagengeschäft, wo die Rabatte trotz des Nachfrageschubs bislang gar nicht oder erst jetzt zeitverzögert sinken, wirkt sich die gestiegene Nachfrage bei den Gebrauchten damit unmittelbar auch auf den Umsatz pro Fahrzeug aus. Da verwundert es kaum, dass sich die Händler auch im Juli-pulsSchlag mit dem Gebrauchtwagengeschäft überwiegend zufrieden – und zufriedener als mit dem Neuwagengeschäft – zeigen.

Vor dem Hintergrund dieser guten Zahlen ist es jedoch verständlich, dass die meisten Händler im aktuellen pulsSchlag für die nächsten drei Monate nicht mit einem noch besseren Gebrauchtwagengeschäft rechnen. Aber sie gehen doch mehrheitlich davon aus, dass das Geschäft mit den Gebrauchten kurzfristig das hohe Niveau beibehalten wird und schauen damit positiv in die Gebrauchtwagenzukunft. So sieht es auch Reinhard Schmidt: „Die Gesamtwirtschaft hat sich erholt, die Durchschnittspreise werden vorerst stabil und die Nachfrage hoch bleiben.“

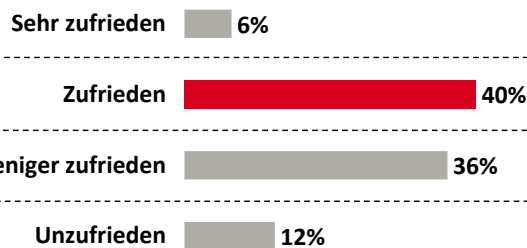
Christian Frederik Merten



Neuwagengeschäft Juni 2011

1: Zufriedenheit mit NW-Geschäft

Wie zufrieden sind Sie mit den Neuwagenverkaufsabschlüssen im abgelaufenen Monat Juni 2011 im Vgl. zum Vorjahresmonat?



Differenz zu 100%: Weiss nicht / Keine Angabe

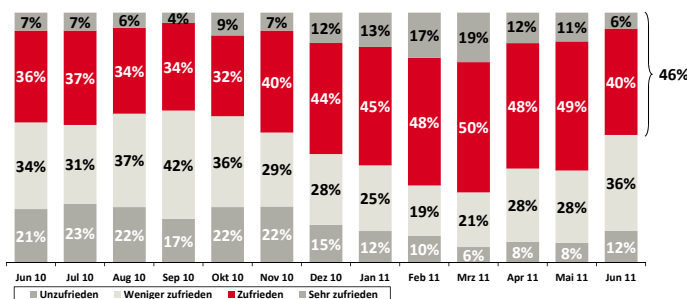
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Mehr unzufriedene Händler

- Paradigmenwechsel im Juni: Mittlerweile überwiegt der Anteil der Händler, die mit dem Neuwagengeschäft weniger zufrieden (36 Prozent) oder unzufrieden (zwölf Prozent) sind. Damit sind insgesamt 48 Prozent der Händler mit dem Juni-Geschäft nicht zufrieden.
- Lediglich insgesamt 46 Prozent äußern sich dagegen zufrieden oder sehr zufrieden.

2: Zufriedenheit mit NW-Geschäft (Überblick)

Wie zufrieden sind Sie mit den Neuwagenverkaufsabschlüssen?



Monatsvergleich
Differenz zu 100%: Weiss nicht / Keine Angabe

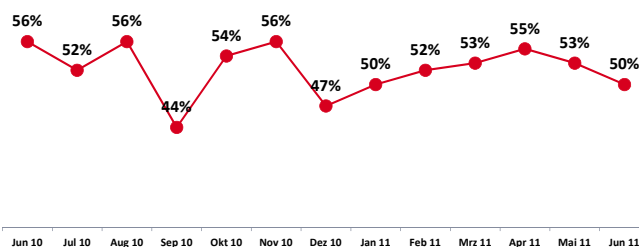
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Zufriedenheit geht deutlich zurück

- Im Juni 2011 waren nur noch 46 Prozent der Händler mit ihrem Neuwagengeschäft zufrieden oder sehr zufrieden.
- Damit ging dieser Anteil im Vergleich zum Vormonat um 14 Prozentpunkte zurück, im Vergleich zum diesjährigen Bestwert März sank er sogar um 23 Prozentpunkte.
- Besonders hoch im Vergleich zu den Vormonaten ist mit 36 Prozent der Anteil der weniger zufriedenen Händler.
- Im Vorjahresvergleich ergibt sich zum Juni 2010 beim Anteil der zufriedenen Händler allerdings noch immer ein leichtes Plus von drei Prozentpunkten.

3: Anteil gewerblicher Kunden beim Neuwagenkauf

Anteil Gewerbliche Kunden (NW)



Monatsvergleich

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

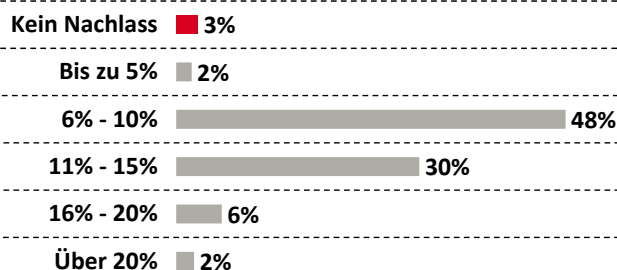
Privatkunden bauen ihren Anteil nochmals aus

- Seit April 2011 sind die Privatkunden wieder auf dem Vormarsch. Ihr Anteil stieg in den vergangenen zwei Monaten um fünf Prozentpunkte.
- Auch im Vergleich zum Vorjahr stieg der Anteil der Privatkunden an den Neuwagenverkäufen an, hier sogar um sechs Prozentpunkte.

Neuwagengeschäft Juni 2011 (Fortsetzung)

4: Nachlass auf Listenpreis (in Prozent)

Wie viel reinen Nachlass haben Sie im Neufahrzeugbereich im Juni 2011 durchsch. auf den Listenpreis (Netto) beim Verkauf gegeben?



Mittelwert: 10,5 %
Differenz zu 100%: Weiss nicht / Keine Angabe

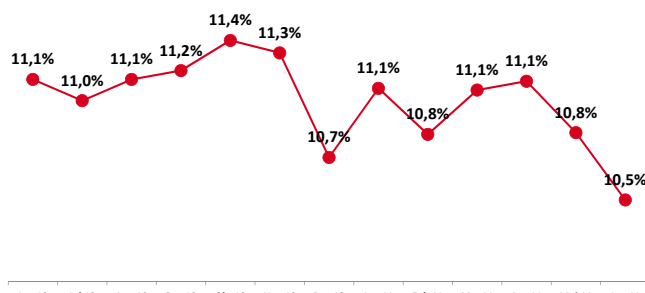
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Selten weniger als sechs Prozent Rabatt

- Sechs Prozent sind weiterhin die praktische Untergrenze: Weniger Nachlass auf den Listenpreis geben nur sehr wenige (insgesamt fünf Prozent) Händler.
- Die meisten Händler gewährten auch im Juni sechs bis zehn Prozent Neuwagennachlass (48 Prozent). Und auch der Anteil der Händler, die zwischen elf und 15 Prozent Rabatt gewähren, hat sich im Vergleich zum Vormonat praktisch nicht verändert (minus ein Prozentpunkt).
- Acht Prozent der befragten Händler gaben im Juni mehr als 15 Prozent Neuwagenrabatt.

5: Rabatte im Jahresrückblick (in Prozent)

Wie viel reinen Nachlass haben Sie im Neufahrzeugbereich durchsch. auf den Listenpreis (Netto) beim Verkauf gegeben?



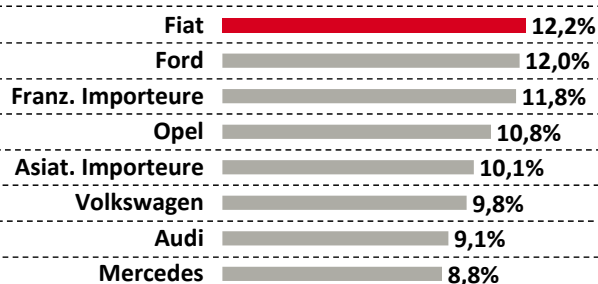
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Durchschnittsrabatt sinkt erneut

- Die angezogene Nachfrage und die damit verbundenen Lieferschwierigkeiten bei vielen Marken scheinen sich verzögert doch auf das Rabattniveau auszuwirken: Mit im Schnitt 10,5 Prozent liegt der Durchschnittsrabatt im Juni 2011 auf dem niedrigsten Stand seit Juni 2010.
- Im Vergleich zum Mai 2011 sank das Rabattniveau nochmals leicht um 0,3 Prozentpunkte.
- Deutlicher fällt der Unterschied im Vergleich zum Vorjahresmonat auf: Der diesjährige Wert liegt 0,6 Prozentpunkte unter dem Vorjahresniveau.

6: Nachlass auf Listenpreis (nach Marke)

Wie viel reinen Nachlass haben Sie im Neufahrzeugbereich im Juni 2011 durchsch. auf den Listenpreis (Netto) beim Verkauf gegeben?



Mittelwert: 10,5 %

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

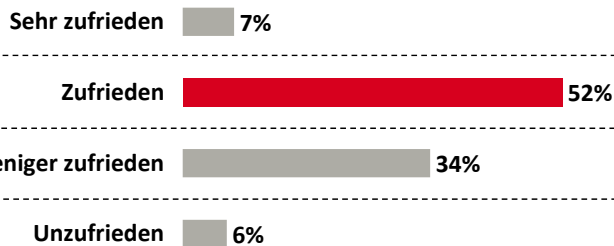
Deutliche Verbesserung bei asiatischen Marken

- Die Händler asiatischer Marken haben sich beim Neuwagennachlass im Vergleich zum Vormonat deutlich zurückgehalten. Ihr durchschnittliches Rabattniveau sank um 1,4 Prozentpunkte. Sie konnten sich so im Ranking um zwei Plätze verbessern.
- Gegen den Trend gestiegen sind die Rabatte dagegen bei den Ford-Händlern. Gesunken sind sie bei den Händlern französischer Marken (Veränderung jeweils 0,6 Prozentpunkte).
- Auch die Mercedes-Vertreter gaben im Juni mehr Nachlass als im Vormonat (plus einen Prozentpunkt). Ihren Spitzenplatz konnten sie aber dennoch verteidigen.

Gebrauchtwagengeschäft Juni 2011

7: Zufriedenheit mit GW-Geschäft

Wie zufrieden sind Sie mit den GW-Verkaufsabschlüssen im abgelaufenen Monat Juni 2011 im Vgl. zum Vorjahresmonat?



Differenz zu 100%: Weiss nicht / Keine Angabe

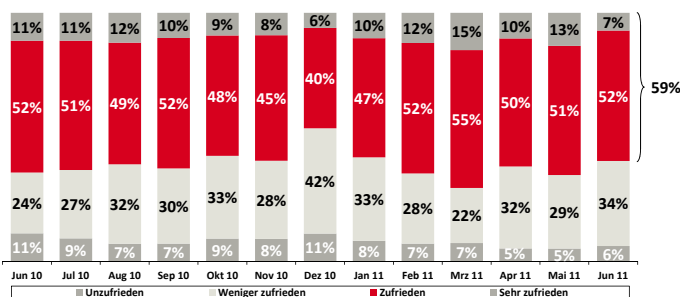
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Bei den Gebrauchtwagen überwiegt weiterhin die Zufriedenheit

- Im Gegensatz zum Neuwagengeschäft zeigen sich die Händler mit ihrem Gebrauchtwagengeschäft weiterhin überwiegend zufrieden. Im Hinblick auf die Juni-Abschlüsse äußerten sich sieben Prozent sehr zufrieden und mehr als die Hälfte (52 Prozent) zufrieden.
- Die unzufriedenen Händler sind damit mit insgesamt 40 Prozent weiterhin in der Minderheit.

8: Zufriedenheit mit GW-Geschäft (Überblick)

Wie zufrieden sind Sie mit den Gebrauchtwagenverkaufsabschlüssen?



Monatsvergleich
Differenz zu 100%: Weiss nicht / Keine Angabe

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

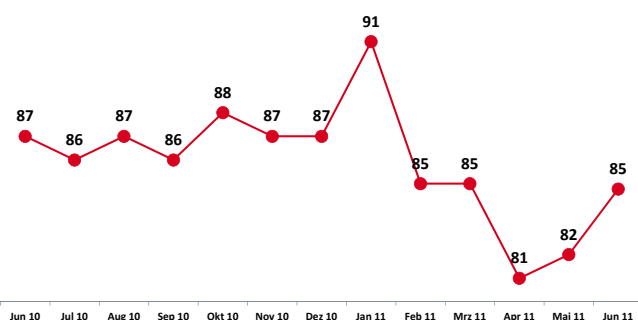
Dennoch: Leichtes Stimmungsminus auch bei den Gebrauchtwagen

- Obwohl der Anteil der zufriedenen Händler weiterhin überwiegt, ist auch im Hinblick auf das Gebrauchtwagengeschäft ein leichtes Minus zu beobachten: Im Mai 2011 lag der Anteil der zufriedenen Händler insgesamt noch um fünf Prozentpunkte über dem aktuellen Wert.
- Auch im direkten Vergleich mit dem Vorjahresmonat ist ein Rückgang der Zufriedenheit mit dem Gebrauchtwagengeschäft zu beobachten. Im Vergleich zum Juni 2010 sank der Anteil der zufriedenen Händler um insgesamt vier Prozentpunkte.

Standzeiten Juni 2011

9: GW-Standzeiten im Jahresüberblick

Wie viele Tage beträgt Ihre GW-Standzeit vom Bestand?



Monatsvergleich

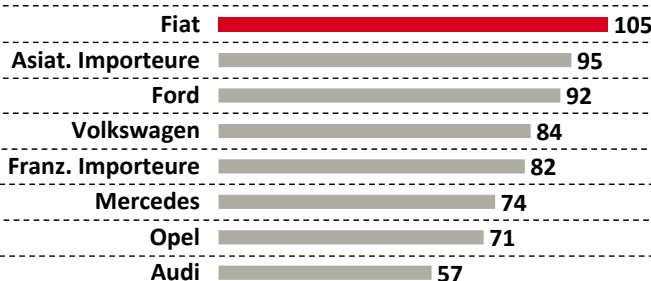
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Gebrauchte stehen drei Tage länger

- Ein leichtes Plus bei den Standzeiten: Im Juni standen die Gebrauchten mit 85 Tagen drei Tage länger auf dem Hof als noch im Mai.
- Damit liegen die Standzeiten aber immer noch unter dem Vorjahreswert von 87 Tagen.
- Und grundsätzlich liegen die Standzeiten weiterhin auf niedrigem Niveau: Bis März 2010 brauchten die Händler noch mehr als 100 Tage für den Gebrauchtwagenverkauf.

10: GW-Standzeiten (nach Marken)

Wie viele Tage beträgt Ihre GW-Standzeit vom Bestand?



Mittelwert: 85

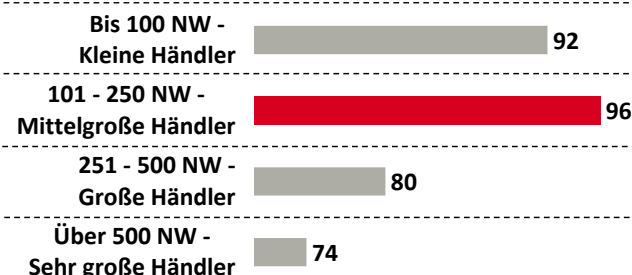
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Händler französischer Marken mit größtem Minus

- Die Händler der französischen Marken brauchten im Juni mit 82 Tagen neun Tage länger als noch im Mai, um ihre Gebrauchten zu verkaufen. Das bedeutet im Ranking allerdings einen Abstieg um lediglich einen Platz.
- Neun Tage schneller als im Mai waren dagegen die Fiat-Händler, bei ihnen sanken die durchschnittlichen Standzeiten von 114 auf 105 Tage. Das bedeutet allerdings weiterhin den letzten Platz im Ranking.
- Das Ranking wird weiterhin angeführt von den Audi-Händlern, die ihren Vorsprung sogar noch ausbauen und die Standzeiten im Vergleich zum Vormonat um fünf Tage optimieren konnten.

10: GW-Standzeiten (nach Händlergröße)

Wie viele Tage beträgt Ihre GW-Standzeit vom Bestand?
(Händlergröße nach NW-Verkauf/Jahr)



Mittelwert: 85

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

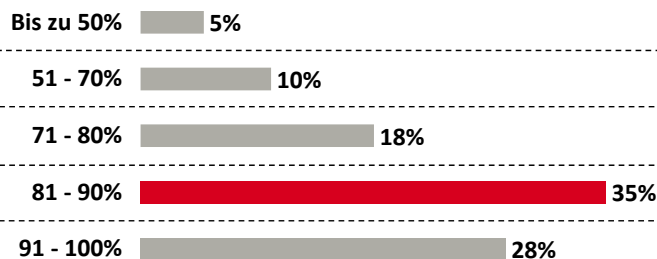
Kleinere Händler mit längeren Standzeiten

- Kleine und mittelgroße Händler brauchen im Schnitt deutlich länger für den Gebrauchtwagenverkauf als große und sehr große Händler.
- Die längsten Standzeiten haben die mittelgroßen Händler mit 96 Tagen, dicht gefolgt von den kleinen Händlern (92 Tage).
- Große und sehr große Händler bringen ihre Gebrauchten im direkten Vergleich deutlich schneller vom Hof. Mit 80 beziehungsweise 74 Tagen liegen beide Gruppen deutlich unter dem Gesamtschnitt von 85 Tagen.

Werkstattgeschäft Juni 2011

11: Werkstattauslastung im Einzelnen

Zu wie viel Prozent war Ihre Werkstatt im abgelaufenen Monat Juni 2011 ausgelastet?



Mittelwert: 83 %
Differenz zu 100%: Weiss nicht / Keine Angabe

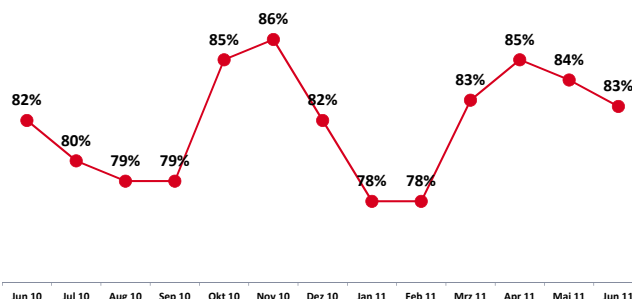
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Weiterhin Top-Auslastung

- Das Werkstattgeschäft stellt für die wenigsten Händler ein Problem dar, die Auslastung liegt weiterhin bei hohen 83 Prozent.
- Etwas mehr als ein Drittel der Händler melden eine Auslastung von 81 bis 90 Prozent, und auch der Anteil der Händler mit einer Auslastung von mehr als 90 Prozent liegt mit 28 Prozent weiterhin auf hohem Niveau. Allerdings ist dieser Anteil im Vergleich zum Mai 2011 um zwölf Prozent zurückgegangen.
- 15 Prozent der Befragten konnten ihre Werkstatt im Juni allerdings lediglich zu weniger als 70 Prozent auslasten.

12: Werkstattauslastung im Jahresüberblick

Zu wie viel Prozent war Ihre Werkstatt ausgelastet?



Monatsvergleich

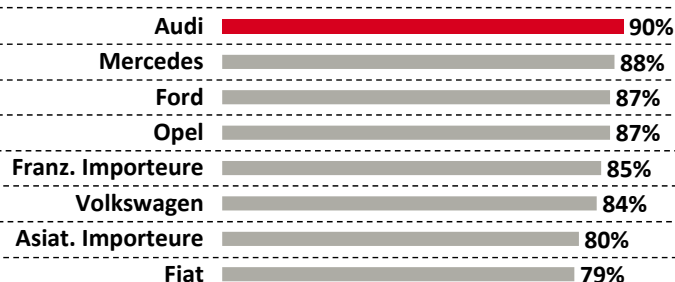
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Kaum Rückgang seit April

- Seit April ist die Werkstattauslastung der pulsSchlag-Händler lediglich um zwei Prozentpunkte gesunken.
- Im Vergleich zum Juni 2010 gab es mit einem Plus von einem Prozentpunkt ebenfalls kaum Veränderungen.

13: Werkstattauslastung (nach Marken)

Zu wie viel Prozent war Ihre Werkstatt im abgelaufenen Monat Juni 2011 ausgelastet?



Mittelwertvergleich
Mittelwert: 83 %

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

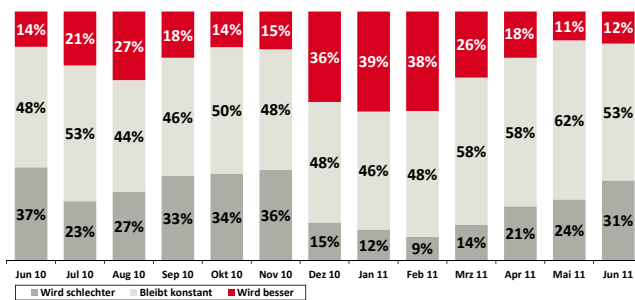
Marginale Veränderungen

- Wie im Gesamtbild hat sich auch die Werkstattauslastung der einzelnen Marken im Vergleich zum Mai kaum verändert.
- Die größten Abweichungen ergaben sich bei den Händlern der französischen Marken (minus drei Prozentpunkte) sowie den Volkswagen-Händlern (minus vier Prozentpunkte).

Perspektiven für 2011

14: Entwicklung im NW-Bereich

Wie wird sich das Geschäft aus Ihrer Sicht im NW-Bereich in den nächsten 3 Monaten entwickeln?



Monatsvergleich
Differenz zu 100%: Weiss nicht / Keine Angabe

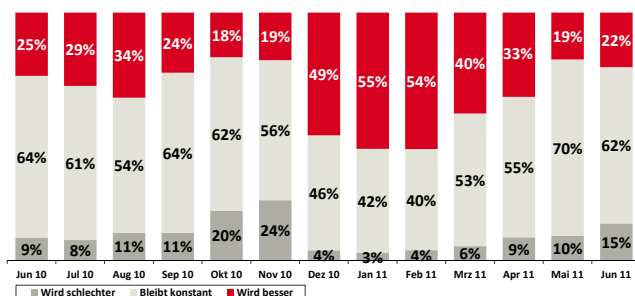
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Nur zwölf Prozent erwarten mehr Neuzulassungen

- Die Händler schätzen die Situation tendenziell negativ ein: 31 Prozent gehen davon aus, dass sich das Neuwagengeschäft in den nächsten drei Monaten eher verschlechtern wird. Im ersten Quartal des Jahres lag dieser Anteil mit neun bis 14 Prozent noch deutlich niedriger, im Vorjahresmonat mit 37 Prozent aber auch spürbar höher.
- Der Anteil derjenigen, die ein konstantes Neuwagengeschäft voraussagen, ist erstmals seit August 2010 im Vormonatsvergleich deutlich gesunken.
- Mit zwölf Prozent beträgt der Anteil der Optimisten im Vergleich zum Jahresbeginn nur noch knapp ein Viertel.

15: Geschäftsentwicklung im GW-Bereich

Wie wird sich das Geschäft aus Ihrer Sicht im GW-Bereich in den nächsten 3 Monaten entwickeln?



Monatsvergleich
Differenz zu 100%: Weiss nicht / Keine Angabe

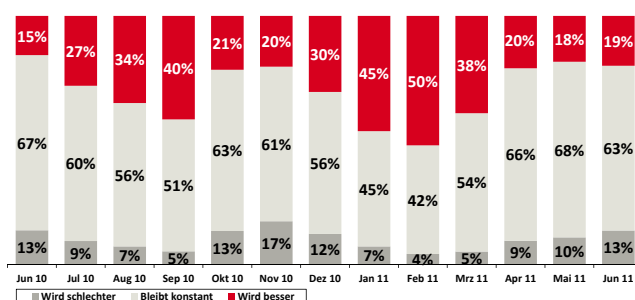
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Realismus auch im Gebrauchtwagengeschäft

- Fast zwei Drittel der Händler (62 Prozent) erwarten bis September ein konstantes Gebrauchtwagengeschäft.
- Lediglich 15 Prozent gehen für diesen Zeitraum von einem schlechteren Geschäft aus. Das sagten im Vormonat allerdings lediglich zehn Prozent. Auch im Vergleich zum Juni 2010 hat sich der Anteil der Pessimisten damit spürbar erhöht.
- Der Anteil derjenigen, die ein besseres Gebrauchtwagengeschäft voraussehen, hat sich im Vergleich zum Jahresbeginn mehr als halbiert.

16: Entwicklung im Service-Bereich

Wie wird sich das Geschäft aus Ihrer Sicht im Service-Bereich in den nächsten 3 Monaten entwickeln?



Monatsvergleich
Differenz zu 100%: Weiss nicht / Keine Angabe

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Konstanz auch im Servicegeschäft

- Wie für das Neu- und Gebrauchtwagengeschäft sehen die Händler auch im Service für die nächsten drei Monate eine konstante Entwicklung voraus.
- Knapp ein Fünftel erwartet bis September ein besseres Servicegeschäft. Dieser Wert liegt auf Vormonatsniveau und etwas über dem Juni 2010. Im Vergleich zum Jahresbeginn hat sich der Anteil der Optimisten aber deutlich verringert.
- Der Anteil derjenigen, die ein schlechteres Servicegeschäft erwarten, hat sich im Gegenzug seit Januar annähernd verdoppelt, liegt aber genau auf Vorjahresniveau.



App sofort kalkulieren Sie überall richtig.

Im Wettbewerb zählt Service, Flexibilität und Schnelligkeit. Wir bieten Ihnen jetzt die nächste Generation der Flexibilität. Ab sofort können Sie auch im Fahrzeug, außerhalb Ihres Showrooms oder auf Promotions – überall und direkt – Ihren Kunden eine attraktive Finanzierungsrate kalkulieren.

Unser bekanntes Kalkulationsprogramm „Kosyfa“ gibt es ab sofort auch als iPhone App. Jederzeit und überall für Sie bereit. Noch mehr Service können Sie Ihren Kunden nicht bieten.

Jetzt downloaden: www.santander.de/app

 **Santander**
CONSUMER BANK

WERTE
AUS IDEEN

www.santander.de

Top-Thema: Online-Neuwagenvermittlung

Die Händler sind skeptisch: Sie glauben nicht, dass Neuwagenverkäufe über Onlinevermittler den Geschäftserfolg nachhaltig erhöhen. Lediglich rund ein Fünftel der befragten Händler hat allerdings bislang im Neuwagengeschäft direkte Erfahrungen mit Onlinevermittlern gemacht. Und die, die mit Onlinevermittlern arbeiten, geben ihnen eher durchschnittliche Noten. Dennoch, die Mehrheit der Händler geht davon aus, dass Onlinevermittler auch in Zukunft eine Rolle im Neuwagenmarkt spielen werden.



Expertenkommentar zum Top-Thema

Ausbaufähig

Es gibt schmeichelhaftere Bewertungen: Auf einer Notenskala von eins (sehr gut) bis vier (schlecht) beurteilen die pulsSchlag-Händler die bisherigen Erfahrungen mit Online-Neuwagenvermittlern lediglich mit der Note 2,6. Da besteht Nachholbedarf. Dabei steht die Zusammenarbeit als solche weniger im Zentrum der Kritik. Für das Marketing, die Abwicklungsprozesse sowie die Kommunikation mit dem Partner vergeben die Händler mehrheitlich gute Noten.

Anders stellt es sich allerdings in einem wichtigen Punkt, nämlich mit den Auswirkungen auf die Absatzzahlen dar: Sie beurteilt etwa ein Fünftel der Händler schlecht und etwas mehr als 40 Prozent als eher schlecht. Da kann man also unterstellen, dass ein zentrales Anliegen der Zusammenarbeit mit Online-Neuwagenvermittlern nicht erreicht wurde. Denn Ziel einer solchen Kooperation kann es ja nur sein, die Stückzahlen und vor allem eigentlich auch die Rendite zu erhöhen.

Letzteres ist den pulsSchlag-Ergebnissen zufolge aber ebenfalls anzuzweifeln. Denn im Schnitt geben die Händler Kunden, die über Onlinevermittler auf sie zukommen, mehr als zwölf Prozent Rabatt. Damit liegt das Rabattniveau bei diesen Geschäften deutlich über dem Juli-Schnitt von 10,5 Prozent. Natürlich sind da für den einen oder anderen durch Skaleneffekte – Stichworte Mengenboni oder Herstellerprämien – noch rentable Geschäfte zu erwarten. Dass das der Regelfall ist, ist jedoch anzuzweifeln. So verwundert es kaum, dass bislang lediglich rund ein Fünftel der Händler Neuwagen in Kooperation mit Onlinevermittlern verkauft.



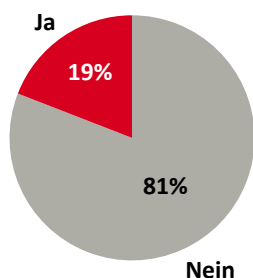
Christian Frederik Merten
Redakteur AUTOHAUS

Christian Frederik Merten
Redakteur AUTOHAUS

Top-Thema: (Fortsetzung) Online-Neuwagenvermittlung

17: Neuwagenverkauf über Online-Börsen

Thema „Online Neuwagen-Vermittlung“ - Online-Börsen, die Neuwagen an Endkunden vermitteln. Haben Sie bereits Neuwagen mit Online-Neuwagen-Vermittlern verkauft?



Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Vier Fünftel ohne Erfahrung mit Neuwagenbörsen

- Lediglich rund ein Fünftel der befragten Händler hat bereits über Onlinevermittler Neuwagen an Endkunden verkauft.
- 81 Prozent der Händler sagen dagegen, noch nie Neuwagen über Onlinevermittler verkauft zu haben.

18: Neuwagenverkauf über Online-Börsen (nach Händlergröße)

Thema „Online Neuwagen-Vermittlung“ - Online-Börsen, die Neuwagen an Endkunden vermitteln. Haben Sie bereits Neuwagen mit Online-Neuwagen-Vermittlern verkauft?

Bis 100 NW -
Kleine Händler 13%

101 - 250 NW -
Mittelgroße Händler 11%

251 - 500 NW -
Große Händler 12%

Über 500 NW -
Sehr große Händler 35%

Antwort: Ja

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Sehr große Händler mit höherer Nutzungsquote

- Vor allem die sehr großen Händler mit mehr als 500 verkauften Neuwagen pro Jahr haben bereits neue Autos über Onlinevermittler an Endkunden verkauft. Bei ihnen liegt dieser Anteil bei rund 35 Prozent.
- Deutlich weniger genutzt werden die Dienste von Online-Neuwagenvermittlern dagegen bei kleineren, aber auch mittelgroßen und großen Händlern.

19: Neuwagenverkauf über Online-Börsen (nach Markengruppen)

Thema „Online Neuwagen-Vermittlung“ - Online-Börsen, die Neuwagen an Endkunden vermitteln. Haben Sie bereits Neuwagen mit Online-Neuwagen-Vermittlern verkauft?

Dt. Premium-
Hersteller 17%

Dt. Volumen-
Hersteller 22%

Große Import-
Fabrikate 21%

Kleine Import-
Fabrikate 18%

Antwort: Ja

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

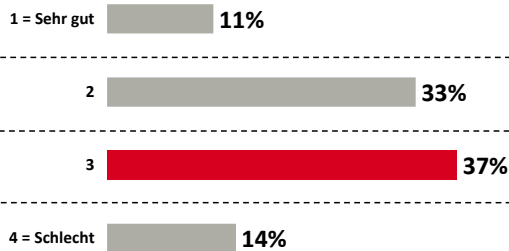
Händler deutscher Volumenmarken Vorreiter

- Händler deutscher Volumenhersteller nutzen die Dienste von Onlinevermittlern beim Neuwagenverkauf an Endkunden häufiger als die Händler der anderen Markengruppen.
- Allerdings haben mit 21 Prozent bereits ähnlich viele Händler großer Importmarken im Neuwagenverkauf mit Onlinevermittlern zusammengearbeitet.

Top-Thema: (Fortsetzung) Online-Neuwagenvermittlung

20: Erfahrungen mit den Onlinevermittlern

Wie sind Ihre bisherigen generellen Erfahrungen mit Online Neuwagen-Vermittlern?



Mittelwert: 2,6

Basis: Betriebe, die mit Online-Neuwagen-Vermittlern verkauft haben!

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Verbesserungspotenzial

- Die Betriebe, die im Neuwagenbereich bereits mit Onlinevermittlern zusammengearbeitet haben, beurteilen sie indifferent.
- Lediglich elf Prozent beurteilen ihre bisherigen Erfahrungen mit den Kooperationspartnern als sehr gut, weitere 33 Prozent als gut.
- Mit 37 Prozent beurteilt die Mehrheit der Befragten die Zusammenarbeit auf einer Skala von eins bis vier mit einer drei. Somit besteht durchaus Optimierungspotenzial.
- 14 Prozent beurteilen die bisherige Kooperation sogar als schlecht.

21: Erfahrungen mit den Onlinevermittlern (nach Händlergröße)

Wie sind Ihre bisherigen generellen Erfahrungen mit Online Neuwagen-Vermittlern?



Mittelwertvergleich (Skala: „1 = Sehr gut“ bis „4 = Schlecht“)

Basis: Betriebe, die mit Online-Neuwagen-Vermittlern verkauft haben!

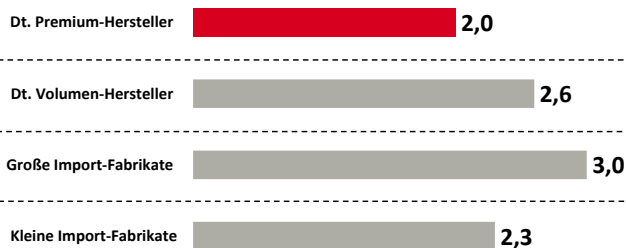
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Große Händler urteilen etwas besser

- Große und sehr große Händler sind mit der Zusammenarbeit mit Neuwagen-Onlinevermittlern tendenziell zufriedener als kleine und mittelgroße Händler.
- Während die großen und sehr großen Händler die Zusammenarbeit auf einer Skala von eins bis vier im Schnitt mit 2,3 beziehungsweise 2,5 bewerten, geben die kleinen und mittelgroßen Händler jeweils die Note 2,9.

22: Erfahrungen mit den Onlinevermittlern (nach Markengruppe)

Wie sind Ihre bisherigen generellen Erfahrungen mit Online Neuwagen-Vermittlern?



Mittelwertvergleich (Skala: „1 = Sehr gut“ bis „4 = Schlecht“)

Basis: Betriebe, die mit Online-Neuwagen-Vermittlern verkauft haben!

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

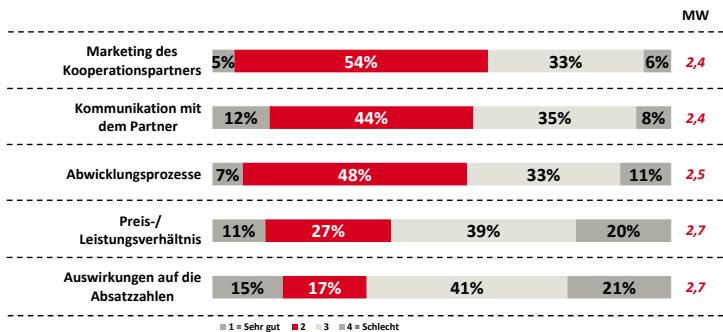
Händler großer Importfabrikate besonders unzufrieden

- Die Händler der großen Importmarken beurteilen die Zusammenarbeit mit den Onlinevermittlern mit einer 3,0 am schlechtesten.
- Eine ganze Note besser beurteilen die Händler deutscher Premiummarken die Zusammenarbeit. Sie stellen den Onlinevermittlern in diesem Vergleich damit das beste Zeugnis aus.

Top-Thema: (Fortsetzung) Online-Neuwagenvermittlung

23: Einzelheiten der Zusammenarbeit

Wie beurteilen Sie generell die folgenden Punkte der Zusammenarbeit mit Online-Neuwagen-Vermittlern?



Basis: Betriebe, die mit Online-Neuwagen-Vermittlern verkauft haben!
Differenz zu 100%: Weiss nicht / Keine Angabe

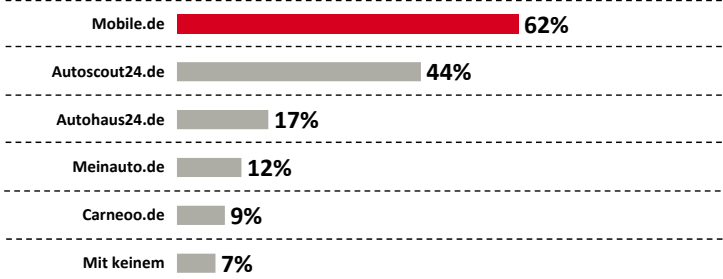
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Marketing trifft auf größte Zustimmung

- Am zufriedensten sind die Händler mit dem Marketing des Kooperationspartners, mit der Kommunikation sowie den Abwicklungsprozessen. Hier vergeben jeweils mehr als die Hälfte der Befragten die Noten sehr gut oder gut. Allerdings bewegt sich das Zufriedenheitsniveau auf der Skala von eins bis vier ebenfalls höchstens auf dem Level 2,4.
- Optimierungspotenziale bestehen dagegen vor allem auf dem Gebiet des Preis-/Leistungsverhältnisses sowie bei den Auswirkungen auf die Absatzzahlen. Hier haben sich die Händler den Noten zufolge mehr erhofft.

24: Konkrete Partner

Mit welchem/n Online-Neuwagen-Vermittler/n arbeiten Sie konkret zusammen?



Mehrfachnennungen möglich!
Basis: Betriebe, die mit Online-Neuwagen-Vermittlern verkauft haben!

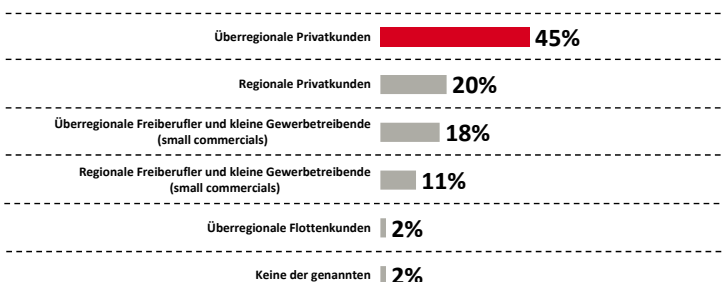
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Mobile.de an der Spitze

- Wenn die Händler beim Neuwagenverkauf mit Onlinevermittlern zusammenarbeiten, dann mit Mobile.de. Das geben 62 Prozent der Händler an, die bereits Erfahrungen mit derartigen Dienstleistern gemacht haben.
- An zweiter Stelle folgt mit deutlichem Abstand (44 Prozent) Autoscout24.de, an dritter Stelle Autohaus24.de (17 Prozent).
- Mit keiner der genannten Börsen arbeiten sieben Prozent der Händler zusammen.

25: Kundengruppen

Welche Kundengruppen kommen überwiegend über Online-Neuwagen-Vermittler auf Sie zu?



Basis: Betriebe, die mit Online-Neuwagen-Vermittlern verkauft haben!
Differenz zu 100%: Weiss nicht / Keine Angabe

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Privatkunden Zielgruppe Nummer eins

- Vor allem überregionale Privatkunden kaufen ihr Neufahrzeug über Onlinevermittler. 45 Prozent der Händler sagen, dass überwiegend diese Kundengruppe über Onlineportale auf sie zukommt.
- 20 Prozent geben in diesem Zusammenhang regionale Privatkunden als wichtigste Zielgruppe an.
- Small Commercials spielen eine deutlich geringere, große Flottenkunden überhaupt keine Rolle.

Top-Thema: (Fortsetzung) Online-Neuwagenvermittlung

26: Nachlässe

Wie viel Rabatt geben Sie Kunden durchschnittlich, die ihr Fahrzeug über einen Online-Neuwagen-Vermittler bei Ihnen kaufen?

Bis 5 Prozent **7%**

6 bis 10 Prozent **20%**

11 bis 15 Prozent **35%**

16 bis 20 Prozent **15%**

Mehr als 20 Prozent **2%**

Mittelwert: **12,2**

Differenz zu 100%: Weiss nicht / Keine Angabe

Basis: Betriebe, die mit Online-Neuwagen-Vermittlern verkauft haben!

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Elf bis 15 Prozent Rabatt

- Kunden, die ein Neufahrzeug über einen Onlinevermittler erwerben, erhalten zumeist elf bis 15 Prozent Rabatt. Das ist bei 35 Prozent der Händler der Fall.
- Lediglich sieben Prozent der Händler gewähren höchstens fünf Prozent Rabatt, ein Fünftel sechs bis zehn Prozent.
- Mehr als 15 Prozent Nachlass gibt es bei diesen Geschäften bei immerhin noch 17 Prozent der Befragten.
- Im Schnitt gewähren die Händler den Kunden 12,2 Prozent Rabatt.

27: Nachlässe (nach Markengruppe)

Wie viel Rabatt geben Sie Kunden durchschnittlich, die ihr Fahrzeug über einen Online-Neuwagen-Vermittler bei Ihnen kaufen?

Dt. Premium-Hersteller **11,6%**

Dt. Volumen-Hersteller **14,4%**

Große Import-Fabriken **12,3%**

Kleine Import-Fabriken **11,1%**

Mittelwertvergleich

Basis: Betriebe, die mit Online-Neuwagen-Vermittlern verkauft haben!

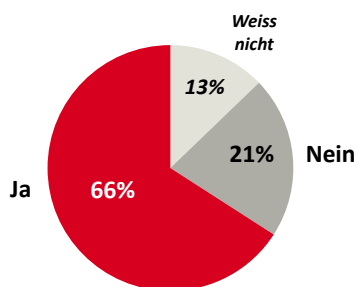
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Höchste Rabatte bei deutschen Volumenfabrikaten

- Überdurchschnittlich hohe Nachlässe gewähren die Händler deutscher Volumenfabrikate den Kunden, die sie über Onlinevermittler kontaktieren. Bei ihnen beträgt der durchschnittliche Rabatt 14,4 Prozent.
- Knapp über dem Schnitt von 12,2 Prozent liegen auch die Händler der großen Importfabrikate.
- Bei den Händlern der deutschen Premiumfabrikate und den Händlern kleiner Importmarken liegt der Durchschnittsnachlass dagegen bei 11,6 beziehungsweise bei 11,1 Prozent.

28: Vermittler als Wettbewerber

Sehen Sie in Online-Neuwagen-Vermittlern eine Gefahr für den Vertragshandel?



Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Gefahr für den Vertragshandel

- Genau zwei Drittel der befragten Händler sehen in Neuwagen-Onlinevermittlern eine direkte Gefahr für den Vertragshandel.
- Rund ein Fünftel (21 Prozent) sagt das genaue Gegenteil und sieht wohl eher die Chancen, die aus den Kooperationen mit den Vermittlern entstehen können.
- 13 Prozent der Händler haben zu dieser Frage keine eindeutige Meinung.

Top-Thema: (Fortsetzung) Online-Neuwagenvermittlung

29: Vermittler als Wettbewerber (nach Markengruppe)

Sehen Sie in Online-Neuwagen-Vermittlern eine Gefahr für den Vertragshandel?



Antwort: Ja

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

30: Vermittler als Wettbewerber (Marken- und freie Händler)

Sehen Sie in Online-Neuwagen-Vermittlern eine Gefahr für den Vertragshandel?

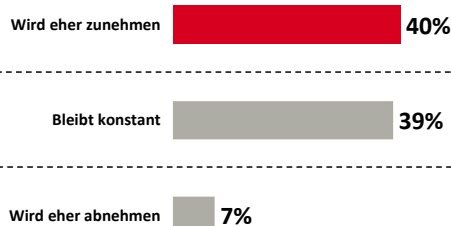


Antwort: Ja

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

31: Entwicklung des Verkaufs über Onlinevermittler

Wie wird sich der Verkauf von Neuwagen über Online-Vermittlungs-Anbieter in den nächsten 12 Monaten aus Ihrer Sicht entwickeln?



Differenz zu 100%: Weiss nicht / Keine Angabe

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Händler kleiner Importmarken sehen mehr Gefahren

- Vor allem die Händler kleiner Importmarken gehen davon aus, dass Neuwagen-Onlinevermittler eine Gefahr für den Vertragshandel darstellen. In dieser Gruppe sind mit 74 Prozent rund drei Viertel der Befragten dieser Ansicht.
- Allerdings sieht auch in den anderen Gruppen die überwiegende Mehrheit in den Onlinevermittlern eine Gefahr für den Vertragshandel.

Vor allem freie Händler sehen die Chancen

- Das verwundert kaum: Vor allem die Markenbetriebe fürchten Neuwagen-Onlinevermittler. 68 Prozent sagen in dieser Gruppe, sie seien als Gefahr für den Vertragshandel zu sehen.
- Allerdings geht davon auch die Mehrheit der markenunabhängigen Betriebe aus.

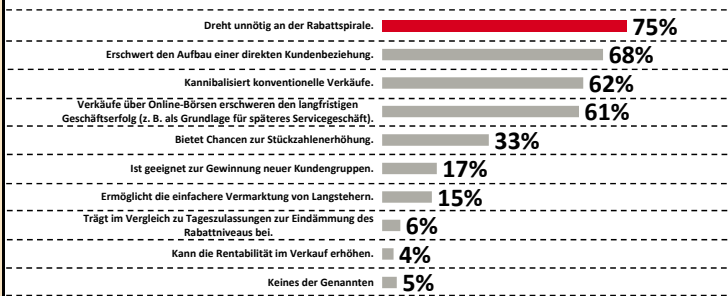
Geschäftsfeld mit Zukunft

- Viele Befragte (40 Prozent) gehen davon aus, dass der Verkauf von Neuwagen über Onlinevermittler in den nächsten zwölf Monaten eher zunehmen wird.
- Fast ebenso viel (39 Prozent) gehen von einer konstanten Entwicklung aus. Damit prognostizieren die Befragten den Online-Neuwagenbörsen durchaus eine prosperierende Zukunft.

Top-Thema: (Fortsetzung) Online-Neuwagenvermittlung

32: Zusammenarbeit mit Online-Neuwagenvermittlern

Was trifft aus Ihrer Sicht grundsätzlich auf die Zusammenarbeit mit einem Online-Neuwagen-Vermittler zu?



Mehrfachnennungen möglich!

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2011
puls Marktforschung GmbH

Händler sehen vornehmlich Risiken

- Im Hinblick auf die Zusammenarbeit mit Neuwagen-Onlinevermittlern befürchten die Händler vor allem immer höhere Rabatte (75 Prozent), den erschwerten Aufbau von Kundenbeziehungen (68 Prozent) sowie die Kannibalisierung konventioneller Geschäfte (62 Prozent).
- Grundsätzlich gehen sie auch davon aus, dass Geschäft über Onlinevermittler den langfristigen Geschäftserfolg erschweren.
- Chancen sehen die wenigsten Händlern in diesen Geschäften. Lediglich 33 Prozent sehen die Möglichkeit zur Stückzahlenerhöhung, nur 17 Prozent sehen hierin eine geeignete Möglichkeit, neue Kundengruppen zu akquirieren.
- Auch renditeorientierte Vorteile sehen die meisten Händler nicht.



AUTOHAUS Online – Frage der Woche

? Welches Vergütungssystem halten Sie für besser? (Online-Umfrage vom 04.07.2011, 943 abgegebene Stimmen)

- a) das neue ZDK-Geschäftsmodell, das einen Ausgleich für die Händler im Nachhinein vorsieht. (26%)
- b) das so genannte Wertschöpfungskettenmodell, in dem einzelne Leistungen der Händler aufwandgemäß angemessen honoriert werden. (74%)

Was ist besser, wenn es um die Händler-Vergütungsregelungen geht: Das ZDK-Geschäftsmodell mit einem Ausgleich für Händler im Nachhinein oder das sogenannte Wertschöpfungskettenmodell, in dem Leistungen der Händler aufwandgemäß honoriert werden? 74% der Umfrage-Teilnehmer auf AUTOHAUS Online entschieden sich für Letzteres, die Idee des ZDK überzeugte nur 26%.

? Wer wird 2020 Marktführer im deutschen Premium-Segment sein? (Online-Umfrage vom 27.06.2011, 2.249 abgegebene Stimmen)

- Audi (46%)
- BMW (25%)
- Mercedes-Benz (30%)

Diese Frage interessiert schon Kinder: Wer baut in Deutschland die besten und erfolgreichsten Traumautos? Auch unsere Online-Leser beteiligten sich rege. Ihr Votum: Audi holt nicht nur auf, sondern überholt auch seine beiden Premium-Wettbewerber BMW und Mercedes, davon sind die AUTOHAUS Online-Leser überzeugt. 46 Prozent sehen die VW-Tochter im Jahr 2020 vorne – ein überraschend klares Votum.

? Bremsen die neuen Verkaufsgerüchte den Opel-Aufschwung? (Online-Umfrage vom 20.06.2011, 1.912 abgegebene Stimmen)

- Ja (70%)
- Nein (25%)
- Weiß nicht (5%)

Opel ist auf dem Weg zu alter Stärke: Von Januar bis Mai sind die Rüsselsheimer dem deutschen NW-Markt davongefahren. 106.652 Neuzulassungen bedeuteten einen satten Zuwachs um 22 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Wenn da nicht die internen Störfeuer wären: Meldungen über neue Verkaufspläne von General Motors ließen vor kurzem Opelaner, Händler und Kunden gleichermaßen zittern. Bremsen die neuen Verkaufsgerüchte den aktuellen Opel-Aufschwung? Die Mehrheit sagt "ja". 70 Prozent der Umfrageteilnehmer sehen in den Spekulationen ein großes Hindernis.

? Haben Sie sich in Ihrem Autohaus schon einmal mit Anlagen-Leasing (Gebäude, Ausrüstung etc.) beschäftigt? (Online-Umfrage vom 06.06.2011, 1.773 abgegebene Stimmen)

- 1) Ja, wir haben sogar bereits Anlagen geleast (28%)
- 2) Ja, das können wir uns für die Zukunft vorstellen (12%)
- 3) Nein, das ist für uns uninteressant (46%)
- 4) Weiß nicht (13%)

Gerade in Zeiten knapper Kassen kann Immobilien- und Anlagen-Leasing Liquidität und Eigenkapital schonen. Das macht das Finanzierungsmodell auch für den Automobilhandel interessant. Wie weit verbreitet ist das Anlagen-Leasing in der Branche? Ein knappes Drittel (28 Prozent) hat sich demnach nicht nur mit dem Leasing beschäftigt, sondern sogar bereits Anlagen geleast. Zwölf Prozent der Umfrageteilnehmer können sich das Modell für die Zukunft im eigenen Autohaus vorstellen. 46 Prozent haben hingegen keine Erfahrungen mit Anlagen-Leasing und halten das auch künftig für uninteressant.

Seminarindex AUTOHAUS akademie

Termine und Orte

27. und 28. 7., Stuttgart
3. und 4. 8., Mainz
17. und 18. 8., Hannover



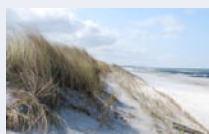
Mehr Wissen schützt! Werkstattrecht für Service-Leiter

Service-Leiter müssen wissen, was die aktuelle Rechtsprechung an möglichen Überraschungen für sie und ihr Haus bereithält. Auf diesem 2-Tages-Seminar zeigt Ihnen Service-Trainer Arne Büchner auf humorvolle Art, wie Sie Prozesse, Abläufe, Organisationsmittel und Formulare so organisieren, dass Sie auf der sicheren Seite sind. Sie erfahren, wie Sie Ihren Service-Bereich nach rechtlichen Gesichtspunkten selbst beurteilen und wie Sie Ihre Mitarbeiter auf den neuesten Stand bringen.



Termin und Ort

31. 8. bis 2. 9. 2011,
Grand SPA Resort
A-ROSA, Sylt



Jubiläum: 20. SommerAkademie 2011 mit Prof. Hannes Brachat: Zukunft gestalten!

Majestätische Kliffs, tosende Brandung, blühende Heide und grüne Deiche - all dies erwartet Sie im Rahmen der 20. SommerAkademie auf Sylt. Mit Blick auf die wilde Dünen- und Wattenmeerlandschaft diskutieren Prof. Hannes Brachat und seine Gastredner mit Ihnen über die zentralen Themen, die derzeit die Branche bewegen. Die idyllische Umgebung lädt dazu ein, fachliche und persönliche Weiterbildung zu vereinen. Als besonderes Highlight laden wir Sie am zweiten Abend in das Kultrestaurant Sansibar ein. Seien Sie mit dabei, reden Sie mit und entwickeln Sie neue Ideen im Dialog mit Experten und Händlerkollegen.



Weitere Informationen und Anmeldung unter www.autohaus.de/akademie

Definitionen

Werkstattauslastung:

Verhältnis von produktiven Stunden (tatsächliches Arbeiten) am Fahrzeug zu anwesenden Stunden

Standzeit:

Zeitpunkt, ab dem ein Fahrzeug dem Händler tatsächlich zum Verkauf zur Verfügung steht bis zum Verkauf des Fahrzeuges!

AUTOHAUS Handelsindex:

Der Index basiert auf den Angaben der Händler zur Zufriedenheit mit dem Neu- und Gebrauchtfahrzeuggeschäft im jeweils abgelaufenen Monat (im Vergleich zum Vorjahresmonat).

Methode/Stichprobe:

Der AUTOHAUS pulsSchlag basiert auf einer monatlichen Online-Befragung von Marken-Händlern und markenunabhängigen Händlern aus dem gesamten Bundesgebiet zu Konjunktur- und Verkaufserwartungen. Der Erhebungszeitraum beträgt 3 Tage und beginnt jeweils mit dem ersten Montag eines Monats (bereits seit 2001). Die durchschnittliche Interviewdauer liegt bei ca. 5–7 Minuten. Die Stichprobenziehung und Rekrutierung (auf Basis eines festen Quotierungsschemas) der Teilnehmer erfolgt per E-Mail-Einladung über ein eigens dafür eingerichtetes Online Panel, in dem aktuell ca. 1.400 Händler (Stand 12/2007) registriert sind.

pulsSchlag Themenverzeichnis



Die Top-Themen der letzten 15 Ausgaben

- 04/2010: Die Smartphones kommen**
- 05/2010: Leasingrückläufer**
- 06/2010: Kooperationen**
- 07/2010: Bonussysteme**
- 08/2010: Transporter**
- 09/2010: Bauen**
- 10/2010: Garantie und Kulanz**
- 11/2010: Neuwagenanschlussgarantien**
- 12/2010: Margensysteme**
- 01/2011: Elektromobilität**
- 02/2011: Social-Media**
- 03/2011: Gebrauchtwagen-Verkäufer**
- 04/2011: Neuwagen-Lieferzeiten**
- 05/2011: Personalrekrutierung**
- 06/2011: Print gegen Online**

Sie interessieren sich für eines der bereits im AUTOHAUS pulsSchlag behandelten TopThemen? Einzelnummern stehen unter www.autohaus.de/pulsschlag im Bereich „Archiv“ für nur € 12,50 zum Download bereit.

Oder gibt es für Sie ein ganz spezielles Thema, das Sie genauer durchleuchtet haben wollen? Sie haben Fragen, die Sie durch eine Auswertung beantwortet haben möchten?

Ansprechpartner: Christian Frederik Merten · Redakteur AUTOHAUS
E-Mail: christian.merten@springer.com · Telefon: 089 / 20 30 43 -1206

© 2011 by AUTOHAUS

Texte und Grafiken des AUTOHAUS pulsSchlag sind urheberrechtlich geschützt. Die Springer Fachmedien München GmbH gestattet die Übernahme von Grafiken und Texten in Datenbestände, die ausschließlich für den privaten Gebrauch bestimmt sind. Eine Weiterleitung des AUTOHAUS pulsSchlag an Dritte ist nicht gestattet. Die Übernahme und Nutzung der Daten zu anderen Zwecken bedarf der schriftlichen Zustimmung der Springer Fachmedien München GmbH.

- Verlag:** Springer Fachmedien München GmbH
Aschauer Str. 30, 81549 München
E-Mail: pulsschlag.autohaus@springer.com
- Redaktion:** Ralph M. Meunzel (Chefredakteur AUTOHAUS)
Christian Frederik Merten (Redakteur AUTOHAUS)
- Erscheinungsweise:** monatlich, 12 Ausgaben pro Jahr
- Bezugspreis:** Abonnementpreis: € 64,- pro Jahr.
Abonnementkündigung: schriftlich 6 Wochen zum Ende des Bezugszeitraums
- Datenerhebung:** Niklas Haupt
- Projektleitung:** puls Marktforschung GmbH · 90571 Schwaig
Jörg Schwieder (Leiter Sonderprojekte AUTOHAUS)
- Mit freundlicher Unterstützung der:** Santander Consumer Bank AG
Santander-Platz 1 · 41061 Mönchengladbach