

12.10.2011 - 09:23 Uhr

Studie Cars Online 11/12: Immer mehr Verbraucher möchten neue Autos online kaufen

Zürich (ots) -

Die Technologie-Affinität der Konsumenten wächst und wirkt sich auch auf den Entscheidungsprozess beim Autokauf aus: Immer mehr Verbraucher möchten ihr neues Auto online erwerben. Dies ist ein Ergebnis der aktuellen Studie "Cars Online 11/12", die jährlich vom Beratungs- und IT- Dienstleistungsunternehmen Capgemini durchgeführt wird. Darüber hinaus ist die Nachfrage nach Neuwagen auch in den gesättigten Märkten gestiegen - um fünf Prozentpunkte auf 66 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Allerdings sinkt die Loyalität der Kunden: 61 Prozent würden noch einmal das gleiche Fahrzeug oder dieselbe Marke kaufen, im letzten Jahr hätten dies noch 65 Prozent getan. Trotz des Interesses an neuen Autos verschieben einige Verbraucher die geplante Anschaffung bis die Wirtschaft wieder mehr Stabilität zeigt. Konzepte wie Car-Sharing und technologische Entwicklungen beeinflussen die Industrie, da die Anzahl der Kanäle für die Suche und den Kauf eines Autos steigt, ebenso wie die Kundenerwartungen. Für die Studie wurden über 8.000 Endkunden in Deutschland, Frankreich, Grossbritannien, den USA sowie in Brasilien, Russland, Indien und China befragt, die innerhalb der nächsten zwölf Monate ein Auto kaufen oder leasen möchten.

Rolle des Internets und Einfluss der Social Media wachsen

94 Prozent der Verbraucher informieren sich im Internet oder tätigen dort ihren Kauf - teilweise ist diese hohe Anzahl auf die steigende Nutzung in den Wachstumsmärkten zurückzuführen. Dagegen besuchen immer weniger Konsumenten vor der Kaufabwicklung ein Autohaus. International gewinnt der Online-Kauf an Akzeptanz: 42 Prozent der Befragten gaben in der Studie an, dass sie ihr Auto im Internet kaufen würden, 2009 waren es im weltweiten Durchschnitt noch 37 Prozent. Weltweit wächst außerdem das Vertrauen in Social Media und von Verbrauchern generierte Inhalte: 71 Prozent der Befragten würden voraussichtlich ein Auto eher kaufen, wenn es in den Social Media positiv bewertet wird. Diejenigen, die nicht an einem Online-Kauf interessiert sind, gaben als Gründe an, dass es keine Möglichkeit für eine Testfahrt gäbe und sie keine vollständigen Produkt- und Preisinformationen erhielten.

Alternativen zum Autokauf sind gefragt - ganzheitliche Strategien notwendig

Der Kaufprozess verkürzt sich weiter, es bleiben immer weniger Gelegenheiten für die persönliche Interaktion mit dem Kunden. Gleichzeitig gewinnen alternative Konzepte zum Autokauf an Fahrt: Fast 40 Prozent der Befragten würden ein flexibles Konzept wie Car-Sharing in Betracht ziehen, im Vorjahr taten das nur 35 Prozent (siehe Studie Seite 13). Neben Car-Sharing sind hier sogenannte "Mobilitätspakete" oder Mitfahr-Programme von Interesse, die besonders bei jüngeren Verbrauchern beliebt sind. Auf diesen Trend muss die Branche mit entsprechenden Geschäftsmodellen reagieren.

"Grüne" Fahrzeuge: Elektroautos treten in den Mittelpunkt

Das Verbraucherinteresse an kraftstoffsparenden Fahrzeugen wächst stetig. Das liegt auch daran, dass Hybrid-/ Elektroautos in diesem Jahr erstmals den Massenmarkt erreicht haben. 44 Prozent der befragten Verbraucher besitzen bereits... hier weiterlesen: <http://www.ch.capgemini.com/news-events/news/studie-cars-online-1112/>

Die vollständige Studie: <http://www.ch.capgemini.com/insights/publikationen/cars-online-11/>

Über Capgemini: <http://www.ch.capgemini.com>

Kontakt:

Achim Schreiber

+41 44 560 2604

achim.schreiber@capgemini.com

<http://www.twitter.com/CapgeminiDE>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005449/100705650> abgerufen werden.