

06.08.2025 - 08:07 Uhr

Automobilstudie zeigt: Geändertes Kundenverhalten zwingt Autohersteller zum Handeln



Köln (ots) -

Fast jeder zweite Autokäufer in Deutschland zögert aktuell beim Autokauf. Gleichzeitig bleibt das Interesse an neuen Fahrzeugen und Technologien weiterhin hoch. Dieser scheinbare Widerspruch prägt das Kaufverhalten zunehmend und stellt den Automobilmarkt vor neue Realitäten.

- 46 % der Deutschen erwarten eine sinkende Kaufkraft; 49 % verschieben den Autokauf
- 56 % sehen E-Autos als Zukunft - Sorgen um Batterien und Wiederverkauf nehmen aber zu
- 39 % ziehen generell chinesische Automarken in Betracht, besonders jüngere Generationen
- 72 % sehen Zölle als Preistreiber und Gefahr für die Markenvielfalt
- 45 % bewerten den Einsatz von KI im Autokaufprozess als hilfreich

Automobilkäufer sind vorsichtiger geworden: 49 Prozent verschieben derzeit den Kauf eines neuen Autos aufgrund finanzieller Bedenken, obwohl drei von vier Käufern (76 Prozent) weiterhin großes Interesse an Fahrzeuginnovationen zeigen. Kunden tendieren zunehmend dazu, ihr aktuelles Fahrzeug länger zu behalten, wenn kein attraktives Angebot verfügbar ist. Dies zeigt die aktuelle Automotive-Studie* der globalen Strategieberatung Simon-Kucher.

Elektromobilität an kritischem Punkt

Obwohl 56 Prozent der Deutschen E-Mobilität als die Zukunft sehen, hat die Begeisterung an Dynamik verloren. 98 Prozent der aktuellen E-Auto-Fahrer würden zwar erneut elektrisch fahren, jedoch bremsen Sorgen um Batterielebensdauer und Wiederverkaufswert die Nachfrage nach gebrauchten Elektrofahrzeugen. "Einheitliche Strategien funktionieren nicht mehr", weiß Matthias Riemer, Partner bei Simon-Kucher. "Hersteller müssen jetzt differenziert auf unterschiedliche Alters- und Preissegmente eingehen. Gezielte Garantien und transparente Informationen sind nötig, um das Vertrauen in gebrauchte E-Fahrzeuge zu stärken."

Chinesische Automarken gewinnen an Akzeptanz

Die Akzeptanz chinesischer Marken steigt: Rund 39 Prozent der Deutschen ziehen inzwischen den Kauf eines

chinesischen Fahrzeugs in Betracht - fünf Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Besonders Gen Z und Millennials zeigen starkes Interesse. "Durch attraktive Preise und technologische Innovationen überzeugen chinesische Hersteller vor allem die Gen Z und Millennials", betont Martin Gering, Senior Partner bei Simon-Kucher. "Europäische Autobauer brauchen passende Strategien, um sich diesem Wettbewerb zu stellen."

Zölle beeinflussen Kaufentscheidungen deutlich

Steigende Zölle werden von 72 Prozent der Verbraucher als direkte Preistreiber und Bedrohung für die Markenvielfalt wahrgenommen. Die politischen Rahmenbedingungen fließen damit zunehmend in die Kaufentscheidung ein - mit Auswirkungen auf Preiswahrnehmung und Markenwahl.

KI als Chance im Kaufprozess

Auch beim Autokauf ist KI längst angekommen. 45 Prozent der Befragten begrüßen den Einsatz von KI im Kaufprozess - insbesondere bei der Fahrzeugbewertung und Finanzierung. Den endgültigen Kauf wollen aber 76 Prozent weiterhin bei einem Autohändler abschließen. "KI kann die Customer Journey im Autokauf entscheidend verbessern, allerdings ohne den Faktor Mensch komplett zu ersetzen", sagt Alexander Dietz, Senior Director bei Simon-Kucher. "Die Herausforderung besteht darin, digitale Lösungen so zu integrieren, dass sie Kundennähe schaffen, statt diese zu gefährden."

Servicequalität und Transparenz entscheidend

Auch im After-Sales-Segment wachsen die Kundenanforderungen deutlich: 60 Prozent der deutschen Verbraucher sehen einen Mehrwert in Predictive Maintenance, während 53 Prozent gebündelte und vorausbezahlte Serviceangebote bevorzugen. "Kunden erwarten zunehmend planbare und transparente Serviceangebote", so Riemer. "Hersteller und Händler, die sich hierauf einstellen, schaffen wichtige Wettbewerbsvorteile für die Zukunft."

***Über die Studie:** Die repräsentative Simon-Kucher Automotive-Studie wurde im Juni 2025 von Simon-Kucher in Kooperation mit dem unabhängigen Marktforschungsunternehmen Dynata erhoben. 1.007 Konsumenten in Deutschland wurden zu Kaufentscheidungen, Markenwahrnehmung und technologischen Innovationen befragt.

Über Simon-Kucher

Simon-Kucher ist eine globale Unternehmensberatung mit mehr als 2.000 Mitarbeitenden in über 30 Ländern. Unser Fokus: "Unlocking Better Growth". Wir helfen unseren Kunden, "besser" zu wachsen, indem wir jeden Aspekt ihrer Unternehmensstrategie optimieren, von Produkten und Preisen bis hin zu Innovation, Digitalisierung, Marketing und Vertrieb. Mit 40 Jahren Erfahrung in Monetarisierung und Pricing gelten wir als weltweit führend in den Bereichen Preisberatung und Unternehmenswachstum.

Für Rückfragen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Roxana Müller (Communications & Marketing Manager)

Tel: +49 160 92180752

Email: roxana.mueller@simon-kucher.com

Medieninhalte



Alexander Dietz / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/78805 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.



Matthias Riemer / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/78805 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.



Martin Gehring / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/78805 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100019081/100933879> abgerufen werden.