

FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG

Immer mehr Neuwagen werden über Internetvermittler verkauft

Autohersteller skeptisch / Schaden für Marke befürchtet

cru. FRANKFURT, 4. Januar. Was für Gebrauchtwagen schon längst alltäglich ist, kommt jetzt für Neuwagen in Mode: Immer öfter werden neue Autos über Vermittlerplattformen im Internet verkauft und nicht mehr über den Händler vor Ort. Die Fahrzeuge werden ohne Beratung, Probefahrt oder Vorführgewagen an den Kunden verkauft und dann beim klassischen Autohändler oder beim Hersteller ausgeliefert. Besonders dafür geeignet sind Kunden, die ohnehin schon genau wissen, welches Auto sie kaufen wollen, und deshalb keine Beratung brauchen, sondern vor allem einen einfachen Preisvergleich suchen. Diese Kunden bezahlen beim Internetvermittler etwas weniger als im herkömmlichen Autosalon.

Im Jahr 2011 wurden schon 35 000 Neuwagen über Internetvermittler verkauft. Das ist das Ergebnis einer Studie des CAR-Instituts der Universität Duisburg. Das entspricht einem Zuwachs von 10 000 Neuwagen oder 40 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Auch in den kommenden Jahren werde sich das starke Wachstum der Internetvermittler fortsetzen, so dass bis zum Jahr 2015 mit 100 000 über Internetvermittler verkauften Neuwagen gerechnet werde. Das entspreche dann 7 Prozent aller von Privatkäufern zugelas-

senen Neuwagen. Niedrige Vertriebskosten, die derzeit Preisvorteile gegenüber dem Listenpreis von im Mittel 16 Prozent erlaubten, seien das Erfolgsgeheimnis des neuen Vertriebskanals.

Bisher dienen die Internetauftritte der Händler und Hersteller fast ausschließlich zur Information über die Autos. Neuwagen werden von ihnen nicht über das Internet verkauft, sondern mit Hilfe von Vorführgewagen und Beratern im Autohaus. Laut CAR-Institut ist die herkömmliche Art des Vertriebs so kosten- und personalintensiv, dass je verkauftem Neuwagen üblicherweise knapp 10 Prozent des Verkaufspreises als Kosten beim Autohaus anfallen. Bei einem Durchschnittspreis von 25 000 Euro je Neuwagen seien das 2500 Euro. Bei 3,2 Millionen verkauften Neuwagen fielen in Deutschland jährlich fast 8 Milliarden Euro Kosten im Autohausvertrieb an.

Bisher stünden die Autohersteller dem Internetvertrieb skeptisch und oftmals ablehnend gegenüber. Einzelne Marken, wie Mercedes, versuchten die Internetvermittlung zu unterbinden. Das übliche Argument laute, dass der Mercedes-Kunde die Beratung wolle und die Marke einen Teil ihrer Emotionalität einbüße, wenn sie über das Internet bestellt werde.

Studie

Immer mehr Autos übers Internet verkauft

Die Verkaufszahlen steigen rapide an: 2011 wurden 35.000 Neuwagen via Internet verkauft

Immer mehr Autofahrer kaufen einen Neuwagen übers Internet: Im vergangenen Jahr wurden 35.000 neue Autos über Internetvermittler verkauft, 40 Prozent mehr als noch 2010, wie eine am Donnerstag veröffentlichte Studie des Center Automotive Research (CAR) an der Universität Duisburg-Essen ergab. Das Institut rechnet mit weiter steigenden Zahlen: 2015 könnten bereits 100.000 Neuwagen übers Internet verkauft werden.

Internethändler im Durchschnitt 7 Prozent billiger

Internethändler können wegen ihrer niedrigen Kosten Neuwagen derzeit im Schnitt um bis zu 7,0 Prozent billiger als Autohäuser anbieten, wie die Studie ergab. Im Autohaus fallen den Angaben zufolge pro verkauftem Wagen zehn Prozent des Verkaufspreises als Kosten für das Autohaus an - die der Kunde zahlt. Internetvermittler kommen mit ihren Vertriebskosten nur auf knapp die Hälfte dessen, was ein konventioneller Autohändler aufbringen muss. Diese Kostenvorteile kann er an seine Kunden weitergeben. CAR berichtet, die über das Internet angebotenen Rabatte seien im Dezember leicht auf 15,9 Prozent vom Listenpreis gestiegen, dennoch kommt den Kunden der Kauf übers Internet günstiger.

Interessant für alle, die auf Beratung verzichten wollen

Internetvermittler für Neuwagen sind vor allem für solche Käufer interessant, die eigenständig zu Leistungen und Preisen recherchieren, wie CAR-Direktor Ferdinand Dudenhöffer betonte. «Wer also seinen zweiten oder dritten VW Golf kauft, braucht kaum das Verkäufersgespräch, die Probefahrt oder ähnliche Beratungsdienstleistungen.» Bei einer Bestellung beim Internethändler wird der Neuwagen über einen Markenhändler ausgeliefert. Insgesamt betrachtet ist die Kauflaune der Deutschen im Automobilbereich ungebrochen. Vor allem Audi und BMW befinden sich weiter auf Rekordkurs.

Der Anteil der Internetvermittler wird aber auch bei dem vom CAR prognostizierten Wachstum eher gering bleiben: 100.000 übers Netz verkaufte Neuwagen wären ein Anteil von sieben Prozent am Markt, wie das Forschungszentrum errechnete. (AFP/AZ)

Internet spielt beim Neuwagenkauf geringe Rolle

5. Januar 2012 |

Duisburg/Essen (dapd). Beim Autokauf spielt das Internet nach wie vor eine untergeordnete Rolle. Im vergangenen Jahr wurden 35.000 Neuwagen über Internetvermittler verkauft, wie eine am Donnerstag verbreitete Studie des Center Automotive Research an der Universität Duisburg-Essen ergab. Das ist zwar ein Zuwachs von 40 Prozent gegenüber dem Jahr 2010. Allerdings ist der Anteil der online vermittelten Fahrzeuge angesichts von insgesamt 3,16 Millionen verkauften Autos verschwindend gering.

Institutsleiter Ferdinand Dudenhöffer rechnet bis 2015 mit einer weiteren Zunahme der Internetverkäufe auf 100.000 Fahrzeuge. Über das Internet fielen niedrigere Vertriebskosten an, was derzeit Preisvorteile von fünf bis sieben Prozent gegenüber dem stationären Handel ermögliche.

dapd.djn/mje/mwa



35.000 Neuwagen 2011 über Internetvermittler verkauft

(AFP) – 5.1.2011

Duisburg-Essen — Immer mehr Autofahrer kaufen einen Neuwagen übers Internet: Im vergangenen Jahr wurden 35.000 neue Autos über Internetvermittler verkauft, 40 Prozent mehr als noch 2010, wie eine Studie des Center Automotive Research (CAR) an der Universität Duisburg-Essen ergab. Das Institut rechnet mit weiter steigenden Zahlen: 2015 würden bereits 100.000 Neuwagen übers Internet verkauft.

Internethändler können wegen ihrer niedrigen Kosten Neuwagen derzeit im Schnitt um bis zu 7,0 Prozent billiger als Autohäuser anbieten, wie die Studie ergab. Im Autohaus fallen den Angaben zufolge pro verkauftem Wagen zehn Prozent des Verkaufspreises als Kosten für das Autohaus an - die der Kunde zahlt. Die Vertriebskosten eines Internetvermittlers liegen demnach mehr als 50 Prozent darunter. Diese Kostenvorteile kann er an seine Kunden weitergeben.

Internetvermittler für Neuwagen sind vor allem für solche Käufer interessant, die eigenständig zu Leistungen und Preisen recherchieren, wie CAR-Direktor Ferdinand Dudenhöffer betonte. "Wer also seinen zweiten oder dritten VW Golf kauft, braucht kaum das Verkäufersgespräch, die Probefahrt oder ähnliche Beratungsdienstleistungen." Bei einer Bestellung beim Internethändler wird der Neuwagen über einen Markenhändler ausgeliefert.

Der Anteil der Internetvermittler wird aber auch bei dem vom CAR prognostizierten Wachstum eher gering bleiben: 100.000 übers Netz verkaufte Neuwagen wären ein Anteil von sieben Prozent am Markt, wie das Forschungszentrum errechnete.

Stiddeutsche.de

Service

Politik Panorama Kultur Wirtschaft Geld Sport München Bayern Wissen Digital Video mehr ▾



Auto - Internet: Neuwagenkauf im Netz zögerlich - Anstieg erwartet

Duisburg/Frankfurt (dpa) - Neuwagenkäufer in Deutschland halten sich beim Erwerb eines Neuwagens via Internet noch immer zurück. Auf niedrigem Niveau wächst die Zahl aber stark, wie aus einer Studie hervorgeht.

Nach einer Studie des Center Automotive Research (CAR) der Universität Duisburg-Essen wurden im vergangenen Jahr in Deutschland 35 000 Neuwagen über Internetvermittler verkauft. «Gegenüber dem Jahr 2010 ist das ein Zuwachs von 10 000 Neuwagen oder 40 Prozent», berichtete das Institut am Donnerstag (5. Januar).

Während der Gebrauchtwagenmarkt bereits zu 95 Prozent von Online-Portalen abgedeckt werde, hätten damit 2011 aber nur 3 Prozent aller Privatkunden ihr neues Auto im Internet gekauft. Dieser Anteil werde sich aber bis 2015 auf sieben Prozent mehr als verdoppeln, sagte CAR-Direktor Ferdinand Dudenhöffer voraus: «Der Internetvertrieb für Neuwagen wird sich über die nächsten Jahre weiter entwickeln und nach unserer Prognose werden im Jahr 2015 etwa 100 000 Neuwagen über diesen neuen - bisher von den Autobauern wenig gewollten - Vertriebskanal verkauft.»

Der CAR-Direktor begründete die Prognose vor allem mit den kräftigen Rabatten bei Online-Portalen. Denn der klassische Autohandel sei kosten- und personalintensiv: «Pro verkauftem Neuwagen fallen üblicherweise knapp 10 Prozent des Verkaufspreises als Kosten beim Autohaus an.» Bei 3,17 Millionen verkauften Neuwagen seien in Deutschland jährlich 7,9 Milliarden Euro Kosten im Autohausvertrieb von Neuwagen. Bei Internetvermittlern liegen die Vertriebskosten den Angaben zufolge mehr als 50 Prozent niedriger: «Die Kostenvorteile werden an den Käufer weitergegeben.» Daher seien derzeit Preisvorteile beim Kauf über Internetvermittler von bis zu 7 Prozent gegenüber dem stationären Handel möglich.

erschieden am 05.01.2012 um 12:53 Uhr

35.000 Neuwagen 2011 über Internetvermittler verkauft

Immer mehr Autofahrer kaufen einen Neuwagen übers Internet: Im vergangenen Jahr wurden 35.000 neue Autos über Internetvermittler verkauft, 40 Prozent mehr als noch 2010, wie eine Studie des Center Automotive Research (CAR) an der Universität Duisburg-Essen ergab. Das Institut rechnet mit weiter steigenden Zahlen: 2015 würden bereits 100.000 Neuwagen übers Internet verkauft.

Internethändler können wegen ihrer niedrigen Kosten Neuwagen derzeit im Schnitt um bis zu 7,0 Prozent billiger als Autohäuser anbieten, wie die Studie ergab. Im Autohaus fallen den Angaben zufolge pro verkauftem Wagen zehn Prozent des Verkaufspreises als Kosten für das Autohaus an - die der Kunde zahlt. Die Vertriebskosten eines Internetvermittlers liegen demnach mehr als 50 Prozent darunter. Diese Kostenvorteile kann er an seine Kunden weitergeben.

Internetvermittler für Neuwagen sind vor allem für solche Käufer interessant, die eigenständig zu Leistungen und Preisen recherchieren, wie CAR-Direktor Ferdinand Dudenhöffer betonte. "Wer also seinen zweiten oder dritten VW Golf kauft, braucht kaum das Verkäufergespräch, die Probefahrt oder ähnliche Beratungsdienstleistungen." Bei einer Bestellung beim Internethändler wird der Neuwagen über einen Markenhändler ausgeliefert.

6.1.2012

35.000 Neuwagen per Internet vermittelt

Trotz hoher Zuwachsraten halten sich Neuwagenkäufer in Deutschland beim Erwerb eines Neuwagens via Internet noch immer zurück. Nach einer Studie des Center Automotive Research (CAR) der Universität Duisburg-Essen wurden im vergangenen Jahr in Deutschland 35.000 Neuwagen über Internetvermittler verkauft. "Gegenüber dem Jahr 2010 ist das ein Zuwachs von 10.000 Neuwagen oder 40 Prozent", berichtete das Institut am Donnerstag.

Während der Gebrauchtwagenmarkt bereits zu 95 Prozent von Online-Portalen abgedeckt werde, hätten damit 2011 aber nur 3 Prozent aller Privatkunden ihr neues Auto im Internet gekauft. Dieser Anteil werde sich aber bis 2015 auf sieben Prozent mehr als verdoppeln, sagte CAR-Direktor Ferdinand Dudenhöffer voraus: "Der Internetvertrieb für Neuwagen wird sich über die nächsten Jahre weiter entwickeln und nach unserer Prognose werden im Jahr 2015 etwa 100.000 Neuwagen über diesen neuen - bisher von den Autobauern wenig gewollten - Vertriebskanal verkauft."

Der Zuwachs dürfte vor allem auf das Konto der reinen Schnäppchenjäger gehen, denn der CAR-Direktor begründete die Prognose mit den vermeintlichen Rabatten bei Online-Portalen. Der klassische Autohandel sei "kosten- und personalintensiv: Pro verkauftem Neuwagen fallen üblicherweise knapp zehn Prozent des Verkaufspreises als Kosten beim Autohaus an." Bei 3,17 Millionen verkauften Neuwagen fielen in Deutschland jährlich 7,9 Milliarden Euro Kosten im Autohausvertrieb von Neuwagen an.

Bei Internetvermittlern liegen die Vertriebskosten nach den Angaben mehr als 50 Prozent niedriger: "Die Kostenvorteile werden an den Käufer weitergegeben", so die einfache Rechnung Dudenhöffers. Daher seien derzeit Preisvorteile beim Kauf über Internetvermittler von bis zu sieben Prozent gegenüber dem stationären Handel möglich. (dpa/ng)