

# 2015 DAT REPORT

[WWW.DAT.DE/REPORT](http://WWW.DAT.DE/REPORT)



**DAT**  
**GROUP**

Liebe Leserinnen  
und Leser,

manchmal wundere ich mich darüber, woraus ich eigentlich meine Motivation dafür schöpfe, mich jahrein und jahraus tagtäglich mit Autothemen zu beschäftigen. Die Erklärung liegt in der Faszination, die Fahrzeuge auf mich bereits seit meiner Ausbildung zum Kfz-Mechaniker ausüben. Dies ist übrigens bei vielen DAT-Mitarbeitern so und natürlich völlig subjektiv. Deshalb bin ich froh, dass der DAT-Report das Thema Automobil für uns alle objektiv in Zahlen greifbar macht.

Damit unsere aktuellen Auswertungen uneingeschränkt belastbar sind, haben wir wieder rund 4.000 Privatpersonen umfassend befragen lassen. Die wirklich spannenden Ergebnisse präsentieren wir Ihnen übrigens so früh wie niemals zuvor in der 41-jährigen Geschichte des DAT-Reports. Und damit der aktuelle Report noch griffiger wird, haben wir ihn inhaltlich überarbeitet und mehr Info-Grafiken eingefügt.

Wer sich intensiv mit dem DAT-Report beschäftigt, braucht Zeit und das dafür notwendige Personal. Mit einem Augenzwinkern glaube ich behaupten zu dürfen, dass Auszubildende, Beratungsgesellschaften, berufsbildende Einrichtungen, Flottenbetreiber, Verbände, Hersteller, Importeure, Kreditinstitute, Redaktionen, Studenten, Versicherungen damit hinreichend ausgestattet sind. Aber ausgerechnet bei jenen, die sich täglich der anspruchsvollen Herausforderung stellen, das „scheue Reh“ Endkunde „zu füttern und zu longieren“ – ich meine damit vor allem Automobilbetriebe, Werkstätten und Sachverständige – sind die vorgenannten Ressourcen besonders knapp bemessen. Für ihre Leistungen in der ersten Reihe unserer Branche verdienen sie uneingeschränkt unser aller Respekt. Mit den neu geschaffenen „DAT-Tipps“ stellen wir ihnen deshalb – quasi als kleine Anerkennung – aggregierte Zahlen zur Verfügung, die beispielhafte Entscheidungshilfen für das Tagesgeschäft beinhalten. Konstruktive Kritik und Anregungen im Zusammenhang mit diesen neuen Report-Elementen nehmen wir übrigens dankbar entgegen.

Auch im Namen meiner Kollegen in der DAT-Geschäftsführung wünsche ich Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, eine spannende Lektüre des aktuellen „Branchen-Navis“ und viel Erfolg im Automobiljahr 2015! Bleiben Sie – wie wir – automobil fasziniert und uns gewogen.

Herzlichst Ihr

Jens Nietzsche

DAT  
GROUP



Helmut Eifert, DAT-Geschäftsführer Ausland



Jens Nietzsche, DAT-Geschäftsführer Inland (Sprecher)



Dr. Thilo Wagner, DAT-Geschäftsführer Produkte

## IMPRESSUM

Deutsche Automobil Treuhand GmbH  
Hellmuth-Hirth-Straße 1  
73760 Ostfildern  
Tel.: +49 711/4503-0  
www.dat.de

### Verantwortlich für die Inhalte

Dr. Martin Endlein  
Leiter Unternehmenskommunikation  
Tel.: +49 711/4503-488  
martin.endlein@dat.de

### Mitarbeit

Uta Heller (Projektleitung), Petra Letzner-Friedlein,  
Anna Matuschek, Siegfried Trede, Bernd Weber

### Untersuchungsmethode/Befragungszeitraum

Repräsentative Befragung von insg. 2.627 Personen; Bedingung: Pkw-Kauf im Zeitraum März bis Juni 2014. Befragungszeitraum: Juli bis Oktober 2014. Darüber hinaus wurde eine repräsentative Untersuchung unter 1.392 Autofahrern zum Thema Kundendienstgewohnheiten durchgeführt. Befragungszeitraum: Oktober bis November 2014.

Nachdruck und fotomechanische Wiedergabe, auch auszugsweise, nur mit Quellenangabe: DAT

DAT  
GROUP  
FAIRGARAGE

### Beauftragtes Institut

GfK Marktforschung

### Layout und Gestaltung

Vogel Business Media GmbH & Co.KG  
Koordination: Ute Jaxtheimer

### Verbreitung

Personalisierter Versand sowie als Beilage in folgenden Fachzeitschriften:  
AUTOHAUS (Springer Fachmedien München GmbH),  
Automobilwoche (Crain Communications GmbH),  
»kFz-betrieb« (Vogel Business Media GmbH&Co.KG),  
KRAFTHAND (Krafthand Media GmbH)

**Auflagenhöhe gesamt: 110.000 Exemplare**

Titelbild: Fotolia © Tsiumpa



# 2015 DAT REPORT



## INHALT

### KAPITEL 1 ÜBERBLICK

1	Das Autojahr 2014	6
2	Autothemen	8
3	Jahresfahrleistung	8
4	Einkommensstruktur	8
5	Altersstruktur	10
6	Umsatzzahlen	12

### KAPITEL 2 PKW-KAUF

1	Kaufüberlegungen	14
2	Marktsituation	16
3	Kaufort der Gebrauchtwagen	18
4	Anschaffungspreise	20
4.1	Gebrauchtwagenpreise	20
4.2	Neuwagenpreise	24
5	Durchschnittsfahrzeuge	26
5.1	Gebrauchtwagen	26
5.2	Neuwagen	28
6	Garantie / Versicherung	31
7	Kaufkriterien	34
7.1	Gebrauchtwagenkauf	34
7.2	Neuwagenkauf	35
8	Informationsverhalten	36
8.1	Gebrauchtwagenkäufer	36
8.2	Neuwagenkäufer	38
9	Erst- und Vorbesitz	40
10	Der Vorwagen	42
10.1	Gebrauchtwagenkäufer	42
10.2	Neuwagenkäufer	44
11	Noten für den Handel	46
11.1	Gebrauchtwagenhandel	46
11.2	Neuwagenhandel	47
12	Fahrzeugfinanzierung	48
12.1	Gebrauchtwagen	48
12.2	Neuwagen	50
13	Kaufabsichten	52
13.1	Markenloyalität	52
13.2	Kaufzeitpunkt	54
13.3	Das nächste Fahrzeug	55

Exkurs	Professionelle Fahrzeugaufbereitung	56
--------	-------------------------------------	----

### KAPITEL 3 WARTUNG UND REPARATUR

1	Gesamtübersicht	60
2	Fahrzeugwartung	62
2.1	Wartungshäufigkeit	62
2.2	Faktor Pkw-Alter	63
2.3	Wartungsaufwand	64
2.4	Durchführungsort	64
2.5	Große Inspektion	64
2.6	Kleine Inspektion	64
2.7	Sonstige Inspektion	65
3	Ölwechselgewohnheiten	66
4	Reparaturarbeiten	68
4.1	Faktor Pkw-Alter	68
4.2	Reparaturaufwand	69
4.3	Die Rolle der Werkstätten	70
4.4	Unfallreparaturen	71
5.	Zusammenfassung	72
5.1	Werkstattaufträge	72
5.2	Wettbewerbssituation	73
6	Do-it-yourself	74
6.1	Ersatzteilquellen	75
6.2	Eigenes Know-how	75
7	Schiedsstellen	76
8	Informationsverhalten	76
9	Kundenzufriedenheit	78
9.1	Kundendienstnetz	78
9.2	Werkstatttage	79

### KAPITEL 4 TRENDS UND KENNZAHLEN 80

# 1. ÜBERBLICK

Das Autojahr 2014 +++ Die Highlights +++ Meinungen zu Autothemen +++ Jahresfahrleistung +++ Pkw-Nutzung +++ Einkommensstruktur der Autokäufer und Werkstattkunden +++ Zusammenhang von Kaufpreis und Einkommen +++ Autokäufer im Profil +++ Altersstruktur +++ Umsatzzahlen des Automobil- und Werkstattmarktes



88 %

der Fahrer sagen:  
„Autofahren macht Spaß.“

Bild: Fotolia © comaswerkstatt

## 1. DAS AUTOJAHR 2014

Allen Unkenrufen zum Trotz war das vergangene Autojahr ein gutes Jahr. Es hat den Handel beflügelt, Kunden begeistert und Träume wahr werden lassen.

Die Zahlen aus dem DAT-Report zeigen: Pkw-Käufer räumen der uneingeschränkten, individuellen und emotionalen Mobilität weiterhin einen sehr hohen Stellenwert ein. Sie sind bereit, einen großen Teil ihres Einkommens in diese Mobilität zu investieren. Sie nutzen ihr Fahrzeug als Transportmittel aber auch als persönliches Statement. Die zentrale Aussage hierbei ist: Autofahren macht Spaß! Das bestätigen 88 % aller für den DAT-Report befragten Endverbraucher im Alter von 22 bis über 60 Jahre. Diese Freude am Automobil ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für die gesamte Branche.

Begleitet wird diese Freude von einer noch nie dagewesenen Angebotsvielfalt auf dem Automobilmarkt. Die Anzahl der Modelle, Motoren- und Karosserievarianten im Neu- und Gebrauchtwagenortiment lässt keine Wünsche offen. Diese vielen individuellen Fahrzeugvarianten spielen dem Trend zu immer mehr Individualisierung in die Hände. In der „granularen Gesellschaft“, wie sie der Soziologe Christoph Kucklick in seinem gleichnamigen Buch bezeichnet, überlagert das Individuelle das Allgemeine. Es gebe einen Trend weg von der Einförmigkeit hin zu mehr granularen Unterschieden. Unterstützt werde dies vor allem durch neue digitale Möglichkeiten in Verbindung mit dem Sammeln und Auswerten von Daten. All das hat Auswirkungen auf die Automobilbranche. Dank der neuen Möglichkeiten von Car-to-Car-Connectivity oder der

immer intelligenteren Verbindung von Smartphone und Automobil finden technisch Begeisterte genauso ihre Form der Mobilität wie Menschen, die einfach nur sicher und bequem von A nach B fahren möchten.

Somit spielt das Automobil nicht nur hier und jetzt, sondern auch in Zukunft eine zentrale Rolle im Leben sehr vieler Menschen. Das betrifft neben den Autofahrern auch die vielen Arbeitsplätze, die direkt oder indirekt mit der Automobilbranche verbunden sind. Neben den Großunternehmen wie Automobilhersteller und Zulieferer gilt dies besonders für den Mittelstand mit seinen zahlreichen Familienbetrieben. Handel, Werkstätten, Karosserie-Fachbetriebe, Sachverständigenorganisationen und weitere zur Branche gehörende Unternehmen haben sich über viele Jahre als Jobgarant und Mobilitätsdienstleister in Deutschland etabliert.

## Die Highlights

Das Autojahr 2014 war in vielerlei Hinsicht ein bemerkenswertes Jahr. Besonders auffällig war, dass wieder mehr Gebrauchtwagen beim Markenhandel gekauft wurden. Dieser erreichte 38 % Marktanteil, das ist eine Verbesserung um fünf Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Der Privatmarkt (41%) und der freie Handel (21%) haben dagegen Anteile verloren.

Ein weiterer positiver Aspekt: Beim Markenhandel wurden wieder mehr „typische“ Gebrauchtwagen im Alter von drei bis sechs Jahren gekauft. In diesem für den Endverbraucher sehr attraktiven Alterssegment stieg der Anteil des Markenhandels von 28 % auf 40 %. Der freie Handel musste sechs Prozentpunkte abgeben und erreichte 2014 nur noch 21 %. Der Privatmarkt verlor gleichermaßen von 45 % auf 39 %.

Ferner ist das „Markenhändler-Bewusstsein“ gestiegen: 87 % (und damit fünf Prozentpunkte mehr als im Vorjahr) der Käufer beim fabrikatsgebundenen Handel kauften ein gebrauchtes Fahrzeug derselben Marke, die der Vertragshändler auch als Neuwagen verkauft. Nur 13 % suchten und fanden eine Fremdmärke. Wer also konkret wusste, was er will, ging zum Markenhändler.

Ein weiteres Highlight: Die Autokäufer hatten mehr Geld zur Verfügung und waren auch bereit, dies zu investieren. Das machte sich bei den Transaktionspreisen im Markenhandel bemerkbar. Dort wurden Gebrauchtwagen im Schnitt mit 14.280 Euro (2013: 13.510 Euro) verkauft. Der Gebrauchtwagen-Durchschnittspreis über alle drei Märkte (Markenhandel, freier Handel, Privatmarkt) ist ebenfalls gestiegen, von 9.420 Euro auf 9.870 Euro. Profitieren konnte davon auch der freie Handel

(Anstieg von 8.510 Euro auf 8.940 Euro). Auf dem Privatmarkt sank der Preis dagegen von 6.830 Euro auf 6.200 Euro.

Wer sich 2014 einen Neuwagen gekauft hat, war ebenfalls bereit, mehr Geld auszugeben als im Vorjahr. Der durchschnittliche Neuwagenpreis stieg um 1.300 Euro von 27.030 Euro auf 28.330 Euro. Die Neuwagen standen allerdings im Wettbewerb zum großen Angebot an jungen Gebrauchtwagen. 2014 waren 11% aller Gebrauchten Jahreswagen, ein Anstieg im Vergleich zum Vorjahr um fünf Prozentpunkte.

Für Neu- und Gebrauchtwagenkäufer bleibt das Internet eine entscheidende Quelle für die Information und Beschaffung von Fahrzeugen. Insgesamt 9% der Neuwagen wurden über ein Neuwagenportal erworben. Gebrauchtwagenkäufer informieren sich vor dem Kauf vor allem auf Online-Marktplätzen.

Das Werkstattgeschäft 2014 war von rückläufigen Zahlen (weniger Wartungsarbeiten und weniger Reparaturarbeiten pro Fahrzeug) geprägt. Bei einer gleichbleibenden Anzahl an Werkstätten in Deutschland wuchs damit der Wettbewerbsdruck unter den Betrieben. Die Zahlen aus dem DAT-Report zeigen aber auch positive Trends. So ist z. B. der Do-it-yourself-Anteil bei den Unfallreparaturen gesunken. Der Anteil der Markenwerkstätten bei der Behebung von Unfallschäden lag bei 53%, die freien Werkstätten kamen auf 44%. Bei den anderen Reparaturarbeiten (z. B. Verschleiß) lagen Markenbetriebe und freie Werkstätten nahezu gleichauf.

Ein abschließendes Highlight: Die Bedeutung des Internets für den Werkstattbereich ist deutlich gestiegen. Darunter fällt beispielsweise die Bereitschaft der Endverbraucher, Wartungs- und Reparaturarbeiten verbindlich online zu buchen. 28% (2013: 21%) der Werkstattkunden mit Internetanschluss wären bereit, eine Wartung online zu buchen, 23% (2013: 17%) einen Reparaturauftrag. Ferner ist der Online-Teilehandel gestiegen. 2014 haben 13% der Befragten Material oder Ersatzteile übers Internet erworben, im Vorjahr waren es nur 8%.

**A1 Einstellungen zu Autothemen 2014**  
Basis: Fahrzeughalter; Angaben in Prozent

„Zur Senkung von Kosten schiebe ich Wartungs- und Reparaturarbeiten auf.“

„Aufgrund des hohen Benzinpreises habe ich mein Fahrverhalten verändert.“

„Gebe mehr für ein Auto aus, wenn es dafür weniger Kraftstoff verbraucht.“

„Gebe mehr für ein Auto aus, wenn es dafür weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen aufweist.“

„Lege Wert auf Original-Ersatzteile, auch wenn diese teurer sind.“



21	78
48	51
63	35
47	51
53	46

Differenz zu 100 = keine Angabe

ID: 2015A1

QUELLE: DAT

**2. AUTO THEMEN**

Das Automobil ist nach einer Wohnung oder einem Haus die zweitteuerste und in vielen Fällen sogar die emotionalste Anschaffung, die man im Laufe seines Lebens tätigt. Nach wie vor besitzt das Automobil trotz Carsharing-Angeboten oder neuen Mobilitätsplattformen einen sehr hohen Stellenwert. Es wurde zu Beginn des DAT-Reports bereits erwähnt, dass auch die Lust am Autofahren weiterhin ungebrochen ist. 88% der über 4.000 Endverbraucher, die für den DAT-Report 2014 befragt wurden, gaben an, dass ihnen das Autofahren Spaß macht. Besonders die jungen Pkw-Besitzer bis 22 Jahre liegen mit 94% an der Spitze, gefolgt von den 23- bis 39-jährigen mit 92%.

Der Spaß am Automobil steht allerdings immer im Spannungsfeld zu den Anschaffungs- und Unterhaltskosten. Wie Grafik A1 zeigt, würden 21% der Autofahrer Wartungs- und Reparaturarbeiten aufschieben, um Kosten zu senken. Die Altersgruppe bis 29 Jahre lag mit 30% an der Spitze, die Generation 60 plus bildete mit 12% die Talsohle.

Ein wesentlicher Kostentreiber für Pkw-Besitzer sind die Kraftstoffkosten.

Die Bereitschaft, mehr für ein Auto auszugeben, wenn es im Gegenzug weniger Kraftstoff verbraucht, lag 2014 bei 63%. Selbst die jungen Pkw-Besitzer bis 22 Jahre bestätigten dies zu 59%. Auf die Frage, ob aufgrund der Kraftstoffpreise das Fahrverhalten geändert wurde, antworteten 48% der Befragten mit „Ja“. Zum Thema CO<sub>2</sub>-Emissionen waren die Pkw-Besitzer

zurückhaltender. Obwohl zwischen Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen ein direkter Zusammenhang besteht, gaben nur 47% der Befragten an, sie wären bereit, mehr Geld für ein Auto auszugeben, wenn es weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen aufweist.

Abschließend wurden alle Pkw-Besitzer nach ihrem Verhältnis zu Original-Ersatzteilen bei Reparaturen befragt. Durchschnittlich 53% legten Wert darauf, dass nur Original-Ersatzteile verwendet werden. Mit 34% lagen die Pkw-Besitzer bis 22 Jahre am unteren Ende der Skala, mit steigendem Alter steigt auch die Affinität zu Original-Ersatzteilen stetig an. Die Generation 60 plus lag mit 64% Zustimmung am oberen Ende der Skala.

**3. JAHRESFAHRL EISTUNG**

Bei der Untersuchung der Jahresfahrleistung der für den DAT-Report befragten Pkw-Halter waren 85% (2013: 87%) reine Privatpersonen und 14% (2013: 12%) Selbstständige und Firmeninhaber. 1% machte keine Angaben. Grafik A2 zeigt die Verteilung der Jahresfahrleistung auf die verschiedenen Fahrleistungsklassen. Die durchschnittliche Jahresfahrleistung ist gegenüber 2013 von 14.210 km auf 14.470 km leicht gestiegen.

Bezogen auf das Fahrzeughalter wurden acht Jahre und ältere Pkw 2014

**A2 Jährliche Fahrleistung 2014**  
Basis: Fahrzeughalter; Angaben in Prozent

unter 5.000 km	3
5.000 – 9.999 km	23
10.000 – 12.999 km	25
13.000 – 15.999 km	17
16.000 – 19.999 km	5
20.000 – 24.999 km	12
25.000 – 29.999 km	5
über 30.000 km	9



ID: 09751070

QUELLE: DAT

durchschnittlich 13.240 km (2013: 11.930 km) gefahren, unter zwei Jahre alte Pkw dagegen 16.920 km (2013: 16.820 km). Bei Pkw älter als zehn Jahre lag die Laufleistung bei 12.650 km (2013: 11.750 km) pro Jahr. Beim Vergleich von Männern und Frauen fuhrten Männer pro Jahr 15.320 km (2013: 15.100 km), Frauen durchschnittlich 13.180 km (2013: 12.610 km).

**Pkw-Nutzung**

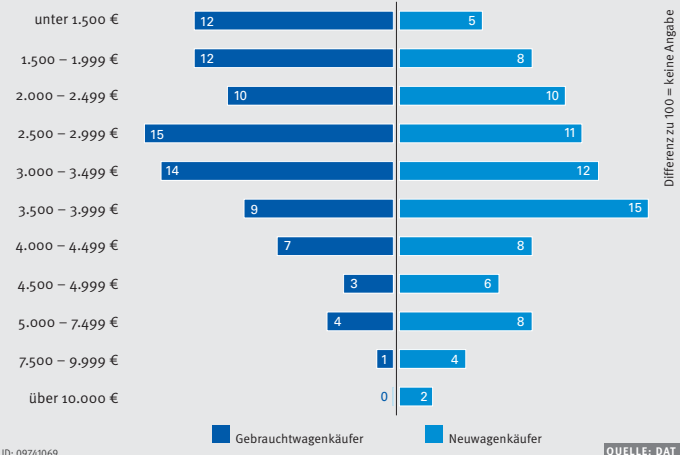
Für welche verschiedenen Anlässe die Fahrleistung erbracht wurde, zeigt Grafik A4. Im Jahr 2014 entfielen 61% (2013: 62%) der Jahresfahrleistung oder gut 8.821 km (2013: 8.810 km) auf private Fahrten. Zwischen Wohnung und Arbeitsstätte wurden 32% (2013: 31%) der Jahresfahrleistung oder gut 4.627 km (2013: 4.405 km) erbracht. Die Werte für Männer lagen bei 28%, Frauen kamen auf 38%. Für rein geschäftliche Zwecke wurden statistisch von jedem Pkw nur noch 1.012 km (2013: 853 km) zurückgelegt. In der Gesamtbetrachtung sind das 7% der Jahresfahrleistung.

Was das Alter der Autofahrer betrifft, so legten die 30- bis 49-jährigen 44% ihrer Jahresfahrstrecke auf dem Weg von und zur Arbeitsstätte zurück, die mindestens 50 Jahre alten Fahrzeughalter (darunter fallen auch die zahlreichen Rentner) nur 23% für Fahrten zwischen Wohnung und Arbeitsstätte, 6% waren geschäftlicher Natur. 71% entfielen auf rein private Fahrten. Der Anteil der Fahrer über 60 Jahre liegt bei dieser Nutzungsart bei 86%.

**4. EINKOMMENSSTRUKTUR**

Über das höchste monatliche Haushaltsnettoeinkommen (HHNE) verfügten auch 2014 die Neuwagenkäufer. In Grafik A3 ist die Verteilung von Gebrauchtwagen- und Neuwagenkäufern dargestellt. Im Vergleich zum Vorjahr hatten 2014 beide Käufergruppen monatlich mehr Geld zur Verfügung. 2014 lag der Anteil der Käufer mit einem HHNE unter 1.500 Euro bei den Neuwagenkäufern bei 5% (2013: 2%). Dem Bereich von 7.500 bis 9.999 Euro monatlichem HHNE entstammten 4% und über 10.000 Euro 1% der Neuwagenkäufer.

**A3 Einkommensstruktur 2014**  
Angaben in Prozent



ID: 09741069

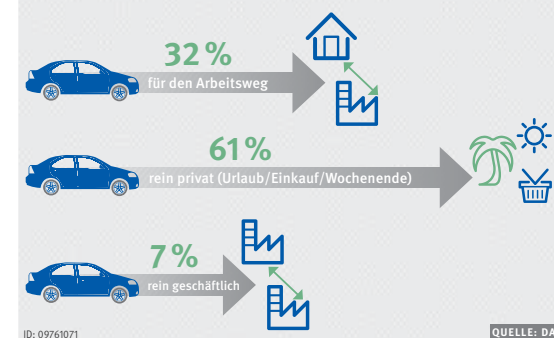
QUELLE: DAT

Der größte Bereich lag mit 15% bei den Einkommensklassen von 3.500 bis 3.999 Euro. Für die Gebrauchtwagenkäufer sieht die Verteilung anders aus: Hier kamen 12% aus Haushalten mit einem Nettoeinkommen von unter 1.500 Euro (2013: 10%), mehr als 7.500 Euro hatte nur 1% der Haushal-

te zur Verfügung. Den größten Anteil mit 15% hatten die Haushalte mit der Einkommensklasse von 2.500 bis 2.999 Euro.

Betrachtet man die Einkommensstruktur im Detail, so lässt sich 2014 für Neuwagenkäufer Folgendes feststellen:

**A4 Nutzung des Pkw 2014**  
Basis: Fahrzeughalter



ID: 09761071

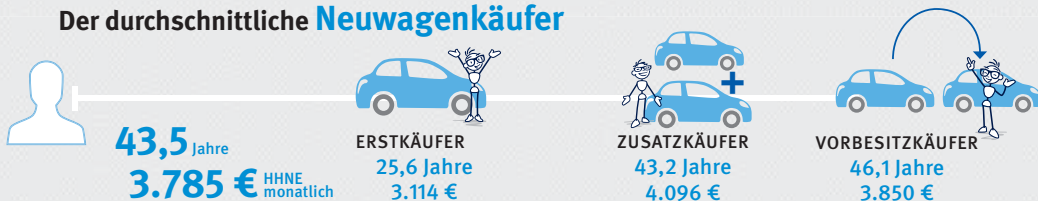
QUELLE: DAT

A5 Autokäufer im Profil 2014

### Der durchschnittliche Gebrauchtwagenkäufer



### Der durchschnittliche Neuwagenkäufer



ID: 2015A5

QUELLE: DAT

- Die durchschnittlichen HHNE der Neuwagenkäufer waren höher als bei den Gebrauchtwagenkäufern.
- Diejenigen, die sich zusätzlich zu ihrem bestehenden Fahrzeug einen Neuwagen kauften, verfügten mit durchschnittlich monatlich 4.096 Euro (2013: 4.553 Euro) über das höchste HHNE.
- Diejenigen, die ihr bisheriges Fahrzeug durch einen Neuwagen ersetzen, konnten auf ein monatliches HHNE von 3.850 Euro (2013: 3.793 Euro) zurückgreifen.
- Wer sich 2014 zum ersten Mal einen Pkw neu gekauft hatte, verfügte über ein durchschnittliches HHNE von monatlich 3.114 Euro (2013: 2.890 Euro). Diese für den Handel wichtige Zielgruppe hatte 2014 durchschnittlich 24 % (2013: 12 %) mehr Geld zur Verfügung als die Erstkäufer von Gebrauchtwagen.

- Für die Gebrauchtwagenkäufer gilt: Die Haushalte, die zusätzlich zu einem bestehenden Pkw einen Gebrauchtwagen anschafften, verfügten monatlich über 3.706 Euro netto (2013: 3.645 Euro).
- Käufer, die ein bestehendes Fahrzeug durch einen Gebrauchtwagen ersetzen, konnten auf ein monatliches HHNE von 2.924 Euro (2013: 2.839 Euro) zurückgreifen.
- Gebrauchtwagen-Erstkäufer verfügten über ein monatliches HHNE von 2.507 Euro (2013: 2.559 Euro).

**Kaufpreis und Einkommen**

Dervon den Käufern für ihr Fahrzeug bezahlte Preis steigt nahezu kontinuierlich mit dem verfügbaren HHNE. So investierten Neuwagenkäufer mit einem monatlichen HHNE von weniger als 1.500 Euro durchschnittlich 14.670 Euro (2013: 15.370 Euro) in ihr neues Fahrzeug. Wer monatlich über

3.000 Euro oder mehr verfügte, hatte für seinen Neuwagen 32.550 Euro (2013: 31.250 Euro) im Schnitt bezahlt.

Beim Gebrauchtwagenkauf investierten Käufer mit einem HHNE bis 1.500 Euro insgesamt nur 5.530 Euro (2013: 6.110 Euro). Lag das HHNE bei 3.000 Euro oder mehr, kostete der Gebrauchtwagen im Durchschnitt 12.920 Euro (2013: 11.500 Euro). Diese Zahlen belegen den hohen Stellenwert, den die Käufer dem eigenen Fahrzeug beimessen. Immerhin investierten 2014 die Neuwagenkäufer aus der niedrigsten Einkommensgruppe etwa zehn Monatsnettogehälter in ihr Fahrzeug, bei den Gebrauchtwagenkäufern waren es 3,7 Monatsnettogehälter.

Analysiert man die Einkommensstruktur der Autofahrer, die im Rahmen des Kundendienstverhaltens befragt wurden, so lässt sich vom Fahrzeugalter auch auf das Einkommen der Halter schließen:

- Halter von jungen Fahrzeugen unter zwei Jahren verfügten monatlich über 3.429 Euro (2013: 3.467 Euro).
- War das Fahrzeug acht Jahre oder älter, belief sich das HHNE auf 2.795 Euro (2013: 2.685 Euro). War es zehn Jahre und älter lag der Wert bei 2.684 Euro (2013: 2.556 Euro).

Untersucht man ferner das Alter der Fahrzeughalter bezogen auf das HHNE, so ergeben sich folgende Aussagen:

- Die 30- bis 49-jährigen Halter verfügten mit 3.330 Euro (2013: 3.265 Euro) über das höchste monatliche HHNE.
- Dahinter folgte mit 3.000 Euro (2013: 2.865 Euro) die Generation 50 plus. Das HHNE der Halter über 60 Jahren lag bei 2.844 Euro (2013: 2.714 Euro).
- Schlusslicht beim HHNE waren erneut die unter 30-jährigen Fahrzeughalter mit durchschnittlich 2.612 Euro (2013: 2.488 Euro), was deutlich unter dem Gesamtdurchschnitt von 3.107 Euro (2013: 3.014 Euro) liegt.

Abschließend lässt sich das HHNE nach Männern und Frauen aufteilen: Männliche Fahrzeughalter verfügten 2014 über 3.261 Euro (2013: 3.049 Euro) pro Monat, Frauen dagegen über

2.884 Euro (2013: 2.948 Euro) und damit über 377 Euro weniger.

**5. ALTERSSTRUKTUR**

Die Gebrauchtwagenkäufer des Jahres 2014 waren im Schnitt 39,7 Jahre (vgl. Grafik A5) und damit nur geringfügig älter als ein Jahr zuvor (39,4 Jahre). Unterscheidet man nach „Kaufort“, so waren mit durchschnittlich 36,8 Jahren die Käufer auf dem Privatmarkt erneut jünger als die Käufer beim Handel (Käufer beim Markenhandel: 42,3 Jahre; Käufer beim freien Handel: 40,8 Jahre).

Die jüngsten sind mit einem Durchschnittsalter von 28,3 Jahren die Erstkäufer von Gebrauchtwagen bzw. mit 25,6 Jahren die Erstkäufer von Neuwagen. Insgesamt waren 71% aller Gebrauchtwagen-Erstkäufer (2013: 78%) und 81% der Neuwagen-Erstkäufer (2013: 71%) unter 30 Jahre alt.

Die sogenannten Zusatzkäufer, also diejenigen, die zum bestehenden Fahrzeug einen weiteren Pkw kaufen, folgen im „Alters-Ranking“ auf Platz zwei. War dieser weitere Pkw ein Gebrauchtwagen, waren dessen Käufer durchschnittlich 41,5 Jahre alt. Ein hoher Anteil dieser Käufer (2014: 73%; 2013: 61%) war zwischen 30 und 49 Jahre alt. Wurde zusätzlich ein Neuwagen angeschafft, lag das Durchschnittsalter dieser Käufergruppe bei 43,2 Jahren. Hier

kamen 66% (2013: 63%) der Käufer aus der Altersgruppe zwischen 30 und 49 Jahren.

Die Vorbesitzkäufer, die ein bestehendes Gebrauchtwagenkäufer des Jahres 2014 waren im Schnitt 39,7 Jahre (vgl. Grafik A5) und damit nur geringfügig älter als ein Jahr zuvor (39,4 Jahre). Unterscheidet man nach „Kaufort“, so waren mit durchschnittlich 36,8 Jahren die Käufer auf dem Privatmarkt erneut jünger als die Käufer beim Handel (Käufer beim Markenhandel: 42,3 Jahre; Käufer beim freien Handel: 40,8 Jahre).

Die Neuwagenkäufer generell waren mit 43,5 Jahren wie in den vergangenen Jahren stets älter als die Gebrauchtwagenkäufer.

Bei der Betrachtung nach Fabrikaten lag das Durchschnittsalter der Käufer von Neuwagen deutscher Premiummarken bei 46 Jahren. Über alle deutschen Marken gerechnet waren die Neuwagenkäufer 44,3 Jahre alt. Mit 42,1 Jahren waren die Käufer neuer Importfabrikate am jüngsten.

Bei den Gebrauchtwagenkäufern lag der Altersdurchschnitt bei allen Fabrikaten unter dem der Neuwagenkäufer. War das Auswahlfahrzeug ein Gebrauchtwagen eines deutschen Premiumherstellers, lag das Alter der Käufer bei durchschnittlich 42 Jahren. Über alle deutschen Marken gerechnet, lag das Alter der Gebrauchtwagenkäufer bei 40 Jahren. Käufer von gebrauchten Importfabrikaten waren im Schnitt 38,6 Jahre alt.



Bild: Fotolia © stokkete



Bild: DAT

### 6. UMSATZZAHLEN

Der Automobilhandel und das Servicegeschäft sind wichtige Wirtschaftsfaktoren in Deutschland. Dies zeigt sich deutlich bei der Betrachtung der Umsatzzahlen der einzelnen Teilbereiche.

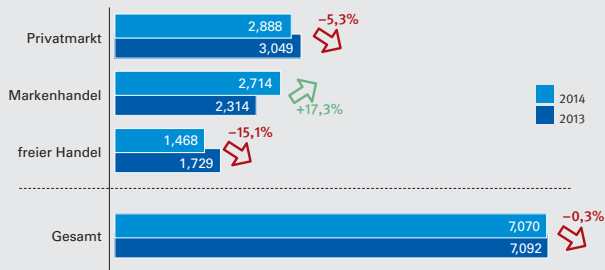
#### Neuwagenmarkt

Aufgrund der deutlich gestiegenen Neuwagenpreise und Zulassungszahlen ist der Gesamt-Neuwagenumsatz gegenüber dem Vorjahr deutlich gestiegen. Lag dieser 2013 noch bei 79,79 Mrd. Euro, so ergaben die 3,037 Mio. Neuzulassungen mit einem Durchschnittspreis von 28.330 Euro (2013: 27.030 Euro) einen Umsatz von 86,04 Mrd. Euro. Das entspricht einem Plus von rund 8%.

#### Gebrauchtwagenmarkt

Gestiegen ist auch der Gebrauchtwagenumsatz. Mit 7,070 Mio. Besitzumschreibungen und einem deutlich höheren Durchschnittspreis (2014: 9.870 Euro; 2013: 9.420 Euro) ergibt sich ein Gesamtumsatz von 69,78 Mrd. Euro – im Vergleich zum Vorjahr ein Plus von 4,5%.

A6 Volumenentwicklung Gebrauchtwagenmarkt  
Angaben in Mio. Stück



ID: 09721067

QUELLE: DAT / KBA

Die drei Teilmärkte des Gebrauchtwagenhandels haben sich dabei sehr unterschiedlich entwickelt. Grafik A6 zeigt, dass der Markenhandel der Gewinner des Jahres 2014 war. Er konnte bei Stückzahlen und Umsatz im Vergleich zum Vorjahr deutlich zulegen (+17,3% mehr Einheiten, +24% mehr Umsatz). Der freie Handel verlor 15,1% bei den Stückzahlen und 10,9% beim Umsatz. Der Rückgang beim Privatmarkt betrug 5,3% bei Stückzahlen und 14,1% beim Umsatz (weitere Zahlen vgl. S. 83, Grafik Z8).

Der Gebrauchtwagenumsatz bleibt unbestritten ein bedeutender Wirtschaftsfaktor in Deutschland. Der professionelle Handel, also Markenhandel und freier Handel zusammengerechnet, hat 2014 umsatzmäßig gegenüber 2013 um 12,8% zugelegt (51,88 Mrd. Euro). Der Umsatzrückgang auf dem Privatmarkt von 14,1% auf 17,90 Mrd. Euro ist auf den Rückgang bei den Stückzahlen und den niedrigeren Durchschnittspreis eines Gebrauchtwagens von 6.200 Euro (2013: 6.830 Euro) zurückzuführen.

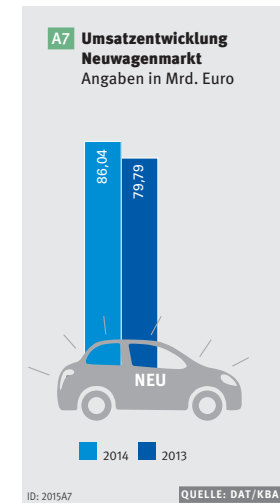
Der Umsatz mit Neu- und Gebrauchtwagen addiert sich für 2014 auf rund 155,82 Mrd. Euro (2013: 146,60 Mrd. Euro). An diesem Gesamtumsatz hatte der Gebrauchtwagenmarkt einen Anteil von 44,8%. Man kann davon ausgehen, dass die Bedeutung des Gebrauchtwagenmarktes in Zukunft weiter zunehmen wird. Gründe hierfür sind die bessere Fahrzeugqualität und der Trend vieler Autokäufer, von einem Neu- auf einen attraktiven Gebrauchtwagen umzusteigen.

#### Werkstattmarkt

Das Werkstattgeschäft ist und bleibt ein wichtiger Umsatzträger für die Kfz-Betriebe. Bei einem Pkw-Bestand, einschließlich vorübergehend stillgelegter Fahrzeuge, von rund 50,215 Mio. Pkw im Jahr 2014 (teilweise vorläufig bzw. geschätzt) summiert sich der Gesamtaufwand für Reparaturarbeiten (z.B. für die Beseitigung von Verschleißschäden) auf insgesamt rund 8,59 Mrd. Euro (2013: 9,51 Mrd. Euro). Basis dieser Berechnung für das Jahr

2014 ist der durchschnittliche Reparaturkostenaufwand pro Fahrzeug von 171 Euro. Pro Fahrzeugwartung lag der durchschnittliche Kostenaufwand bei 245 Euro. Das ist ein deutlicher Rückgang im Vergleich zum Vorjahr (261 Euro). Für 2014 ergibt dies in Summe 12,31 Mrd. Euro (2013: 13 Mrd. Euro). Der Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK) hat für das Jahr 2014 eine leicht rückläufige Gesamtentwicklung bei Wartung, Verschleiß- und Unfallschadenreparaturen festgestellt und einen moderaten Umsatzrückgang von 3,4% gegenüber dem Vorjahr ermittelt.

Die Diskrepanz zwischen den Ergebnissen des ZDK und dem DAT-Report erklärt sich durch mehrere Tatsachen. Erstens können genaue Zahlen über Unfallschäden im DAT-Report nicht erfasst werden. Das liegt in der Tatsache begründet, dass aufgrund der Steuerung der Schäden durch die Versicherungen den befragten Privatpersonen oft keine Informationen darüber vorliegen. 72% der Unfallschäden wurden nach Angaben der für den DAT-Report Befragten ganz oder teilweise von einer Versicherung übernommen. Zweitens entstammen sehr viele Reparatur- und Wartungsaufträge aus dem Autohaus-Großkun-

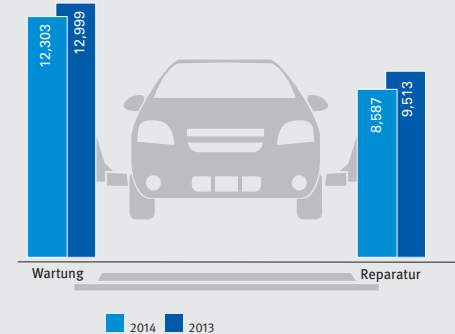


ID: 2015A7

QUELLE: DAT / KBA

denngeschäft oder direkt von Leasingunternehmen. Diese Arbeiten können ebenfalls im DAT-Report nicht erfasst werden. Ferner fehlen bei einer Privatkundenbefragung weitere Aktivitäten wie z.B. Unteraufträge von Werkstätten oder Autohäusern an Karosseriefachbetriebe.

A8 Umsatzentwicklung Werkstatt  
Angaben in Mrd. Euro



ID: 2015A8

QUELLE: DAT / KBA

# 2. PKW-KAUF

Überlegungen vor dem Autokauf +++ Neuzulassungen und Besitzumschreibungen +++ Kaufort der Gebrauchtwagen +++ Anschaffungspreise +++ Durchschnittsfahrzeuge +++ Garantie und Versicherung +++ Kaufkriterien +++ Informationsverhalten +++ Erst- und Vorbesitz +++ Vorwagen der Autokäufer +++ Beurteilung des Handels durch die Käufer +++ Finanzierung von Neu- und Gebrauchtwagen

P1 Die Facetten des Pkw-Kaufs 2014

## NEUWAGENKAUF

100 % GARANTIE  
100 % GEWÄHRLEISTUNG



0,0 Jahre



0 km



28.330 €

## PRIVATMARKT

5% GARANTIE  
0% GEWÄHRLEISTUNG



7,9 Jahre



96.560 km



6.200 €

## GEBRAUCHTWAGENKAUF

### MARKENHANDEL

80% GARANTIE  
100% GEWÄHRLEISTUNG



4,1 Jahre

56.930 km

14.280 €

### FREIER HANDEL

55% GARANTIE  
100% GEWÄHRLEISTUNG



6,8 Jahre

78.880 km

8.940 €

ID: 2015P1

QUELLE: DAT

### 1. KAUFÜBERLEGUNGEN

Wenn ein Autokauf ansteht, fällt aufgrund der Vielfalt des Angebots an Neu- und Gebrauchtwagen die Entscheidung nicht leicht. Im Laufe des Kaufprozesses spielen daher mehrere Alternativüberlegungen eine Rolle, die wiederum durch das Informationsverhalten beeinflusst werden.

#### Marke A oder B?

Viele Autokäufer erwogen 2014 vor dem Kauf, die bisherige Marke zu wechseln. Nur 17% der Gebrauchtwagenkäufer gaben an, sie würden immer die gleiche Marke kaufen. Für 46% kämen zwei bis drei Marken infrage, 37% gaben an, dass ihnen die Marke beim Autokauf mehr oder weniger egal sei, da Funktionalität und/oder der Preis im Vordergrund stünden. Für die Neuwagenkäufer galt: 35% gaben an,

immer die gleiche Marke zu kaufen. 47% würden zwischen zwei oder drei Marken wechseln und nur 17% meinten, die Automarke spiele beim Autokauf keine Rolle.

Bei der Betrachtung nach Marken ergab sich, dass 29% der Käufer von Importfabrikaten vor dem Kauf ihres Gebrauchtwagens keine andere Marke in Erwägung gezogen hatten als diejenige, für die sie sich letztendlich entschieden haben. Dieser Wert beträgt bei den deutschen Marken immerhin 40%, bei den deutschen Premiumfabrikaten sogar 44%.

#### Neu oder gebraucht?

Eine weitere, elementar wichtige Entscheidung vor dem Kauf ist „neu oder gebraucht?“. Nur noch 8% der Gebrauchtwagenkäufer hatten 2014 den Kauf oder das Leasing eines Neu-

fahrzeugs in Erwägung gezogen. 2012 und in den Jahren davor lag dieser Wert stets bei 12%. Wurde der Gebrauchte bei einem Markenhändler gekauft, dann war wie im Vorjahr für 14% dieser Käufer auch ein Neufahrzeug eine Option. Für die Käufer auf dem Privatmarkt galt dies nur zu 3%. Für diejenigen, die ihren Gebrauchten bei einem freien, markenungebundenen Händler kauften, kam diese Überlegung nur noch in 6% der Fälle infrage.

#### Gebraucht oder neu?

Insgesamt haben 17% der Neuwagenkäufer des Jahres 2014 (2013: 25%; 2012: 21%) mit dem Gedanken gespielt, sich statt eines neuen einen gebrauchten Pkw zu kaufen. Speziell für die Käufer neuer Importfahrzeuge war der Gebrauchte wesentlich häufiger (20%) eine Alternative als für die

Käufer deutscher Marken (16%). Betrachtet man nur die Käufer von Neufahrzeugen der deutschen Premiumhersteller, so war ein Gebrauchter nur für 12% eine Alternative.

Nimmt man Neu- und Gebrauchtwagenkäufer zusammen, dann stand für rund 1,082 Mio. Fahrzeugkäufer 2014 nicht von Anfang an fest, ob sie sich ein Neu- oder ein Gebrauchtfahrzeug kaufen. 516.251 (2013: 726.298) – deutlich weniger als im Vorjahr – dieser zunächst unentschlossenen Käufer haben sich dann für ein Neufahrzeug und rund 565.595 (2013: 588.665) für einen Gebrauchtwagen entschieden.

#### Händler A oder B?

Im Zusammenhang mit der Entscheidung für eine Marke sind auch die Besuche bei Händlern anderer Marken für den Kaufprozess relevant.

So hatten 2014 nur 33% der Neuwagenkäufer (2013: 51%) vor dem Kauf auch Kontakt zu Händlern anderer Marken. Für Neuwagenkäufer deutscher Premiumhersteller galt dies zu 27%. Nimmt man alle deutschen Fabrikate zusammen, so kontaktierten diese Käufer nur zu 31% Händler anderer Marken. Käufer von Importfabrikaten gingen am häufigsten „fremd“: Sie informierten sich zu 36% bei Händlern anderer Marken. Wenn dann die Entscheidung für eine Marke gefallen war, wurde von 73% aller potenziellen Käufer unter den Angeboten der Händler dieses Fabrikats verglichen.

#### Zu wie vielen Händlern?

Zusätzlich zu dem Händler, bei dem gekauft wurde, kontaktierten die Neuwagenkäufer im vergangenen Jahr weitere 1,98 (2013: 2,23; 2012: 2,23)

Händler, davon 1,39 (2013: 1,34) der Marke des gekauften Fahrzeugs und 0,59 (2013: 0,86) Händler anderer Marken. In Summe waren es demnach beim Neuwagenkauf 2,98 Kontakte – etwas weniger als 2013 (3,23).

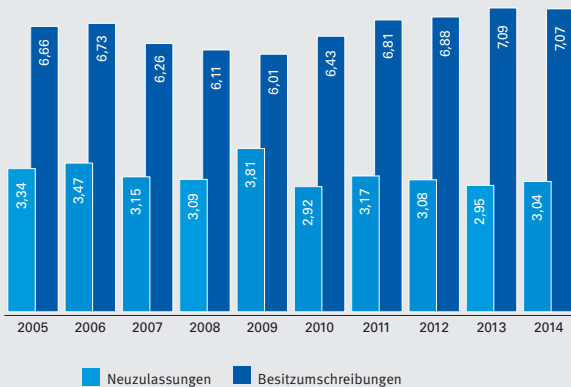
Dabei hatten die Käufer von Neufahrzeugen deutscher Premiumhersteller zusätzlich zu dem Händler, bei dem gekauft wurde, insgesamt 1,89 Händlerkontakte vor dem Kauf, davon waren 1,45 der jeweiligen Marke, 0,44 waren von einer Fremdmärke. Betrachtet man alle deutschen Premium- und Volumenmarken gemeinsam, so hatten die Käufer insgesamt 2,98 Händlerkontakte. Davon waren 1,48 bei der eigenen und 0,5 bei einer fremden Marke. Käufer neuer Importmodelle hatten vor dem Kauf 2,99 Händlerkontakte, davon 1,24 bei der eigenen und 0,75 bei einer fremden Marke.





Bild: Fotofix © Isacodreimann

**P2 Pkw-Neuzulassungen und -Besitzumschreibungen im Trend**  
Angaben in Mio. Stück



ID: 09011001

QUELLE: KBA

**2. MARKTSITUATION**

Insgesamt 3.036.773 Pkw-Neuzulassungen weist das Kraftfahrt-Bundesamt (KBA) für 2014 aus. Gegenüber 2013 bedeutet dies ein Plus von 84.342 Einheiten und 2,9%. Der Zuwachs der Zulassungszahlen im Neuwagenbereich lässt sich in erster Linie auf die gute gesamtwirtschaftliche Situation des Jahres 2014 zurückführen.

Die Zahl der Pkw-Besitzumschreibungen ist gegenüber 2013 nahezu stabil geblieben. 7.069.932 verkaufte Gebrauchtwagen im Jahr 2014 bedeuten nur ein leichtes Minus von 0,3% im Vergleich zu 2013. Insgesamt betrachtet hat sich der Pkw-Markt 2014 besser entwickelt, als es von vielen Anfang des Jahres 2014 erwartet wurde.

Die Addition von Neuzulassungen und Besitzumschreibungen ergibt für 2014 insgesamt 10.106.705 Pkw-Zulassungen (2013: 10.044.785). Damit

schloss das vergangene Jahr mit einem Plus von 0,6% Zulassungen ab.

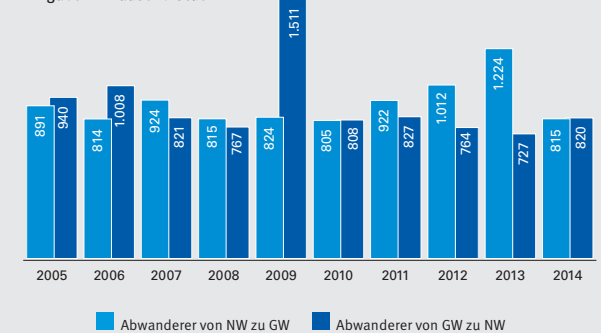
Die 10-Millionen-Grenze wurde vor 2014 und 2013 zuletzt im Jahr 2006 überschritten (10,2 Mio. Einheiten). Unangefochtener Spitzenreiter bei den Gesamtzulassungen bleibt jedoch 1991, das erste Jahr nach der Wiedervereinigung Deutschlands, mit mehr als 12,1 Mio. neu oder gebraucht gekaufter Pkw. Wie sich Neuzulassungen und Besitzumschreibungen in den letzten zehn Jahren entwickelt haben, das zeigt Grafik **P2**.

Das Verhältnis von Besitzumschreibungen zu Neuzulassungen lag 2014 mit 2,32:1 etwas unter dem Vorjahr (2013: 2,4:1). Damit kommen auf jeden verkauften Neuwagen 2,3 Gebrauchte. Dieses Verhältnis zeigt, dass der Gebrauchtwagenmarkt relativ gesehen eine größere Bedeutung für den Automobilhandel und die Endverbraucher kann man sicher davon ausgehen, dass auch im Jahr 2015 der Gebrauchtwagen- und der Neuwagenmarkt wirtschaftlich bedeutende Märkte bleiben.

**Fokus auf Gebrauchtwagen**

Beim Autokauf müssen sich die Käufer nicht nur für eine bestimmte Marke und ein bestimmtes Modell entschei-

**P3 Wanderungsbewegungen zwischen Neuwagen- und Gebrauchtwagenmarkt im Trend**  
Angaben in Tausend Stück



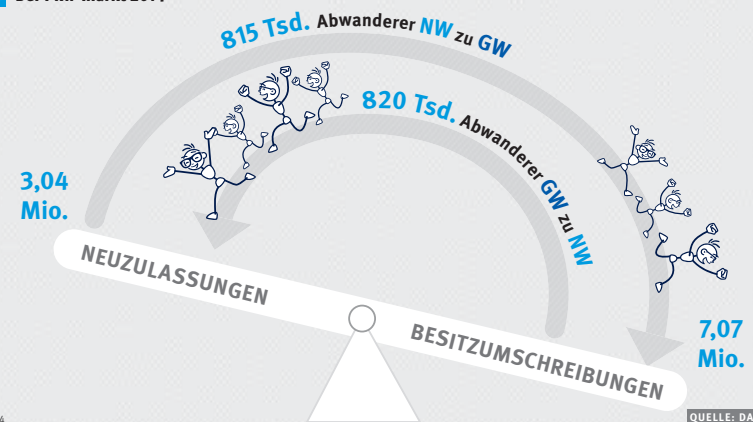
ID: 09031003

QUELLE: DAT

den, sondern auch, ob sie einen Neuen oder einen Gebrauchtwagen kaufen. Viele Käufer wechseln im Laufe ihres Autofahrerlebens zwischen Neuen und Gebrauchten, sind also „Wanderer“ zwischen dem Neu- und dem Gebrauchtwagenmarkt. Wie groß die Wanderungsbewegung ist, zeigt Grafik **P4**. Immerhin haben 8% der Gebrauchtwagenkäufer vor dem Autokauf auch

einen Neuwagen in Erwägung gezogen. Tatsächlich stiegen im Autojahr 2014 819.668 ehemalige Gebrauchtwagenkäufer auf ein Neufahrzeug um; nahezu identisch viele (814.668) ehemalige Neuwagenkäufer entschieden sich für ein Gebrauchtfahrzeug. Eine ähnliche Situation gab es 2010, als geringfügig mehr Käufer von einem Gebrauchtwagen umgestiegen sind.

**P4 Der Pkw-Markt 2014**



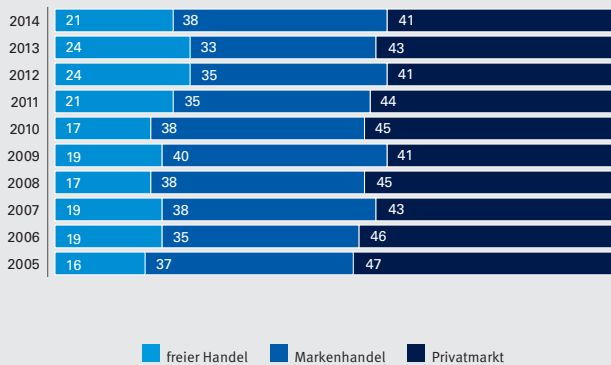
ID: 2015P4

QUELLE: DAT / KBA



Bild: Fotolia © Daniel Ernst

**P5 Marktanteile im Gebrauchtwagengeschäft im Trend**  
Angaben in Prozent



ID: 09061004

QUELLE: DAT

**3. KAUFORT DER GEBRAUCHTWAGEN**

Ein Gebrauchtwagen kann an drei Orten erworben werden: erstens beim „Markenhandel“, das sind alle fabrikkatsgebundenen Händler, die mit einem Automobilhersteller in einem vertraglichen Verhältnis stehen. Zweitens beim „freien Handel“ und drittens auf dem „Privatmarkt“. Dort werden von Privatperson zu Privatperson ohne gesetzliche Gewährleistung Autos „wie gesehen“ verkauft. Bundesweit gesehen wurde in der Vergangenheit mehrheitlich knapp die Hälfte aller Gebrauchten auf dem Privatmarkt gehandelt. Seit dem Höchstwert von 53% im Jahr 2003 ging der Marktanteil des Privatmarkts spürbar zurück. Nach 43% im Jahr 2013 hat er nochmals zwei Prozentpunkte verloren und erreichte 2014 41%.

Gewinner des letzten Jahres war der Markenhandel, der seinen Anteil von 2013 auf 2014 um fünf Prozentpunkte

auf 38% deutlich steigern konnte. Der freie Handel musste dagegen leichte Einbußen verzeichnen und erreichte 2014 21% (vgl. Grafik P5). Somit konnten wie in den Jahren 2009 und 2012 wieder vom Privatmarkt Anteile zurückerobert werden.

**Fahrzeugalter bestimmt Kaufort**

Wenn man die in Grafik P6 dargestellten Marktanteile in Abhängigkeit vom Fahrzeugalter betrachtet, zeigt sich die Dominanz des Markenhandels bei jungen Gebrauchtwagen: 59% der bis drei Jahre alten Fahrzeuge wurden dort erworben. Das ist eine erneute Steigerung im Vergleich zum Vorjahr. Der freie Handel lag bei 18% und damit leicht unter dem Wert von 2013. Auf dem Privatmarkt wurden ebenfalls etwas weniger junge Gebrauchtwagen gehandelt, was zu einem Marktanteil von 23% führte. Bei der Betrachtung der Gebrauchtwagen älter als sechs Jahre ist das Verhältnis nahezu umgekehrt: 61% dieser Fahrzeuge sind auf dem Privatmarkt und damit ohne Beteiligung des Handels verkauft worden. Der freie und der markengebundene Handel zusammen erreichten in diesem Alterssegment nur 39% – etwas weniger als im Vorjahr. Die Sicherheit, die ein Autokäufer beim Handel aufgrund der gesetzlich vorgeschriebenen Gewährleistung erhält, kann der Privatmarkt nicht bieten. Insofern liegen hier große Potenziale für den Handel brach.

Das Risiko aus Sicht des Handels, dass Gewährleistungsansprüche geltend gemacht werden, kann durch sorgfältige Fahrzeugprüfung sowie Offenlegung des Fahrzeugzustands weitgehend vermieden werden.

Ein sehr wichtiges und für den Endverbraucher attraktives Segment sind die Gebrauchtwagen mit einem Alter von drei bis sechs Jahren. Hier konnte der Markenhandel wieder deutlich Anteile vom Privatmarkt erobern und erreichte einen erfreulich hohen Wert von 40%. Der freie Handel musste in diesem Alterssegment sechs Prozentpunkte abgeben und kam 2014 nur noch auf 21%.

Gebrauchtwagenkäufer kommen zum Markenhandel mit sehr konkreten Vorstellungen ihres Wunschfahrzeugs. 87% suchen Fahrzeuge der Marke, die der Händler auch als Neuwagen verkauft. Das bedeutet, die Sortimentspolitik im Handel erlaubt streng genommen nur einen geringen Fremdmarken-Anteil von 13%. 75% wissen sogar bereits vor dem Kauf Marke und Modell. Diese Käufer sind bereit, einen deutlich höheren Preis für ihren

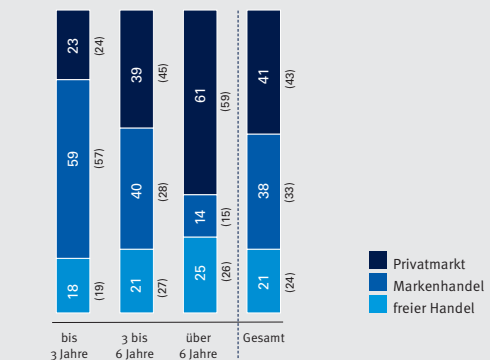
Gebrauchtwagen zu bezahlen. Ferner sind diese durchaus affin für Zubehör und Zusatzleistungen wie Serviceverträge und Stammkunden-Benefits. Nur 25% der Kunden beim Markenhandel sind eher Preis-Shopper, die sich noch nicht auf eine bestimmte Marke festgelegt haben. Diese Kundengruppe braucht eine ausführlichere Bedarfsanalyse und ist deutlich preisbewusster.

**Markenhändler-Bewusstsein**

Kauft man einen Gebrauchtwagen derselben Marke, die der Händler auch als Neuwagen vertreibt, spricht man von „Markenhändler-Bewusstsein“. Dieses ist bei den Gebrauchtwagenkäufern des Jahres 2014 auf 87% gestiegen (2013: 82%), d. h. sie kauften beim fabrikkatsgebundenen Handel ein gebrauchtes Fahrzeug derselben Marke, die der Vertragshändler auch als

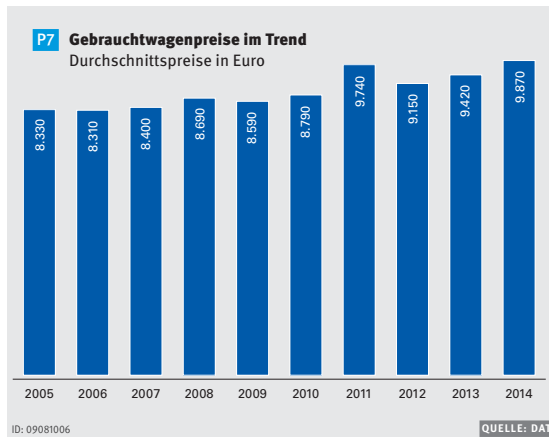
Neuwagen verkauft. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass „Fremdmarken“ im Sortiment eines Markenhändlers nur von 13% der Käufer gesucht und gekauft wurden – ein Rückgang gegenüber 2013 um fünf Prozentpunkte. Wer als Markenhändler Fremdmarken anbietet, sollte diese daher entweder deutlich bewerben oder die Sortimentspolitik hinsichtlich dieser Fahrzeuge überdenken.

**P6 Teilmärkte nach Fahrzeugalter 2014 (2013)**  
Angaben in Prozent



ID: 09071005

QUELLE: DAT



sowie im Bereich von 12.500 bis 14.999 Euro erworben als noch im Vorjahr. Auch im Markenhandel fanden ähnliche Verschiebungen statt: Es wurden weniger günstige Fahrzeuge im unteren Preissegment und deutlich mehr höherpreisige Gebrauchtwagen gehandelt. Der Anteil der Fahrzeuge ab einer Preisklasse ab 15.000 Euro beträgt hier 43 Prozent. Im Bereich ab 20.000 Euro waren es 21% aller beim Markenhandel verkauften Gebrauchtwagen.

**Die Preise auf den Teilmärkten**

Die Gebrauchtwagen-Durchschnittspreise, die auf den drei Teilmärkten bezahlt wurden, haben sich auch 2014 sehr unterschiedlich entwickelt: Wurde der Gebrauchte beim Markenhändler erworben, ist der Preis um 6% gestiegen, beim freien Händler um 5%, auf dem Privatmarkt waren die Fahrzeuge dagegen durchschnittlich 9% günstiger als im Vorjahr.

Der höchste Durchschnittspreis wurde wie auch in den Jahren zuvor beim Markenhandel bezahlt. 2014 lag er bei 14.280 Euro und damit – wie bereits erwähnt – sechs Prozent über dem Vorjahreswert (vgl. Grafik P9). Beeinflusst wurde dieser Preis durch mehrere Faktoren. Der fabrikatsgebundene

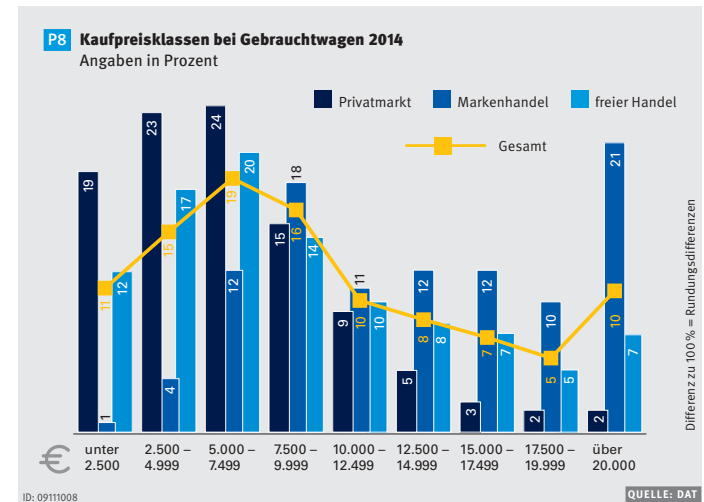
Handel bietet die mit Abstand qualitativ besten Fahrzeuge an, die 2014 zu 80% mit einer Gebrauchtwagengarantie verkauft wurden (zum Vergleich: auf dem Privatmarkt wurden 2014 nur 5% aller Gebrauchtwagen mit einer Garantie verkauft; siehe S. 32, Grafik P24). Ferner resultiert der höhere Preis auch aus dem geringen Alter und der geringen Laufleistung der dort gehandelten Gebrauchtwagen, zu denen auch Vorführwagen und Fahrzeuge mit Tageszulassung gehören, die man üblicherweise nur beim Markenhandel findet.

**Die Preise nach Fabrikat**

Sehr starke Unterschiede zeigen sich unverändert bei einer Betrachtung der Gebrauchtwagen-Durchschnittspreise nach der Marke der Fahrzeuge. Im Jahr 2014 reichte die Bandbreite nach Marken von 5.810 Euro bis 14.820 Euro. Die höchsten Durchschnittspreise wurden erwartungsgemäß erneut für Modelle der Premiumfabrikate Audi, BMW und Mercedes-Benz (durchschnittlich 14.550 Euro) bezahlt, die niedrigsten für Modelle der französischen Hersteller (6.380 Euro).

**Zielgruppe Erstkäufer**

23% aller Gebrauchtwagenkäufer waren sogenannte Erstkäufer. Diese



gaben im Schnitt 5.310 Euro für ihr Fahrzeug aus. Betrachtet man die Preisstruktur der Gebrauchtwagen, so lagen 44% aller gehandelten Gebrauchtwagen unter 7.500 Euro. Bei den Erstkäufern waren dies 72% aller gekauften Fahrzeuge. Der Markenhandel bietet in diesem Preissegment kein

allzu großes Sortiment: Nur 17% aller beim Markenhandel angebotenen Gebrauchtwagen fielen in diese Preisklasse bis 7.499 Euro, auf dem Privatmarkt dagegen 66% aller Fahrzeuge. Der freie Handel bot immerhin 49% seiner Gebrauchtwagen in dieser Preisklasse an.

**4. ANSCHAFUNGSPREISE**

Dieser Anstieg um 5% ist auf die niedrigere Laufleistung und das geringere Alter der beim Markenhandel gekauften Fahrzeuge zurückzuführen. Ein weiterer Grund liegt in der Verschiebung der Anteile in den Kaufpreisklassen (vgl. hierzu Grafik P8): Auf dem Privatmarkt wurden trotz des geringen Durchschnittspreises in Höhe von 6.200 Euro mehr Pkw in den Bereichen von 10.000 bis 12.499 Euro

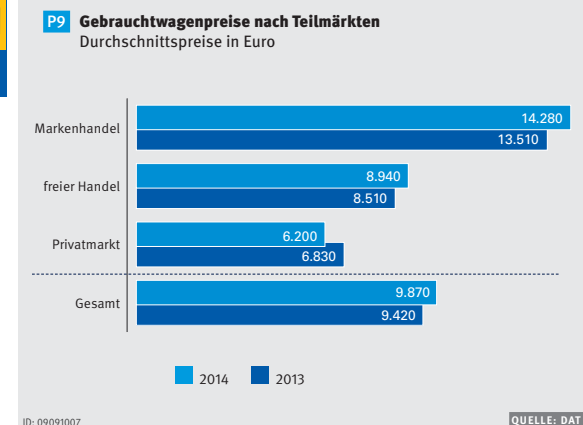
**4.1 GEBRAUCHTWAGENPREISE**

Nach vielen Jahren des Auf und Ab ist der Preis beim Gebrauchtwagenkauf im Jahr 2014 gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Wie Grafik P7 zeigt, lag der Gebrauchtwagen-Durchschnittspreis des vergangenen Jahres mit 9.870 Euro deutlich über den 9.420 Euro aus dem Jahr 2013.



Bild: Fotolia © Jumen-digital

Erstkäufer gaben im Schnitt nur 5.310 Euro für einen Gebrauchten und 15.470 Euro für einen Neuwagen aus. Beide Käufergruppen konnten gut 70% des Kaufpreises selbst aufbringen, d. h. Finanzierungsangebote sind zwar wichtig, aber zunächst stehen die individuelle Ansprache in der Werbung, ein passendes Sortiment (z. B. für Führerscheinanfänger), oder interessante Zusatzangebote (Individualisierung von Fahrzeugen, Gutscheine etc.) im Vordergrund. Junge Autokäufer sind nahezu immer online, d. h. schnelle Reaktionszeiten auf Anfragen per E-Mail oder über Facebook sind wichtig.

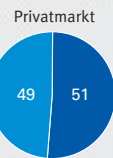
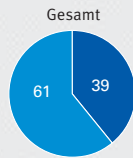




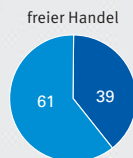
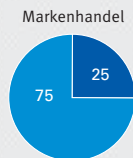
**P10 Modell vs. Preis: Priorität beim Gebrauchtwagenkauf 2014**  
Angaben in Prozent



**Modell im Fokus**  
⊘-Preise in Euro  
11.610



**Preis im Fokus**  
⊘-Preise in Euro  
7.110



ID: 2015P10 QUELLE: DAT

**Kaufabsicht beeinflusst Kaufort**

Im vierten Jahr in Folge stand bei 61% der Gebrauchtwagenkäufer schon vor dem Kauf fest, welches Modell sie anschaffen werden. Diese Käufergruppe kaufte zu 47% (2013: 42%) beim Markenhandel und zu 32% (2013: 35%) auf dem Privatmarkt. Damit hat der Markenhandel wieder einen deutlich stärkeren Einfluss bei den Käufern mit konkreten Fahrzeugvorstellungen gewonnen. Wer dagegen von vornherein auf einen bestimmten Preis festgelegt war – 2014 war das erneut bei 39% der Gebrauchtwagenkäufer der Fall –, der bediente sich zu 54%, auf dem Privatmarkt. Der Markenhandel erreichte bei dieser Käufergruppe dagegen einen Marktanteil von 25%. Das ist ein deutlicher Anstieg um sieben Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr.

Eine andere Sichtweise auf die Kaufabsichten zeigt Grafik P10: 75% aller Gebrauchtwagenkäufer, die 2014 beim Markenhandel ihr Fahrzeug erworben hatten, wussten bereits vor dem Kauf, welches Modell sie kaufen wollten. Nur 25% hatten dagegen ein festgelegtes Budget zur Verfügung und mussten dazu – markenunabhängig – das passende Fahrzeug suchen. Käufer auf dem Privatmarkt waren zu 49% auf eine Marke, zu 51% auf ein

festes Budget festgelegt. Alle Käufer, die 2014 ihren Gebrauchten beim freien Händler gekauft haben, hatten zu 61% bereits ihr Wunschfahrzeug im Kopf und gingen nur zu 39% mit einem bestimmten Geldbetrag auf die Suche.

**Prioritäten: Preis oder Modell?**

Der tatsächlich bezahlte Fahrzeugpreis hing 2014 deutlich von den Vorstellungen der Käufer ab, wie Grafik P10 zeigt. Stand das Modell von

vornherein fest, investierten die Gebrauchtwagenkäufer im Schnitt 11.610 Euro (2013: 11.130 Euro). Käufer, die von Anfang an ein festes Budget im Auge hatten, investierten durchschnittlich dagegen nur 7.110 Euro (2013: 6.790 Euro).

Sehr deutlich waren auch 2014 wieder die Preisunterschiede in Abhängigkeit vom Hubraum. Die bezahlten Durchschnittspreise stiegen erneut kontinuierlich von 5.510 Euro (bis 1.200 ccm) über 6.700 Euro (bis 1.500 ccm), 9.360 Euro (bis 1.700 ccm) und 13.080 Euro (bis 2.000 ccm) bis auf 16.840 Euro (über 2.000 ccm). In nahezu allen Hubraumklassen waren die Käufer bereit, mehr Geld als im Vorjahr auszugeben. Dies galt 2014 auch für Gebrauchtwagen mit größervolumigen Motoren mit über zwei Litern Hubraum.

**Einkommen und Kaufpreis**

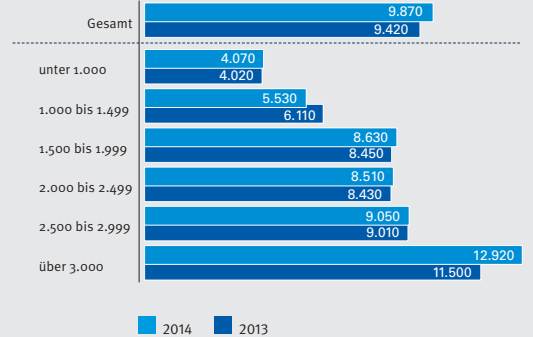
Betrachtet man die unterschiedlichen Einkommensklassen der Gebrauchtwagenkäufer (vgl. Grafik P11), so wird deutlich, dass im Jahr 2014 bis auf die Haushalte mit 1.000 bis 1.499 Euro monatlichem Nettoeinkommen weniger für den Pkw-Kauf investiert wurde als noch im Vorjahr. Alle anderen Einkommensklassen –



Bild: Fotolia © Schliemer



**P11 Gebrauchtwagenpreise nach Einkommensklassen**  
Angaben in Euro



ID: 2015P11 QUELLE: DAT

besonders diejenigen mit einem verfügbaren Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 3.000 Euro – kauften ihre Gebrauchtwagen zu deutlich höheren Preisen als 2013.

**Frauen investieren weniger**

Auch im Jahr 2014 hat sich gezeigt, dass Frauen für einen Gebrauchtwagen deutlich weniger ausgaben als Männer. So lag der von Frauen für ihren Gebrauchten bezahlte Durch-

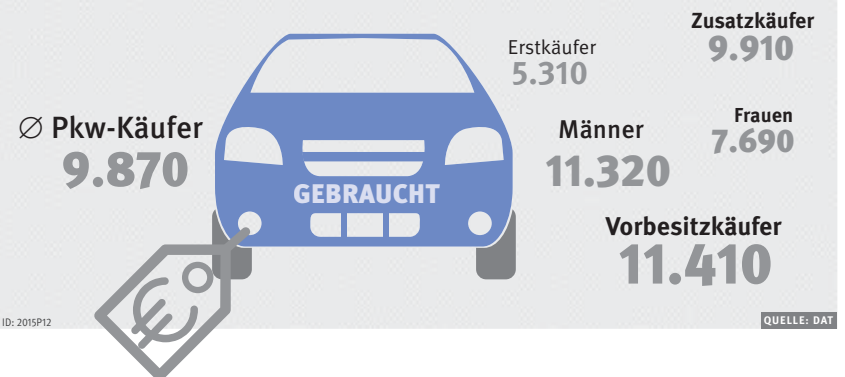
schnittspreis bei 7.690 Euro – nahezu auf Vorjahresniveau. Männer investierten im Durchschnitt 11.320 Euro und damit 670 Euro mehr als 2013.

**Erstkäufer sehr sparsam**

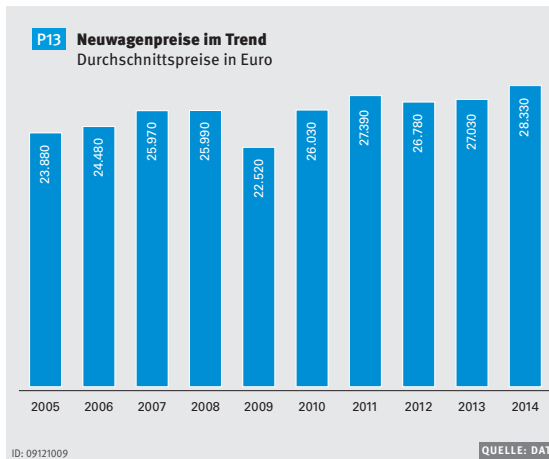
Man kann alle Fahrzeugkäufer in drei Gruppen einteilen: Vorbesitzkäufer (ein vorheriges Fahrzeug wird ersetzt), Zusatzkäufer (ein weiteres Fahrzeug wird gekauft) und Erstkäufer (hatten bisher kein Fahrzeug). Wenn

man die von diesen Gruppen bezahlten Durchschnittspreise vergleicht, dann haben 2014 die Vorbesitzkäufer mit 11.410 Euro (2013: 10.950 Euro) den höchsten Preis bezahlt, gefolgt von den Zusatzkäufern, die für ihren gebrauchten Zweit- oder Drittwagen im Durchschnitt 9.910 Euro (2013: 8.870 Euro) investierten. Den geringsten Betrag gaben wie schon in der Vergangenheit die Erstkäufer mit 5.310 Euro (2013: 5.370 Euro) aus.

**P12 Gebrauchtwagenpreise verschiedener Käufergruppen 2014**  
Angaben in Euro



ID: 2015P12 QUELLE: DAT



**4.2 NEUWAGENPREISE**

Im Jahr 2014 stieg der bezahlte Preis beim Kauf von Neuwagen im Vergleich zum Vorjahr um 1.300 Euro von 27.030 auf 28.330 Euro. Dies zeigt Grafik P13. Damit erreicht der Preis für ein neues Fahrzeug ein Allzeithoch und eine Steigerung zum Vorjahr von 5%. Gra-

fik P14 verdeutlicht, dass in den letzten Jahren eine signifikante Verschiebung der Kaufpreisklassen stattgefunden hat. Während 2010 knapp ein Viertel der Neuwagen in der Kaufpreisklasse unter 15.000 Euro angesiedelt waren, kamen diese 2014 nur noch auf 18%. Entsprechend haben die oberen Kaufpreisklassen zugenommen: So stieg der Anteil der Kaufpreisklasse 30.000 Euro und mehr in den letzten fünf Jahren von 30% auf 36%. Insgesamt haben sich gut zwei Drittel (67%) und damit die überwiegende Zahl aller gekauften Neuwagen im Preissegment über 20.000 Euro bewegt.

**Deutlicher Anstieg nach Hubraum**

Wie bei den Gebrauchtwagen hängt auch bei den Neufahrzeugen der tatsächlich bezahlte Durchschnittspreis in hohem Maße von der Marke und dem Hubraum ab. Differenziert man nach der Marke des Fahrzeugs, so reichte die Bandbreite der Neuwagen-Durchschnittspreise von 18.360 bis 43.520 Euro. An der Spitze der Preiskala standen mit leichtem Vorsprung Mercedes-Benz-Modelle gefolgt von BMW- und mit deutlichem Abstand Audi-Pkw. Am unteren Ende rangierten erneut die europäischen Importmar-

ken, darunter besonders die französischen Hersteller. Im Jahr 2014 war auffällig, dass VW-Neuwagen mit deutlich höheren Preisen verkauft wurden als noch im Vorjahr. Die Differenz betrug hier durchschnittlich 3.410 Euro.

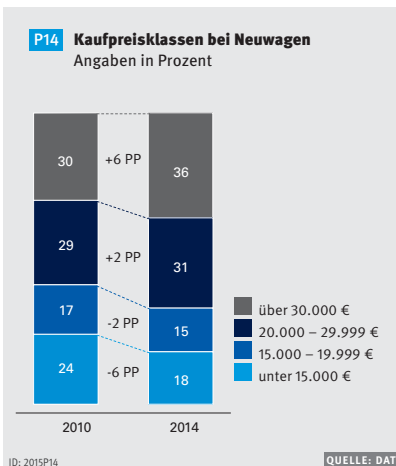
In Bezug auf den Hubraum zeigt sich: Neuwagenkäufer bezahlten für Fahrzeuge mit einem Hubraum bis maximal 1.200 ccm durchschnittlich 14.150 Euro, bei 1.200 bis 1.499 ccm 19.790 Euro, bei 1.500 bis 1.699 ccm 23.890 Euro und bei 1.700 bis 1.999 ccm 34.790 Euro.

Ganz tief in die Tasche griffen erneut die Käufer, die ein Fahrzeug mit einem Hubraum von mehr als 2.000 ccm kauften. Sie gaben 2014 für ihren Neuwagen 54.880 Euro aus (2013: 49.800 Euro). Hier liegt der durchschnittliche Preisanstieg gegenüber dem Vorjahr bei 10%.

Die von Männern im Jahr 2014 gekauften neuen Pkw kosteten im Schnitt 32.330 Euro (2013: 29.980), deutlich günstiger mit 20.720 Euro (2013: 20.690) waren diejenigen der Frauen.

Wie beim Kauf von Gebrauchtwagen zeigten sich auch beim Neuwagenkauf deutliche Preisunterschiede, wenn

**Neuwagenkäufer, die 2014 ein Fahrzeug in Zahlung gegeben haben, investierten 30.200 Euro in ihren Pkw. Zwei Drittel davon finanzierten diesen teilweise oder ganz. Über die Hälfte kaufte einen Lagerwagen, d. h. griff auf ein schnell verfügbares Fahrzeug zurück. Bei der Bedarfsanalyse des Verkäufers in der Neuwagenabteilung sollte daher neben Nutzung, Motorisierung, Karosserieform und Verbrauch auch stets diese Ausgangssituation berücksichtigt werden. Ferner haben über 50% beim Kauf kostenlose Zusatzausstattungen oder Zubehör erhalten, die anderen Käufergruppen wesentlich weniger.**



36 %

bezahlen 30.000 Euro oder mehr für ihren Neuwagen.



Bild: Fotolia © gstockstudio

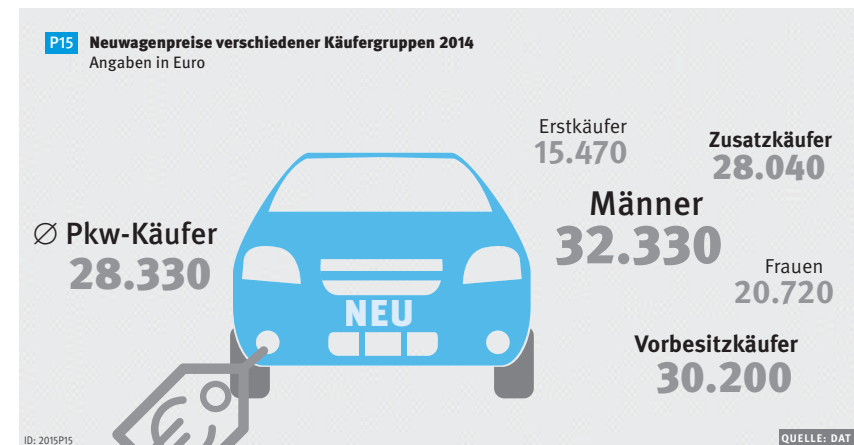
man nach Vorbesitz-, Zusatz- und Erstkäufern differenziert.

In Grafik P15 ist zu erkennen: Den höchsten Preis für ihren Neuwagen bezahlten 2014 die Vorbesitzkäufer mit 30.200 Euro (2013: 28.810 Euro)

gefolgt von den Zusatzkäufern, die mit 28.040 Euro deutlich mehr aufgewendet haben als im Vorjahr (2013: 25.470 Euro). Die geringste Investition in einen Neuwagen tätigten erwartungsgemäß die Erstkäufer. Sie bezahl-

ten 2014 durchschnittlich 15.470 Euro und damit 820 Euro mehr als 2013.

41% der Erstkäufer gaben weniger als 12.500 Euro aus, von den Vorbesitzkäufern waren dies 6% und von den Zusatzkäufern 12%.



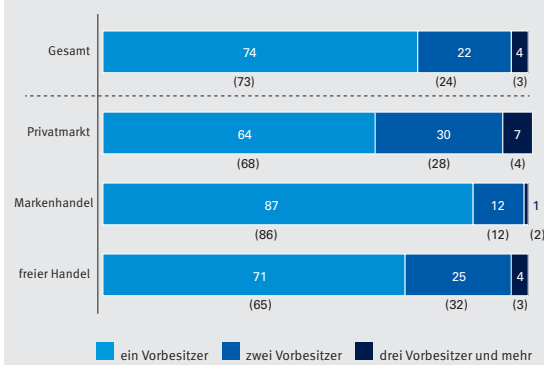
**P16** Der durchschnittliche Gebrauchtwagen nach Kaufort 2014

	Gesamt	Privatmarkt	Markenhandel	freier Handel
<b>DIESEL</b>	31 %	25 %	41 %	28 %
<b>HUBRAUM</b>	1.680	1.595	1.786	1.652
<b>PS</b>	116	104	131	112
<b>ALTER</b>	6,2 J.	7,9 J.	4,1 J.	6,8 J.
<b>KM-STAND</b>	77.690	96.560	56.930	78.880
<b>PREIS</b>	9.870	6.200	14.280	8.940

ID: 2015P16

QUELLE: DAT

**P17** Anzahl Vorbesitzer nach Kaufort 2014 (2013) Angaben in Prozent



ID: 2014I08

QUELLE: DAT

**5. DURCHSCHNITTSFAHRZEUGE**

**5.1 GEBRAUCHTWAGEN**

Das Durchschnittsalter der 2014 gekauften Gebrauchten ist gegenüber dem Vorjahr nur leicht angestiegen und lag bei 6,2 Jahren. Mit 77.690 km lag die durchschnittliche Laufleistung aller verkauften Gebrauchtwagen 1.250 km unter dem Vorjahreswert

(78.940 km). Aus Grafik P16 ergeben sich die unterschiedlichen Durchschnittswerte auf den drei Teilmärkten. Die ältesten Fahrzeuge mit der höchsten Laufleistung (96.560 km) wurden auch 2014 auf dem Privatmarkt gehandelt. Bezogen auf das Fabrikat wiesen Gebrauchtwagen der deutschen Premiummarken mit durchschnittlich 86.190 km die höchste

Laufleistung auf. Alle deutschen Marken, d. h. Premium- und Volumenmarken zusammen, hatten im Schnitt beim Kauf 81.450 km auf dem Tacho. Die Importmarken lagen mit durchschnittlich 70.420 km deutlich darunter. Wie nicht anders zu erwarten, wurden die mit Abstand jüngsten Fahrzeuge mit entsprechend geringerer Fahrleistung über den Markenhandel verkauft (vgl. Grafik P16). Sehr junge Gebrauchte, Vorführgewagen und Fahrzeuge mit Tageszulassung beeinflussen auch auf diesem Teilmarkt Alter und Laufleistung.

**Vertrauen in den Tachostand**

Gefragt nach der Vermutung, ob der Tachostand möglicherweise manipuliert sein könnte, gaben 43% der Gebrauchtwagenkäufer an, dies ausschließen zu können. Sie hätten dies z. B. anhand des Servicehefts überprüfen lassen. 55% konnten eine Manipulation zwar nicht ausschließen, aber sie gaben an, Vertrauen zu dem Händler oder Verkäufer gehabt zu haben. Nur bei 2% der Gebrauchtwagenkäufer bestand Verdacht. Aufgesplittet nach Kaufort konnten nur 35% der Privatkäufer eine Manipulation ausschließen,

beim freien Händler waren es 42%, beim Markenhändler 52%. Gefragt nach dem Vertrauen in den Verkäufer, antworteten 63% der Käufer auf dem Privatmarkt, sie könnten die Manipulation des Tachostands zwar nicht ausschließen, aber immerhin hatten sie Vertrauen in denjenigen, von dem sie das Fahrzeug abgekauft hatten. Die entsprechenden Werte für den Markenhandel waren 47%, beim freien Handel 55%. Hier gilt es vom Handel noch deutlichere Zeichen zu setzen und Aspekte wie eine lückenlose Fahrzeughistorie, Servicehefteinträge, Kenntnis über den Vorbesitzer etc. wesentlich stärker herauszustellen.

Markenhandels sind die Fahrzeuge aus erster Hand, deren Anteil im Vergleich zu 2013 um einen Prozentpunkt auf 87% angestiegen ist. Auf dem Privatmarkt konnten dagegen nur 64% Ersthändler-Fahrzeuge verkauft werden – ein Rückgang um vier Prozentpunkte. Der freie Handel legte deutlich zu und verkaufte 71% seiner Gebrauchtwagen (2013: 65%) aus erster Hand. Im Durchschnitt über alle Kauforte betrachtet, hatte jeder Gebrauchtwagen auch 2014 erneut 1,3 Vorbesitzer.

11% der Gebrauchtwagenkäufer und damit fast doppelt so viele wie im Vorjahr gaben 2014 an, einen „Jahreswagen“ gekauft zu haben (2013: 6%). Hochgerechnet auf die Gesamtmenge aller Gebrauchtwagen waren dies insgesamt 777.693 Fahrzeuge. Der Jahreswagen-Anteil erreichte bei den fabrikatsgebundenen Händlern 19% und ist damit um drei Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr gestiegen.

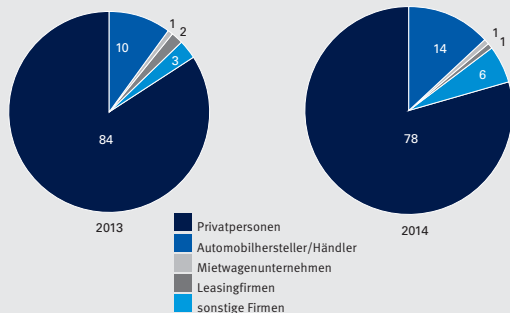
Wer diese Vorbesitzer waren, zeigt Grafik P18: Im Fahrzeugbrief fanden sich zu 78% Privatpersonen, zu 14% war das Fahrzeug vorher auf einen Händler oder einen Automobilhersteller bzw. Importeur zugelassen – ein Plus von vier Prozentpunkten. Der Anteil der ehemaligen Leasingfahrzeuge fiel um einen Prozentpunkt auf 1%.

Bezüglich der Motordaten der Gebrauchten fällt auf, dass im Vergleich zum Vorjahr der Hubraum von durchschnittlich 1.687 ccm auf 1.680 ccm nur geringfügig gesunken ist. Die Motorleistung blieb konstant bei 85 kW (116 PS). Mit durchschnittlich rund 12,5 Sonderausstattungen/Ausstattungsvarianten waren die im Jahr 2014 gekauften Gebrauchtwagen besser ausgestattet als im Vorjahr (vgl. S. 30, Grafik P23).



Bild: Fotolia © minipix

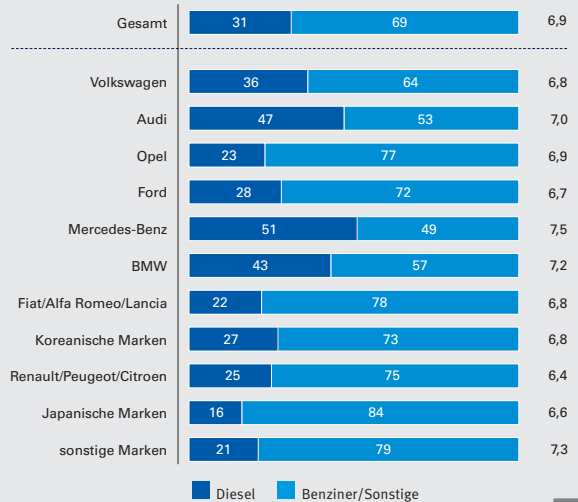
**P18** Vorbesitzer der Gebrauchtwagen Angaben in Prozent



ID: 2014I08

QUELLE: DAT

**P19 Gebrauchtwagen: Motorisierung und Verbrauch 2014**  
Angaben in Prozent



ID: 2015P19

QUELLE: DAT

**Sparsame Gebrauchtwagen**

Nachdem der Durchschnittsverbrauch aller Gebrauchtwagen in den letzten fünf Jahren konstant war, ist er 2014 von 7,1 l auf 6,9l/100 km gesunken. Die Bandbreite nach Fabrikaten lag dabei zwischen 6,4 und 7,5 l/100 km. Grafik P19 zeigt: Den niedrigsten Verbrauch gaben die Käufer von französischen Marken an. Bei den Premiumherstellern liegt Audi (7,0) unter BMW (7,2) und Mercedes-Benz (7,5). Wie sehr der Verbrauch mit dem Hubraum zunimmt, zeigt sich darin, dass Fahrzeuge mit einem Hubraum von max. 1.200 ccm im Mittel 6,0l/100 km verbrauchen. Der durchschnittliche Verbrauch stieg dann kontinuierlich über 6,5 l/100 km (1.200 bis 1.499ccm), 6,7 l/100 km (1.500 bis 1.699 ccm) und 7,1 l/100 km (1.700 bis 1.999 ccm) auf 8,9 l/100 km bei Fahrzeugen mit einem Hubraum von über 2.000 ccm.

Der Vergleich der Verbräuche von Neu- und Gebrauchtwagen zeigt bei nahezu allen Fabrikaten deutliche Unterschiede (vgl. Grafik P20). Das hängt u. a. mit dem unterschiedlichen Diesel- und Benzinanteil zusammen, aber mit Sicherheit auch mit der Effizienz moderner Motoren. Befragt man die Gebrauchtwagenkäufer nach ihren Einstellungen zu Verbrauch und eigenem Fahrverhalten, so gaben 2014 58 % der Personen an, sie wären bereit, mehr für ihr Fahrzeug auszugeben, wenn es dafür weniger Kraftstoff verbraucht. Allerdings haben nur 46 % aufgrund der hohen Kraftstoffpreise ihr Fahrverhalten geändert.

**5.2 NEUWAGEN**

Die 2014 gekauften neuen Pkw hatten mit 1.707 ccm einen etwas größeren Hubraum und waren mit einer Leistung von 96 kW (131 PS) wieder etwas stärker motorisiert als die vergleichbaren Neuwagen im Vorjahr (1.669 ccm, 93 kW [126 PS]).

**Kraftstoffverbrauch gesunken**

Nach Angabe der Neuwagenkäufer verbrauchen die von ihnen im Jahr 2014 gekauften Pkw im Durchschnitt 6,2 l/100 km (vgl. Grafik P20). Damit sind die neuen Pkw ein weiteres Mal

sparsamer im Verbrauch. Die Werte im Fünf-Jahres-Vergleich sind: 2014: 6,2 l; 2013: 6,4 l; 2012: 6,4 l; 2011: 6,7 l; 2010: 6,6 l. Die etwas niedrigeren Verbrauchswerte 2014 zeigen, dass bei gleichem Dieselanteil wie im Vorjahr die Motoreffizienz der Neuwagen besser geworden ist.

Generell gilt in diesem Zusammenhang, dass der Verbrauch mit dem Hubraum steigt. 5,6 l/100 km verbrauchten Neuwagen mit maximal 1.200 ccm. Der Verbrauch stieg auf 6,0 l/100 km (1.200 bis 1.499 ccm), stieg weiter auf 6,2 l/100 km (1.500 bis 1.699 ccm), blieb dort stabil (1.700 bis 1.999 ccm) und stieg dann auf 7,4 l/100 km (über 2.000 ccm). In allen Hubraumklassen lag der Verbrauch der Neuwagen unter dem gebraucht gekauften Pkw. Ferner sank der Kraftstoffverbrauch bei den Neuwagen vor allem bei der Hubraumklasse von 1.700 bis 1.999 ccm im Vergleich zum Vorjahr.

Die Bedeutung des Kraftstoffverbrauchs zeigte sich abschließend bei der Einschätzung der Wirtschaftlichkeit des eigenen Fahrzeugs. 61% aller Neuwagenkäufer gaben an, ihr jetziger Wagen sei wirtschaftlicher als der vorige. Ferner rangierte der Kraftstoffverbrauch bei den Kaufkriterien mit der Note 1,6 an zweiter Stelle hinter der Zuverlässigkeit. Der Aussage „Ich bin bereit, mehr Geld für ein Auto auszugeben, wenn es dafür weniger Kraftstoff verbraucht“ stimmten immerhin 69 % aller Neuwagenkäufer zu (68% der Männer und 71% der Frauen). Das eigene Fahrverhalten aufgrund der hohen Kraftstoffpreise haben allerdings nur 47 % geändert.

**Re-Importe als Alternative**

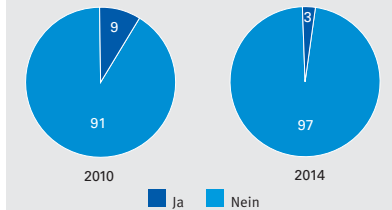
Interessant ist die Entwicklung der sogenannten Re-Importfahrzeuge, d. h. Neuwagen, die eigentlich nicht für den deutschen Markt bestimmt sind und sich in der Regel neben dem Angebotspreis auch in diversen Ausstattungsmerkmalen von den deutschen Neuwagen unterscheiden. Grafik P21 zeigt, dass die Anzahl der Re-Importe im Fünf-Jahres-Vergleich von 9 % auf 3 % aller gekauften Neuwagen zurückgegangen ist (2013 lag der Wert

bei 2 %). Nach Marken haben die Käufer der Importfabrikate zu 5 % auf Re-Importe zurückgegriffen. Bei den deutschen Marken lag der Anteil bei 3 %.

**Lagerfahrzeuge als Alternative**

Wer sich einen fabrikneuen Pkw zulegt, bestellt beim Händler in der Regel ein Fahrzeug, das individuell für ihn konfiguriert wird. Zahlreiche Kunden sehen jedoch die Lieferzeit oder eventuell auch einen möglichen Preisvorteil als Kriterium, wenn sie sich für einen schneller verfügbaren Lagerwagen entscheiden. Grafik P22 zeigt, wie der Anteil der individuell konfigurierten Fahrzeuge mit der Größe des Motors gestiegen ist. So lag die Quote der individuell konfigurierten Neuwagen bei Motoren mit mehr als zwei Litern Hubraum bei 60 %. Drei Viertel der neu gekauften Kleinwagen bis 1.199 ccm Hubraum waren 2014 dagegen Lagerfahrzeuge. Besonders im Fokus standen diese Fahrzeug bei der Käufergruppe der Zusatzkäufer – also bei

**P21 Neuwagen war ein Re-Importfahrzeug**  
Angaben in Prozent

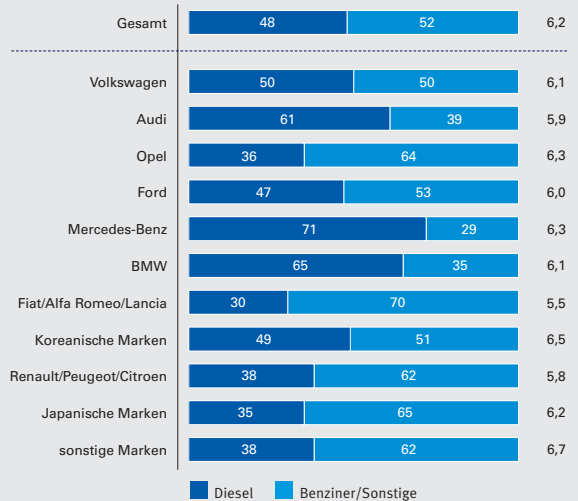


ID: 2014103

QUELLE: DAT

denjenigen, die sich einen neuen Zwei- oder Drittwagen anschafften. Diese haben sich zu 81% für einen Lagerwagen entschieden. Differenziert man nach Fabrikaten, so sind die Neuwagen der deutschen Premiumhersteller deutlich häufiger individuell konfiguriert worden (58%) als die von Nicht-Premiumherstellern (38%).

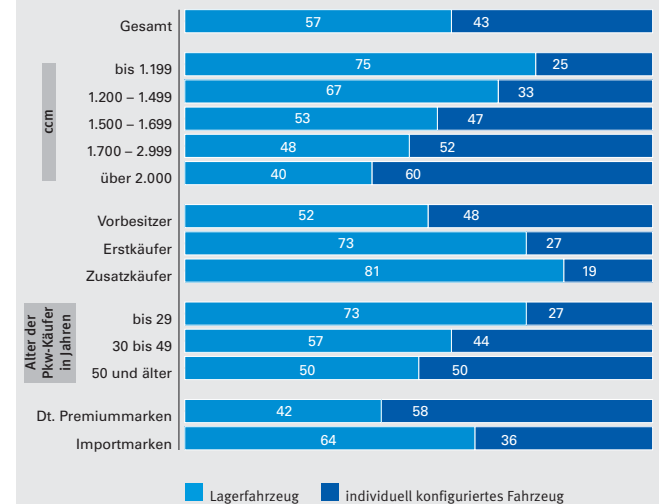
**P20 Neuwagen: Motorisierung und Verbrauch 2014**  
Angaben in Prozent



ID: 2015P20

QUELLE: DAT

**P22 Neuwagenkauf: Lagerfahrzeug vs. individuell konfiguriertes Fahrzeug 2014**  
Angaben in Prozent



ID: 2014104

QUELLE: DAT



Bild: Fotolia © Gudeljanho



Bild: Fotolia © lasdesjupiers



Bild: Fotolia © dimages



Bild: Fotolia © bircoo\_n

**P23** **Ausstattungsgrad der Fahrzeuge 2014**  
Angaben in Prozent

	Neuwagenkäufer	Gebrauchtwagenkäufer	Fahrzeughalter
<b>Komfort</b>			
Bordcomputer/FIS	74	51	56
Einparkassistent	12	5	6
Einparkhilfe	58	31	43
elektr. Fensterheber	90	84	91
elektr. Sitzverstellung	28	15	15
Freisprecheinrichtung (fest)	36	18	29
Head-up Display	2	0	1
Klimaanlage	94	84	86
Navigationsystem	49	25	30
Radio	97	96	98
Schiebedach	18	17	19
Servolenkung	95	89	94
Sitzheizung	51	32	49
Sport-/Lederitze	26	17	24
Sport-/Leder-/Multifunktionslenkrad	53	37	44
Standheizung	8	6	11
Tempomat	54	32	49
wärmedämmendes Glas	43	31	46
Zentralverriegelung	87	80	93
<b>Sicherheit</b>			
Abstandsregeltempomat	6	2	2
Antiblockiersystem	100	88	91
ESP	88	67	68
Nachtsichtassistent	1	1	1
Notbremsassistent	8	1	3
Regensensor	48	24	40
Seiten-Airbag	85	69	65
Spurhalteassistent	10	2	3
Spurwechsellassistent	6	1	2
Verkehrszeichenbeobachter	4	1	2
<b>Räder/Reifen/Felgen</b>			
Breitreifen	19	14	24
Leichtmetallfelgen	64	51	64
Reifendrucksensor/-überwachung	21	9	23
<b>Licht</b>			
adaptives Fahr-/Kurven-/Abbiegelicht	22	10	18
Fernlichtassistent	14	4	6
Lichtsensoren	41	17	26
Xenon-Licht	36	16	21
<b>Sonstiges</b>			
Alarmanlage	21	11	22
Anhängerkupplung	13	13	27
Diesel-Partikelfilter	47	28	26
Getriebeautomatik	17	12	25
Metall-Lackierung	46	42	63
Privacy Verglasung (stärkere Scheibentönung hinten)	10	6	17
Sportfahrwerk	10	6	13
<b>Ausstattungsmerkmale</b>	<b>17,15</b>	<b>12,48</b>	<b>15,36</b>

ID: 09771072

QUELLE: DAT



80 %

der Gebrauchtwagen beim Markenhandel wurden mit einer Garantie verkauft.

Bild: DAT

**5.3 AUSSTATTUNGSMERKMALE**

Von Jahr zu Jahr waren die neu gekauften Pkw umfangreicher und besser ausgestattet. Grafik P23 zeigt deutlich, dass 2014 aber auch die Gebrauchtwagen und Bestandsfahrzeuge mit mehr Ausstattungsmerkmalen versehen waren als im Vorjahr. Neuwagen lagen bei 17,15 (2013: 16,88) Merkmalen mit einer Bandbreite von 14,42 bei den Importmarken bis zu 20,31 bei den deutschen Premiummarken. Gebrauchtwagen kamen auf durchschnittlich 12,48 Merkmale (2013: 11,95). Die Spanne reichte hier von 10,67 Merkmalen bei Importmarken bis 16,13 bei deutschen Premiummodellen. Bei den Pkw der Fahrzeughalter wurden durchschnittlich 15,36 Ausstattungen gezählt (2013: 15,05) – mit einer Schwankungsbreite von 13,58 bei Importmarken bis 19,97 Ausstattungsmerkmalen bei deutschen Premiummodellen. Erneut waren die von Männern gekauften Pkw deutlich besser ausgestattet als die von Frauen. Neuwagen männlicher Käufer wiesen 18,79 (2013: 18,00), Gebrauchtwagen 13,86 (2013: 12,92) Merkmale auf. Die Neuwagen der Frauen zeigten 14,04 (2013: 14,47),

die Gebrauchtwagen durchschnittlich 10,40 (2013: 10,51) Merkmale.

**6. GARANTIE / VERSICHERUNG**

Ein wichtiger Sicherheitsfaktor beim Autokauf sind Garantie- und Versicherungsleistungen. Bei der Garantie handelt es sich um ein zusätzliches Qualitätsversprechen, das ein Händler für einen Pkw über eine gewisse Laufzeit geben kann. Gesetzlich vorgegeben dagegen ist die Gewährleistung, die ein Händler beim Kauf geben muss. Beim Kauf eines Gebrauchtwagens auf dem Privatmarkt ist diese Sicherheit für den Käufer nicht gegeben.

**Mehr Gebrauchte mit Garantie**

Bundesweit waren 2014 nur 44% aller verkauften Gebrauchten mit einer Garantie ausgestattet. Die Anteile der jeweiligen Teilmärkte variieren hierbei deutlich (siehe Grafik P24); Beim Markenhändler waren 80% der Gebrauchten mit einer Garantie versehen, beim freien Handel 55%, auf dem Privatmarkt nur 5% (!). Ohnehin ausgeschlossen beim Privatkauf ist die für den Handel gesetzlich vorgeschriebene Gewährleistung, d. h. hier steht bei technischen

Mängeln nach dem Kauf der private Verkäufer nicht mehr in der Pflicht.

Auf die Frage: „Wären Sie bereit, für einen mit einer Garantie ausgestatteten Gebrauchtwagen mehr zu bezahlen? Wenn ja, wie viel?“ antworteten 30% der Befragten mit „Ja“ – und sie wären im Durchschnitt bereit, 274 Euro mehr dafür zu bezahlen. Aufgesplittet nach Kaufort, würden sich 29% der Käufer auf dem Privatmarkt für eine Garantie entscheiden und dafür 267 Euro mehr investieren. Beim freien Händler wäre eine Garantie in Höhe von 280 Euro akzeptabel gewesen – allerdings hätten nur 31% der Käufer diese Option überhaupt in Erwägung gezogen. 32% der Käufer beim Markenhändler hätten im Schnitt sogar 293 Euro mehr für eine Garantie bezahlt. Unterteilt nach Käufergruppen würden 27% der Zusatzkäufer 330 Euro investieren, gefolgt von den Vorbesitzkäufern (31%; 280 Euro) und den Erstkäufern (26%; 240 Euro).

**Teil- oder Vollkaskoversicherung**

Nach einem Pkw-Kauf steht der Käufer vor der Frage, wie er sein Fahrzeug versichert. Das bedeutet: »



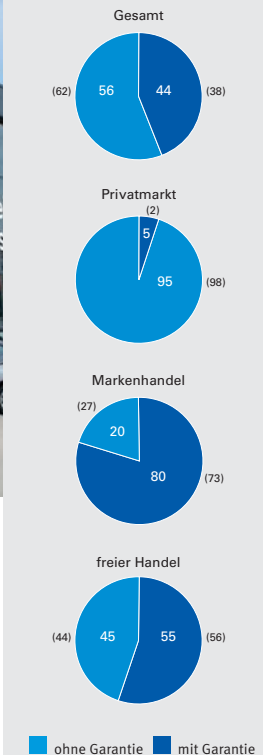


Nur Haftpflichtversicherung oder zusätzlich Teil- oder Vollkasko? Im Jahr 2014 haben sich 55 % aller Gebrauchtwagenkäufer zusätzlich zur Haftpflicht für eine Teilkasko- und 35 % für eine Vollkaskoversicherung entschieden. 10 % befanden ihre Haftpflichtversicherung als ausreichend. Entschied sich der Käufer für eine Vollkaskoversicherung, hatte er zu 59 % seinen Gebrauchtwagen beim Markenhandel gekauft, zu 23 % von privat und nur zu 18 % beim freien Handel. Für Teilkaskoversicherungen waren die Anteile: Markenhandel 30 %, freier Handel 22 %, Privatmarkt 48 % (vgl. Grafik P25). Bezogen auf das Fahrzeugalter nahmen die Anteile der Vollkaskoversicherungen ab: Immerhin 84 % der Fahrer von bis zu zwölf Monate alten Gebrauchtwagen hatten eine Vollkaskoversicherung abgeschlossen. Fahrzeuge mit Erstzulassung im Jahr 2009 dagegen wurden nur noch zu 20 % mit einem solchen Rundumschutz versichert.

Bei den Neuwagenkäufern lagen die Anteile derer, die für ihr Fahrzeug eine Vollkaskoversicherung abgeschlossen haben, bei 95 %. Eine Teilkaskoversicherung spielt für die Neuwagenkäufer über sämtliche Käufergruppen nur im einstelligen Prozentbereich eine Rolle. Man muss bei all diesen Zahlen allerdings beachten, dass nur 13 % der Käufer ihre Versicherung über ihren Händler abgeschlossen haben. Hier liegen noch große Potenziale beim Handel brach, da über geeignete Versicherungspartner die Komplettdienstleistung aus Pkw-Verkauf, Garantie und Versicherung aus einer Hand angeboten werden kann.

**Service- und Wartungsvertrag**  
Beim Kauf eines Neuwagens bieten Händler häufig einen Service- und Wartungsvertrag an – teilweise sogar kostenfrei im Rahmen von Aktionen. 2014 haben insgesamt 52 % der Neuwagenkäufer einen solchen Wartungs-

**P24 Gebrauchtwagengarantie bei Kauf 2014 (2013)**  
Angaben in Prozent



Quelle: DAT

vertrag abgeschlossen, aus dieser Gruppe haben 13 % diesen kostenfrei beim Fahrzeugkauf erhalten. 9 % gaben an, den Service- und Wartungsvertrag zu den entsprechenden Konditionen abgeschlossen zu haben, allerdings hätten sie zusätzlich eine kostenlose Laufzeitverlängerung dieses Vertrags erhalten. Diejenigen, die sich 2014 zum ersten Mal in ihrem Leben einen Neuwagen gekauft hatten,

schlossen zu 41 % einen Service- oder Wartungsvertrag ab. Käufer eines neuen Zweit- oder Drittwagens zu 53 %. Unterscheidet man nach Geschlecht, so waren männliche Neuwagenkäufer mit 49 % eher geneigt, ein solches Zusatzprodukt zu erwerben als Frauen (46 %). Neuwagenkäufer mit einem Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 3.000 Euro leisteten sich dieses Plus an Sicherheit zu 57 %.

Beim Kauf eines Gebrauchtwagens sind Service- und Wartungsverträge oft bei Leasing- oder Finanzierungsprodukten junger Gebrauchtwagen enthalten. Diese spezielle Käufergruppe hat 2014 zu 16 % einen solchen Vertrag abgeschlossen, für 84 % kam das nicht infrage. Der Markenhandel hat mit 19 % etwas mehr dieser Verträge verkauft als die freien Händler (16 %).

**Gebrauchtwagenqualität**

Ein Maßstab für die Qualität der Gebrauchtwagen ist der Aufwand, den die Käufer in den ersten Monaten nach dem Kauf für die Beseitigung von Verschleißschäden hatten. 2014 gaben insgesamt 86 % aller Gebrauchtwagenkäufer an, keinerlei Kosten für Reparaturen in den ersten vier Monaten nach dem Kauf gehabt zu haben. Ergo: 14 % aller Gebrauchtwagenkäufer hatten demnach Reparaturkosten (ausgenommen Unfallschäden, Ölwechsel oder Wartungsarbeiten). Addiert man diese, so waren es Kosten von durchschnittlich

**P25 Gebrauchtwagenkauf: Anteil Kfz-Versicherungen nach Kaufort 2014**  
Angaben in Prozent; Ø-Kosten pro Jahr



270 Euro. Mit ein Grund für die geringe Reparaturquote der Fahrzeuge kann der kurze Zeitraum der Erhebung nach dem Kauf sein. Sie erfolgte für den DAT-Report 2015 im Schnitt vier Monate nach dem Kauf. Genauso gut kann auch der ein oder andere kleine Mangel wohl einfach akzeptiert worden sein.

Die Notwendigkeit der Reparaturaufwendungen hängt jedoch nicht nur vom Fahrzeugalter, sondern auch we-

sentlich davon ab, wo das Fahrzeug gekauft wurde. Das mit Abstand geringste Risiko gingen auch im Jahr 2014 die Gebrauchtwagenkäufer ein, die ihr Fahrzeug bei einem Markenhandler kauften. Nur 8 % dieser Fahrzeuge hatten kostenpflichtige Verschleißschäden. Diese Zahl ist seit einigen Jahren auf diesem niedrigen Niveau, denn für Käufer beim Markenhandel wird häufig vor dem Verkauf das Fahrzeug einer frischen Hauptuntersuchung unterzogen. Ferner spielen neben standardisierten und z. T. über externe Prüforganisationen durchgeführten Begutachtungen der Fahrzeuge auch diverse Garantiesiegel eine wichtige Rolle. Abschließend sorgen die Qualitätskriterien der Gebrauchtwagenprogramme, wie sie mittlerweile von nahezu allen Automobilherstellern und Importeuren angeboten werden, für zusätzliche Sicherheit beim Autokauf. 20 % der Käufer beim freien, markenunabhängigen Handel und ebenso viele Käufer auf dem Privatmarkt mussten dagegen vier Monate nach dem Kauf Reparaturen an ihren Fahrzeugen vornehmen lassen.

Im Bereich Garantie und Versicherung liegen noch sehr große Potenziale beim Handel brach. Die Zahlen zeigen drei Handlungsfelder: 1) Nur 13 % der Neuwagenkäufer haben ihre Versicherung über ihren Händler abgeschlossen, bei den jungen Käufern nur 11 %. Hier wird noch zu wenig Beratungsleistung erbracht. 2) Die Durchdringung bei Service- und Wartungsverträgen lag bei 52 %. Geeignete Kombi-Produkte für junge Autokäufer, die nur zu 41 %

einen solchen Rundumschutz haben, würden diese Quote noch steigern. Bei den Gebrauchtwagenkäufern entschieden sich nur 19 % beim Markenhandel für einen Service- und Wartungsvertrag. 3) Deutlicher Aufklärungsbedarf besteht bei den Garantieleistungen und den Unterschieden zwischen einem Garantieverprechen und einer gesetzlich geregelten Gewährleistung.



7. KAUFKRITERIEN

7.1 GEBRAUCHTWAGENKAUF

Die Bedeutung der einzelnen Kaufkriterien hat sich bei den Gebrauchtwagenkäufern des Jahres 2014 gegenüber dem Vorjahr nur leicht verändert (vgl. Grafik P26). Am wichtigsten war nach wie vor der Preis, gefolgt von Kraftstoffverbrauch und Aussehen. Die Optik der Fahrzeuge ist damit wieder an die dritte Stelle gerutscht. Der Maßstab der Benotung geht dabei von 1 = sehr wichtig bis 4 = unwichtig. Es zeigt sich, dass je nach Käufergruppe die einzelnen Kriterien recht unterschiedlich benotet wurden. Bezogen auf das Alter der Käufer gilt: Je jünger die Käufer, desto anspruchsvoller waren sie beim niedrigen Anschaffungspreis, beim Kraftstoffverbrauch sowie bei den Reparatur- und Wartungskosten. Für die Generation 50 plus spielten dagegen Paketlösungen, der Wiederverkaufswert ihres Gebrauchtwagens, die Dichte des Kundendienstnetzes und das Inzahlungnahmeangebot des Händlers eine wichtigere Rolle als für andere Käufergruppen.

Interessanterweise legten Zusatzkäufer hohen Wert auf die Umweltverträglichkeit ihres Fahrzeugs. In den nächsten Jahren wird sich zeigen, ob



sich das auch bei den anderen Käufergruppen bemerkbar macht.

Unterschieden nach Geschlecht legten Frauen neben einem günstigen Anschaffungspreis vor allem Wert auf den Verbrauch und die niedrigen War-

tungs- und Reparaturkosten. Auffällig ist auch, dass die Umweltverträglichkeit des Fahrzeugs für Frauen einen deutlich höheren Stellenwert einnahm als für Männer.

Betrachtet man die Kriterien nach Fabrikat, so war beispielsweise der Anschaffungspreis für die Käufer von Importmodellen deutlich wichtiger als für die Käufer deutscher Premiummodelle (siehe Grafik P28).

7.2 NEUWAGENKAUF

Auch Neuwagenkäufer stellen zahlreiche Anforderungen an ihr Fahrzeug, wie in Grafik P29 dargestellt ist. Wie beim Gebrauchtwagenkauf geht die Bandbreite von 1 = sehr wichtig bis 4 = unwichtig. Die Top-3-Kriterien waren auch 2014 Zuverlässigkeit, Anschaffungspreis und Aussehen. Die Umweltverträglichkeit war für die Neuwagenkäufer ebenfalls weiterhin ein wichtigeres Kriterium als für die Gebrauchtwagenkäufer; sie ist 2014 sogar in ihrer Bedeutung gegenüber 2013 leicht gestiegen.

Weniger wichtig mit einer durchschnittlichen Bewertung von 2,3 war

**P28 Gebrauchtwagenkauf: Rangplatz der Bewertungskriterien nach Marken 2014**

	Gesamt	Dt. Premiummarken	Dt. Marken	Importmarken
Anschaffungspreis	1	1	1	1
Kraftstoffverbrauch	2	4	3	2
Aussehen	3	2	2	4
Wartungsfreundlichkeit	4	5	5	3
Ausstattung	5	3	4	5
Ersatzteilversorgung	6	6	6	6
Niedriger Kilometerstand	7	10	7	8
Umweltverträglichkeit	8	11	9	7
Dichte des Kundendienstnetzes	9	9	7	9
Wiederverkaufswert	10	8	11	10
Prestigewert	11	7	10	12
Finanzierungsangebot	12	14	12	11
Inzahlungnahme der Vorwagen	13	13	13	13
Paketlösungen	14	12	14	14

ID: 2015P28 QUELLE: DAT

nach Angaben der Neuwagenkäufer der Prestigewert ihres Fahrzeugs. Für Mercedes-Benz-Käufer aber war dieses Kaufkriterium ihres neuen Automobils mit einer Bedeutung von 1,7 überdurchschnittlich wichtig, gefolgt von BMW- und Audi-Käufern mit den Noten 1,8 bzw. 2,0. Was das Aussehen des Neuwagens betrifft, so war dieses den Käufern von BMW-Modellen besonders wichtig, gefolgt von Mercedes-Benz- und Audi-Käufern. Auffällig ist, dass mit steigendem Hubraum auch die Bedeutung von Prestige und Aussehen beim Kauf wichtiger wird. Die jeweiligen Rangplätze nach Fabrikatsgruppen zeigt Grafik P27.

Betrachtet man die Käufer nach Alter, so schätzten junge Neuwagenkäufer bis 29 Jahre vor allem einen niedrigen Kraftstoffverbrauch, das Aussehen und kurze Lieferzeiten. Die Käufergruppe 50 plus dagegen legte großen Wert auf die Inzahlungnahme des Vorwagens, die Nähe des Händlers, die Zuverlässigkeit des Fahrzeugs, die Dichte des Kundendienstnetzes sowie die Ersatzteilversorgung.

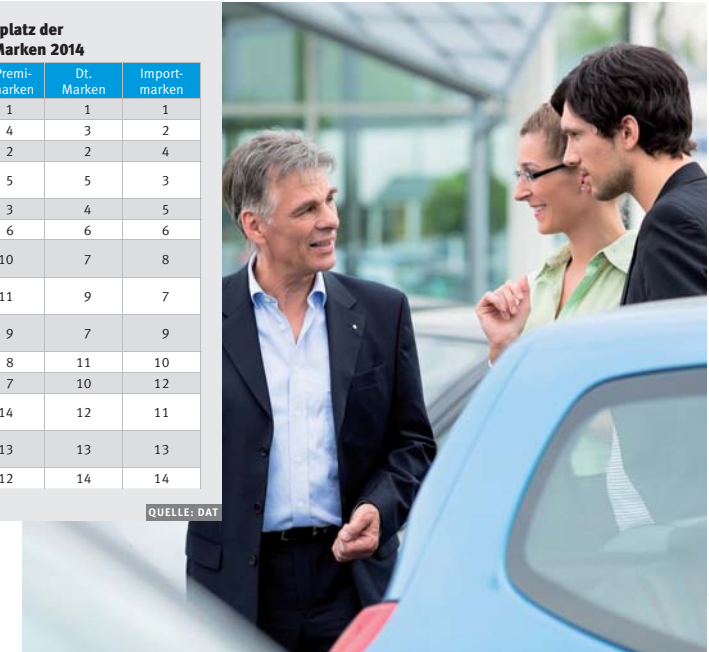


Bild: Fotolia © Kenen

**P29 Bewertungskriterien beim Neuwagenkauf 2014**  
Skala von 1 (sehr wichtig) bis 4 (unwichtig)

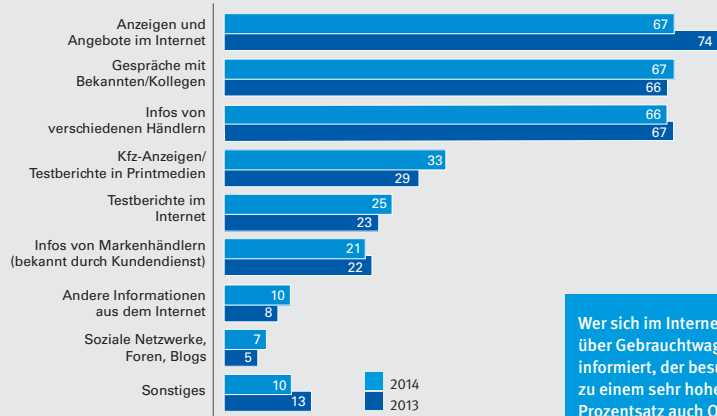


**P27 Neuwagenkauf: Rangplatz der Bewertungskriterien nach Marken 2014**

	Gesamt	Dt. Premiummarken	Dt. Marken	Importmarken
Zuverlässigkeit	1	1	1	1
Anschaffungspreis	2	5	3	2
Aussehen	3	2	2	4
Kraftstoffverbrauch	4	4	5	3
Serienausstattung	5	3	4	5
Wartungsfreundlichkeit	6	10	7	6
Lieferzeit	7	7	6	7
Ersatzteilversorgung	8	9	8	8
Dauer gewährter Garantie	9	11	9	9
Nähe des Händlers	10	14	10	9
Umweltverträglichkeit	11	17	13	11
Dichte des Kundendienstnetzes	12	13	11	12
Wiederverkaufswert	13	8	12	14
Finanzierungsangebot	14	12	14	15
Paketlösungen	15	15	16	13
Prestigewert	16	6	14	16
Inzahlungnahme des Vorwagens	17	16	17	17

ID: 2015P27 QUELLE: DAT

**P30 Informationsverhalten von Gebrauchtwagenkäufern**  
Angaben in Prozent



ID: 092210171417

QUELLE: DAT

**Wer sich im Internet über Gebrauchtwagen informiert, der besucht zu einem sehr hohen Prozentsatz auch Online-Marktplätze. Besonders die unter 30-jährigen wiesen 2014 eine Quote von 93% auf. Selbst die Vertreter der Generation 50 plus, die im Internet surfen, besuchten diese Marktplätze noch zu 91%. Dennoch gilt es, drei Aspekte nicht zu vernachlässigen: 1) eine hohe Inseratsqualität in den Fahrzeugbörsen, 2) die Pflege der eigenen Webseite und 3) die Gespräche mit dem Kunden im Autohaus, z. B. wenn er zum Kundendienst kommt. Nur 21% gaben ihren „Kundendienst-Händler“ als Informationsquelle an. Hier offenbaren sich große Chancen, den Informationsfluss zu verbessern.**



**8. INFORMATIONSVERHALTEN**

**8.1 GEBRAUCHTWAGENKÄUFER**

Die Gebrauchtwagenkäufer informierten sich im Jahr 2014 vor dem Fahrzeugkauf in ähnlichem Maße über Angebot und Preise wie im Vorjahr. Jeder Käufer nutzte im Schnitt 3,06 Informationsquellen. Das sind nur 0,01 Quellen weniger als 2013 (3,07; 2012: 3,17; 2011: 2,88). Grafik P30 zeigt, in welchem Maße die verschiedenen Informationsquellen genutzt wurden. Der Handel hat 2014 eine wichtigere Rolle gespielt als dies im vorangegangenen Jahr der Fall war: Es wurden vor dem Kauf mehr Händlerbesuche getätigt. An erster Stelle stand jedoch das Internet. Diese Spitzenposition konnte es seit dem Jahr 2006 bis heute halten.

Jeder Gebrauchtwagenkäufer nutzte mehrfach das Internet als Informationsquelle. Dabei beziehen sich 67% aller Internetnutzungen auf die Abfrage von Kraftfahrzeuganzeigen und Gebrauchtwagenangeboten. Ferner wurden im Internet wieder etwas mehr

Testberichte gelesen (2014: 25%; 2013: 23%). Soziale Netzwerke, Foren und Blogs spielten dagegen beim Gebrauchtwagenkauf mit 7% noch eine untergeordnete Rolle; allerdings nimmt dieses Informationsverhalten zu und wird künftig den Kaufprozess noch wesentlich stärker prägen und beeinflussen.

**Informationsquelle Internet**

Die Bedeutung des Internets für den Gebrauchtwagenkauf hat sich in den letzten Jahren auf einem sehr hohen Niveau stabilisiert, und auch die Verfügbarkeit des Internets über Smartphones und Tablet-PCs hat speziell in den vergangenen zwei Jahren enorm zugenommen. Wie im Vorjahr gaben 2014 96% aller Gebrauchtwagenkäufer an, über einen Internetzugang zu verfügen. Insgesamt haben 67% auch tatsächlich das Internet beim Gebrauchtwagenkauf genutzt, 92% von ihnen besuchten sogenannte GW-Börsen oder Online-Marktplätze für Gebrauchtwagen. Nach dem Besuch eines solchen Marktplatzes fanden 43%

ihir Wunschfahrzeug und haben es daraufhin von privat oder im Handel erworben. Hochgerechnet auf die Gesamtsumme bedeutet dies, dass 26% aller im Jahr 2014 gekauften Gebrauchtwagen über ein Inserat einer Online-Börse erworben wurden (vgl. Grafik P31). Mit ein Grund für diesen relativ niedrigen Wert kann die Vielzahl

**P31 Internetnutzung beim Gebrauchtwagenkauf 2014**  
Angaben in Prozent

**GEBRAUCHTWAGENBÖRSEN ...**

... nur als Informationsquelle



Gesamt: **36%**

Kauf von privat	24
Kauf beim Markenhandel	44
Kauf beim freien Handel	43

... als Informationsquelle und Kaufort



Gesamt: **26%**

Kauf von privat	33
Kauf beim Markenhandel	21
Kauf beim freien Handel	23

... nicht genutzt\*



Gesamt: **38%**

\*oder Internet nicht genutzt

ID: 2014114

QUELLE: DAT

von Inseraten und die hohe Geschwindigkeit des Internets sein: Vom Moment der Fahrzeugauswahl bis zum Besuch beim Händler kann unter Umständen das einst betrachtete Fahrzeug bereits verkauft worden sein.

Bezogen auf das Alter der online-affinen Käufer nutzten 93% der unter 30-jährigen die Abfrage von Inseraten im Internet – das ist ein Plus von zwölf Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr! Selbst die Generation 50 plus hat zu rekordverdächtigen 91% Online-

Inserate von Gebrauchtwagenplattformen vor dem Kauf angesehen.

Bezogen auf das Geschlecht der Käufer informierten sich Frauen auch 2014 mit 2,7 Informationsquellen insgesamt etwas weniger als männliche Gebrauchtwagenkäufer (3,3). Deutlich wichtiger waren für Frauen die Gespräche mit Kollegen (75% vs. 62% bei den Männern). Das Lesen von Testberichten in Printmedien spielte dagegen für Frauen kaum eine Rolle (9% vs. 20% bei den Männern). Testberichte

im Internet wurden von Frauen zu 19%, von Männern zu 28% gelesen. Was die Inserate im Internet betrifft, so fragten Frauen diese ebenfalls deutlich weniger ab (69% bei den Frauen vs. 73% bei den Männern).

Ein weiterer Punkt, der für die Bedeutung des Internets spricht, ist die Verhaltensweise hinsichtlich Marke, Modell oder Kaufort. 19% derer, die das Internet im Rahmen des Kaufprozesses genutzt haben, entschieden sich für einen Gebrauchtwagen statt für einen Neuwagen. 28% haben sich für eine andere Marke als ursprünglich geplant, entschieden. Immerhin noch 20% wechselten aufgrund ihrer Recherche im Internet das Modell, blieben jedoch ihrer einst präferierten Marke treu. Als ursächlich bezeichneten 33% das Internet, um einen Händler zu kontaktieren, der sich nicht in der näheren Umgebung des eigenen Wohnortes befand. 21% haben sogar aufgrund des Internets den Händler gewechselt. 18% haben abschließend bei einer Privatperson anstatt bei einem Händler gekauft.



Bild: Fotolia © Glynis Saunders

**8.2 NEUWAGENKÄUFER**

Analysiert man das Informationsverhalten der Neuwagenkäufer, so wurden 2014 durchschnittlich 3,6 Informationsquellen genutzt. Wie Grafik P32 zeigt, ist im Vergleich zum Vorjahr in allen Bereichen ein leichter Rückgang des Informationsverhaltens zu beobachten – mit Ausnahme der Wahrnehmung von Werbung und dem Lesen

von Testberichten. Eine deutlich geringere Rolle hat beim Neuwagenkauf 2014 die Probefahrt gespielt. Sie ist in der Bedeutung vom zweiten wieder auf den dritten Rang nach dem Internet gerutscht.

Unterschiede im Informationsverhalten zeigten sich im Alter der Käufer: Die Generation 50 plus las beispielsweise mehr als doppelt so viele Test-

berichte in Autozeitschriften und deutlich mehr Prospekte als die unter 30-Jährigen. Zudem waren Probefahrten und die Gespräche mit den Händlern für die älteren Käufer wesentlich wichtiger als für jüngere. Diese setzten neben dem Internet eher auf den Austausch mit Kollegen sowie auf andere Medienkanäle wie Radio und TV. Die große Gruppe der 30- bis 49-Jährigen schätzte vor allem das Gespräch beim Händler, Testberichte, Werbung und informierte sich im Internet.

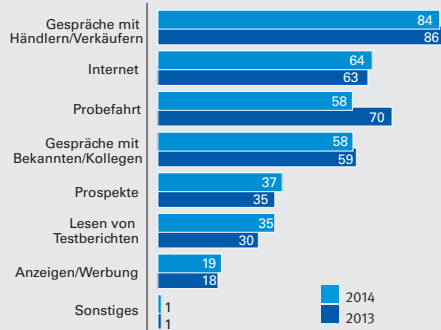
Betrachtet man das Verhalten nach Geschlecht, so nutzten Männer im Schnitt 3,56 Informationsquellen, Frauen nur 3,24. Deutliche Unterschiede gab es bei den Medien: Für Frauen waren Gespräche mit Kollegen/Bekanntem viel wichtiger als für Männer. Hier verhalten sich die Gebrauchtwagenkäuferinnen und die Neuwagenkäuferinnen gleich. Für Männer war dagegen das Lesen von Testberichten deutlich wichtiger. Das betraf Testberichte in Tageszeitungen (Männer interessiert dies zu 14%, Frauen nur zu 7%) oder in der Motorpresse (30% der Männer vs. 10% der Frauen).

Vergleicht man die Angaben mit dem Vorjahr, so kann festgehalten werden, dass besonders die Testberichte in den Printmedien wieder etwas mehr an Bedeutung gewonnen haben.

**Rolle des Internets**

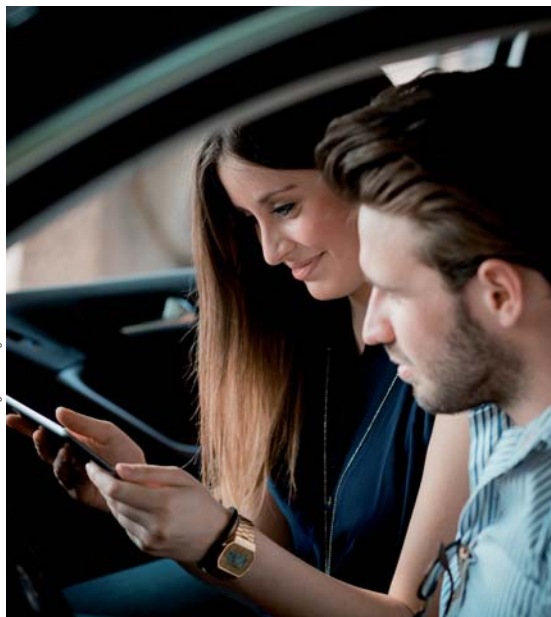
Neuwagenkäufer, die 2014 das Internet genutzt haben, wurden zur Bedeutung des Internets hinsichtlich ihres Kaufverhaltens befragt. Immerhin 21% entschieden sich wegen des Internets für einen Neuwagen statt für einen Gebrauchtwagen. 18% haben sich für eine andere Marke als ursprünglich geplant, entschieden. Ebenfalls 18% wechselten aufgrund ihrer Recherche im Internet das Modell, blieben jedoch ihrer einst präferierten Marke treu. Als ursächlich bezeichneten 34% der Neuwagenkäufer das Internet, um einen Händler zu kontaktieren, der sich nicht in der näheren Umgebung des eigenen Wohnorts befand. 25% haben sogar aufgrund des Internets den Händler gewechselt.

**P32 Informationsverhalten von Neuwagenkäufern**  
Angaben in Prozent



ID: 09231018

QUELLE: DAT



Bilder: Fotolia, © Eugenio Marongiu

**P33 Internetnutzung beim Neuwagenkauf 2014**  
Angaben in Prozent

**NEUWAGENPORTALE ...**

... nur als Informationsquelle



Gesamt: **34%**

... als Informationsquelle und Kaufort



Gesamt: **9%**

... nicht genutzt\*



Gesamt: **57%**

\*oder Internet nicht genutzt

bis 29 Jahre **32**  
30 bis 49 Jahre **38**  
50 Jahre und älter **28**

**16**  
**9**  
**4**

**52**  
**53**  
**68**

ID: 2014115

QUELLE: DAT

Anhand dieser Zahlen wird deutlich, dass das Internet seit Jahren den Neuwagenkauf in zunehmendem Maße beeinflusst. Die insgesamt hohe Verfügbarkeit des Internets in Deutschland – 96% aller Käufer von Neuwagen hatten einen Internetzugang – ist hierbei eine wesentliche Voraussetzung. Wer Zugang zum Internet hat, nutzte dieses zu 67% für seinen Kaufprozess, der seit wenigen

Jahren auch von sogenannten Neuwagenportalen beeinflusst wird. Seit dieser Kaufkanal existiert, gewinnt er an Bedeutung: Mittlerweile 9% (2013: 7%) aller Neuwagenkäufer gaben an, ihren jetzigen Wagen mit Hilfe eines Neuwagenportals erworben zu haben. Das bedeutet, sie wurden von einem Neuwagenportal an einen Vertragshändler mit sehr guten Konditionen weitervermittelt, wo sie das

Fahrzeug dann gekauft haben. Weitere 34% haben Neuwagenportale genutzt, um sich über ihren Neuwagen zu informieren.

Grafik P33 zeigt zudem die Unterschiede nach Altersgruppen. So suchten 2014 28% der Generation 50 plus nach Informationen im Web, 4% haben sogar ihren Neuwagen über ein Neuwagenportal erworben. Die jüngeren Neuwagenkäufern bis 29 Jahre diente das Internet zu 32% als Informationsquelle, zu 16% wurde ein Neuwagen über das Internet bestellt und bei einem Händler ausgeliefert. Die Käufergruppe der 30- bis 49-jährigen erwarb zu 9% ihren Neuwagen über ein Neuwagenportal, zu 38% nutzten sie das Internet als Informationsquelle, um Angebote und Preise zu vergleichen.

Wer sich im Internet informiert hat, nutzte zu einem Teil auch soziale Netzwerke, Blogs und Online-Foren. Deren Bedeutung ist im Vergleich zum Vorjahr von 13% auf 16% gestiegen. Auffällig hierbei: Frauen lagen mit 19% (2013: 15%) deutlich vor den Männern mit 15% (11%).

Das Informationsverhalten beim Neuwagenkauf ist noch nicht in der Form durch das Internet geprägt, wie es beim Gebrauchtwagenkauf der Fall ist. An erster Stelle stehen daher die Gespräche mit dem Verkäufer. Der Handel kann hierbei mit seiner Beratungsleistung und seiner ganzen Kompetenz punkten. Sehr wichtig bleibt eine ausführliche Bedarfsanalyse in Verbindung mit einer anschließenden Probefahrt. Diese sollte detailliert und professionell mit dem Kunden besprochen werden sowie ein Erlebnis darstellen. Für die eigene Internetseite gilt: Viele Kontaktmöglichkeiten bieten, aktuelle Fahrzeugangebote zeigen, den Faktor Mensch nicht vergessen (Mitarbeiter zeigen) sowie eine gute Darstellung auf mobilen Endgeräten ermöglichen.



**9. ERST- UND VORBSITZ**

Fahrzeugkäufer werden in Vorbesitzkäufer (voriges Fahrzeug wird ersetzt), Erstkäufer (kaufen zum ersten Mal einen Pkw) und Zusatzkäufer (kaufen einen weiteren Pkw) unterschieden. Grafik P34 zeigt die Anteile dieser Käufergruppen beim Neu- und Gebrauchtwagenkauf. Im Vergleich zum Vorjahr gab es etwas mehr Erstkäufer bei Neuwagen (von 11% auf 12%), etwas weniger bei Gebrauchtwagen (von 24% auf 23%). Bei den Zusatzkäufern lag der Anteil bei den Gebraucht- und Neuwagenkäufern jeweils bei 8% (2013: 9%).

Die Gesamtheit der Autokäufer (Neu- und Gebrauchtwagen) aufgeschlüsselt nach Vorbesitz-, Erst- und Zusatzkäufern zeigt Grafik P35. Demnach haben 2014 rund zwei Mio. Personen in Deutschland zum ersten Mal in ihrem Leben einen Pkw gekauft.

**Gebrauchtwagen-Erstkäufer**

Wer sich 2014 zum ersten Mal einen Gebrauchtwagen gekauft hat, war durchschnittlich 28 Jahre alt, zu 57% weiblich und hatte zu 27% Abitur bzw. zu 49% mittlere Reife. 5% besaßen ein Hochschulstudium mit Abschluss. Die Erstkäufer befanden sich zu 30% in der Ausbildung, zu 38% in einem Angestelltenverhältnis und hatten im Schnitt acht Jahre Fahrpraxis. Sie verfügten immerhin über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 2.507 Euro. In den Haushalten der Erstkäufer befand sich 2014 zu 42% bereits ein Pkw, zu 34% zwei Fahrzeuge. Für ihren Gebrauchtwagen gaben sie durchschnittlich 5.310 Euro aus, das ist 1% weniger als im Vorjahr. Zu 63% bedienten sich die Erstkäufer auf dem Privatmarkt, zu 16% beim freien Handel und zu 21% beim Markenhandel. Speziell der Markenhandel konnte

nach einem starken Rückgang im Vorjahr auf 12% nun wieder eine deutliche Steigerung von neun Prozentpunkten bei dieser so wichtigen Zielgruppe erzielen. Bezahlt haben die Erstkäufer zu 79% bar bzw. per Überweisung. Rund 52% des gesamten Kaufpreises wurden dabei aus eigenen Ersparnissen bezahlt, 25% waren Geschenke. Über einen Kredit finanziert haben nur 21% aller Erstkäufer von Gebrauchtwagen. Etwa 22% der Erstkäufer gaben für den ersten Gebrauchtwagen weniger als 2.500 Euro aus.

**Neuwagen-Erstkäufer**

Die Erstkäufer von Neuwagen waren 2014 im Schnitt 26 Jahre alt, zu 67% weiblich und hatten zu 41% mittlere Reife bzw. zu 35% Abitur. Über einen Hochschulabschluss verfügten 9%. Die Neuwagen-Erstkäufer waren zu 41% in einem Angestelltenverhältnis und zu 43% in Ausbildung. Sie konnten beim Kauf ihres Fahrzeugs sechs Jahre Fahrpraxis vorweisen. Im Durchschnitt hatten die Neuwagen-Erstkäufer ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 3.114 Euro zur Verfügung. Bezahlt haben sie im Schnitt 15.470 Euro (2013: 14.650 Euro), davon wurden rund 33% aus eigenen Mitteln bezahlt, 28% des Kaufpreises wurden finanziert. Immerhin 38% des Kaufpreises wurde mit geschenktem Geld bezahlt. Sämtliche Neuwagen der Erstkäufer wurden zu 64% bar bzw. per Überweisung bezahlt. Die Finanzierungsquote lag bei den Erstkäufern bei 36%. Von allen Auto-Erstkäufern haben 2014 rund 82% (2013: 85%; 2012: 82%; 2011: 74%) ihr Dasein als Fahrzeughalter mit einem Gebrauchten begonnen.

**Markenpräferenz beider Gruppen**

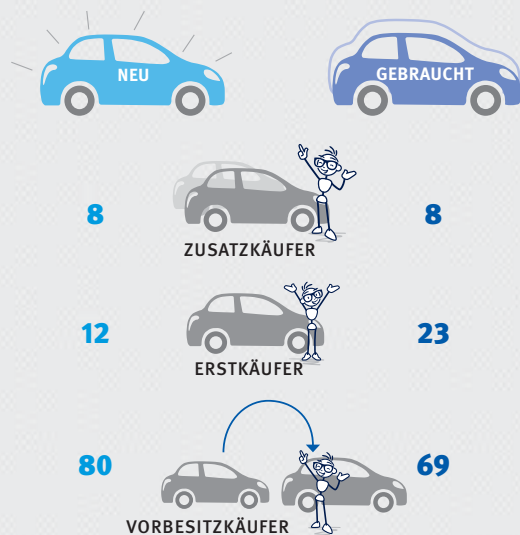
Die Fahrzeuge der Importeursfabrikate liegen bei den Gebrauchtwagen-Erstkäufern weiterhin hoch im Kurs: Rund 41% (2013: 40%) entschieden sich für einen Gebrauchtwagen dieser Marke. Einen Gebrauchten einer deutschen Marke kauften sich rund 59% der Erstkäufer. Beim Neuwagenkauf deutscher Fabrikate war der Anteil der Erstkäufer mit 53% deutlich



Bild: Fotolia © Krcmon

12%  
aller Neuwagen wurden von Erstkäufern erworben.

**P34 Käufergruppen beim Neu- und Gebrauchtwagenkauf 2014**  
Angaben in Prozent



ID: 09241019

QUELLE: DAT

niedriger. Neue Importmodelle wurden dagegen von 47% (2013: 47%) der Erstkäufer erworben.

**Gebrauchtwagen-Vorbesitzkäufer**

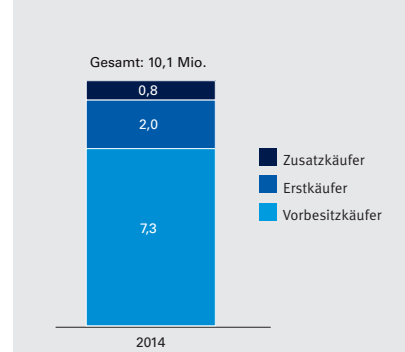
Gebrauchtwagen-Vorbesitzkäufer sind die größte Käufergruppe in Deutschland. Sie ersetzen einen bestehenden Wagen beim Kauf eines Gebrauchtwagens. 2014 waren sie durchschnittlich 43 Jahre alt, zu 66% männlich und verfügten zu 49% über die mittlere Reife, zu 16% über einen Haupt- oder Volksschulabschluss mit abgeschlossener Lehre oder eine Berufsausbildung. Das Abitur hatten 21%, 10% ein abgeschlossenes Hochschulstudium. Die Mehrheit dieser Käufergruppe war im Angestelltenverhältnis (40%), gefolgt von Facharbeitern (18%). 9% waren Angestellte in leitender Funktion, 6% gaben an, Arbeiter zu sein. Gebrauchtwagen-Vorbesitzkäufer besaßen durchschnittlich 23 Jahre Fahrpraxis und verfügten über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 2.924 Euro. In ihren Haushalten befand sich zum Zeitpunkt des Autokaufs bereits zu 49% ein Fahrzeug, zu 47% zwei Fahrzeuge. Gebrauchtwagen-Vorbesitzkäu-

fer erwarben ihren Pkw zu 45% bei einem fabrikatsgebundenen Händler und nur zu 31% von privat. Auf den freien Handel entfallen 24%. 39% ihrer Gebrauchtwagen wurden per Kredit finanziert. Der durchschnittliche Kaufpreis lag 2014 bei 11.410 Euro. 27% dieses Kaufpreises konnten sie durch den Verkauf bzw. die Inzahlungnahme des Vorwagens bezahlen, 29% wurden über einen Kredit finanziert. 42% des Kaufpreises stammten aus eigenen Ersparnissen.

**Neuwagen-Vorbesitzkäufer**

Neuwagen-Vorbesitzkäufer sind unter allen Neuwagenkäufern die größte Gruppe. Sie waren 2014 durchschnittlich 46 Jahre alt und zu 69% männlich. Zu 42% hatten sie mittlere Reife, zu 24% Abitur. Zu 18% verfügten sie über ein Hochschulstudium mit Abschluss. Die Mehrzahl waren Angestellte (36%), gefolgt von Angestellten in leitender Funktion (13%) und Facharbeitern (12%). 1% waren Azubis. Die Gesamtmenge der Neuwagen-Vorbesitzkäufer konnte auf 26 Jahre Fahrpraxis zurückgreifen und verfügte im Schnitt über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 3.701 Euro.

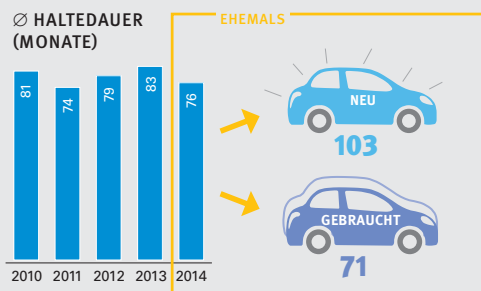
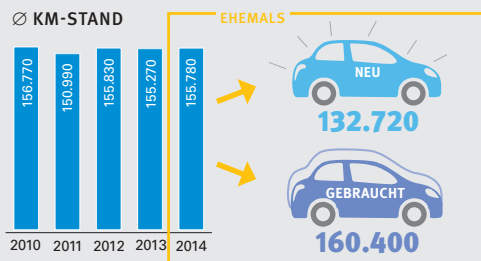
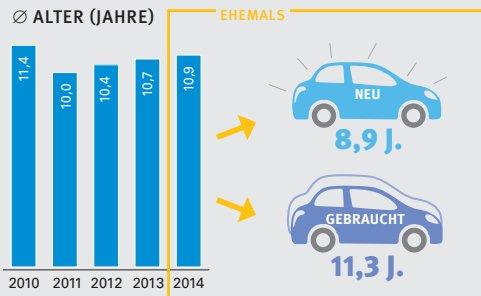
**P35 Autokäufer 2014**  
Angaben in Mio. Stück



ID: 2014107

QUELLE: DAT/KBA

**P36 Vorwagen der Gebrauchtwagenkäufer im Trend**



**10. DER VORWAGEN**

**10.1 GEBRAUCHTWAGENKÄUFER**

2014 ersetzten 69% der Gebrauchtwagenkäufer mit dem Kauf ihres Fahrzeugs ein bisheriges Fahrzeug. Diese sogenannten Vorwagen, das zeigt Grafik P36, waren im statistischen Durchschnitt 10,9 Jahre alt und damit etwas älter als in den drei Jahren zuvor. Die Laufleistung betrug durchschnittlich 155.780 km und war damit etwas höher als im Vorjahr. War der Vorwagen ursprünglich als Neufahrzeug gekauft worden, lag das Durchschnittsalter bei 8,9 Jahren, die Laufleistung bei 132.720 km. Die entsprechenden Werte gebrauchter gekaufter Vorwagen beliefen sich auf 11,3 Jahre und 160.400 km.

Der Vorwagen der Gebrauchtwagenkäufer 2014 war zu 83% ebenfalls ein Gebrauchter, d.h. die deutliche Mehrheit dieser Käufer hatte

zuvor ebenfalls schon einen Gebrauchtwagen gekauft. Somit sind nur 17% von einem damals neuen Wagen auf einen Gebrauchtwagen umgestiegen, im Jahr zuvor waren es 26% – ein Rückgang um neun Prozentpunkte.

Die durchschnittliche Halteperiode der Vorwagen lag 2014 mit 76 Monaten (2013: 83 Monate) wieder unter dem Vorjahreswert (Grafik P36). Vergleicht man die Halteperiode aus der Zeit Ende der 70er- bzw. Anfang der 80er-Jahre, so lag diese bei unter drei Jahren. Jetzt sind es über 6,3 Jahre. Neu gekaufte Vorwagen wurden durchschnittlich 103 Monate und damit 8,6 Jahre lang gefahren, in denen eine Laufleistung von 132.720 km erbracht wurde.

Deutlich kürzer war die Halteperiode gebrauchter gekaufter Vorwagen, die bereits nach 71 Monaten und 83.700 km durch einen gebrauchten Nachfolger ersetzt wurden.

Legt man die Marke des Vorwagens zugrunde, dann wurden die Importfabrikate mit durchschnittlich 78 Monaten und 87.090 km am längsten gehalten. Alle deutschen Marken wurden im Schnitt 76 Monate lang gehalten und 94.020 km weit gefahren. Vorwagen der drei deutschen Premiummarken wurden ebenfalls 76 Monate lang gehalten, aber mit 100.050 km etwas mehr gefahren.

**Verkauf des Vorwagens**

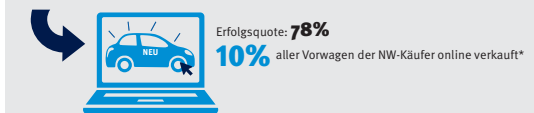
Eine wichtige Frage für den Gebrauchtwagenkäufer ist nicht nur, an wen er seinen bisherigen Pkw verkaufen kann, sondern auch welchen Preis er dafür erzielt. 2014 bekamen die für den DAT-Report befragten Privatpersonen 3.490 Euro für ihren Vorwagen – deutlich mehr als 2013 mit 2.860 Euro. War der vorige Pkw neu gekauft, konnten 5.479 Euro (2013: 3.500 Euro) erzielt werden. War er gebraucht, lag der Verkaufswert bei 3.070 Euro (2013: 2.620 Euro). Diese auf den ersten Blick relativ niedrigen Preise sorgen bei den Verkäufern dieser Fahrzeuge dennoch für keine allzu schlechte Stimmung: 2014 waren 85% aller Verkäufer damit zufrieden oder sehr zufrieden. Wurde das Fahrzeug

**P37 Verkauf des Vorwagens über das Internet 2014**

57% der GW-Käufer haben ihren Vorwagen verkauft  
20% davon über das Internet angeboten



63% der NW-Käufer haben ihren Vorwagen verkauft  
13% davon über das Internet angeboten



\*Nicht berücksichtigt sind die Vorwagen, die verschenkt, verschrottet oder an eine Leasinggesellschaft zurückgegeben wurden

ID: 2014130

QUELLE: DAT

beim Markenhändler oder beim freien Händler in Zahlung gegeben, lag dieser Wert jeweils bei 83%. Beim Verkauf auf dem Privatmarkt waren immerhin 87% sehr zufrieden oder zufrieden. Gar nicht zufrieden waren 1,2% beim Privatverkauf, nur 0,4% beim Markenhandel und 0,9% beim freien Handel.

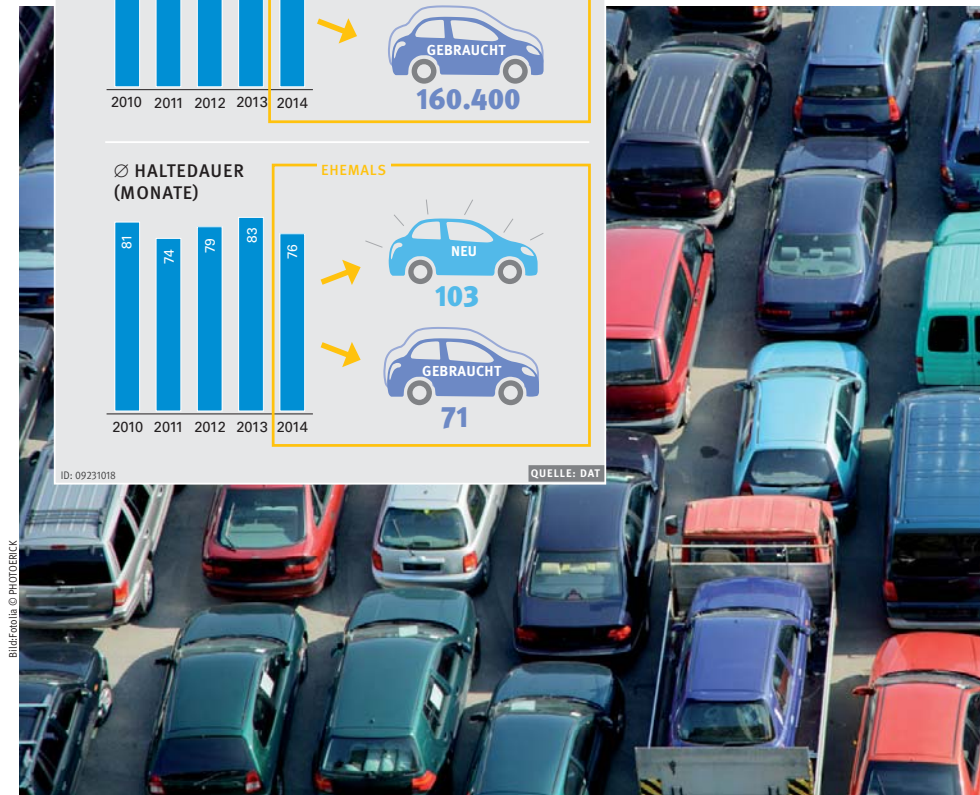
**Verkauf über Inserate**

Bei der hohen Verfügbarkeit des Internets liegt es nahe, dass viele Privatpersonen ihren zu verkaufenden Pkw im Internet inserieren. Dem ist allerdings nicht so: Die Nutzung des Internets für Inserate dieser Verkäufergruppe lag erneut bei 20% (2013: 20%). Dagegen wurden erstaunlicherweise 69% der Verkäufe (2013: 61%) komplett ohne Schaltung eines Inserats getätigt. Nur 16% der Vorwagenverkäufer (2013: 24%) inserierten ihr zu verkaufendes Fahrzeug in einer Zeitung oder Zeitschrift. Das ist erneut ein deutlicher Rückgang im Vergleich zum Vorjahr. Somit hat der Handel auch 2014 wieder deutlich mehr

Aktionen für Inzahlungnahmen oder den „freien“ Ankauf von Fahrzeugen getätigt. Wurde das Fahrzeug beim Markenhändler in Zahlung gegeben, haben 92% aller Privatpersonen dafür gar kein Inserat geschaltet, sondern gaben den Pkw gleich beim Handel in Zahlung.

Die Abnehmer der Vorwagen der Gebrauchtwagenkäufer des Jahres 2014 zeigt Grafik P39. Die wichtigste Abnehmergruppe waren mit 37% (2013: 43%) private Käufer. 33% (2013: 27%) und damit deutlich mehr als im Vorjahr wurden vom Markenhandel in Zahlung genommen oder frei angekauft. Nur 13% (2013: 17%) wurden an den freien Handel gegeben. Neue Möglichkeiten wie spezielle Online-Plattformen, bei denen Privatkunden ihre Fahrzeuge einstellen und diese nur einem ausgewählten Händlerkreis angeboten werden, unterstützen diesen Trend.

Die übrigen 17% (2013: 13%) wurden auf sonstigem Wege abgegeben, was mehrheitlich Verschrottung oder auch Verschenken bedeutet.



Bildfabrik © PHOTOCHECK

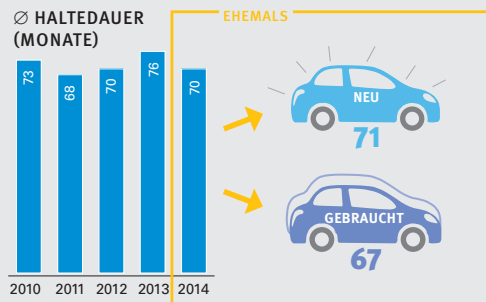
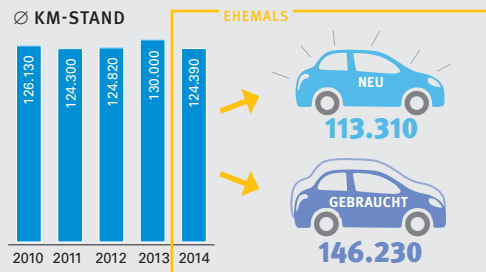
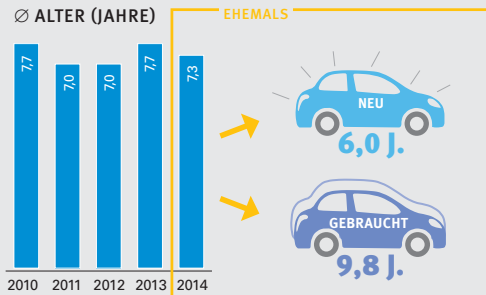
ID: 09231018

QUELLE: DAT

Bild: Fotolia © Syda Productions



**P38 Vorwagen der Neuwagenkäufer im Trend**



**10.2 NEUWAGENKÄUFER**

80% der Neuwagenkäufer des Jahres 2014 waren erneut Vorbesitzkäufer, d.h. sie ersetzen mit dem Kauf ihres Neufahrzeugs ein anderes. Diese Vorwagen wurden zu 78% erfolgreich verkauft, d.h. sie wurden beim Neuwagenkauf in Zahlung gegeben oder gelangten über ein Inserat an einen Privatmann oder wurden von einem Händler ohne ein entsprechendes Gegengeschäft (Inzahlungnahme) angekauft.

Die Details zu diesen Fahrzeugen zeigt Grafik P38: Demnach lagen Durchschnittsalter (7,3 Jahre) und Laufleistung (124.390 km) etwas unter dem Vorjahr (2013: 7,7 Jahre, 130.000 km). Einst neu gekaufte Vorwagen wurden 71 Monate, gebraucht gekaufte 67 Monate genutzt. Von den Neuwagenkäufern 2014 sind nur 34% (2013: 31%) von einem gebraucht gekauften Pkw auf einen Neuwagen umgestiegen. 66% hatten auch vorher bereits einen Neuwagen gekauft.

Vergleicht man nun allein für die neu gekauften Vorwagen die Relation von Haltezeit und gefahrenen Kilometern, so wurde 2014 der neue Wagen statistisch gesehen acht Monate früher angeschafft als bei den Neuwagenkäufern im Vorjahr. Dies entspricht einer etwa 10% kürzeren Haltezeit.

Berechnet man für die einst neu gekauften Vorwagen die durchschnittlich gefahrenen Kilometer pro Jahr, so ergibt

sich für 2014 ein Jahresdurchschnitt von 19.151 km (2013: 18.418 km). 2014 wurden die Vorwagen somit 4% mehr gefahren bei gleichzeitig längerer Nutzung des Fahrzeuges.

**Verkauf des Vorwagens**

Die bisherigen Fahrzeuge der Neuwagenkäufer waren im Vergleich zu denen der Gebrauchtwagenkäufer 3,6 Jahre jünger, die Laufleistung rund 31.390 km niedriger. Dementsprechend lag der Durchschnittserlös für die Vorwagen der Neuwagenkäufer mit 7.620 Euro nicht nur deutlich über den 5.340 Euro aus dem Vorjahr, sondern auch deutlich über den 3.490 Euro, die ein Gebrauchtwagenkäufer 2014 beim Verkauf seines Vorwagens erzielen konnte. Man beachte: Wer 2014 einen Neuwagen gekauft hat, und seinen Vorwagen bei einem Markenhändler abgegeben / in Zahlung gegeben hat, bekam dort 8.980 Euro. Beim Verkauf an eine Privatperson wurden 5.170 Euro und an einen freien Händler 3.190 Euro erzielt. Teilweise wurden beim Handel Kaufanreize wie „bis zu 3.000 Euro über DAT“ vom Hersteller unterstützt, besonders wenn es um die Inzahlungnahme von Fremdmarken ging.

Was den Verkaufserlös des Vorwagens insgesamt betrifft, so waren 87% der Vorwagenverkäufer zufrieden, 31% sogar sehr zufrieden. Wurde der Vorwagen bei einem Markenhändler in

Zahlung gegeben, betrug die Zufriedenheit 90% (58% zufrieden, 32% sehr zufrieden). Beim freien Handel waren nur 17% sehr, 64% zufrieden. Wer sein Fahrzeug privat verkauft hat, war zu 33% sehr zufrieden, zu 48% zufrieden.

**Inzahlungnahmequote gestiegen**

Der größte Abnehmer für die Vorwagen der Neuwagenkäufer war der Markenhandel. Grafik P39 zeigt: 2014 wurden 53% der Vorwagen dort verkauft oder in Zahlung gegeben (2013: 47%). Nur zu 20% (2013: 27%) wurde der Pkw auf dem Privatmarkt verkauft. Weitere 13% (2013: 10%) wurden an eine Leasinggesellschaft zurückgegeben und landeten damit zum größten Teil beim Markenhändler, über den der Leasingvertrag geschlossen wurde.

In Abhängigkeit von der Marke des gekauften Neuwagens lag die Bandbreite der Inzahlungnahmequote zwischen 51% bei den Importeursfabrikanten und 61% bei den deutschen Premiummarken. Sämtliche Marken der deutschen Hersteller kommen auf eine Inzahlungnahmequote von 53%.

**Verkauf über Inserate**

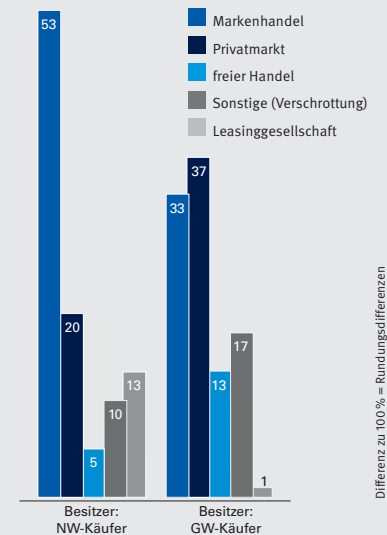
Nur noch 19% der Neuwagenkäufer nutzten für den Verkauf eines Vorwagens die Möglichkeit, ein Inserat zu schalten. 9% schalteten eine Anzeige in Printmedien, 13% im Internet. 81% der Vorwagen wurden ohne Schaltung eines Inserats verkauft und damit direkt beim Neuwagenkauf in Zahlung gegeben.

**Eigene Preisvorstellung**

Fragt man die Neu- und Gebrauchtwagenkäufer, wie sie zu der Preisvorstellung ihres Fahrzeugs gekommen sind, so standen Gespräche mit Bekannten, Kollegen und Verwandten ganz oben auf der Liste. An zweiter Stelle war das Internet, zu dem Online-Plattformen, aber auch die kostenfreie Abfrage von Werten unter www.dat.de gehören. Speziell die Gebrauchtwagenkäufer nutzten Online-Gebrauchtwagenbörsen zu 47%, um eine Preisvorstellung für den eigenen Vorwagen zu bekommen. Neuwagenkäufer informierten sich dort zu 36%. Genaue und

sehr konkrete Werte für jedes individuelle Fahrzeug ermitteln die Sachverständigen der DAT. Diese sind bundesweit in über 250 Sachverständigenbüros vertreten, eine Übersicht nach Postleitzahlen findet sich ebenfalls auf www.dat.de. Auf die Frage, wie die Preisvorstellung für den eigenen, zu verkaufenden Pkw zustande kam, antworteten immerhin 3%, dass ein Sachverständiger eine Preisermittlung vorgenommen hat. Nach wie vor bei Gebrauchtwagenkäufern beliebt, ist der „Inzahlungnahmetourismus“, d. h. das Abfahren von mehreren Händlern, um dort Preise zu erfragen. 43% der Gebrauchtwagenkäufer und 39% der Neuwagenkäufer waren solche „Inzahlungnahmetouristen“. Immerhin 28% der Neuwagenkäufer fragten auch den Händler, bei dem sie den Kundendienst machen lassen, nach einem Preis. Gebrauchtwagenkäufer nur zu 18%.

**P39 Abnehmer des Vorwagens nach Besitzer 2014**  
Angaben in Prozent



Differenz zu 100% = Rundungsdifferenzen

ID: 09231018

QUELLE: DAT

ID: 2015P39

QUELLE: DAT



Bild: Fotolia © Industrieblick

**11. NOTEN FÜR DEN HANDEL**

Die Beurteilung des Handels durch die Neu- und Gebrauchtwagenkäufer ist in den Grafiken P40 und P42 dargestellt, in der die Skala von 1 = „ausgezeichnet“ bis 5 = „schlecht“ reicht. Insgesamt gesehen haben die Käufer ihren Geschäftspartner „Händler“ auch 2014 überwiegend gut beurteilt. Positiv an dieser Stelle müssen die Initiativen der Branchenverbände und DAT-Gesellschafter ZDK (Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe), VDA (Verband der Automobilindustrie) und VDIK (Verband der Internationalen Kraftfahrzeughersteller) genannt werden. Die Ausbildung zum „Geprüften Automobilverkäufer“ wurde 1997 nach den Regeln des ZDKs ins Leben gerufen. Die Weiterbildung zum „Geprüften Automobilverkäufer – Gebrauchtwagen“ wurde 2013 offiziell eingeführt.

**11.1 GEBRAUCHTWAGENHANDEL**

Beim Gebrauchtwagenkauf, wo zwischen Markenhandel und freiem Handel unterschieden wird, hat der freie Handel in allen Bereichen eine etwas schlechtere Beurteilung als noch im Vorjahr hinnehmen müssen. Auffällig war insbesondere das Kriterium „Angebotsauswahl“. Hier schienen die Käufer ein etwas weniger attraktives Sortiment vorgefunden zu haben als noch im Vorjahr. Verbessert hat sich über die letzten Jahre die Bereitschaft zur Inzahlungnahme. Hier dürften besonders beim Markenhandel diverse Eroberungs- und Inzahlungnahmepremien der Automobilhersteller und Importeure den Ausschlag gegeben haben. Zudem ist die Vermarktungsmöglichkeit von Inzahlungnahmen an Wiederverkäufer, zum Beispiel über Autoauktionen, zunehmend professioneller geworden.

**Markenbetrieb vs. freier Handel**

„Was waren die drei wichtigsten Gründe, weshalb Sie Ihren Wagen gerade dort gekauft oder geleast haben?“ Diese Frage wurde allen Gebrauchtwagenkäufern gestellt. Beim Markenhandel und beim freien Handel waren die Top-3-Gründe: Guter



**P40 Beurteilung des Handels durch Gebrauchtwagenkäufer 2014**  
Skala von 1 (ausgezeichnet) bis 5 (schlecht)



Zustand des Fahrzeugs allgemein, guter, günstiger Preis des Fahrzeugs, gute Ausstattung des Fahrzeugs. Auffällig sind die Unterschiede in der Gewichtung der einzelnen Gründe beim Markenhandel und beim freien Handel. Deutlich mehr Nennungen hatte der freie Handel beim Preis, bei der Empfehlung von Verwandten und Bekannten, beim Zustand des Fahrzeugs, bei der Nähe des Händlers, bei der persönlichen Bekanntheit sowie beim Angebot im Internet. Das bedeutet, hier gibt es Nachholbedarf beim Markenhandel. Dieser konnte dagegen vor allem bei folgenden Argumenten punkten: Ausstattung des Fahrzeugs, geringes Fahrzeugalter, Finanzierungsangebote, gute Erfahrungen bisher, Garantie und Gewährleistung, niedrige Laufleistung und Vertrauen.

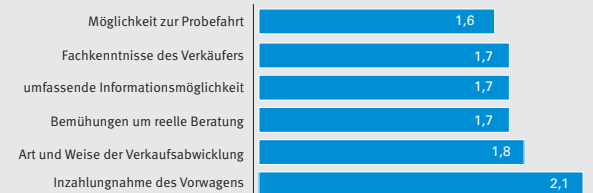
**11.2 NEUWAGENHANDEL**

Bei der Beurteilung des Handels durch die Neuwagenkäufer liegen vier von acht Bereichen auf 1,7 oder besser, d. h. es herrschte in der Mehrzahl der Kernkompetenzen eine hohe Zufrie-

denheit bei den Endverbrauchern. Das Bemühen um reelle Beratung und die Inzahlungnahmebereitschaft wurden von den Neuwagenkäufern besser benotet als im Vorjahr. Bei der Probefahrtmöglichkeit wurde der Handel durchweg etwas schlechter bewertet als noch im Vorjahr. Allerdings ist speziell die Probefahrt der

Moment, bei dem die Bereitschaft zum Kauf vergleichsweise hoch ist. Daher sollte die Probefahrt als Erlebnis angeboten und professionell besprochen werden. Beim Informationsverhalten der Neuwagenkäufer lag die Probefahrt im Jahr 2013 auf Platz 2, im Jahr 2014 ist sie auf den dritten Platz abgerutscht.

**P42 Beurteilung des Handels durch Neuwagenkäufer 2014**  
Skala von 1 (ausgezeichnet) bis 5 (schlecht)







**12. FAHRZEUGFINANZIERUNG**

Der Autokauf wäre für viele Privatpersonen ohne die Finanzierung durch ein Kreditinstitut nicht möglich. Neben den Hausbanken der Käufer bieten seit vielen Jahren die freien Automobilbanken (sog. Non-Captives) sowie die Banken der Automobilhersteller und Importeure (sog. Captives) im Neu- und zunehmend auch im Gebrauchtwagenbereich Absatzfinanzierungsprodukte zu attraktiven Zinsen an.

**12.1 GEBRAUCHTWAGEN**

Von den befragten Gebrauchtwagenkäufern haben nur 35% ihren Wagen teilweise oder ganz finanziert (vgl. Grafik P43). 64% gaben an, keinen Kredit für den Kauf des Fahrzeugs aufgenommen zu haben. 1% der Gebrauchtwagenkäufer hatte sich 2014 entschlossen, sein Fahrzeug zu leasen.

Zieht man die geleasteten Fahrzeuge ab, so waren 56% aller beim Markenhändler gekauften Gebrauchtwagen

ganz oder teilweise finanziert, beim freien Handel nur 34%. Markenhandel und freier Handel konnten demnach ihre Finanzierungsquote gegenüber dem Vorjahr und auch im Fünf-Jahres-Trend deutlich steigern. Wurde der Gebrauchte von privat gekauft, hatten immerhin noch 16% der Käufer die Kaufsumme ganz oder teilweise über einen Kredit finanziert.

**Finanzierung vs. Eigenmittel**

Zu den Eigenmitteln zählen Ersparnisse, der Erlös aus dem Verkauf oder der Inzahlungnahme eines Vorwagens sowie Geschenke und Zuschüsse von Freunden und Verwandten. Welchen Anteil die einzelnen Geldquellen bei der Finanzierung des Kaufpreises hatten, zeigt Grafik P44. Auffallend ist die Entwicklung der Kreditanteile: Beim Neuwagenkauf ist dieser von 2013 zu 2014 von 54% auf 39% gefallen, beim Kaufpreis eines Gebrauchtwagens bei 30% geblieben.

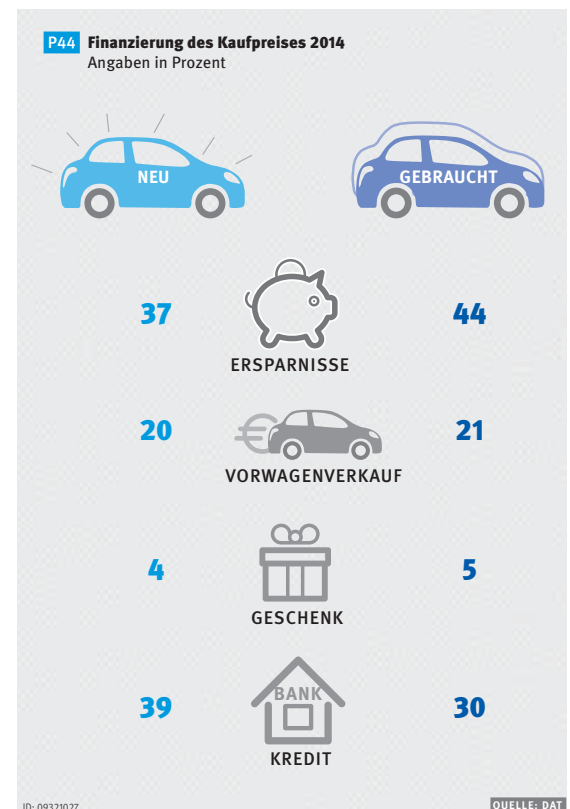
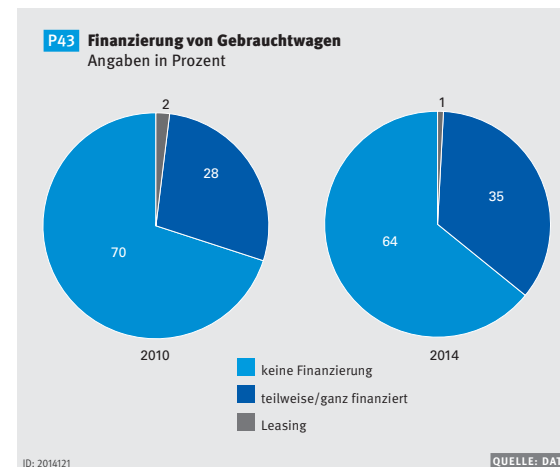
Wenn man die jeweiligen Anschaffungspreise berücksichtigt, dann bedeutet dies, dass die Käufer bundesweit beim Neuwagenkauf 10.390 Euro (2013: 13.710 Euro) und beim Gebrauchtwagenkauf 2.920 Euro (2013: 2.840 Euro) Kredit aufgenommen haben. Berücksichtigt ist dabei, dass der Durchschnittspreis der nicht geleasteten Neuwagen bei 26.440 Euro und der nicht geleasteten Gebrauchtwagen bei 9.480 Euro lag.

Erstkäufer, die keine Erlöse aus dem Verkauf eines Vorwagens erzielten, nahmen beim Neuwagenkauf 2014 mit nur 28% der Kaufsumme einen deutlich niedrigeren Kreditanteil in Anspruch als im Vorjahr (58%). Bei den Zusatzkäufern lag dieser bei 46%, bei den Vorbesitzkäufern bei 39%.

Der Kreditanteil beim Kaufpreis des Gebrauchten war bei den Zusatzkäufern mit 42% am höchsten. Bei Vorbesitzkäufern wurde für 29% der Kaufsumme ein Kredit benötigt; Erstkäufer nahmen für 22% des Kaufpreises einen Kredit auf. Für die Gebrauchtwagenkäufer spielen demnach die eigenen Ersparnisse nach wie vor die größte Rolle. Für Neuwagenkäufer sind Kredite die wichtigste Geldquelle.

Eine weitere Ressource sind Geschenke und Zuschüsse. Besonders wichtig sind diese für Erstkäufer. Neuwagenkäufer bekamen rund 38% (2013: 15%) des Kaufpreises geschenkt, Gebrauchtwagenkäufer wie im Vorjahr 25% des Kaufpreises.

Insgesamt sind damit die Anteile an Eigenkapital, d.h. geschenktes und eigenes Geld, bei den Erstkäufern höher als bei den anderen Käufergruppen, denn sie konnten den Kaufpreis ihres Gebrauchtwagens zu rund 77% und den ihres Neuwagens zu rund 71% (2013: 42%) aus eigenem Kapital finanzieren.



12.2 NEUWAGEN

Von allen für den DAT-Report befragten Neuwagenkäufern haben 50 % ihr Fahrzeug finanziert, 19 % der Pkw wurden geleast. Das zeigt Grafik P45. Von den 50 % haben 4 % den gesamten Kaufpreis des Neuwagens finanziert.

Betrachtet man von der Gesamtmenge der Neuwagenkäufer nur diejenigen, die ihr Fahrzeug nicht geleast haben, so ergibt sich folgendes Bild: Die Top-Finanzierer waren die Vorbesitzkäufer, die ein bestehendes Fahrzeug durch einen Neuwagen ersetzt haben. Zwei Drittel dieser Käufergruppe finanzierte ganz oder teilweise ihren Pkw. An zweiter Stelle kamen die Zusatzkäufer, die zusätzlich zu einem bestehenden Fahrzeug einen Neuwagen erworben haben. Sie griffen zu 63 % auf Finanzierungsprodukte zurück. Bei den Erstkäufern betrug dieser Anteil nur 36 %. Diese junge Käufergruppe konnte 2014 vor allem auf Zuwendungen von Verwandten und Bekannten zurückgreifen (38 %). Ein Drittel des Kaufpreises stammte aus Eigenmitteln.

Die Vorbesitzkäufer konnten durch die Inzahlunggabe des Vorwagens immerhin 24 % des Kaufpreises aufbringen.



Bild: Fotofix © Indrasteflex

**DAT TIPP**  
2014 wurden zwar insgesamt weniger Neufahrzeuge finanziert als im Vorjahr, allerdings waren die Kreditsummen höher. Die Durchdringungsquote der Hausbanken lag bei 59 %, d. h. Pkw-Käufer haben mehrheitlich mit Geld branchenfremder Banken ihren Neuwagen finanziert. Die Kundenbindungsmöglichkeiten einer Captive-/Non-Captive-Bank sind jedoch nicht zu verachten. Hier ist im Bereich der jungen Gebrauchtwagen noch Potenzial für Niedrigzins-Aktionen.

gen. 39 % des Kaufpreises wurden finanziert, 36 % aus eigenen Mitteln erbracht. 1 % war geschenkt.

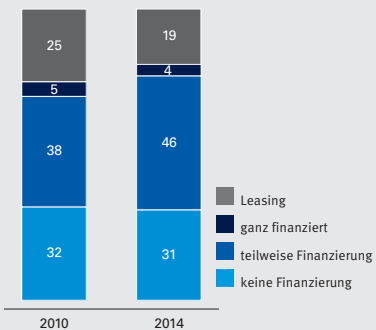
Die Analyse nach Marken zeigt, dass die Neuwagen von deutschen Premiumherstellern insgesamt zu 70 % ganz oder teilweise finanziert wurden. Sämtliche deutschen Marken zusammengefasst wiesen einen Finanzierungsanteil von 64 % auf. Neuwagen der Importeursfabrikate wurden 2014 zu 59 % ganz oder teilweise finanziert.

Betrachtet man die Finanzierungsquote nach Männern und Frauen, so haben 2014 wesentlich mehr Männer (65 %) als Frauen (56 %) ihren Neuwagen finanziert. Auch in der Verteilung nach Altersgruppen wird deutlich, dass besonders die 30- bis 49-Jährigen an Finanzprodukten interessiert waren: 75 % dieser Altersgruppe hatten ihren Neuwagen ganz oder teilweise finanziert. An zweiter Stelle lagen die über 50-Jährigen mit 49 % Finanzierungsquote. Die jungen Neuwagenkäufer kamen auf 47 %.

**Situation der Autobanken**

Die Durchdringungsquote der freien Banken und Herstellerbanken bei der Neuwagenfinanzierung lag 2014 insgesamt bei 41 %. Das bedeutet, dass mehr als die Hälfte (59 %) aller Neuwagen weiterhin von automobil-fremden Banken finanziert wurde. Aufgeschlüsselt nach Pkw-Marke lag der Anteil bei den deutschen Premiumfabrikaten bei 50 %, alle deutschen

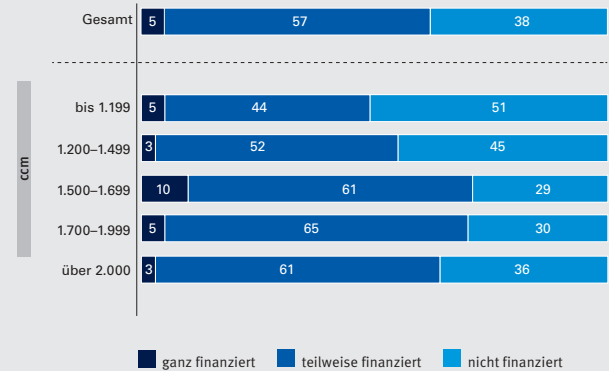
P45 Finanzierung von Neuwagen  
Angaben in Prozent



ID: 2014122

QUELLE: DAT

P46 Neuwagenfinanzierung nach Hubraum 2014  
Angaben in Prozent



ID: 2014118

QUELLE: DAT

Marken kamen auf 46 %, die Importeursfabrikate wurden nur zu 32 % über den Händler bzw. eine Automobilbank finanziert. Hier liegt noch großes Potenzial in der Beratung zu Finanzprodukten.

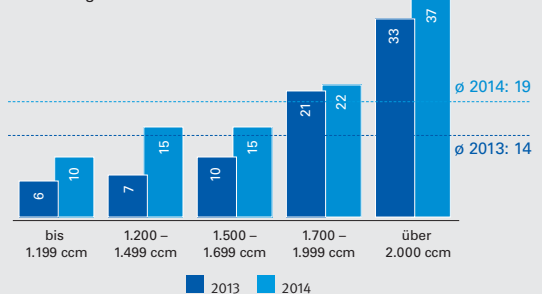
Die bereits erwähnte Aufspaltung nach Männern und Frauen zeigt auch bei den Hersteller- und freien Automobilbanken deutliche Defizite: Nur 38 % aller Frauen, die 2014 einen Neuwagen erworben haben, finanzierten diesen über den Händler bzw. die Herstellerbank. Bei den Männern waren es 43 %. In der Altersverteilung zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei der generellen Affinität zur Finanzierung: Am empfänglichsten für Finanzprodukte einer Herstellerbank oder freien Automobilbank waren die Käufer zwischen 30 und 49 Jahren. Sie organisierten die Finanzierung zu 48 % über den Händler. Bei den jungen Käufern bis 29 Jahren lag dieser Wert bei 30 %, bei der Generation 50 Plus bei 36 %.

Betrachtet man die Finanzierungsquote nach Hubraum (vgl. Grafik P46),

zeigt sich, dass die Fahrzeuge mit einem Hubraum von 1.500 bis 1.699 ccm die mit 71 % die höchste Finanzierungsquote aufwiesen. Gleich danach mit 70 % kamen die größeren Motoren bis zwei Liter Hubraum. Fahrzeuge mit noch größeren Motoren wurden 2014 zu 64 % finanziert, Fahrzeuge mit Motoren unter 1.200 ccm nur zu 49 %.

Analog zu dieser Auswertung stehen die Leasingfahrzeuge (vgl. Grafik P47). Von allen Neuwagen 2014 wurden 19 % geleast. Bei der Betrachtung der unterschiedlichen Hubraumklassen zeigt sich, dass Fahrzeuge mit Hubraum von 1.700 bis 1.999 ccm zu 22 %, Neuwagen mit größervolumigen Motoren sogar zu 37 % geleast wurden.

P47 Neuwagenleasing nach Hubraum  
Angaben in Prozent



ID: 2014119

QUELLE: DAT



Bild: Fotolia © Theartimages

### 13. PKW-KAUFABSICHTEN

#### 13.1 LOYALITÄT BEIM KAUF

Entscheidungen beim Fahrzeugkauf werden mitunter auch kurzfristig und impulsiv getroffen. Dies gilt sowohl für den Zeitpunkt des Kaufs als auch bezüglich der Marke und des Modells. Um die Zufriedenheit mit dem aktuellen Fahrzeug und die Loyalität zur Marke zu ermitteln, wurde den Autokäufern und Fahrzeughaltern vier Monate nach dem Kauf folgende Frage gestellt: „Einmal angenommen, Ihr jetziger Wagen würde Ihnen heute gestohlen und Sie bekämen den vollen Kaufpreis ersetzt. Welches Modell würden Sie sich in diesem Fall kaufen?“

##### Gebrauchtwagenkauf

Sämtliche Gebrauchtwagenkäufer, die 2014 repräsentativ befragt wurden, gaben auf diese Frage zu 86 % an, sie würden sich wieder dasselbe Modell kaufen. Weitere 7 % wollten zwar ein anderes Modell kaufen, aber wenigstens der Marke treu bleiben. Nur 7 %

der Gebrauchtwagenkäufer wollten die Marke wechseln. Die sogenannte prospektive Markenloyalität lag damit bei hohen 93 % (vgl. Grafik P48).

Der Anteil der „wechselwilligen“ Gebrauchtwagenkäufer lag in Abhängigkeit von der Marke des gebrauchten gekauften Fahrzeugs zwischen niedrigen 1 % (bei deutschen Premiummarken) und 11 % (Importfabrikate). Alle deutschen Marken im Schnitt wiesen eine prospektive Loyalität von 95 % auf.

Der Wille, die Marke des Gebrauchtwagens zu wechseln, differiert allerdings nach Kaufort und Käufertyp:

- ▶ Käufer auf dem Privatmarkt würden zu 11 % die Marke wechseln.
- ▶ Käufer, die beim Markenhandel gekauft haben, würden nur zu 2 %, die beim freien Handel zu 10 % eine andere Marke wählen.
- ▶ Käufer, die 2014 erstmals einen Gebrauchtwagen gekauft hatten, würden zu 15 % die Marke wechseln.
- ▶ Vorbesitzkäufer, die 2014 ihr Fahrzeug durch ein anderes Fahrzeug

ersetzt hatten, wären zu 5 % bereit, die Marke zu wechseln.

- ▶ Zusatzkäufer, die 2014 zu dem vorhandenen Pkw ein weiteres Fahrzeug angeschafft haben, würden zu 4 % wechseln.

##### Neuwagenkauf

Die im Jahr 2014 befragten Neuwagenkäufer, ebenfalls vier Monate nach dem Kauf angesprochen, waren loyaler als die Gebrauchtwagenkäufer. In rund 95 % der Fälle würden sie wieder das gleiche Modell als Neuwagen kaufen, nur 1 % wäre bereit, die Marke zu wechseln. 4 % würden gegebenenfalls ein anderes Modell derselben Marke wählen. Die prospektive Markenloyalität erreichte also 99 % (vgl. Grafik P48).

Zu ganz anderen Ergebnissen kam die Befragung der Fahrzeughalter im Rahmen der Kundendienstuntersuchung 2014. Die befragten Fahrzeughalter hatten ihr Fahrzeug durchschnittlich vor 4,5 (2013: 4,7) Jahren gekauft und hatten damit genügend

Zeit, Erfahrungen zu sammeln. Sie erklärten sich zum Zeitpunkt der Befragung nur zu rund 56 % (2013: 57 %) bereit, ihr jetziges Fahrzeug wieder durch dasselbe Modell zu ersetzen. Weitere 23 % (2013: 21 %) würden bei der Marke bleiben, allerdings das Modell ändern. 19 % (2013: 19 %) der Fahrzeughalter würden anstelle der Marke des jetzigen Fahrzeugs eine andere Marke wählen. 3 % der Befragten machten wie im Vorjahr keine Angabe.

##### Reale Markentreue geringer

Die Markentreue beim tatsächlichen Neu- oder Gebrauchtwagenkauf stellt sich allerdings ganz anders dar als die Absichtserklärung vier Monate nach dem Kauf.

Untersucht man das Kaufverhalten derjenigen, die 2014 ihr bisheriges Fahrzeug durch einen Gebrauchtwagen ersetzt haben, so kommt man auf die Vorbesitzkäufer. Das sind immerhin 69 % aller Gebrauchtwagenkäufer. Die Ergebnisse lagen weit hinter den eigenen angenommenen Auskünften:

Nur 39 % (2013: 32 %) derjenigen, die 2014 ihren Vorwagen verkauft haben, hatten sich wieder das gleiche Modell bzw. ein Fahrzeug der bisherigen Marke gekauft.

Zur Erinnerung: Als man die Gebrauchtwagenkäufer zu ihrer prospektiven Markenloyalität kurz nach dem Kauf befragt hatte, gaben sie an, zu 93 % ihrer Marke treu zu bleiben. Hier sieht man deutlich, dass zum Zeit-

punkt des Kaufs eine andere Markentreue besteht, als es fast fünf Jahre später der Fall ist.

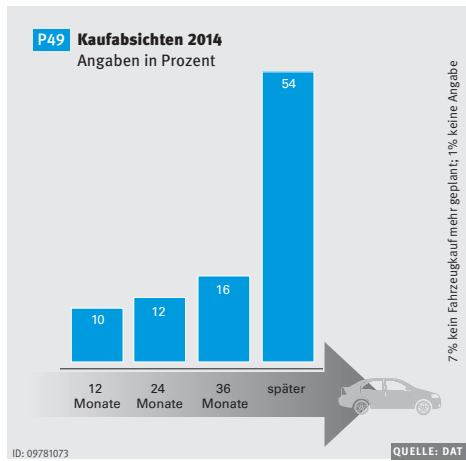
Schaut man sich die Markentreue bei den Neuwagenkäufern an, so lag diese etwas höher als bei den Gebrauchtwagenkäufern. Für die Befragten wurden wieder die Vorbesitzkäufer herangezogen – immerhin 80 % aller Neuwagenkäufer 2014. Das Ergebnis: 45 % (2013: 47 %) hatten sich »

**P48 Loyalität zu Modell und Marke**  
Angabe in Prozent

		GW-Käufer	NW-Käufer	Fahrzeughalter
		(4 Monate nach Kauf)		(Ø 5 Jahre im Besitz)
Loyalität zum Modell	✓	86	95	56
	✗	7	1	19
Loyalität zur Marke	✓	93	99	79
	✗	7	1	19

ID: 2015948

QUELLE: DAT



ID: 09781073



Bild: Fotolia @ lassdesignen

tatsächlich nochmals das gleiche Modell oder zumindest ein Fahrzeug der gleichen Marke gekauft. Damit blieben sie ihrer Marke zwar treuer als die Käufer von Gebrauchtwagen, aber der Wert liegt dennoch weit unter den 99%, die vier Monate nach dem Kauf geäußert wurden. Somit liegen wie in früheren Jahren Welten zwischen den Absichtserklärungen vier Monate nach dem Kauf und der tatsächlichen Entscheidung für eine Marke beim Kauf mehrere Jahre später.

Erheblichen Einfluss auf die Kaufentscheidung haben naturgemäß neu auf den Markt gekommene Modelle, Sonderangebote des Handels sowie Initiativen der Hersteller und Importeure. Deshalb sind die Unterschiede

zwischen der „theoretischen“ Markenloyalität und der tatsächlichen Markentreue weniger ein spontanes Verhalten der Käufer als vielmehr eine Folge der Modellpolitik und der Marketingaktionen der Hersteller und Importeure.

**13.2 KAUFZEITPUNKT**

Bei der Ende 2014 durchgeführten Untersuchung über das Kundendienstverhalten wurden die Fahrzeughalter auch gefragt, zu welchem Zeitpunkt sie voraussichtlich das nächste Fahrzeug kaufen oder leasen werden. Wie sich die zeitlichen Kaufabsichten darstellen, ist in Grafik P49 dargestellt.

Die Auswertung dieser Ergebnisse zeigt mit 7% erfreulicherweise nur

sehr wenige Fahrzeughalter, die angaben, gar kein Fahrzeug mehr kaufen zu wollen. Der Anteil der Kurztentschlossenen, die sich innerhalb der nächsten zwölf Monate ein Fahrzeug kaufen wollen, ist dagegen mit 10% um einen Prozentpunkt gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Innerhalb der nächsten 24 Monate wollen 12%, innerhalb der nächsten drei Jahre 16% ein Auto kaufen. Etwas angestiegen von 52% auf 54% ist der Anteil derjenigen, die den nächsten Autokauf auf ein unbestimmtes „später“ verschoben haben.

Der Zeitpunkt des nächsten Fahrzeugkaufs variiert jedoch nach der

jährlichen Fahrleistung. Wenigfahrer mit unter 10.000 km pro Jahr wollten zu 19% innerhalb der nächsten zwei Jahre ein Fahrzeug kaufen. 8% innerhalb der kommenden zwölf Monate. Vielfahrer mit 30.000 oder mehr gefahrenen Kilometern pro Jahr planen zu 40% eine Neuanschaffung innerhalb der nächsten zwei Jahre, 17% innerhalb der kommenden zwölf Monate.

**13.3 DAS NÄCHSTE FAHRZEUG**

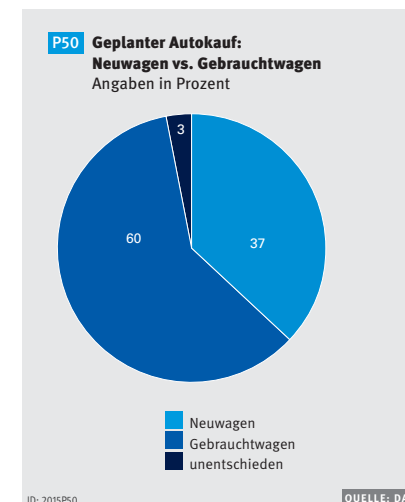
Neu oder gebraucht? Größer oder kleiner? Bei der Befragung der Fahrzeughalter, die eine konkrete Kaufabsicht haben, gaben 37% (2013: 39%) an, sie wollen sich als nächsten Pkw einen Neuwagen kaufen. Gebrauchtwagen liegen wie im Vorjahr deutlich höher

im Kurs: 60% (2013: 59%) beabsichtigen, sich beim nächsten Mal einen Gebrauchtwagen zu kaufen. 3% haben sich diesbezüglich noch nicht festgelegt. Diese Kaufabsicht schlägt sich in den Wanderungsbewegungen nieder, die in Grafik P4 (s. S. 17) des DAT-Reports dargestellt werden. Eine Präferenz für Gebrauchtwagen war in den letzten Jahren klar erkennbar.

Bezogen auf die Marke hatten 29% der Befragten noch keine Vorstellung von dem Fabrikat ihres nächsten Fahrzeugs. 24% gaben an, immer die gleiche Marke zu kaufen, 46% wechseln zwischen zwei oder drei Marken.

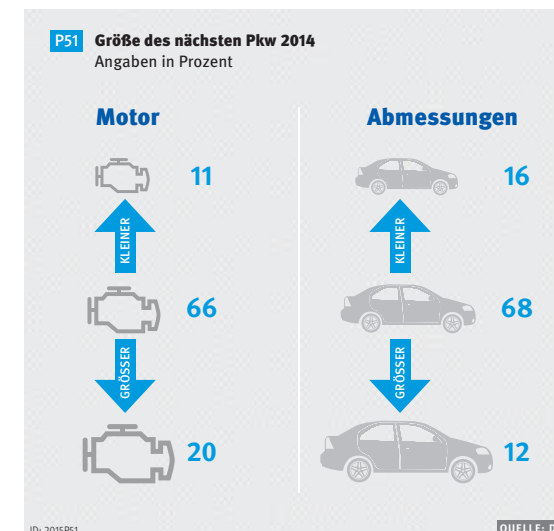
Gefragt nach den Außenabmessungen des nächsten Wagens, waren 68% (2013: 69%) mit der Größe des Letztfahrzeugs voll und ganz zufrieden, 16% (2013: 14%) wollten zukünftig einen kleineren Wagen fahren und rund 12% (2013: 14%) einen in den Außenabmessungen größeren Wagen kaufen. 4% (2013: 3%) machten keine Angabe.

Ähnlich waren die Antworten auf die Frage nach der gewünschten Motorgröße. 66% (2013: 65%) waren mit ihrem derzeitigen Fahrzeug zufrieden, rund



ID: 2015P50

11% (2013: 12%) wollten sich verkleinern und 20% (2013: 20%) strebten einen größeren Motor an. 3% (2013: 3%) machten keine Angaben.



ID: 2015P51

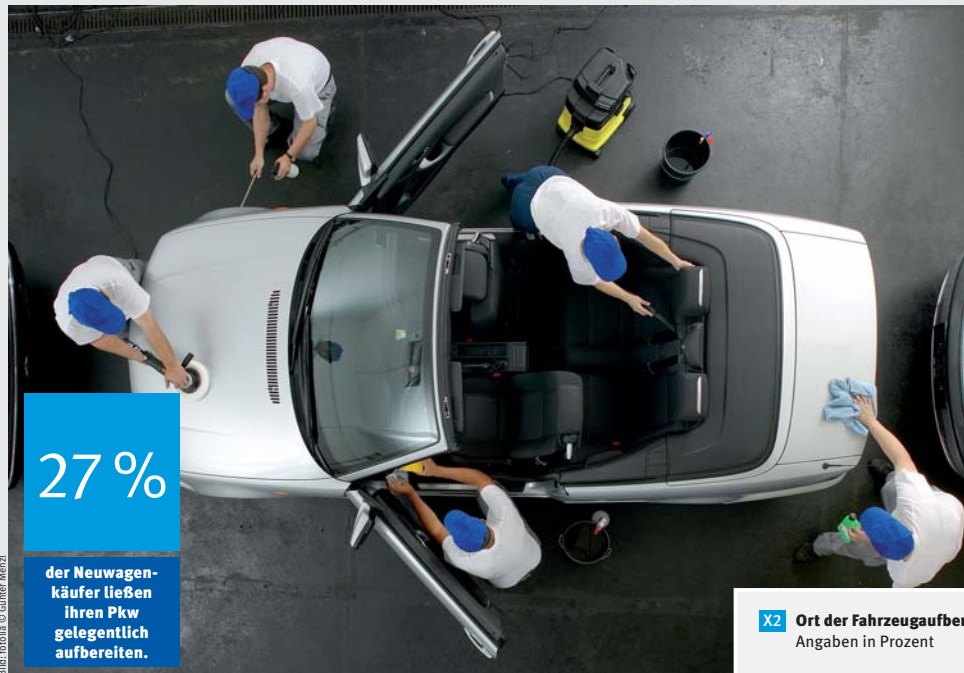
# Professionelle Fahrzeugaufbereitung

Die professionelle Pflege von Fahrzeugen durch qualifiziertes Personal ist ein elementarer Bestandteil in der Automobilbranche. Das gilt für den Handel ebenso wie für das Großkunden-, Flotten- und Vermietgeschäft. Speziell im Automobilhandel unterstützen Aufbereiter an vielen Punkten die Abläufe der Händler, das betrifft beispielsweise die Auslieferung von Neu- und Gebrauchtfahrzeugen an Kunden, aber auch die Bereitstellung der Fahrzeuge für die Aufnahme der Online-Fotos.

Ferner unterstützen Aufbereiter bei der exakten Kalkulation von Inzahlungnahmen, denn dort können die Fachleute die Aufwände für die Beseitigung von Gebrauchsspuren ermitteln. Abschließend sorgen professionelle Aufbereiter nach dem Ankauf oder der Inzahlungnahme von Fahrzeugen für eine beschleunigte Standzeit 1 – das ist die Zeitspanne zwischen dem Ankauf und der Verkaufsbereitstellung von Gebrauchtfahrzeugen im Automobilhandel. Diese Zeit sollte maximal fünf Tage betragen, in denen das Fahrzeug in die Werkstatt

einzusteuern und anschließend aufzubereiten ist. Die professionelle Fahrzeugpflege arbeitet nach Standards, die es einem Autohaus ermöglichen, die Standzeit 1 besser zu planen.

Aber nicht nur im professionellen Geschäft zwischen Händler und Aufbereiter, sondern auch mit dem Fokus auf den Endverbraucher hat sich das Aufbereitungsgeschäft als interessante Zusatzdienstleistung etabliert. In mindestens drei Phasen des automobilen Lebens spielen externe oder an ein Autohaus angeschlossene Aufbereiter für den Endverbraucher eine wichtige Rolle. Erstens: Bevor das eigene Fahrzeug verkauft wird, geben viele Privatpersonen ihr Fahrzeug einem Aufbereiter, um beim Verkauf einen höheren Preis zu erzielen. Zweitens: Um das Fahrzeug in einem optisch sehr guten Zustand zu halten, lassen Endverbraucher regelmäßig eine professionelle Fahrzeugpflege durchführen. Drittens: Um bei der Rückgabe eines Leasingfahrzeugs keine unangenehmen Überraschungen zu erleben, ist auch in dieser Situation



27%  
der Neuwagenkäufer ließen ihren Pkw gelegentlich aufbereiten.

Bild: fotolia © Günter Menzl

ein Aufbereiter eine sehr wichtige Anlaufstelle. Dort können mit modernen Methoden (wie Smart- oder Spot-Repair) Dellen, Kratzer, Steinschläge, aber auch Gebrauchsspuren im Innenraum beseitigt werden.

Damit der Beruf des Fahrzeugpflegers bzw. Fahrzeugaufbereiters nach einheitlichen Standards erlernt und durchgeführt werden kann, hat sich im Jahr 1997 der Bundesverband der Fahrzeugaufbereiter (www.bfa-net.de) etabliert. Diese zum Zentralverband des Deutschen Kraftfahrzeuggewerbes gehörende Interessenvertretung verfügt mittlerweile bundesweit über zahlreiche Partnerbetriebe, bei denen

Endverbraucher und Automobilhändler gleichermaßen professionelle Ansprechpartner und hohe Standards bei der Fahrzeugpflege vorfinden.

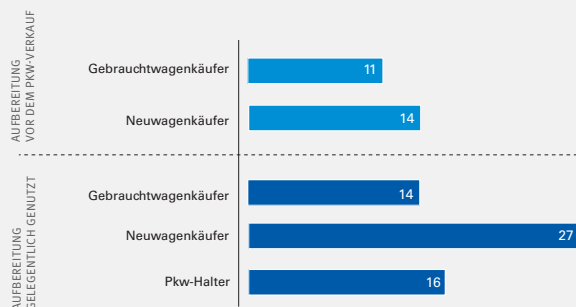
### Aufbereitung vor dem Verkauf

Vor dem Verkauf ihres Vorwagens haben 11% der Gebrauchtwagenkäufer und 14% der Neuwagenkäufer eine professionelle Aufbereitung durchführen lassen (siehe Grafik X1). Es handelt sich hierbei jeweils um Teilgruppen der für den DAT-Report befragten Autokäufer, die im Besitz eines Vorwagens waren und diesen erfolgreich verkauft haben. Etwa doppelt so viele Männer wie Frauen haben ihr Fahrzeug

vor dem Verkauf aufbereiten lassen. Bei Käufern von deutschen Premiumfabrikaten lagen die Prozentwerte deutlich über dem Durchschnitt. So haben 24% der Käufer von neuen Fahrzeugen deutscher Premiumhersteller vor dem Kauf ihren Vorwagen aufbereiten lassen. Interessanterweise wurde beim Verkauf an Privatpersonen das Fahrzeug etwas häufiger aufbereitet (15%) als bei der Inzahlunggabe im Automobilhandel (13%).

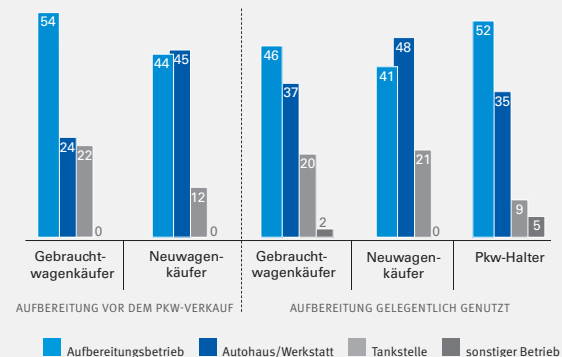
Auf die Frage, bei wem diese Aufbereitung durchgeführt wurde (vgl. Grafik X2), hatten wesentlich mehr Gebrauchtwagenkäufer (54%) einen externen Aufbereitungsbetrieb aufgesucht als die Neuwagenkäufer (44%). Diese hatten ihr Fahrzeug vor dem Verkauf zu 45% bei einem Autohaus oder der Werkstatt aufbereiten lassen, die Gebrauchtwagenkäufer dort nur zu 24%. Tankstellen waren für 22% der Gebrauchtwagenkäufer eine Anlaufstelle, für Neuwagenkäufer nur »

X1 Nutzung von Aufbereitung Angaben in Prozent



QUELLE: DAT

X2 Ort der Fahrzeugaufbereitung Angaben in Prozent



Differenz zu 100 = Rundungsdifferenzen

ID: 2015X2

QUELLE: DAT

zu 12%, um dort das eigene Auto vor dem Verkauf nochmals optisch aufbereiten zu lassen.

Gebrauchtwagenkäufer haben im Durchschnitt 145 Euro in die Aufbereitung vor dem Verkauf investiert. Die Werte der Männer lagen mit 144 Euro knapp unter denen der Frauen, die 147 Euro investiert haben.

Von den Neuwagenkäufern wurde im Schnitt 163 Euro für eine Fahrzeugpflege vor dem Verkauf des eigenen Autos ausgegeben. Männer investierten 171 Euro, Frauen 124 Euro.

#### Aufbereitung zwischendurch

Regelmäßige Wartung und Pflege erhöhen den Wiederverkaufswert eines Automobils. Dessen sind sich die Autofahrer und Autokäufer sehr sicher. Immerhin bejahen 87% sämtlicher für den DAT-Report befragten Endverbraucher diese Aussage. Allerdings fällt unter Wartung und Pflege offensichtlich noch nicht das Aufsuchen eines professionellen Aufbereiters. Auf die Frage „Nutzen Sie in regelmäßigen Abständen eine professionelle Fahrzeugaufbereitung zur Pflege Ihres Fahrzeugs, die Sie durch einen (spezialisierten) Betrieb durchführen lassen? Wir meinen hier nicht eine ‚einfache Waschstraße‘ (z. B. bei einer

Tankstelle oder Waschboxen mit Dampfstrahler/Waschbürste zur Selbstreinigung des Fahrzeugs)“, antworteten 86% der Gebrauchtwagenkäufer, 73% der Neuwagenkäufer und 84% der für den Werkstattbesuch befragten Endverbraucher mit „Nein“. Die Teilgruppe, die mit „Ja“ geantwortet hat, konnte die folgenden unterschiedlichen Zeitabstände angeben: 15% der Neuwagenkäufer mit „rund einmal im Jahr“ waren hierbei die größte Gruppe. 6% aller Befragten antworteten mit „Ja, rund einmal alle zwei Jahre und in längeren Abständen“ (vgl. Grafik X3).

Aufgeschlüsselt nach Alter ist die Generation 50 plus und die Gruppe von 30 bis 49 Jahren bei den Neuwagenkäufern etwa gleich stark an Aufbereitungsdienstleistungen interessiert: Jeweils zu 17% steht bei diesen Personen einmal pro Jahr eine Aufbereitung auf der Agenda. Erwartungsgemäß sind auch die Vielfahrer mit einer Jahresfahrleistung von über 30.000 Kilometern deutlich stärker an einer professionellen Fahrzeugaufbereitung interessiert als die Wenigfahrer. Untersucht man in diesem Aspekt die Unterschiede von Männern und Frauen, so ist die Inanspruchnahme von professioneller Fahrzeugaufbereitung

eher bei Männern angesiedelt: Einmal pro Jahr geben 6% der männlichen Gebrauchtwagenkäufer und Werkstattkunden ihr Fahrzeug in die Aufbereitung. Bei den Neuwagenkäufern sind es sogar 17% (Frauen: 5% bzw. 11%).

Gefragt nach dem Ort, wo diese Dienstleistung in Anspruch genommen wurde, nutzten 46% der Gebrauchtwagenkäufer, 41% der Neuwagenkäufer und 52% der Werkstattkunden einen externen Fachbetrieb. Das angestammte Autohaus oder die Werkstatt wurde vor allem von Neuwagenkäufern (48%) für Aufbereitungsdienstleistungen frequentiert. Gebrauchtwagenkäufer waren nur zu 37%, Werkstattkunden / Autofahrer nur zu 35% für eine Fahrzeugpflege dort zugegangen.

Tankstellen, die ebenfalls Aufbereitung anbieten, waren annähernd zu gleichen Teilen bei Gebrauchtwagen (20%) und Neuwagenkäufern (21%) eine Anlaufstelle zur Aufwertung ihres Fahrzeugs.

#### Akzeptierte Kosten

Was die durchschnittlichen Ausgaben für die gelegentliche Aufbereitung bei Gebrauchtwagenkäufern betrifft, so lagen diese bei 118,50 Euro. Aufgeschlüsselt nach Geschlecht gaben Männer 124 Euro, Frauen 108 Euro aus. Bei den Neuwagenkäufern lag der Durchschnittswert bei 124 Euro, davon entfielen auf die Männer 132 Euro, auf die Frauen 99 Euro.

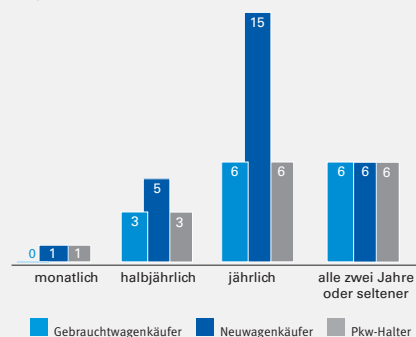
Die Gesamtheit der Autokäufer wäre allerdings bereit, mehr für eine gelegentliche Aufbereitung auszugeben als die Teilgruppe, die tatsächlich ihr Fahrzeug regelmäßig zur professionellen Fahrzeugpflege gibt. Der maximale Geldbetrag bei den Gebrauchtwagenkäufern 2014 lag bei 142 Euro, bei den Neuwagenkäufern nahezu gleichauf bei 148 Euro. Nur die Pkw-Halter, die 2014 ihr Fahrzeug bereits im Schnitt 4,5 Jahre lang gefahren hatten, würden nur 106 Euro ausgeben.

Untersucht man diese Zahlen nach Geschlecht und Marke, so ergibt sich folgendes Bild: Bei den Gebrauchtwagenkäufern sind die Männer die spendableren Kunden. Sie würden 152 Euro, Frauen dagegen nur 120 Euro



Bild: factis © anikon

X3 Häufigkeit der Pkw-Aufbereitung  
Angaben in Prozent



ID: 2015X3

QUELLE: DAT

ausgeben. Nahezu identisch sind die Zahlen bei den Neuwagenkäufern (Männer: 158 Euro, Frauen: 121 Euro). Bezogen auf die Marke sind die Käufer von deutschen Premiumfabrikaten diejenigen, die am meisten investieren. Sie würden 165 Euro bzw. 173 Euro ausgeben – je nachdem, ob sie sich 2014 einen Gebrauchtwagen oder Neuwagen gekauft haben. Fahrer von deutschen Marken würden 135 Euro bzw. 150 Euro ausgeben – ebenfalls abhängig davon, ob es sich um einen Gebrauchtwagen oder Neuwagen handelt.

Bezogen auf das Haushaltsnettoeinkommen (HHNE) lag die Spanne bei den Gebrauchtwagenkäufern zwischen 108 Euro (HHNE unter 1.500 Euro) und 201 Euro (HHNE über 5.000 Euro). Bei den Neuwagenkäufern verhielt es sich ähnlich: Die Spanne betrug zwischen 131 Euro (unter 1.500 Euro HHNE) und 196 Euro (über 5.000 Euro HHNE). ■

Regelmäßige Wartung und Pflege erhöhen den Wiederverkaufswert eines Automobils. 87% aller für den DAT-Report befragten Endverbraucher bestätigen diese Aussage. Allerdings nutzt nach wie vor nur ein geringer Teil der Endverbraucher diese Dienstleistungen. Um diese Situation zu verändern, sind nicht nur die Aufbereiter gefragt, sondern insbesondere auch die Automobilbetriebe. Sie können in Zusammenarbeit mit den Aufbereitungsbetrieben passende Paketlösungen bei jedem Kundenkontakt anbieten. Sonderaktionen oder saisonale Angebote zur Aufbereitung auf der Webseite gehören genauso da-

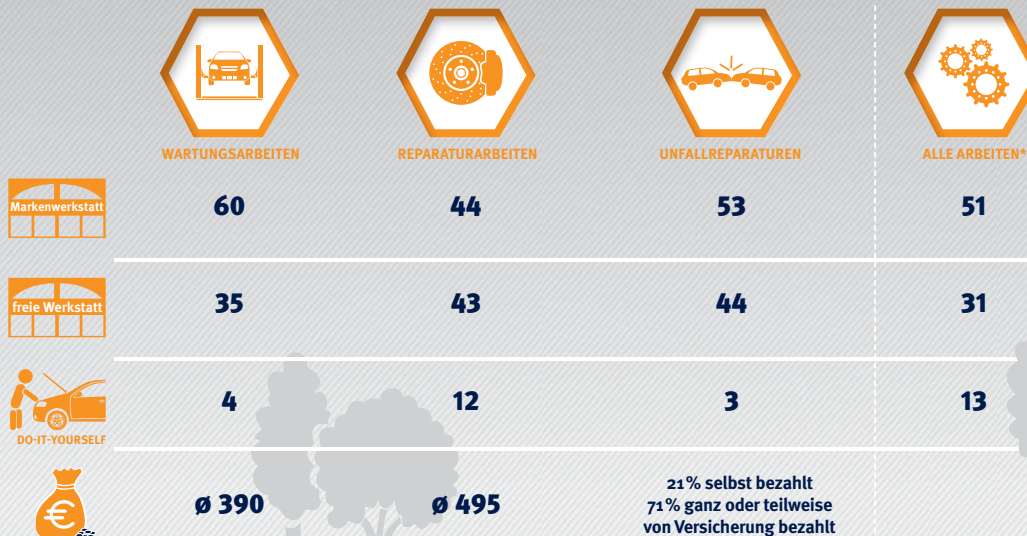
zu wie z. B. ein zur Hälfte aufbereitetes Fahrzeug im Showroom. All dies hilft dabei, die Autofahrer für diese Thematik zu sensibilisieren. Vom Know-how der Aufbereiter können Werkstatt- und Verkaufspersonal gleichermaßen profitieren, denn kaum einer kennt das Fahrzeug besser als der Aufbereiter. Versteckte Mängel am Fahrzeug sieht der Aufbereiter oft zuerst. Daher sollte er auch bei der Top-Down-Kalkulation einer Inzahlungnahme befragt werden, da er zudem den Verschmutzungsgrad und damit die Aufwände für die Aufbereitung besser abschätzen kann.



# 3. WARTUNG UND REPARATUR

Gesamtübersicht +++ Fahrzeugwartung +++ Große, kleine und sonstige Inspektion +++ Ölwechsel +++ Reparaturarbeiten +++ Unfallreparaturen +++ Do-it-yourself +++ Ersatzteilquellen +++ Eigenes Know-how +++ Schiedsstellen +++ Informationsverhalten +++ Kundenzufriedenheit +++ Kundendienstnetz +++ Werkstatttage

**W1** **Wartungs- und Reparaturarbeiten 2014**  
Angaben in Prozent



\*Inkl. aller Reparaturen und Zubehör-einbau wie z. B. Hifi, Radwechsel, Öl-Check oder Fahrradträger montieren  
Differenz zu 100% = keine Angabe

ID: 2015W1

QUELLE: DAT

## 1. GESAMTÜBERSICHT

Der Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK) hat 38.500 Betriebsstätten im Jahr 2014 ermittelt, davon waren 17.500 Markenwerkstätten und 21.000 freie. Diese Anzahl ist identisch zum Vorjahr. Die DAT-Untersuchung zeigt deutlich die Entwicklung des Werkstätten-Netzes, insbesondere das Verhältnis der Markenwerkstätten zu den freien Werkstätten.

Im Kapitel „Wartung und Reparatur“ geht der DAT-Report 2015 detailliert auf die Gewohnheiten der Pkw-Besitzer ein. Für das Jahr 2014 hat die DAT einen vorläufig geschätzten Fahrzeugbestand von 44.281.230 Einheiten (+1% gegenüber dem Vorjahr) ermittelt. Die tatsächliche Zahl des Kraftfahrt-Bundesamts (KBA) in Flensburg lag zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses noch nicht vor. Daher wird für die Hochrechnung des Bestands für

2014 die Entwicklung der Vorjahre herangezogen. So waren es im Jahr 2013 insgesamt 43.851.230 Einheiten (+1% gegenüber 2012). Zum Hintergrund: Seit 2007 veröffentlicht das KBA den Bestand nur noch ohne vorübergehende Stilllegungen. Addiert werden müsste demnach ein Teil der Außerbetriebsetzungen. Als Außerbetriebsetzung gilt die vorübergehende oder endgültige Abmeldung eines Fahrzeugs (z. B. Verschrottung, Ausfuhr ins Ausland, Nutzung ausschließlich auf nicht öffentlichem Gelände, wie z. B. Firmengelände). Diese belaufen sich laut KBA für 2013 auf insgesamt 8,1 Mio. Einheiten.

Abzüglich der verschrotteten und exportierten Fahrzeuge wird eine Gesamtzahl von insgesamt 50,2 Mio. Einheiten für die Berechnung der Reparaturarbeiten herangezogen. Diese Zahl wurde seit 2007 mit den Bestands-

steigerungen 2008 bis 2014 hochgerechnet. Das Durchschnittsalter des Pkw-Bestands lag 2014 bei 8,8 Jahren (vorläufige Annahme; die KBA-Bestandszahlen lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor) und liegt damit über Vorjahresniveau. Die ehemals neu gekauften Pkw waren im Durchschnitt 5,7 (2013: 5,4), die gebraucht gekauften 9,5 (2013: 9,1) Jahre alt.

### Arbeitsvolumen gesunken

Die DAT-Untersuchung zeigt, dass unter Berücksichtigung des vorläufig geschätzten Pkw-Bestands die Anzahl der von den Fahrzeughaltern veranlassten oder selbst durchgeführten Arbeiten um 9,2% gefallen ist.

Bei der Durchführung von Wartungsarbeiten legten freie Werkstätten um drei Prozentpunkte auf 35% zu (vgl. Grafik **W1**). Bei Reparaturarbeiten konnten sie vier Prozentpunkte dazu-

gewinnen und halten jetzt 43%. Der Anteil der Fahrzeugbesitzer, die ihr Auto selbst reparieren, lag auf das Gesamtvolumen bezogen bei 13%. Allerdings sind bei dieser Zahl alle Arbeiten, also auch kleine Schönheitsreparaturen oder das Anbringen eines Dachgepäckträgers inbegriffen. Unfallreparaturen wurden zu 53% in Markenwerkstätten in Auftrag gegeben, eine Steigerung von vier Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr.

### Werkstatttreue nahezu stabil

Ein Blick auf die Werkstatttreue zeigt: 80% (2013: 83%) der Autofahrer, die ihr Fahrzeug in einer Werkstatt reparieren und warten ließen, brachten wie im Vorjahr dieses immer in denselben Betrieb, waren demnach Stammkunden.

Den Werkstätten ist es somit nicht perfekt gelungen, alle Kunden zu halten. Die Werkstatttreue unterscheidet sich jedoch vor dem Hintergrund, ob das Auto neu oder gebraucht gekauft wurde. Diejenigen, die ihren Pkw neu gekauft hatten, blieben zu 83% (2013: 83%) ihrer Werkstatt treu. Wurde das Fahrzeug gebraucht gekauft, dann traf dies für 77% (2013: 78%) der Halter zu.

Die Fahrer von Importmarken gingen zu 82% (2013: 83%) immer in dieselbe Werkstatt – ein leichter Rückgang im Vergleich zum Vorjahr. Die Fahrer deutscher Marken minimierten ihre Loyalität auf 79% (2013: 84%).

Die Halter deutscher Premiumfabrikate zeigten eine Werkstattloyalität von 79%. Bei den Fahrzeughaltern ab 50 Jahren und älter blieben im Jahr 2014 ganze 84% (2013: 86%) ihrer Werkstatt kontinuierlich treu. Im Bereich der 30- bis 49-Jährigen hat sich im Vergleich zum Vorjahr eine leicht negative Entwicklung vollzogen, denn die Treue dieser Altersgruppe lag im Vorjahr bei 78% und fiel 2014 auf 76%.

Entgegen den Erwartungen, dass die Werkstatttreue mit dem zunehmenden Alter des Pkw abnehmen würde, blieben die Halter loyal. So wurden auch im Jahr 2014 Pkw bis zu einem Alter von sechs bis acht Jahren noch zu einem sehr großen Teil, nämlich zu insgesamt 77% (2013: 81%) in ein und dieselbe Werkstatt gebracht. Fahrzeuge, die älter als acht Jahre sind, wurden 2014 noch zu 75% (2012: 83%) immer in derselben Werkstatt betreut. Vor der finalen Auftragsvergabe holten sich 40% der Befragten einen Kostenvorschlag vor Ort.

**80%**

**der Werkstattkunden waren Stammkunden.**

**W2 Häufigkeit der Wartungsarbeiten im Trend**



ID: 09331028

QUELLE: DAT

**2. FAHRZEUGWARTUNG**

Das Wartungs-Soll, das im Jahr 2014 so niedrig war wie nie zuvor, wird in den nächsten Jahren weiterhin sinken, während die jährliche Fahrleistung steigt. Diese ist im Vergleich zum Vorjahr von durchschnittlich 14.210 km auf 14.460 km gestiegen. Auf der anderen Seite wird die Fahrzeugtechnik durch den immer stärkeren Einsatz von Elektronik zunehmend kompli-

zierter, was dazu führt, dass Fahrzeughalter immer weniger Wartungsarbeiten selbst durchführen können. Dies erklärt, warum die Besitzer immer häufiger für Wartungsarbeiten die Hilfe einer Fachwerkstatt in Anspruch nehmen müssen.

Steigende Pkw-Unterhaltskosten könnten dazu führen, dass ein Teil der Autofahrer versucht, durch einen „großzügigen“ Umgang mit der War-



Bild: Fotolia © Iann buchheim

zung Unterhaltskosten einzusparen. Im Jahr 2014 haben 34% (2013: 30%) der Fahrzeughalter komplett auf eine große, kleine oder sonstige Inspektion verzichtet.

**2.1 WARTUNGSHÄUFIGKEIT**

Wie Grafik W2 zeigt, wurden 2014 je Pkw 0,83 Wartungsarbeiten durchgeführt, etwas weniger als 2013 (0,90). Das hat sich in der Art der durchgeführten Arbeiten niedergeschlagen (siehe Grafik W3). Die Auftragsvergabe einer großen Inspektion fiel im Vergleich zum Vorjahr von 39% auf 21%.

Die vom Hersteller vorgegebenen Wartungsintervalle sind bei jungen Fahrzeugen länger als bei älteren. Deshalb ist es ganz normal, dass an den maximal zwei Jahre alten Pkw mit Abstand die wenigsten Arbeiten durchgeführt wurden. Dies zeigt Grafik W4. Bei den Pkw im Alter von zwei bis vier Jahren lässt sich ein leichter Rückgang der Wartungshäufigkeit feststellen. Gleiches gilt für Autos älter als acht Jahre.

Grafik W5 zeigt ferner den Unterschied zwischen neu gekauften Fahr-

zeugen, die 2014 im Schnitt 5,7 Jahre alt waren (2013: 5,4), und gebraucht gekauften, die 9,5 Jahre alt waren (2013: 9,1). Die Halter haben bei den neu gekauften Pkw die Wartungshäufigkeit im Vergleich zum Vorjahr von 0,90 auf 0,81 verringert.

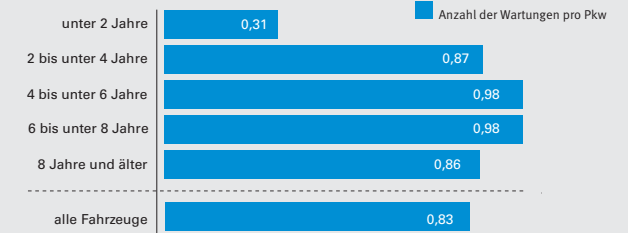
Bei den gebraucht gekauften ist der Wert von 0,92 auf 0,85 gesunken. Am stärksten fiel der Anteil von großen Inspektionen an gebraucht gekauften Pkw von 39% im Jahr 2013 auf 30% im Jahr 2014.

**2.2 FAKTOR PKW-ALTER**

Wie Grafik W6 deutlich zeigt, verlagern sich die Wartungsarbeiten mit dem Fahrzeugalter. So lag der Anteil der Markenwerkstätten als Durchführungsort bei Fahrzeugen von acht bis zehn Jahren nur noch bei 43%, bei den Pkw älter als zehn Jahre noch bei 39%. Freie Betriebe haben bei diesen Fahrzeugen einen Anteil von 53% erreicht.

Eine durchaus wichtige Rolle bei der Wahl der Werkstatt spielt für die Kunden auch die Tatsache, ob das Fahrzeug ehemals neu oder gebraucht gekauft wurde. 72% der Fahrzeughalter, die ihren Wagen einst neu gekauft

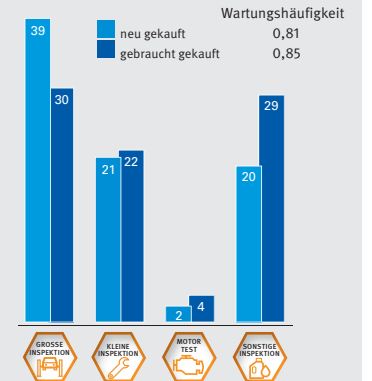
**W4 Wartungshäufigkeit nach Pkw-Alter 2014**



ID: 09351030

QUELLE: DAT

**W5 Wartungsverhalten nach Fahrzeugerwerb 2014**  
Angaben in Prozent



ID: 09361031

QUELLE: DAT

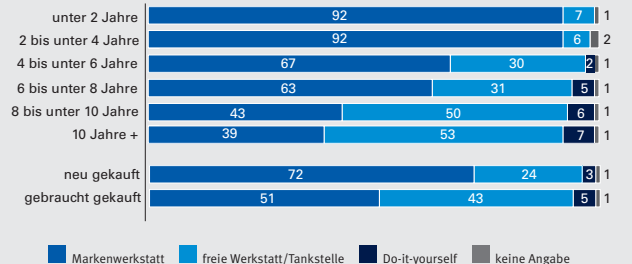
**W3 Häufigkeit der verschiedenen Wartungsarbeiten im Trend**  
Angaben in Prozent

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
GROSSE INSPEKTION	41	43	42	41	38	39	44	37	39	34	↘
KLEINE INSPEKTION	24	24	25	24	22	24	22	22	24	21	↘
MOTOR TEST	5	5	5	6	4	5	5	5	3	3	↔
SONSTIGE INSPEKTION	28	24	25	24	23	24	25	26	25	25	↔
Wartungshäufigkeit pro Pkw	1,00	0,95	0,95	0,95	0,90	0,90	0,95	0,90	0,90	0,83	↘

ID: 09341029

QUELLE: DAT

**W6 Durchführungsort von Wartungsarbeiten nach Fahrzeugalter und -erwerb 2014**  
Basis: Wartungsarbeiten durchgeführt; Angaben in Prozent

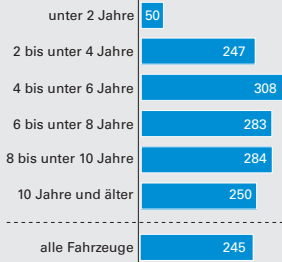


ID: 09351030

QUELLE: DAT



**W7** **Wartungsaufwand nach Pkw-Alter 2014**  
Angaben in Euro



ID: 09331028

QUELLE: DAT

**2.3 WARTUNGS-AUFWAND**

Eine zentrale Stellgröße im Werkstattgeschäft sind die durchschnittlichen Kosten pro Wartung. Im Jahr 2014 gaben die Fahrzeughalter 245 Euro (vgl. Grafik W7) aus, weniger als im Jahr zuvor (261 Euro). Legt man die Kosten auf die Fahrleistung um, die 2014 bei 14.460 km (2013: 14.210 km) lag, dann ergibt sich ein durchschnittlicher Wartungsaufwand von 1,7 Cent (2013: 1,8 Cent) pro gefahrenem Kilometer. Den geringsten Aufwand hatten die Halter junger Fahrzeuge unter zwei

Jahren. Den höchsten Kostenfaktor verursachten die vier bis sechs Jahre alten Fahrzeuge, die zehn Jahre und älteren Pkw lagen bei rund 250 Euro Wartungsaufwand.

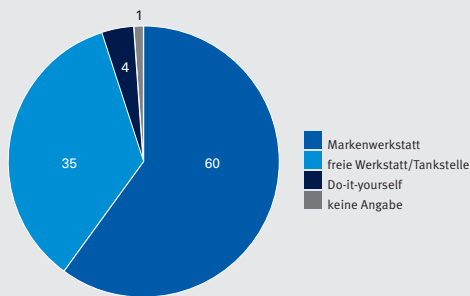
In Abhängigkeit von der jeweiligen Fahrzeugmarke lag der Wartungsaufwand zwischen 209 Euro bei Importmodellen, 264 Euro bei deutschen Marken und 302 Euro bei deutschen Premiummarken. Halter neu gekaufter Autos gaben 2014 durchschnittlich 238 Euro (2013: 242 Euro) für die Wartung aus. Die Halter gebraucht gekaufter Fahrzeuge investierten mit 251 Euro zwar etwas mehr, aber dennoch deutlich weniger als im Vorjahr 2013 (280 Euro).

Arbeiten wurden aber nur an 66 % (2013: 70 %) der Fahrzeuge durchgeführt. Dies bedeutet, dass der durchschnittliche Kosten-Aufwand für tatsächlich gewartete Pkw bei 390 Euro oder 2,7 Cent pro gefahrenem Kilometer lag (2013: 373 Euro; 2,6 Cent/km).

**2.4 DURCHFÜHRUNGORT**

Wie Grafik W8 zeigt, liegt der Anteil der Markenwerkstätten bei den Wartungsarbeiten bei 60 % – das ist ein Rückgang im Vergleich zum Vorjahr von vier Prozentpunkten. Die freien Werkstätten konnten um drei Prozentpunkte zulegen und erreichten im Jahr 2014 einen Anteil von 35 %. Gemein-

**W8** **Durchführungsort von Wartungsarbeiten 2014**  
Basis: Wartungsarbeiten durchgeführt; Angaben in Prozent



ID: 09371032

QUELLE: DAT



Bild: Fotolia © Tobias Kellenbach

sam lag der Werkstattanteil damit bei 95 % – ein Prozentpunkt mehr als im Vorjahr.

**2.5 GROSSE INSPEKTION**

Eine große Inspektion ließen insgesamt 34 % (2013: 39 %) der Pkw-Halter im Jahr 2014 durchführen. Wie Grafik W9 ausweist, haben im Jahr 2014 die Markenwerkstätten ihren Marktanteil bei dieser Form der Inspektion von 71 % (2013) auf 72 % gesteigert. Die freien Kfz-Betriebe konnten ihren Anteil von 25 % nicht halten. Der Gesamtwerkstättenanteil an der großen Inspektion erreichte im Jahr 2014 97 % und lag somit auf Vorjahresniveau.

Unterscheidet man zwischen neu und gebraucht gekauften Fahrzeugen, so wurde die große Inspektion zu 79 % (2013: 78 %) an neu gekauften, an gebraucht gekauften nur zu 64 % (2013: 63 %) in einer Markenwerkstatt durchgeführt. Bei der Analyse ist auffällig, dass der Anteil der Markenwerkstätten bei Autos bis zu vier Jahren mit 96 % (2013: 95 %) erneut einen hohen Wert erreichte. Waren die Pkw acht Jahre und älter, ließen noch 56 % (2013: 49 %) der Halter die große Inspektion in einer Werkstatt ihrer Automarke durchführen. Deutlich mehr als im Vorjahr.

**2.6 KLEINE INSPEKTION**

Ein weiterer wichtiger Punkt im Werkstattgeschäft ist die Durchführung kleiner Inspektionen. Der Marktanteil der Vertragswerkstätten ist 2014 hier-

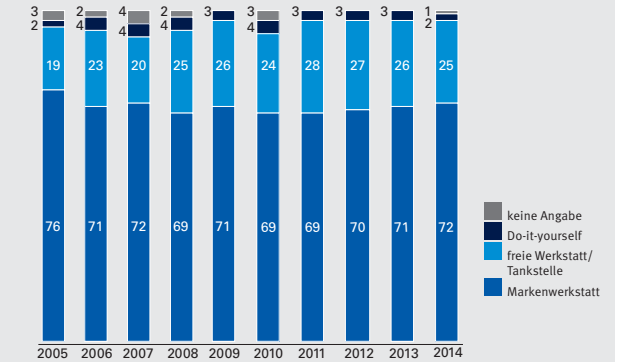
bei von 64 % (2013) auf 60 % etwas gesunken. Weitere 33 % (2013: 31 %) dieser Inspektionsarbeiten wurden in freien Werkstätten durchgeführt. Damit liegt der absolute Werkstattanteil 2014 bei 93 % (2013: 95 %) (vgl. Grafik W10). Bei den maximal vier Jahre alten Fahrzeugen hatten die Markenwerkstätten einen Anteil von 92 % (2013: 92 %), bei den vier bis sechs Jahre alten Pkw lag er bei 62 %, bei den acht Jahre und älteren nur noch bei 34 %.

**2.7 SONSTIGE INSPEKTION**

Die vom Hersteller/Importeur empfohlenen Inspektionen ersetzen vor allem die Halter älterer Fahrzeuge häufig durch sonstige Inspektionen. Wie Grafik W11 zeigt, wurden 2014 diese Arbeiten zu 46 % (2013: 53 %) in einer Vertragswerkstatt und zu 47 % (2013: 43 %) in einer freien Werkstatt durchgeführt.

Eine Erklärung hierfür könnte sein, dass auch sogenannte „HU-Vorab-Checks“ zu sonstigen Inspektionen zählen. Diese Dienstleistung ist besonders für Halter älterer Pkw interessant, die ihr Fahrzeug tendenziell in freien Werkstätten überprüfen und reparieren lassen. Wie sehr das Fahrzeugalter Einfluss auf die Durchführung einer sonstigen Inspektion / eines Motortests hat, zeigt sich darin, dass solche Arbeiten zu 60 % (2013: 52 %) an acht Jahre oder älteren Fahrzeugen in freien Werkstätten durchgeführt wurden.

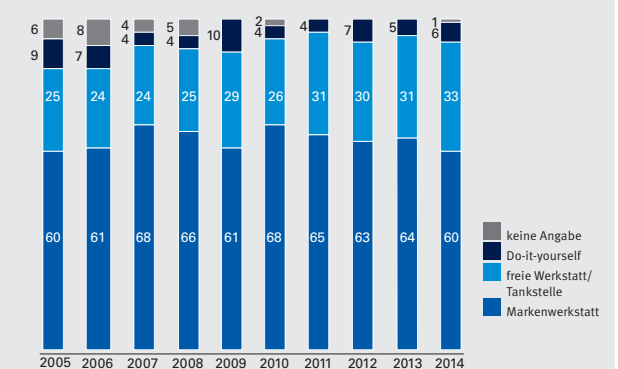
**W9** **Große Inspektion: Durchführungsort im Trend**  
Basis: Wartungsarbeiten durchgeführt; Angaben in Prozent



ID: 09401035

QUELLE: DAT

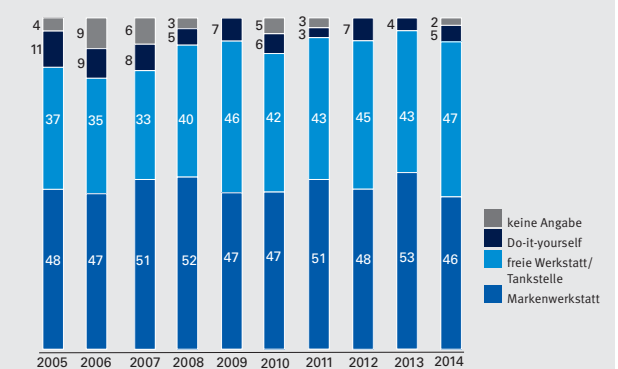
**W10** **Kleine Inspektion: Durchführungsort im Trend**  
Basis: Wartungsarbeiten durchgeführt; Angaben in Prozent



ID: 09411036

QUELLE: DAT

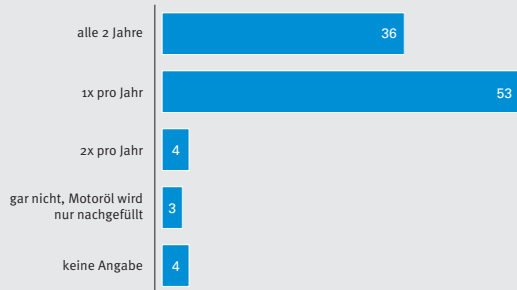
**W11** **Sonstige Inspektion: Durchführungsort im Trend**  
Basis: Wartungsarbeiten durchgeführt; Angaben in Prozent



ID: 09421037

QUELLE: DAT

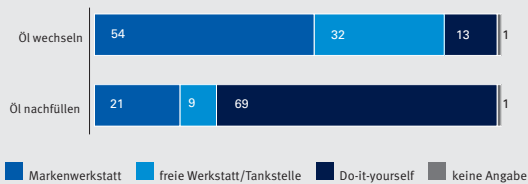
**W12 Häufigkeit des Ölwechsels 2014**  
Angaben in Prozent



ID: 09441039

QUELLE: DAT

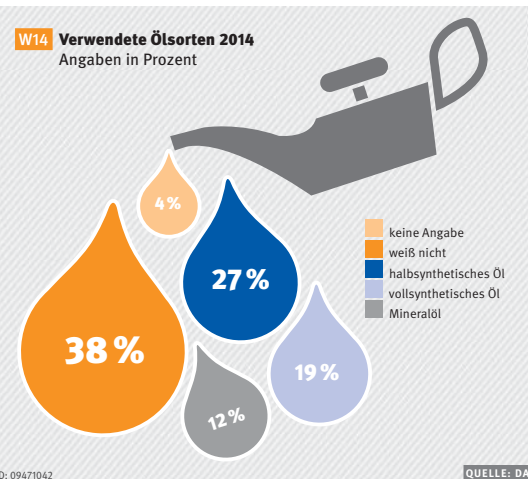
**W13 Durchführungsort von Ölwechsel/Nachfüllen**  
Angaben in Prozent



ID: 2015W13

QUELLE: DAT

**W14 Verwendete Ölsorten 2014**  
Angaben in Prozent



ID: 09471042

QUELLE: DAT

**3 ÖLWECHSELGEWOHNHEITEN**

Betrachtet man die Gewohnheiten der Autofahrer in Bezug auf den Ölwechsel, so sind die aktuellen Zahlen im Vergleich zum Vorjahr relativ stabil geblieben. Alle zwei Jahre oder einmal jährlich sind die Zyklen, die von den meisten Autofahrern eingehalten werden. Heruntergerechnet auf das einzelne Fahrzeug wurden 2014 0,80 Ölwechsel pro Jahr durchgeführt (die Zahlen von den Vorjahren: 2013: 0,83; 2012: 0,85).

Dies ergibt sich aus der in Grafik **W12** dargestellten Häufigkeitsverteilung. Bezogen auf die Jahreslaufleistung von 14.460 km bedeuten die 0,80 Ölwechsel, dass statistisch alle 18.075 km das Motoröl gewechselt wurde (2013: alle 17.120 km).

**Hoher Werkstattanteil**

Der Gesamt-Werkstättenanteil an den Ölwechseln lag 2014, wie Grafik **W13** zeigt, bei 86% (2013: 88%) und ist damit auf einem weiterhin hohen Niveau. Wer sein Öl in der Werkstatt tauschen ließ, hatte es zu 7% selbst mitgebracht. 93% ließen das von der Werkstatt üblicherweise angebotene Öl verwenden. Wer 2014 mehr als 30.000 km pro Jahr gefahren war, brachte zu 8% sein Öl selbst mit.

Häufig wird zwischen den Wechseln auch Motoröl nachgefüllt; insbesondere bei älteren Fahrzeugen ist dies oft erforderlich. Das Nachfüllen wurde auch 2014 mehrheitlich von den Haltern selbst erledigt.

Wie Wartungs- und Reparaturarbeiten werden auch Ölwechsel mit zunehmendem Fahrzeualter immer seltener in Markenwerkstätten durchgeführt. So lag deren Anteil bei den unter zwei Jahre alten Fahrzeugen bei 81% (2013: 88%) und sank dann ganz kontinuierlich auf 33% (2013: 32%) bei den acht Jahre und älteren Fahrzeugen. In Bezug auf das Alter blieb dagegen der Anteil der freien Werkstätten im Vergleich zum Vorjahr stabil, die an den unter zwei Jahre alten Fahrzeugen wie im Vorjahr 10% der Ölwechsel durchführten. Bei den acht Jahre und älteren Autos stieg der Wert auf 40% (2013: 47%).

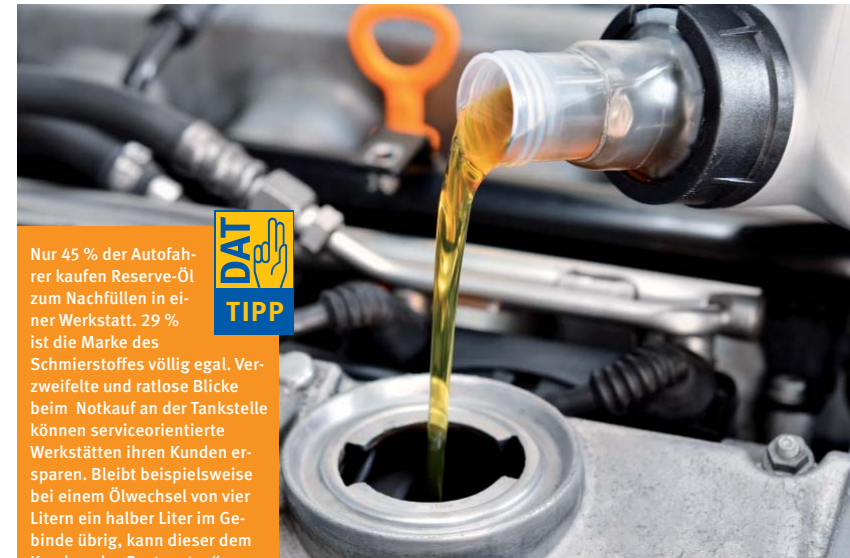


Bild: Fotolia © Avantiarte

Nur 45% der Autofahrer kaufen Reserve-Öl zum Nachfüllen in einer Werkstatt. 29% ist die Marke des Schmierstoffes völlig egal. Verzweifelte und ratlose Blicke beim Notkauf an der Tankstelle können serviceorientierte Werkstätten ihren Kunden ersparen. Bleibt beispielsweise bei einem Ölwechsel von vier Litern ein halber Liter im Gebinde übrig, kann dieser dem Kunden als „Restposten“ verkauft werden. Der Kunde kann so sicher sein, das richtige Öl zu bekommen und muss sich keine unnötigen Gedanken beim Kauf machen.



**Mehr Do-it-yourself-Anteil**

Leicht zugenommen hat der Wechsel des Schmiermittels in Eigenregie: 2014 wurden 13% (2013: 11%) der Ölwechsel von den Haltern selbst oder von Bekannten durchgeführt. Ebenfalls an Beliebtheit gewonnen hat der Wechsel im Do-it-yourself-Bereich bei den unter zweijährigen Fahrzeugen von 0% (2013) auf 6%. Ansteigend war die Tendenz der Selbstmacher ebenso bei den acht Jahre und älteren Autos von 10% im Jahr 2013 auf 24% im Jahr 2014.

**Motorölsorte oft unbekannt**

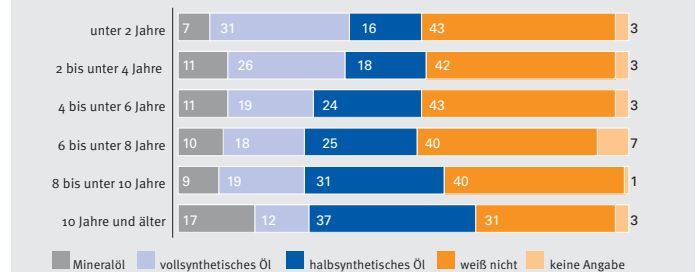
Ein qualitativ hochwertiges Öl ist für die Fahrzeughalter (und Werkstätten) wichtig. Aufgeschlüsselt nach Sorte wurde zu 12% Mineralöl, zu 27% halb- und zu 19% vollsynthetisches Öl verwendet. Knapp die Hälfte

der Fahrzeughalter (42%) konnte oder wollte allerdings nicht angeben, welches Öl zur Schmierung des Motors tatsächlich eingefüllt wurde.

Männliche Autofahrer wussten die Sorte zu 31% nicht, Frauen sogar zu 57%. Aufgegliedert nach dem Fahrzeualter wissen zwischen 31% und 43% aller Nutzer nicht, welche Motor-

ölsorte sie allgemein verwenden (vgl. Grafik **W15**). Sehr gering war ferner die Zahl derjenigen, die einen Vorrat an Öl im Fahrzeug mit sich führen, falls etwas nachgefüllt werden muss. 2014 waren das knapp 8% der Autofahrer. Für die Werkstätten gibt es hier große Potenziale, was die Beratung und den Verkauf von Öl betrifft.

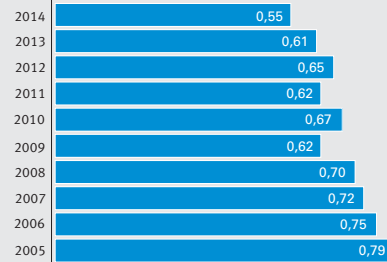
**W15 Verwendete Ölsorten nach Fahrzeualter 2014**  
Angaben in Prozent



ID: 09481043

QUELLE: DAT

**W16 Häufigkeit von Reparaturarbeiten im Trend**  
Angaben pro Pkw



ID: 09491044

QUELLE: DAT

**4. REPARATURARBEITEN**

**4.1 FAKTOR PKW-ALTER**

Nachdem es den Herstellern und Importeuren gelungen ist, die Lebensdauer fast aller Verschleißaggregate zu verlängern, hat dies zur Folge, dass die Zahl der Verschleißreparaturen je Pkw und Jahr tendenziell immer weiter zurückgeht. 2014 ist sie mit 0,55 (2013: 0,61) derartigen Reparaturen pro Pkw weiter gesunken und erreicht ein Allzeittief (vgl. Grafik **W16**).

Die jährliche Fahrleistung ist von 14.210 km auf 14.460 km gestiegen. Speziell bei den Verschleißreparatu-

ren muss man daher mutmaßen, dass die Fahrzeughalter oft die eine oder andere eigentlich fällige Reparatur nicht durchführen lassen.

Insgesamt wurden 2014 nur an 35% (2013: 36%) aller Pkw Verschleißschäden beseitigt. An Fahrzeugen, die tatsächlich repariert wurden, fielen damit wie im Vorjahr circa 1,6 Reparaturen (2013: 1,7) an. Betrachtet man diese Arbeiten bezogen auf das Fahrzeugalter, so wurden an 13% (2013: 10%) der bis zwei Jahre alten Fahrzeuge Verschleißschäden beseitigt. Die höchste Quote war erwartungsgemäß an den acht Jahre und älteren Fahrzeu-

**DAT TIPP**  
22% der Besitzer von acht Jahre und älteren Pkw gaben an, nötige Reparaturen so lange wie möglich herauszuschieben. Grund hierfür dürfte die Angst vor hohen Kosten sein, die wirtschaftlich den Wert des Fahrzeugs erreichen oder übersteigen. Um die Angst zu nehmen, hilft nur langfristiges Vertrauen aufzubauen. Zeitwertgerechte Reparaturen, unter Umständen mit aufbereiteten Originalteilen, können für preissensible Autobesitzer attraktiv sein.

gen zu verzeichnen. An 48% (2013: 52%) der Pkw dieser Altersklasse wurden 2014 Reparaturen durchgeführt.

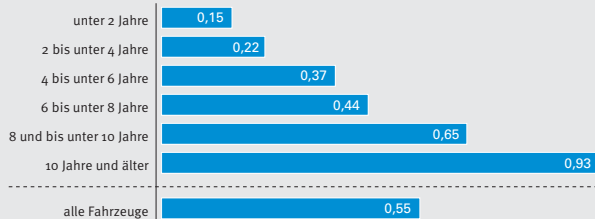
**Mehr Reparaturen bei älteren Fahrzeugen**

Grafik **W17** zeigt die Häufigkeit von Verschleißreparaturen je Auto in Abhängigkeit vom Fahrzeugalter. Sehr deutlich wird an dieser Auswertung, dass ein steigendes Fahrzeugalter mehr Reparaturen zur Folge hat.

Allerdings hatten 2014 bereits die unter zwei Jahre alten Pkw eine leicht höhere Quote als im Vorjahr: 2014 lag die Zahl bei 0,15 (2013: 0,12). Bei den zwei bis vier Jahre alten Pkw zeigten sich Schäden an Motor, Bremsbelägen sowie der elektrischen Anlage. Ab dem vierten Jahr kamen durchschnittlich Reparaturen an der Motorelektrik sowie der Bremsanlage hinzu. Fahrzeuge mit einem Alter von sechs Jahren tendierten zusätzlich zu Verschleißschäden an elektrischen Anlagen und am Motor.

Die Häufigkeit der durchgeführten Verschleißreparaturen an ausgewählten, einzelnen Teilen/Aggregaten zeigt Grafik **W18**. Reparaturen an Bremsen, an der elektrischen Anlage und an Lenkungs- bzw. Radaufhängungsaggregaten nahmen hierbei 2014 die Spitzenplätze ein. Den Einfluss des Alters auf

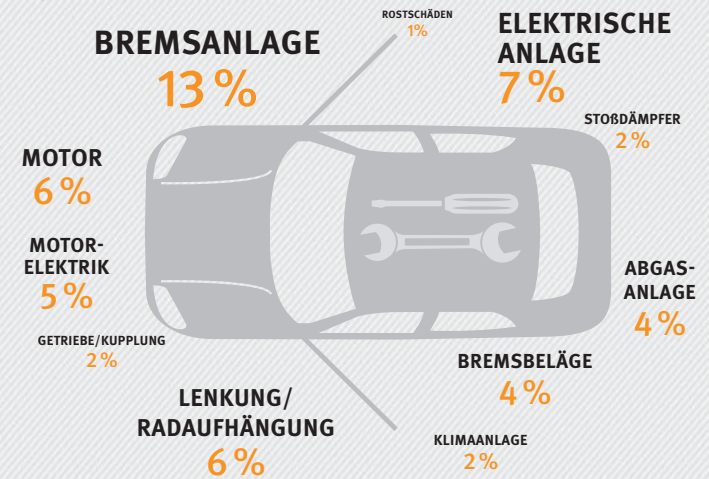
**W17 Reparaturarbeiten nach Pkw-Alter 2014**  
Angaben pro Pkw/Jahr



ID: 09501045

QUELLE: DAT

**W18 Reparaturarbeiten 2014**  
Angaben in Prozent



ID: 09511046

QUELLE: DAT

die Schadenshäufigkeit der wesentlichen Verschleißteile bzw. Aggregate zeigt Grafik **W19**.

Seit diesem Jahr wurde die Befragung nach reparaturauffälligen Teilen um den Punkt Klimaanlage erweitert. Ein Thema, das Fahrzeughalter junger und alter Wagen betrifft. Die höchste Verschleißquote hatten hier die zehn Jahre und älteren Fahrzeuge mit einem Anteil von 4%.

**4.2 REPARATURAUFWAND**

Die Zahl der Verschleißreparaturen je Fahrzeug ist 2014 gesunken. Gleiches gilt für den finanziellen Aufwand für diese Reparaturen.

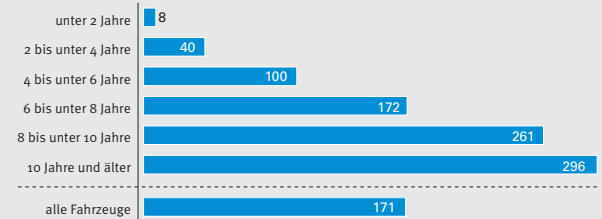
Während die Fahrzeughalter 2013 durchschnittlich 191 Euro für die Beseitigung solcher Reparaturen investierten, waren es 2014 nur noch 171 Euro. Das ist ein deutlicher Rückgang, der sich speziell bei sechs bis acht Jahre alten Autos bemerkbar machte: An einem Großteil dieser Fahrzeuge (62%) wurden 2014 keinerlei Reparaturen durchgeführt; die durchschnittlichen Aufwände in die-

sem Alterssegment fielen im Vergleich zum Vorjahr um 55 Euro von 227 auf nur noch 172 Euro.

Verrechnet man die über alle Pkw-Alterssegmente ermittelten 171 Euro mit der durchschnittlichen Jahresfahrleistung von 14.460 km, so ergibt dies für das Jahr 2014 einen Repara-

turaufwand von 1,2 Cent/km (2013: 1,3 Cent/km). Das ist etwas weniger im Vergleich zu 2013, als die Jahresleistung etwas geringer war. Reparaturen an Fahrzeugen, die auf Garantie- oder Kulanzbasis durchgeführt wurden, sind in den vorgenannten Beträgen nicht berücksichtigt.

**W19 Aufwand Reparaturarbeiten nach Pkw-Alter 2014**  
Angaben in Euro



ID: 09571052

QUELLE: DAT

**W20 Ort der Reparaturarbeiten im Trend**

Basis: Reparaturen durchgeführt; Angaben in Prozent

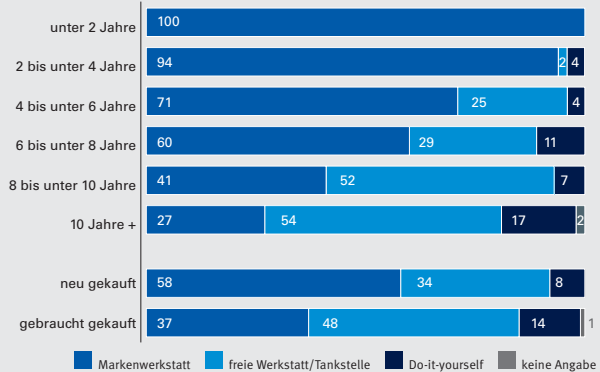
	Markenwerkstatt	freie Werkstatt/ Tankstelle	Do-it-yourself	keine Angabe
2014	44	43	12	1
2013	46	39	14	1
2012	44	45	10	1
2011	47	42	8	3
2010	43	43	12	2
2009	43	41	14	2
2008	45	37	16	2
2007	49	33	14	4
2006	49	35	9	7
2005	46	35	15	4

ID: 09531048

QUELLE: DAT

**W21 Durchführungsort von Reparaturarbeiten nach Fahrzeugalter und -erwerb 2014**

Basis: Reparaturarbeiten durchgeführt; Angaben in Prozent

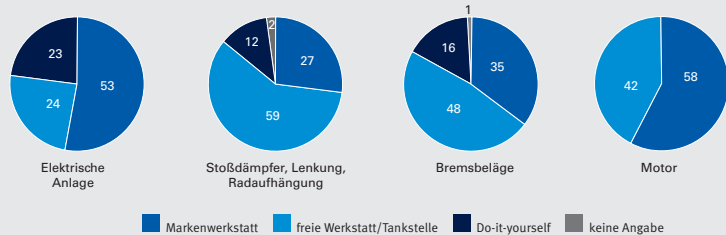


ID: 2015W21

QUELLE: DAT

**W22 Reparaturarbeiten nach ausgewählten Aggregaten 2014**

Basis: Reparaturen durchgeführt; Angaben in Prozent



ID: 09541049

QUELLE: DAT

**4.3 DIE ROLLE DER WERKSTÄTTEN**

Die Markenwerkstätten führten 2014 44% der Reparaturarbeiten durch (2013: 46%). Die freien Werkstätten erreichten einen Marktanteil von 43% und konnten nach den 39% im Jahr 2013 um vier Prozentpunkte zulegen (vgl. Grafik W20). Wie bei der Wartung werden auch bei Reparaturen (wie z. B. Verschleißschäden) mit zunehmendem Fahrzeugalter tendenziell mehr Arbeiten von freien Werkstätten durchgeführt. Dies zeigt Grafik W21 sehr deutlich.

Unterschiedlich verhielten sich die Halter neu bzw. gebraucht gekaufter Fahrzeuge. Die ehemaligen Neuwagenkäufer sind 2014 häufiger in die Markenwerkstatt gefahren (2014: 58%; 2013: 57%). Die freien Betriebe hielten bei dieser Kundengruppe ihren Marktanteil von 34%. Bei den Haltern, die ein gebrauchtes Auto kauften, lagen die Markenwerkstätten bei 37% (2013: 38%), die Freien bei 48% (2013: 42%).

Untersucht man den Ort der Durchführung von Verschleißarbeiten bezogen auf ausgewählte Aggregate (vgl. Grafik W22), fällt auf, dass die freien Werkstätten bei Reparaturen an Bremsbelägen, Stoßdämpfern, Lenkung und Radaufhängung deutlich gewonnen haben. Die Markenwerkstätten legten dagegen bei Arbeiten am Motor und elektrischen Anlagen zu. Eine Begründung könnte hier sein, dass die zunehmende Fahrzeugelektrik teilweise nur von markenspezifischen Prüfgeräten genau diagnostiziert werden kann.



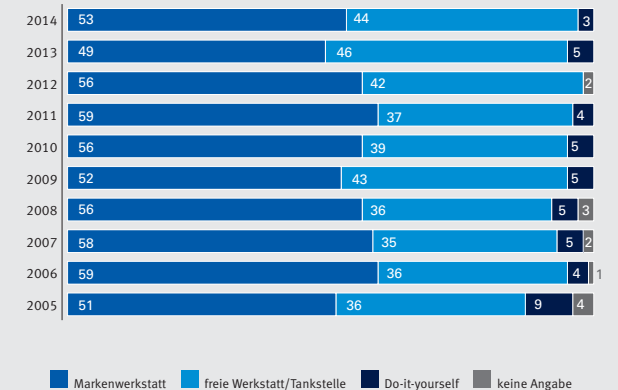
Bild: Fotolia © Photographic.eu

**4.4 UNFALLREPARATUREN**

2014 wurde im Auftrag der Fahrzeughalter an 8% (2013: 10%) aller Pkw eine Unfallreparatur durchgeführt. Wo die Halter diese Arbeit in Auftrag gegeben haben, zeigt Grafik W23. Nicht berücksichtigt sind Unteraufträge der Betriebe an andere. Werden Unfallschäden in einer Werkstatt repariert, so haben die Markenwerkstätten vier Prozentpunkte gewonnen, die freien Werkstätten zwei Prozentpunkte verloren. Bei der Feststellung von (Unfall-)Schäden am Fahrzeug können Endverbraucher auf Sachverständige zurückgreifen. Diese stellen im Rahmen einer Fahrzeuguntersuchung und der Nutzung spezieller Software, wie die DAT-Schadenskalkulation, den Umfang, Reparaturkosten, Wertminderung (bei Unfallschäden) etc. fest. Eine Liste der bundesweit tätigen DAT-Sachverständigen findet sich auf [www.dat.de](http://www.dat.de).

**W23 Durchführungsort von Unfallreparaturen im Trend**

Basis: Unfallreparaturen durchgeführt; Angaben in Prozent

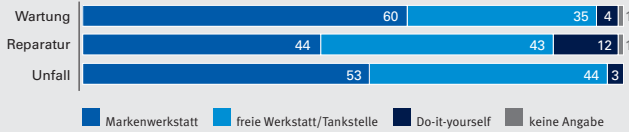


ID: 09581053

QUELLE: DAT

**W24 Ort der Durchführung 2014**

Basis: Arbeiten wurden durchgeführt; Angaben in Prozent

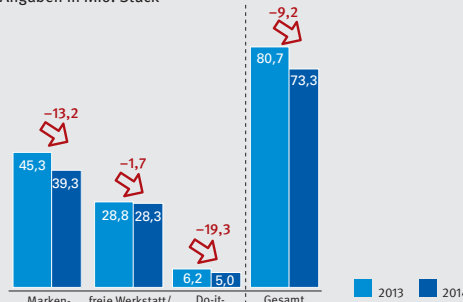


ID: 2015W24

QUELLE: DAT

**W25 Gesamt Wartungs- und Reparaturarbeiten mit Unfall 2014/2013**

Basis: Wartung, Reparaturarbeiten wurden durchgeführt; Angaben in Mio. Stück



ID: 09621057

QUELLE: DAT

**5. ZUSAMMENFASSUNG**

**5.1 WERKSTATTAUFRÄGE**

Bei allen Wartungsarbeiten war 2014 ein deutlicher Rückgang zu verzeichnen, die Verschleiß- und Unfallreparaturen nahmen trotz leicht gestiegenem Pkw-Bestand ab. Die Marktanteile bei der Durchführung der Wartungs-, Verschleiß- und Unfallreparaturen zeigt Grafik **W24**. Freie Werkstätten konnten bei der Wartung drei Prozentpunkte zulegen. Die Vertragswerkstätten verloren laut Statistik rund vier Prozentpunkte. Der Do-it-yourself-Bereich ist bei der Fahrzeugwartung mit 4% auf Vorjahresniveau.

Bei der Durchführung von Reparaturen haben die Markenwerkstätten zwei Prozentpunkte an Marktanteil verloren. Bei der Durchführung von Unfallreparaturen gewannen sie vier Prozentpunkte hinzu und halten jetzt in diesem Bereich einen Anteil von 53%. Die freien Werkstätten erreichten bei Verschleißreparaturen 2014 einen Marktanteil von 43%, nach 39% im Jahr 2013. Bei Unfallreparaturen ging ihr Geschäftsanteil von 46% im Jahr 2013 auf aktuell 44% zurück. Die Marktanteile der Systemanbieter haben sich bei großer Inspektion, Verschleiß- so-

wie Unfallreparaturen unterschiedlich entwickelt. Die Werte für 2014 lagen für große Inspektionen bei 4%, für Unfallreparaturen bei 5,2% und für Verschleißreparaturen bei 9,5%. Im Jahr 2013 lauten die entsprechenden Werte: 4,3%, 6,9% und 5,1%. Das bedeutet einen starken Zuwachs von 5,1% auf 9,5% bei den Reparaturarbeiten.

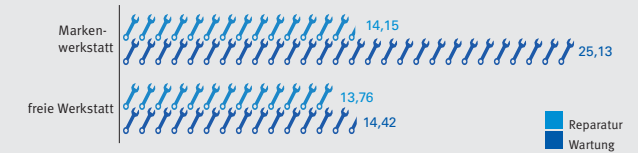
Im Auftrag der Fahrzeughalter wurden 2014 je Pkw 0,83 Wartungsarbeiten, 0,55 Verschleiß- und 0,08 Unfallreparaturen durchgeführt, insgesamt sind dies an jedem Pkw 1,46 Arbeiten (2013: 1,62; 2012: 1,64; 2011: 1,68). Hochgerechnet auf den vorläufig geschätzten gestiegenen Fahrzeugbestand (einschließlich der vorübergehend stillgelegten Fahrzeuge) ist allerdings damit die Gesamtzahl der von den Fahrzeughaltern veranlassten oder selbst durchgeführten Arbeiten gefallen, und zwar um 9,2 Prozentpunkte. Dies zeigt Grafik **W25**.

**5.2 WETTBEWERBSSITUATION**

2014 ist die Zahl der Kfz-Betriebe auf dem gleichen Niveau geblieben wie im Vorjahr. Die insgesamt 38.500 Betriebe erhielten durch die Fahrzeughalter ein Volumen von 67,5 Mio. Reparatur- und Wartungsaufträgen. Gegenüber

**W26 Auftragsvolumen des Kfz-Handwerks 2014**

Basis: Wartung, Reparaturarbeiten wurden durchgeführt; Angaben in Mio. Stück



Gesamt-Reparaturvolumen: 27,91 Mio.  
Gesamt-Wartungsvolumen: 39,55 Mio.

ID: 09651060

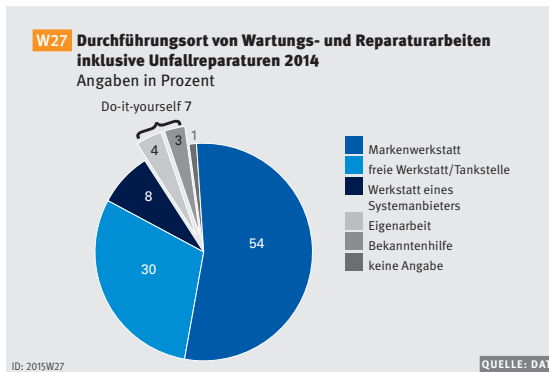
QUELLE: DAT

2013 (74,0 Mio. Aufträge) ein Minus von 8,8% (vgl. Grafik **W26**). Legt man für 2014 einen vorläufig geschätzten Pkw-Bestand einschließlich der vorübergehend stillgelegten Fahrzeuge zugrunde (50,216 Mio.), dann hatte jeder Kfz-Betrieb statistisch 1.304 (2013: 1.294) Fahrzeuge zu betreuen. Durchschnittlich wurden an jedem Fahrzeug 1,46 (2013: 1,62) Arbeiten durchgeführt. Der Werkstättenanteil

an diesen Arbeiten lag ebenso wie im Vorjahr bei insgesamt 92%. Dies bedeutet, dass statistisch jeder Betrieb nicht die theoretisch möglichen 1.304 Fahrzeuge, sondern nur 1.200 (2013: 1.190) Fahrzeuge betreute. Bei 1,46 Arbeiten pro Pkw entfielen damit auf jeden Kfz-Betrieb durchschnittlich 1.752 Aufträge durch die Fahrzeughalter. Das ist gegenüber 2013 (1.928 Aufträge) ein Minus von 9,1%.



Bild: Fotolia © masmedlick



**6. DO-IT-YOURSELF**

Einige Pkw-Besitzer kümmern sich bei Wartungen und Reparaturen selbst um ihr Fahrzeug. 4% aller für den DAT-Report Befragten gaben an, Arbeiten ganz alleine zu erledigen. Dieser Anteil ist identisch zum Vorjahr. Eine Änderung von einem Prozentpunkt gab es bei den Pkw-Haltern, die Bekannten die Reparatur oder Wartung überlie-

ßen. Deren Anteil sank von 4% (2013) auf 3%. Der Gesamtanteil derer, die ihren Wagen nicht in eine Werkstatt brachten um die fällige Wartung oder eine Reparatur durchführen zu lassen, liegt somit bei 7% (vgl. Grafik W27).

Ein langjähriger Trend ist, dass der Do-it-yourself-Anteil mit dem Fahrzeugalter zunimmt. Fahrzeuge, die älter als zehn Jahre sind, haben bei

Die Zahl der Autofahrer, die angegeben haben an ihrem Pkw im vergangenen Jahr die meisten Arbeiten selbst durchgeführt zu haben, ist im Vergleich zum Vorjahr um 3% gestiegen. Der Trend, dass diese Personen über 20% der Ersatzteile im Markenhandel kaufen, sollte möglichst ausgebaut werden. Kurze Wartezeiten und kompetenter Service kommen dieser Käufergruppe sehr gelegen.



Wartung und Reparatur einen Do-it-yourself-Anteil von rund 13%. Ein deutlich gewichtigeres Ergebnis folgte allerdings auf die Frage an alle Pkw-Halter, wer auf das ganze Jahr gesehen die meisten Arbeiten durchgeführt hat. 8% antworteten darauf: „Ich selbst“. 5% der Befragten gaben an, sich Hilfe von Bekannten zu holen. Bei 13% Do-it-yourself-Anteil auf alle



Bild: Fotolia © Industrieblick

Arbeiten gesehen, zeigt sich ein steigender Trend zum Vorjahr, als insgesamt 10% der Befragten das Auto nicht in eine freie oder Markenwerkstatt brachten. Allerdings ist der hohe Anteil darauf zu beziehen, dass unter „alle Reparaturen“ natürlich auch Kleinarbeiten wie der Tausch von Leuchtmitteln oder Ähnliches fallen.

**6.1 ERSATZTEILQUELLEN**

Ob es nun Scheibenwischerblätter oder Bremsbeläge sind, Selbstschrauber beschaffen sich die Ersatzteile bei unterschiedlichen Quellen. Grafik W28 zeigt, dass diese Ersatzteile zu einem großen Teil in den Vertragswerkstätten gekauft wurden.

Den dabei entstehenden Kundenkontakt sollten diese Betriebe nutzen, um auf die Gefahren der Do-it-yourself-Arbeiten hinzuweisen. Ferner ist natürlich für diesen Kreis der Fahrzeughalter der Kfz-Zubehör-Groß- und Einzelhandel als Einkaufsquelle wichtig. Eine immer stärkere Bedeutung erhält seit einigen Jahren der Teilekauf über das Internet. 2014 haben 13% der für den DAT-Report Befragten ihr Material über Versandhandel und Internet gekauft. Ein Wachstum von fünf Prozentpunkten zum Vorjahr. 2009 lag dieser Anteil bei niedrigen 2%.

**6.2 EIGENES KNOW-HOW**

Im Zusammenhang mit den Do-it-yourself-Arbeiten spielt das tatsächliche technische Know-how der Autofahrer



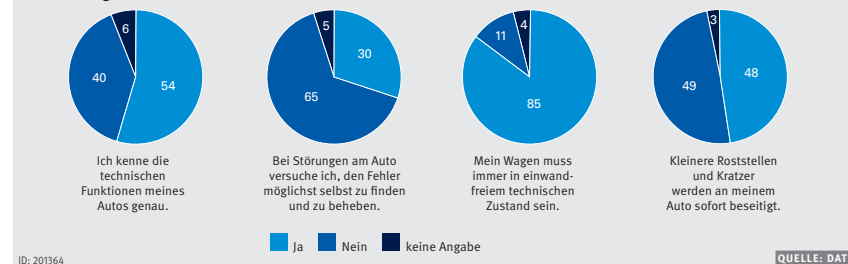
eine entscheidende Rolle (vgl. Grafik W29). Von den 2014 befragten Autofahrern gaben 54% an, die technischen Funktionen ihres Fahrzeugs genau zu kennen.

Die männlichen Verkehrsteilnehmer gaben dies mit 66-prozentiger Sicherheit an. Frauen beantworteten diese Frage nur zu 28% mit „Ja“. Bezogen auf das Alter der Fahrer waren 30- bis 39-Jährige mit 62% die technisch versiertesten. Wenn allerdings Störungen am Fahrzeug auftraten, war die Motivation, diese auch eigenhän-

dig zu beheben, relativ niedrig: 30% trauten sich dies 2014 zu und starteten den Versuch aktiv, am Fahrzeug zu reparieren.

Wenn es um die Frage geht, ob der Wagen stets in technisch einwandfreiem Zustand sein soll, so stimmten 85% der Autofahrer zu. Männer und Frauen unterscheiden sich hier nur um 1% (Männer: 85%; Frauen 86%). Bei kleinen Kratzern, Dellen oder Roststellen bemühten sich 51% der Männer und 43% der Frauen um eine schnelle Beseitigung des Mankos.

**W29 Technisches Know-how der Autofahrer 2014**  
Angaben in Prozent



**7. SCHIEDSSTELLEN**

Die Schiedsstellen feierten 2010 ihr 40-jähriges Jubiläum. 1970 wurde die erste Schiedsstelle des Kfz-Handwerks und 1972 die erste des Kfz-Handels gegründet. Verbraucher können in Deutschland rund 130 Schiedsstellen des Kfz-Gewerbes anrufen, wenn sie Meinungsverschiedenheiten mit ihrer Werkstatt oder ihrem Händler haben (www.kfz-schiedsstellen.de).

Voraussetzung ist, dass der Betrieb, gegen den sich die Beschwerde richtet, Innungsmitglied ist. Darüber hinaus sind die Schiedsstellen des Handels nur für Differenzen beim Gebraucht-, nicht beim Neuwagenkauf zuständig. Wenn es nicht schon durch die Vermittlungstätigkeit oder häufig auch nur durch die Aufklärung des Kunden durch die Schiedsstelle zu einer einvernehmlichen Lösung kommt, dann wird die Beschwerde vor der Schiedskommission verhandelt. Geleitet wird diese von einem zum

Richteramt befähigten Juristen. Hinzu kommen Vertreter des Kfz-Gewerbes und des ADAC sowie ein Kfz-Sachverständiger der Deutschen Automobil Treuhand (DAT).

**Bekanntheitsgrad weiter niedrig**

Auch 45 Jahre nach Gründung der ersten Schiedsstelle lässt deren Bekanntheitsgrad immer noch erheblich zu wünschen übrig. Nach wie vor ist die Zahl derer, die von den Schiedsstellen des Kfz-Handwerks gehört haben, mit 45% (2013: 44%) niedriger als die derjenigen, die diese Einrichtungen nicht kennen (2014: 55%; 2013: 48%). Wer die Schiedsstellen kannte, war zu 75% der Auffassung, die Schiedsstellen seien gut, nützlich und zweckmäßig. Je jünger die Autofahrer sind, desto weniger sind ihnen die Schiedsstellen ein Begriff. Die Unkenntnis liegt bei den unter 30-Jährigen bei 86% (2013: 75%). Immerhin 51% (2013: 55%) der Generation 50

gaben an, die Schiedsstellen zu kennen. Autofahrer, die 60 Jahre und älter sind, hatten zu 65% von den Schiedsstellen gehört. Man kann jedoch davon ausgehen, dass der Bekanntheitsgrad der Schiedsstellen des Kfz-Handwerks mit der Zahl der Werkstattkontakte steigt. Noch geringer als die Kenntnis über die Schiedsstellen des Kfz-Handwerks ist die Bekanntheit der Schiedsstellen des Gebrauchtwagenhandels. Nur 28% (2013: 25%) der Gebrauchtwagenkäufer 2014 hatten schon von diesen Schiedsstellen gehört. Tatsächlich in Anspruch genommen haben sie von diesem Personenkreis nur 3%.

**8. INFORMATIONSVERHALTEN**

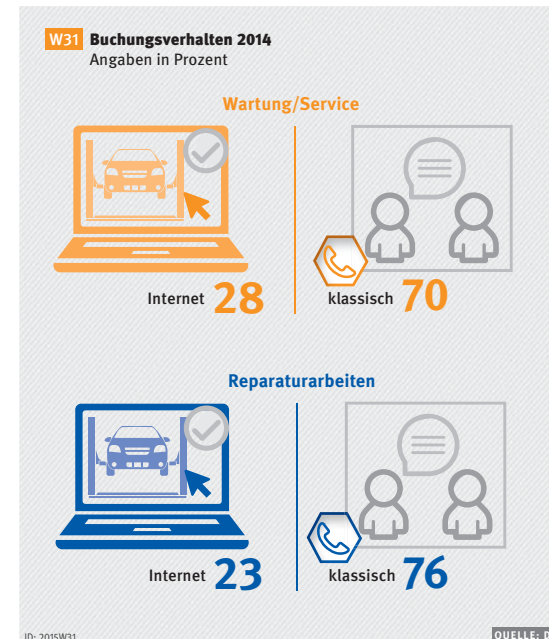
Um Meinungsverschiedenheiten zu vermeiden, lassen 40% (2013: 37%) der Kunden vor Wartungsarbeiten einen Kostenvoranschlag machen. 60% der Werkstattkunden sind in dieser Sache nicht aktiv, beziehungsweise



machten keine Angaben (siehe Grafik **W30**). Nur 4% bestätigten bei mehreren Werkstätten einen Kostenvoranschlag eingeholt zu haben. Immer mehr Aufmerksamkeit in diesem

Zusammenhang gewinnt das Internet. 91% der Befragten hatten 2014 Zugang zum World Wide Web. 40% derjenigen, die sich im Internet informierten, besuchten vor einem anstehenden

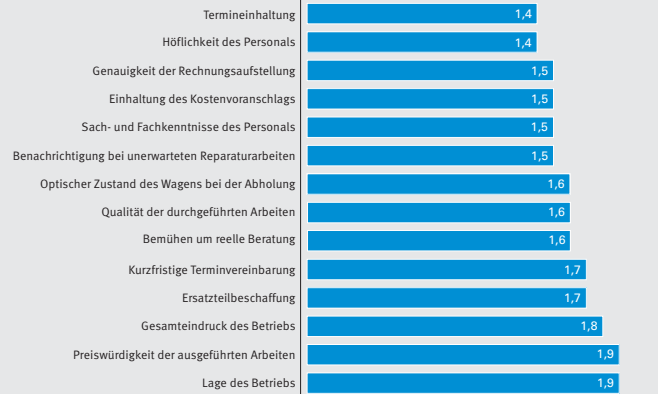
Termin die Homepage des jeweiligen Autohauses. Dort haben 17% allerdings nicht die gewünschten Informationen finden können. 34% derer, die sich im Internet vor dem Werkstatttermin informierten, suchten Preisinformationen für ihre Reparaturen über Werkstattportale wie fairgarage.de. Deutlich gestiegen ist die Bereitschaft, Werkstattaufträge im Internet zu buchen. Wie Grafik **W31** zeigt, würden von allen Befragten 28% (2013: 18%) zukünftig einen Kundendienst oder Serviceauftrag auch online über eine solche Plattform buchen. Bei Verschleißarbeiten gaben 23% (2013: 15%) ein klares „Ja“ zu Protokoll.



**DAT TIPP**

Kunden recherchieren vermehrt über das Internet. Eine serviceorientierte Homepage sollte zu allen angebotenen Leistungen des Betriebes navigieren. Auch eine grobe Vorab-Kostenkalkulation wird von Kunden positiv anerkannt. Um sich aufwendigen Administrationsaufwand zu sparen, können SilverDAT-Kunden zum Beispiel mit dem FairGarage-Webkit ein fertiges Kalkulationstool auf ihre Seite einbauen (lassen).

**W32 Werkstätten im Urteil der Kunden 2014**  
Skala von 1 (ausgezeichnet) bis 5 (schlecht)



ID: 09661061

QUELLE: DAT

**9. KUNDENZUFRIEDENHEIT**

2014 waren die Kunden mit der Werkstatt ihrer jetzigen Automarke insgesamt gesehen sehr zufrieden und urteilten im Schnitt durchweg mit Noten besser als 2. Die Bewertung der

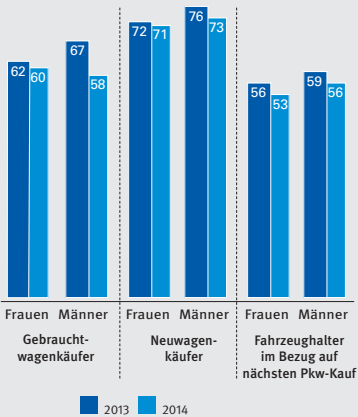
Fahrzeughalter insgesamt zeigt Grafik **W32**, wobei die ehemaligen Neuwagenkäufer ähnlich gute Noten vergaben wie die gebrauchter Pkw. Was generell die negativen Bewertungen durch Kunden betrifft, so gab es 2014

rund 6% (2013: 6%), die mit den Leistungen des Betriebs der Automarke wenig oder gar nicht zufrieden waren. Aufgesplittet auf Frauen und Männer ergab die Befragung, dass 5% der Kundinnen und 7% der Kunden weniger oder gar nicht zufrieden waren. (2013: Frauen 6%, Männer 5%). Somit zeigt sich ein Negativtrend im Vergleich zum Vorjahr, den es zu stoppen gilt. Die schlechtesten Noten gab es für die Lage des Betriebs und die Preiswürdigkeit der ausgeführten Arbeiten. Während sich an der Adresse nur mit Schaufeln und Baggern etwas ändern lässt, so gilt es die schlechte Bewertung der Preiswürdigkeit mit informativen Gesprächen mit dem Kunden vor und nach dem Werkstatttermin abzufangen.

**9.1 KUNDENDIENSTNETZ**

Die Bedeutung der Werkstätten zeigt sich in der speziellen Auswertung nach der Dichte des Kundendienstnetzes. Im Durchschnitt bewerteten 2014 alle der repräsentativ Befragten das Kaufkriterium „Dichte des Kundendienstnetzes“ zu 55% als wichtig oder gar sehr wichtig (2013: 75%; 2012: 56%; 2011: 61%). Bei den Neuwagenkäufern

**W33 Kaufkriterium Kundendienstnetz**  
Angaben in Prozent



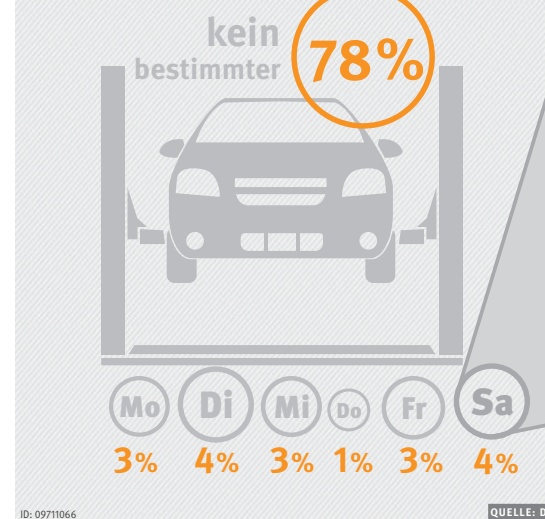
ID: 201165

QUELLE: DAT



Bilder: Fotolia © Karin & Uwe Amann

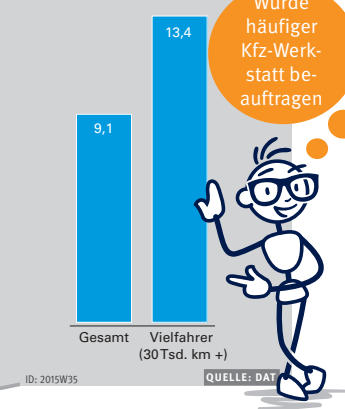
**W34 Bevorzugte Wochentage für Werkstatttermine 2014**  
Angaben in Prozent



ID: 09711066

QUELLE: DAT

**W35 Meinung zu Terminen am Samstag (2014)**  
Angaben Prozent



ID: 2015W35

QUELLE: DAT

waren es 2014 73% (2013: 75%; 2012: 64%; 2011: 80%) und bei den Gebrauchtwagenkäufern immerhin noch 59% (2013: 65%; 2012: 48%; 2011: 70%). Betrachtet man die Zahlen in Grafik **W33**, so zeigen sich teilweise starke Abweichungen bei diesen Käufergruppen in Bezug auf die Gesamtzahlen.

**9.2. WERKSTATTTAGE**

Für die Mehrheit der Autofahrer gab es auch 2014 zwischen den einzelnen Wochentagen keine nennenswerten Vorzüge für die Beauftragung von Reparatur- und Wartungsarbeiten, wie Grafik **W34** zu entnehmen ist. Die Aufteilung nach Geschlecht ergab, dass Frauen eine leichte Präferenz für Freitag und Samstag zeigten.

**Interesse an Samstagsterminen**

Wenn die Werkstätten generell samstags geöffnet hätten, würden immerhin 9% aller für den DAT-Report befragten Fahrzeughalter diese häufiger als aktuell mit Arbeiten beauftra-

gen (2013: 6%). Einen hohen Anteil macht hier die Gruppe der 30 bis 39-Jährigen mit 12%. In dieser Altersgruppe würden 8% einen Samstagstermin begrüßen. Autofahrer mit einer Jahresfahrleistung von 30.000 km und mehr würden zu 13% (2013: 10%) die Werkstatt bei Samstagöffnung ebenfalls häufiger beauftragen als aktuell (siehe auch Grafik **W35**). Eine simple Schlussfolgerung ist, dass diese Gruppe unter der Woche meist geschäftlich mobil sein muss. Männer würden an ihren Wagen zu 9%, Frauen sogar zu 10% mehr Arbeiten in Auftrag geben, wenn sie an einem Samstag die Gelegenheit dazu hätten. Aufgeteilt nach Betrieben sagen 9% der Vertragswerkstatt- und 10% der freien Werkstattkunden „Ja, ich würde mein Auto häufiger hinbringen.“ Die Befragung ergab zudem, dass 11% ihr Auto samstags von Freunden oder Bekannten reparieren/warten lassen. 12% gaben an, sich an diesem Tag ihrem Fahrzeug in kompletter Eigenregie zu widmen.



# 4. TRENDS UND KENNZAHLEN

Bild: Fotolia © ecenthargosabile



Die Deutsche Automobil Treuhand GmbH veröffentlicht den DAT-Report seit 1974 auf der Grundlage umfassender repräsentativer Befragungen der Gebrauchtwagenkäufer, Neuwagenkäufer und Fahrzeughalter eines jeden Jahres.

### Entwicklung der Einkommen

Der Blick auf die monatlichen Haushaltsnettoeinkommen im Trend (vgl. Grafik Z1) macht deutlich, dass über die letzten 20 Jahre eine kontinuierliche Steigerung zu sehen ist. Die Einkommen der Pkw-Fahrer sind um 48,7%, die der Gebrauchtwagenkäufer um 57,1% gestiegen.

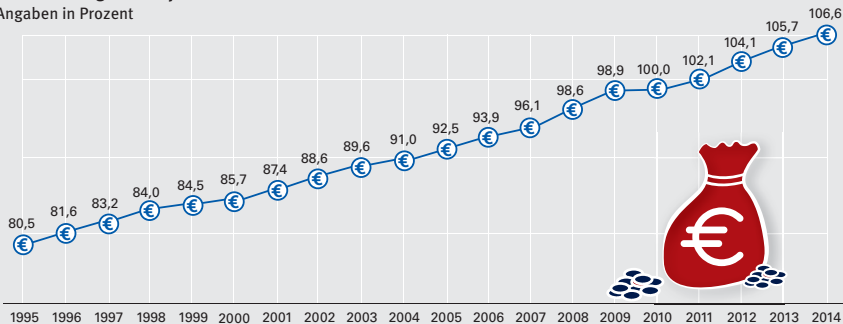
Die Lebenshaltungskosten sind in den letzten 20 Jahren um 32,4% und damit ebenfalls deutlich gestiegen. Allerdings konnte die Entwicklung der Einkommen in allen drei Teilgruppen mit der Preissteigerung Schritt halten. Diese Entwicklung bei der Einkommensstruktur hat auch Auswirkungen auf die Mobilitätswünsche und Bedürfnisse der Autokäufer. So waren 2014 von allen befragten Gebrauchtwagenkäufern rund 23% Erstkäufer (2013: 24%), von allen Neuwagenkäufern 12% (2013: 11%). Diese beiden Werte zeigen, dass weiterhin die erstmalige Anschaffung eines neuen oder gebrauchten Pkw ein großes Bedürfnis für Menschen in Deutschland ist.

**Z1** Ø-Haushaltsnettoeinkommen im Trend  
Angaben in Euro

Jahr	Pkw-Fahrer	NW-Käufer	GW-Käufer
1995	2.090	2.410	2.110
1996	2.155	2.585	2.185
1997	2.295	2.495	2.115
1998	2.210	2.490	2.180
1999	2.395	2.575	2.130
2000	2.375	2.790	2.275
2001	2.500	2.705	2.220
2002	2.450	2.870	2.260
2003	2.440	2.900	2.425
2004	2.490	3.010	2.310
2005	2.475	3.030	2.450
2006	2.555	3.070	2.505
2007	2.570	3.235	2.590
2008	2.522	3.253	2.599
2009	2.606	3.228	2.397
2010	2.678	3.607	2.636
2011	2.692	3.734	2.879
2012	2.930	3.640	2.725
2013	3.014	3.774	2.840
2014	3.107	3.785	2.893

ID: 09871081 QUELLE: DAT

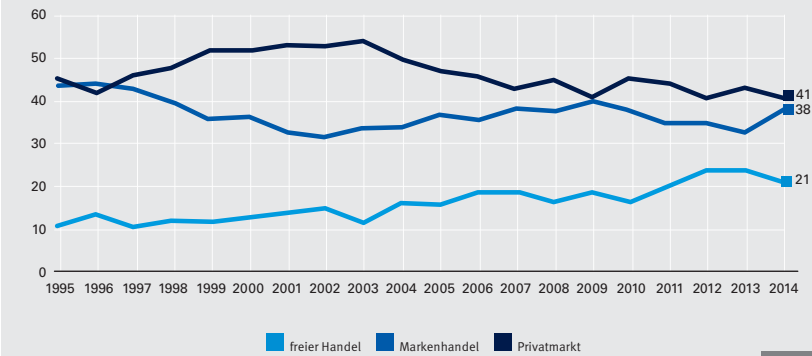
**Z2** Lebenshaltungskosten privater Haushalte im Trend  
Angaben in Prozent



ID: 09971074

QUELLE: STATISTISCHES BUNDESAMT

**Z3** Marktanteile im Gebrauchtwagengeschäft im Trend  
Angaben in Prozent



ID: 09821077

QUELLE: DAT

### Preisentwicklung

Die Preisentwicklungen der letzten 20 Jahre können am besten anhand der seit 1991 vom Statistischen Bundesamt ermittelten und veröffentlichten Preisindizes eingeschätzt werden. Dies ist in Grafik Z2 dargestellt (Basis 2010 = Index 100). Alle gezeigten Werte sind Jahresdurchschnittswerte des Verbraucherpreisindexes, früher „Preisindex für die Lebenshaltung“ genannt. Für 2014 kann eine Steigerung von 105,7 auf 106,6 festgestellt werden. Etwas gesunken sind die Kraftstoffpreise. Dieselkraftstoff ist von 142,8 Cent auf 120,3 Cent pro Liter gesunken, Superbenzin von 159,2 Cent auf 131,7 Cent.

### Gebrauchtwagenmarkt

Das Gebrauchtwagengeschäft gliedert sich traditionell in die drei Teilmärkte „Markenhandel“, „freier Handel“ und „Privatmarkt“. Die Marktanteile dieser drei Teilmärkte haben sich in der Vergangenheit von Jahr zu Jahr mehr oder weniger stark verschoben.

Die stückzahlbezogenen Marktanteile für die letzten 20 Jahre zeigt prozentual Grafik Z3. Interessanterweise ist durch das Internet und die damit verbundene kostenfreie Möglichkeit für Endverbraucher, das eigene Fahrzeug online zu inserieren, der Anteil des Privatmarktes nicht wesentlich gestiegen. Der Gewinner auf dem Automobilmarkt über die letzten 20 Jahre ist der freie Handel. Er konnte von Jahr zu Jahr zulegen und sich auf über

20% halten. Aktuell liegt der Markenhandel mit 38% nur knapp hinter dem Privatmarkt mit 41% zurück.

### Neuwagenmarkt

Neue Pkw werden mehrheitlich beim Markenhandel gekauft. Diese Händler stehen allerdings zunehmend im Wettbewerb mit Flottengeschäften

und Werksangehörigen-Verkäufen der Hersteller/Importeure sowie dem Verkauf von EU-Neuwagen durch freie Händler. In den vergangenen Jahren sind zudem die sogenannte Online-Neuwagenplattformen mit aggressiven Preisen aufgetreten, die für den Neuwagenhandel eine Herausforderung darstellen. Wie der aktuelle DAT-Report »

**Z4** Neuwagenmarkt im Trend

Jahr	Einheiten (Mio. Stück)	Ø-Preis (Euro)	Umsatz (Mrd. Euro)
1995	3,314	17.845	59,16
1996	3,496	18.865	65,96
1997	3,528	18.765	66,21
1998	3,736	19.225	71,79
1999	3,802	19.120	72,71
2000	3,378	20.045	67,70
2001	3,342	21.165	70,71
2002	3,253	21.930	71,34
2003	3,237	22.360	72,38
2004	3,267	24.090	78,70
2005	3,342	23.880	79,81
2006	3,468	24.480	84,89
2007	3,148	25.970	81,76
2008	3,090	25.990	80,31
2009	3,807	22.520	85,73
2010	2,916	26.030	75,91
2011	3,174	27.390	86,93
2012	3,082	26.780	82,54
2013	2,952	27.030	79,79
2014	3,037	28.330	86,04

ID: 09801075

QUELLE: DAT/KBA

**Z5** Gebrauchtwagenmarkt im Trend

Jahr	Einheiten (Mio. Stück)	Ø-Preis (Euro)	Umsatz (Mrd. Euro)
1995	7,484	7.670	57,52
1996	7,583	7.670	58,13
1997	7,382	7.925	58,49
1998	7,449	8.130	60,54
1999	7,696	8.385	64,53
2000	7,400	7.975	59,00
2001	7,212	8.310	59,92
2002	6,831	7.910	54,03
2003	6,771	8.220	55,65
2004	6,610	7.900	52,22
2005	6,655	8.330	55,44
2006	6,733	8.310	55,95
2007	6,262	8.400	52,60
2008	6,112	8.690	53,11
2009	6,013	8.590	51,65
2010	6,432	8.790	56,54
2011	6,809	9.740	66,32
2012	6,883	9.150	62,98
2013	7,092	9.420	66,81
2014	7,070	9.870	69,78

ID: 09811076

QUELLE: DAT/KBA

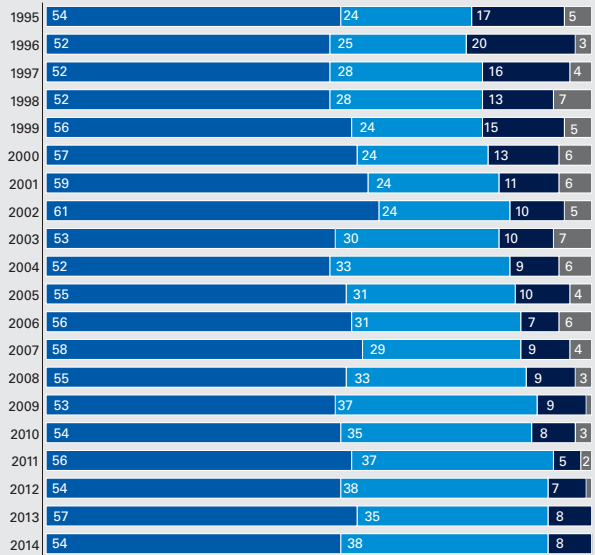
**Z6** **Wartung und Reparatur im Trend**

Jahr	Wartungsarbeiten pro Pkw (Stück)	Wartungsaufwand pro Pkw (Euro)	Reparaturarbeiten pro Pkw (Stück)	Reparaturaufwand pro Pkw (Euro)
1995	1,20	205	0,82	155
1996	1,23	205	0,94	175
1997	1,22	220	0,86	145
1998	1,14	195	0,88	150
1999	1,10	210	0,90	155
2000	1,06	215	0,78	145
2001	1,05	220	0,81	150
2002	1,08	230	0,80	160
2003	1,08	245	0,86	185
2004	0,99	230	0,76	190
2005	0,98	212	0,79	186
2006	0,96	247	0,75	175
2007	0,97	241	0,72	163
2008	0,96	239	0,70	187
2009	0,87	228	0,62	172
2010	0,91	230	0,67	201
2011	0,96	255	0,62	173
2012	0,90	252	0,65	215
2013	0,91	261	0,61	191
2014	0,83	245	0,55	171

ID: 09841078

QUELLE: DAT

**Z7** **Anteil an Wartung und Reparatur im Trend**  
Angaben in Prozent



ID: 09851079

QUELLE: DAT

zeigt, sind die Anteile der Neuwagen, die über eine solche Plattform bestellt und dann beim Handel gekauft werden, deutlich gestiegen.

**Preise und Umsatz**

Wichtigste Kenngrößen für den Pkw-Markt sind die Zahl der Neuzulassungen, der tatsächlich bezahlte Durchschnittspreis und das daraus resultierende Umsatzvolumen. In den Grafiken **Z4** und **Z5** sind die Entwicklungen der vergangenen 20 Jahre dargestellt. Ein Vergleich zeigt, dass der Neuwagenmarkt insgesamt deutlich stärker gewachsen ist als der Gebrauchtwagenmarkt. Dies gilt für die beiden Kenngrößen Durchschnittspreis und Umsatzvolumen. Bezogen auf die Stückzahlen sind Schwankungen auf beiden Märkten zu beobachten.

Die durchschnittlich bezahlten Neu- und Gebrauchtwagenpreise sind in den letzten 20 Jahren deutlich gestiegen. Anhand der Grafiken **Z4** und **Z5** wird ersichtlich, dass die Neuwagenpreise um 58,8% und die Gebrauchtwagenpreise um 28,7% stiegen, während der Verbraucherindex um 32,4% in diesem Zeitraum zulegte (Grafik **Z2**).

**Wartung und Reparatur**

Was den Aufwand für die Fahrzeugwartung betrifft, so ist dieser in den vergangenen 20 Jahren um 19,5% gestiegen (vgl. Grafik **Z6**). Die Wartungskosten pro Pkw liegen mittlerweile bei 245 Euro (2013: 261 Euro). Bei den Reparaturarbeiten betrug die Steigerung der Aufwände nur 10,3%. Die durchschnittlichen Kosten pro Jahr und Pkw lagen 2014 bei 171 Euro. Diese Aufwände wurden beispielsweise für Verschleißarbeiten bezahlt.

Grafik **Z7** zeigt abschließend die jeweiligen Marktanteile bei Wartung und Reparatur über die vergangenen 20 Jahre. Hier sind zwei Trends deutlich zu erkennen: Während der Anteil der Markenbetriebe nur mit wenigen Schwankungen stabil blieb, haben freie Werkstätten deutlich dazugewonnen. Der Do-it-yourself-Anteil dagegen ist gesunken. Lag dieser 1996 noch bei 20%, hat er sich über die Jahre mehr als halbiert.

**Z8** **Gebrauchtwagenmarkt 2014/2013**

Teilmärkte	Privatmarkt		freier Handel		Markenhandel		Gesamt	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013
Kauf des Gebrauchtwagens								
in %	41	43	21	24	38	33		
in Mio. Stück	2,888	3,049	1,468	1,729	2,714	2,314	7,070	7,092
in Mrd. Euro	17,90	20,83	13,12	14,72	38,76	31,26	69,78	66,81
Alter des Wagens (Jahre)	7,9	7,3	6,8	6,4	4,1	4,4	6,2	6,1
Kilometerstand	96.560	92.120	78.880	82.910	56.930	58.620	77.690	78.940
Durchschnittspreis (in Euro)	6.200	6.830	8.940	8.510	14.280	13.510	9.870	9.420
Käuferanteile (in Prozent)								
Erstkäufer	36	40	18	16	13	9	23	24
Zusatzkäufer	9	10	7	10	7	7	8	9
Vorbesitzkäufer	55	50	75	74	80	84	69	67
Haushaltsnettoeinkommen (in Euro)	2.621	2.731	2.776	2.789	3.212	3.020	2.893	2.840
Haltdauer des Vorwagens (Monate)	79	83	78	87	74	80	76	83
Alter des Käufers (Jahre)	37	36	41	42	42	43	40	39

ID: 1000

QUELLE: DAT/KBA

**Z9** **Neuwagenmarkt 2014/2013**

	2014	2013
Neuzulassungen (in Mio. Stück)	3,037	2,952
Durchschnittspreis (in Euro)	28.330	27.030
Umsatz (Mrd. Euro)	86,04	79,79
Käuferanteile (in Prozent)		
- Erstkäufer	12	11
- Zusatzkäufer	8	9
- Vorbesitzkäufer	80	80
Haushaltsnettoeinkommen (in Euro)	3.785	3.774
Haltdauer des Vorwagens (Monate)	70	76
Alter des Käufers (Jahre)	44	43

ID: 2000

QUELLE: DAT/KBA

**Z10** **Wartungs- und Reparaturmarkt 2014/2013**

	Markenwerkstatt		freie Werkstatt/Tankstelle		Do-it-yourself	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
Reparatur- und Wartungsaufträge in Mio. Stück	39,3	45,3	28,3	28,8	5,0	6,2
Durchführung von: (Angaben in Prozent)						
großer Inspektion	72	71	25	26	2	3
kleine Inspektion	60	64	33	31	6	5
sonst. Inspektion	46	53	47	43	5	4
Reparaturarbeiten	44	46	43	39	12	14
Unfallreparaturen	53	49	44	46	3	5
Gesamt	54	56	38	36	7	8

ID: 3000

QUELLE: DAT

**Z11** **Wartungsarbeiten pro Pkw und Jahr**

	2014	2013
große Inspektion	0,34	0,39
kleine Inspektion	0,21	0,24
sonst. Inspektion	0,28	0,28
Gesamt	0,83	0,91
Wartungsaufwand	245 Euro	261 Euro

ID: 3200

QUELLE: DAT

**Z12** **Reparaturen pro Pkw und Jahr**

	2014	2013
Reparaturarbeiten	0,55	0,61
Reparaturaufwand	171 Euro	191 Euro
Unfallreparaturen	0,08	0,10

ID: 3300

QUELLE: DAT

**Z13** **Kennzahlen über den Kfz-Betrieb**

	2014	2013
Zahl der pro Kfz-Betrieb betreuten Pkw	1.200	1.190
Zahl der Aufträge pro Kfz-Betrieb	1.752	1.928

ID: 3100

QUELLE: DAT

KENNZAHLEN-ÜBERSICHT 2014

## Die DAT- REPORT App

Mehr Inhalte, neue Grafiken, zahlreiche Praxistipps – und alles optimiert für mobile Endgeräte: Den DAT-Report 2015 gibt es als kostenlose App für iOS, Android und Windows®. Die App enthält sämtliche Texte, bietet über 100 Grafiken und zeigt neue Schaubilder zu den zentralen Themen Pkw-Kauf, Wartung und Reparaturverhalten. Alle Infografiken wurden neu gestaltet, der Text überarbeitet und mit zusätzlichen Informationen angereichert.

Der DAT-Report ist seit über 40 Jahren das zuverlässige Marktbarometer für die Automobilwirtschaft.

*Jetzt kostenlos  
downloaden!*



**DAT**  
**GROUP**  
[www.dat.de/report](http://www.dat.de/report)