

INFORMATIONEN- UND KAUFVERHALTEN DER ÖSTERREICHER BEIM KAUF VON PKW

**MEIN AUTO- INITIATIVE ZUR FÖRDERUNG DER INDIVIDUELLEN MOBILITÄT
LANDESGREMIUM WIEN DES FAHRZEUGHANDELS (WKO)**

**BEFRAGUNG VON 1000 ÖSTERREICHERN ONLINE REPRÄSENTATIV
MIT PKW-BESITZ IM HAUSHALT ODER ANSCHAFFUNGSPLANUNG IN DIESEM JAHR**

MÄRZ BIS MAI 2019

OGM
Österreichische
Gesellschaft für Marketing
+43 1 50 650-0; Fax - 26
office@ogm.at | www.ogm.at

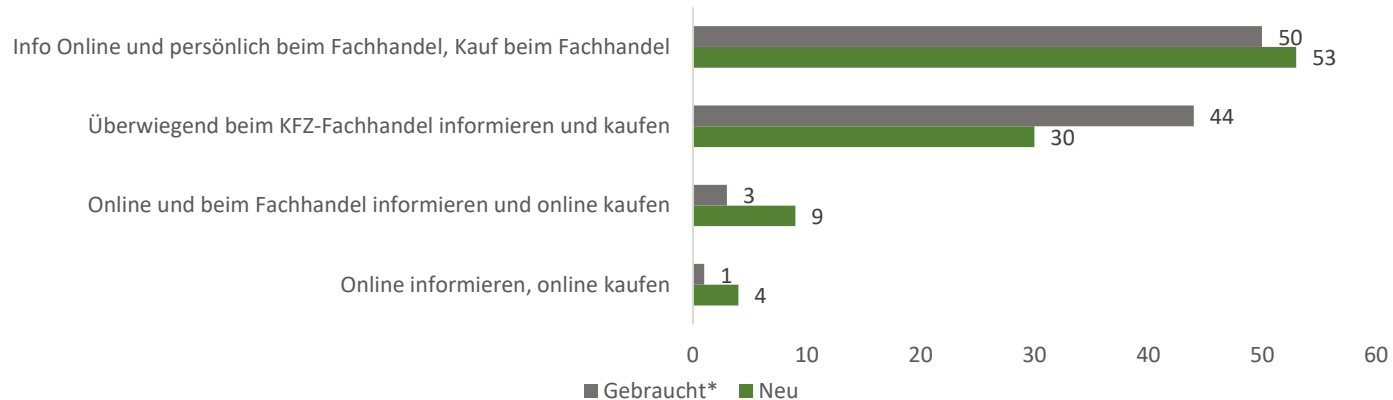
ZUR UNTERSUCHUNG

- Auftraggeber: Landesgremium Wien des Fahrzeughandels (WKO)
- Ausführung: OGM Österreichische Gesellschaft für Marketing, 1010
- Zielgruppe: Haushalte in Österreich mit PKW-Besitz oder geplanter Anschaffung in diesem Jahr
- Stichprobe: 997 Interviews unter wahlberechtigten ÖsterreicherInnen
- Methode: Cawi Online-Interviews aus dem OGM Online-Panel
- Maximale Schwankungsbreite: $\pm 3,2\%$ (für die Gesamtergebnisse)

INFOVERHALTEN FÜR DEN ANGENOMMENEN FALL EINES PKW-KAUF:**ONLINE IN INFOPHASE, TRADITIONELL /FACHHANDEL IN ENTSCHEIDUNGSPHASE**

- **80 bis nahezu 100 Prozent der Haushalte würden sich bei Anschaffung eines neuen oder gebrauchten PKW online informieren (redaktionelle und nicht redaktionelle Online Testberichte, Blogs, Foren, Autoportale, Social Media, Homepages Hersteller/Fachhandel)**
 - **70 Prozent würden sich vor der Kaufentscheidung auch beim KFZ-Fachhandel informieren**
 - **Dahinter folgen Gespräche mit Bekannten, etc. (42%) Junge tauschen sich deutlich mehr mit anderen aus.**
 - **Autoberichte in Publikumsmedien (18%) und Autofachzeitschriften (17%) auch noch wichtig, aber verlieren im Info- und Entscheidungsprozess an Bedeutung. Aber deutlich höher bei Männern und Älteren, bei Jungen sind Online-Medien und über Social Media geteilte Bericht sehr stark**
-
- **Das Infoverhalten als Phase 1 des Entscheidungsprozesses verlagert sich zusehends in den Online Bereich**
 - **Die Infobeschaffung in der entscheidungsnahen Phase 2 findet aber weiterhin traditionell beim Fachhandel statt**

IM ANGENOMMENEN FALL VON PKW-KAUF: FACHHANDEL VOR ONLINE-ONLY

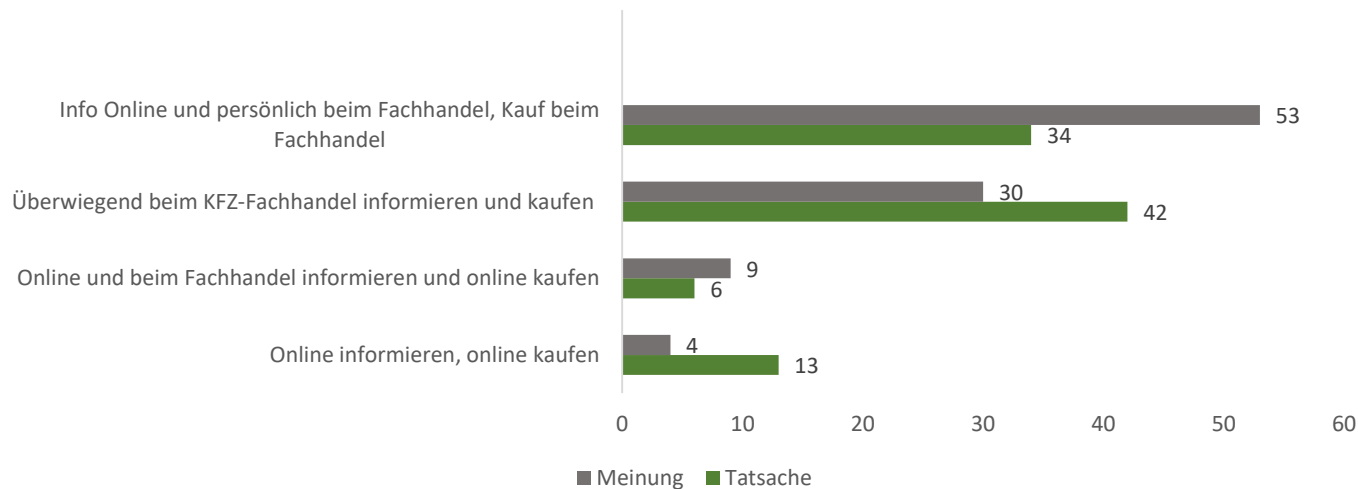


*nur bei Kauf Gebrauchtwagen beim Fachhandel = 51% aller Fälle

- **Online-Info und Fachhandel für (Letzt)Info und für Kauf klar voran.**
 - **Traditionelles Verhalten mit Info und Kauf beim Fachhandel noch immer bedeutend. Bei Älteren (50+): 43%**
 - **Nur Online Info und Kauf derzeit noch Minderheitsprogramm, aber zunehmend**
 - **Bei Kauf Gebrauchtwagen beim Fachhandel: Info und Kauf beim Fachhandel noch bedeutender**
 - **Bei Kauf Gebrauchtwagen von privat: Online-Info dominiert deutlich vor Inseraten und Empfehlung Bekannte**
- **Online-Kommunikation von Früh- bis Spätphase und traditionelle Info durch Fachhandel weiterhin wichtig**

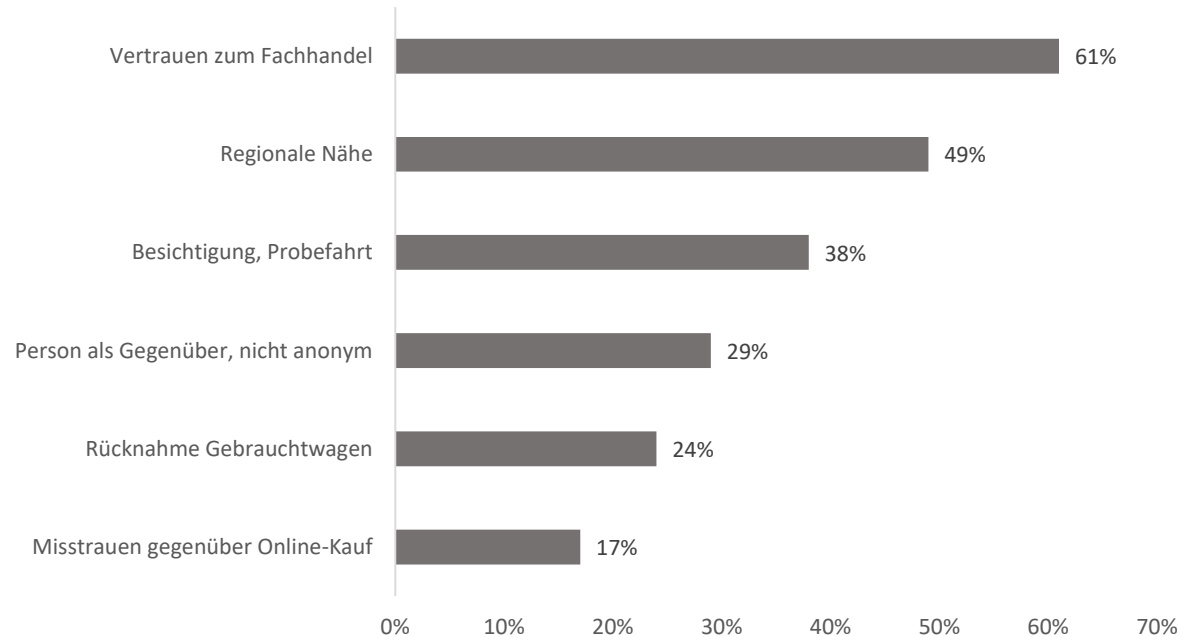
**VERGLEICH VON MEINUNG („ANGENOMMEN, SIE KAUFEN“) UND TATSACHE (PKW GEKAUFT):
FACHHANDEL FÜR INFO UND KAUF WEITER DOMINANT, ONLINE ONLY -KÄUFE STEIGEND**

Neu- PKW gekauft



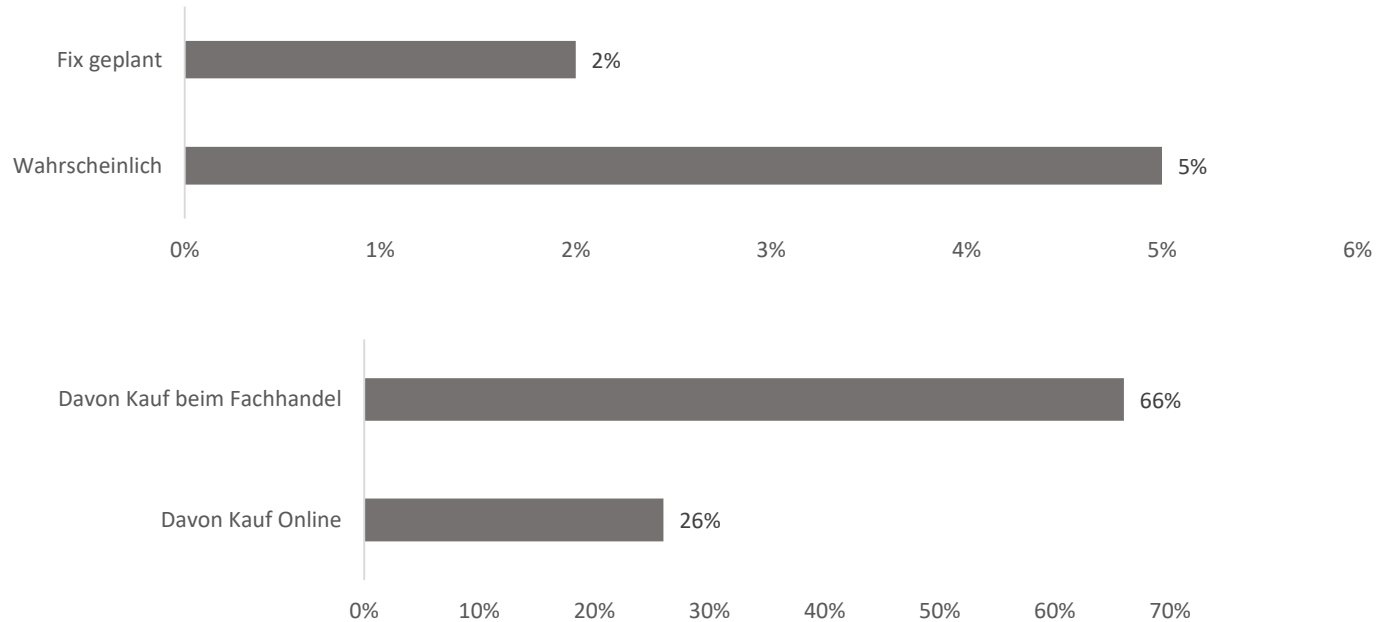
- **In der Realität von Käufen neuer PKW nimmt die Bedeutung des Fachhandels für Information und Kauf zu**
- **Online-Info und Kauf beim Fachhandel etwas sinkend**
- **Online-only Info und Kauf deutlich stärker, aber weiterhin (noch) Minderheit**
- **Wenn PKW-Kauf noch nicht getätigt, aber fix geplant ist, Verhalten ähnlich wie bei getätigten Käufen: Fachhandel bleibt vorn, Online holt auf**

MOTIVE FÜR KAUF BEI FACHHANDEL STATT ONLINE: VERTRAUEN, NÄHE, NICHT ANONYM



- **Traditionelle Motive zählen am meisten, Autokauf ist nach wie vor Vertrauenssache**
Vor allem bei Älteren und im ländlichen Bereich
- **Nachteile des Kaufs beim Fachhandel im Vergleich zu online: höherer Kaufpreis, geringere Auswahl**
Diese Nachteile sind gleichzeitig die Hauptmotive für Online-Kauf, vor allem der Preis

KAUF VON E-AUTOS: GROßES MEDIENTHEMA, GERINGE KAUFABSICHT. FACHHANDEL DOMINIERT WEITER, ONLINE-KAUF RÜCKT NÄHER



- **Konkrete Kaufabsicht E-Auto 2 Prozent**
- **Kaufkanäle: weiterhin Fachhandel klar voran, aber Online Anteil weiter steigend**

UNTERSCHIEDE BEI INFO- UND KAUFVERHALTEN ZWISCHEN MANN UND FRAU

Deutlich häufiger/wichtiger ist bei:

Männer	Frauen
Information Online	Information beim Fachhandel
Online only Info und Kauf	Persönliche Beratung beim Fachhandel
Rabatte	Kaufvertrag beim Fachhandel unterschreiben
Kaufinteresse E-Auto	Garantie und Service bei Autohaus des Kaufs

UNTERSCHIEDE BEI INFO- UND KAUFVERHALTEN ZWISCHEN JUNG (BIS 30) UND ALT (AB 50)

Deutlich häufiger/wichtiger ist bei

Jung	Alt
Information Online (nahe bei 100%)	Persönliche Info + Beratung beim Fachhandel
Online only Info und Kauf	Vertrauensgrad zum Fachhandel
Kauf gebrauchte Autos	Kaufvertrag beim Fachhandel unterschreiben
Infoquelle Bekannte, Freunde	Rabatte
Kaufabsicht E-Auto geplant	Garantie und Wartung bei Autohaus des Kaufs
Kaufabsicht E-Auto Online only	Kauf Gebrauchtwagen beim Fachhandel
	Eigenen Wagen beim Kauf in Zahlung geben
	Kaufabsicht E-Auto beim Fachhandel

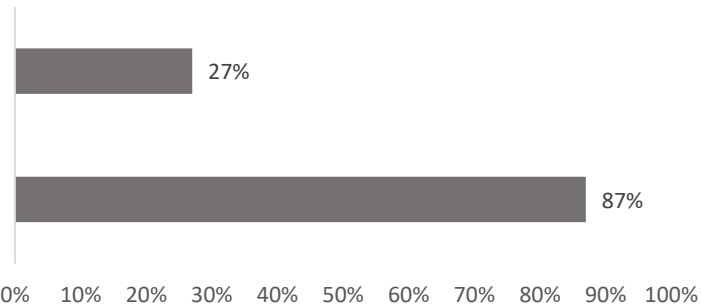
UNTERSCHIEDE BEI INFO- UND KAUFVERHALTEN ZWISCHEN STADT UND LAND

Deutlich häufiger/wichtiger ist bei:

Stadt	Land
Information Online	Information beim Fachhandel
Rabatte	Persönliche Beratung beim Fachhandel
Kaufinteresse E-Auto	Kaufvertrag beim Fachhandel unterschreiben
Online only Info und Kauf	Garantie und Service bei Autohaus des Kaufs
	Vertrauensgrad zum Fachhandel
	Nähe
	Probefahrt

FACHHANDEL BEI DEN BASICS DER ONLINE STANDARD-KOMMUNIKATION GUT AUFGESTELLT

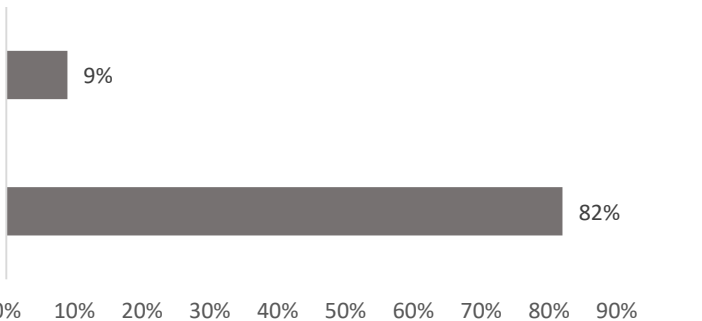
Homepage von KFZ-Fachhändler seit 2017
besucht?



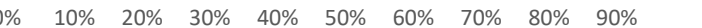
Davon „Website war sehr/eher
professionell“



Kaufanfrage per e-mail an KFZ-Händler
gesendet?



Davon „Reaktion war sehr/eher
professionell“



FAZIT

- Frühphase der Information über PKW: mehrheitlich Online
 - Entscheidungsphase: Information Online und Beratung im Fachhandel
 - Kaufverhalten: mehrheitlich im Fachhandel, Online-Kauf noch sehr gering
 - E-Autos: 2% konkrete Kaufabsicht 2019/20, Fachhandel vorn, Online nimmt zu
 - Hauptmotive pro Fachhandel: Vertrauen, Beratung, Nähe, Garantie & Wartung
Hauptmotive pro Online-Kauf: geringerer Preis, mehr Auswahl
 - Überdurchschnittlich stark auf Fachhandel fokussiert: Frauen, Ältere, Land
 - Überdurchschnittlich starke Online-Neigung: Junge, Männer, Städter, E-Auto
- Der Fachhandel wird für die nächsten 10 Jahre seine dominante Stellung noch behaupten können. Die Dominanz der Online-Info wird jedoch zunehmend auf den Vertrieb und Kauf übergehen. Konventionell agierende Autohäuser werden dann vor allem bei traditionell agierenden Zielgruppen bestehen.