

## Was wollen die Kunden wirklich?

05.12.2007

Eine von der Publikation "Automobilwoche" in Auftrag gegebene Befragung von 500 Kunden, die zwischen 2003 und 2006 einen Neuwagen gekauft haben, erbrachte folgende Ergebnisse:

Die Trennung der Marken im Autohaus ist für Kunden eher unwichtig (44 %); 23 % war es völlig egal. Für relativ bis sehr wichtig entschieden sich gerade einmal 13 %.



*Kunden sehen die Trennung mehrerer Marken als nicht so wichtig an; ihnen kommt es v. a. auf professionellen Kundenkontakt an!*

Positiv wurde allerdings gesehen, wenn Händler mehrere Marken verkaufen. "Genau hier setzen wir an", so Walter Schiel von der Einkaufsbörse ELN ([www.eln.de](http://www.eln.de)), "denn mit unserem Konzept können Händler von jetzt auf sofort zum Mehrmarkenhändler werden - das wollen die Kunden wirklich! Mit unserer Händlerbörse bieten wir ein konkurrenzloses Produkt, denn über 10.000 attraktive Lagerfahrzeuge unterschiedlichster Marken sind eine risikolose Einkaufsmöglichkeit, auf die bereits zahlreiche Händler erfolgreich zurückgreifen. Die positive Resonanz gibt uns Recht."

Sehr wichtig für Kunden und Käufer ist die Beratungsleistung des Verkäufers: Für 75 % der Befragten ist eine kompetente und ausführliche Beratung wichtiger als das Gesamterscheinungsbild des Händlers. (red)