

05.06.2023 - 08:53 Uhr

## Studie zeigt: Automobilkunden sind verunsichert, Marktumfeld bleibt dynamisch

Köln (ots) -

**Mit Blick auf den nächsten Autokauf ist die Stimmung der deutschen Kunden gedämpft. Auch das Interesse an E-Mobilität stagniert. Chinesische Marken gewinnen dagegen weltweit an Relevanz. Die neueste globale Simon-Kucher Automobilstudie\* gibt Einblicke in Kundenmeinungen und globale Trends.**

- Fast die Hälfte der Befragten in Deutschland plant, ihr aktuelles Auto länger zu fahren
- Kunden mit konkreter Kaufabsicht rechnen im Vergleich zum Vorjahr mit einem Preisanstieg von bis zu 15 Prozent
- Geteilte Meinung der Kunden zu stark schwankenden Preisen
- Interesse an E-Fahrzeugen in Deutschland stagniert
- Kopf-an-Kopf-Rennen zwischen deutschen und chinesischen Marken in China

Volatile Zeiten und steigende Preise haben auch in der Automobilbranche ihre Spuren hinterlassen. Gemäß der globalen Automobilstudie von Simon-Kucher sinkt die Kaufkraft in Deutschland bei mehr als 50 Prozent der Befragten. Das führt dazu, dass Neukäufe zurückgestellt und Autos länger gefahren werden: Dies gaben 49 Prozent der Befragten an. Der Preis rückt gegenüber dem Vorjahr für deutsche Kunden noch stärker in den Fokus.

### Kaufinteressenten erwarten höhere Preise

Ein inflationsbedingter Anstieg der Autopreise wird von Kunden in Deutschland weiter erwartet. Während das angegebene durchschnittliche Budget für einen Neuwagenkauf in Deutschland im Jahr 2022 noch bei 34.200 Euro lag, ist es in diesem Jahr auf 38.900 Euro gestiegen. Ein ähnliches Bild zeichnet sich bei den Leasingraten ab.

"Kunden rechnen mit gestiegenen und weiter steigenden Preisen, gleichzeitig zeigt sich eine Zurückhaltung beim Kauf", sagt Martin Gehring, Senior Partner und Head of Automotive bei Simon-Kucher. "Hersteller und Händler müssen die weiterhin kaufbereiten Kundensegmente gezielt ansprechen und gleichzeitig flexibel Nachfrage und Rabatte ausbalancieren."

Preisänderungen im monatlichen, wöchentlichen oder gar täglichen Rhythmus werden von Kunden unterschiedlich bewertet: 40 Prozent der deutschen Kunden halten diese für nicht fair. 52 Prozent sehen darin aber auch die Chance, dadurch ein besseres Angebot zu erhalten.

### Auto-Abonnements als mögliche Alternative

Das Interesse an Auto-Abonnements bleibt mit 46 Prozent weiterhin hoch. Die Befragten gaben an, dass sie die zusätzliche Sicherheit und Flexibilität von Auto-Abonnements schätzen. Insbesondere der kostenlose Service und die Wartung überzeugen 44 Prozent der Befragten. Ebenfalls 44 Prozent schätzen die Flexibilität bei der Laufzeit. "In wirtschaftlich unsicheren Zeiten scheint für viele Kunden ein Auto-Abo mit kurzer Laufzeit die kalkulierbarste Alternative zu sein", sagt Matthias Riemer, Partner und Automobilexperte bei Simon-Kucher. "Trotz der genannten Vorteile von Auto-Abos führen diese jedoch nicht zu einer signifikant höheren Zahlungsbereitschaft im Vergleich zu Kauf oder Leasing. Anbieter von Auto-Abos müssen diese preislich, aber auch inhaltlich geschickt gegenüber dem traditionellen Geschäft positionieren und auf die interessierten Kundensegmente abstimmen."

### Global steigendes Interesse an E-Mobilität, gleichbleibende Nachfrage in Mitteleuropa

Mit 89 Prozent Kaufinteresse an einem Elektrofahrzeug liegt China global an der Spitze. Auch im Vorzeigemarkt Norwegen ist die Vorliebe für Elektrofahrzeugen von 68 auf 74 Prozent weiter gestiegen. "Nachdem das Interesse in den letzten Jahren stark gestiegen ist, zeichnet sich in Deutschland derzeit ein Stillstand bei etwa 53 Prozent ab. Jetzt kommt es auf die richtigen Fahrzeuge, eine funktionierende Infrastruktur und moderate Strompreise an, um aus Interessenten tatsächliche Käufer zu machen und weitere Kundensegmente zu erreichen", so Martin Gehring.

### Kopf-an-Kopf-Rennen zwischen deutschen und chinesischen Marken in China

Deutsche Automarken sind laut Studie in vielen Ländern weiterhin die erste Wahl beim Autokauf. Dies galt auch lange für China. Verkaufszahlen aus China und die Studienergebnisse zeigen, dass chinesische Kunden inzwischen ebenso gerne zu lokalen Produkten greifen: 85 Prozent der Befragten in China würden ein deutsches Fahrzeug in Betracht ziehen, 84 Prozent ein chinesisches. In Deutschland sind 18 Prozent der Befragten offen für den Kauf einer chinesischen Marke. Unter den aktuellen Fahrern von Elektroautos sind es sogar 26 Prozent. "Der globale Wettbewerbsdruck steigt", so Matthias Riemer. "Deutsche Hersteller müssen sich selbst neu erfinden und können sich nicht auf einem westlichen Markenbonus ausruhen. Ein klares Verständnis davon, was Kunden erwarten und wofür sie bereit sind, Geld auszugeben, wird immer wichtiger", ergänzt Matthias Riemer.

**\*Über die Studie:** Die globale Automobilstudie wurde von Simon-Kucher im Frühjahr 2023 in Europa, Amerika und Asien durchgeführt. Mehr als 8.235 Privatkunden, die in naher Zukunft den Kauf, die Finanzierung oder Leasing eines Neu- oder jungen Gebrauchtwagens

planen (darunter 1.006 in Deutschland), wurden zu aktuellen und zukunftsorientierten Themen rund um Auto und Mobilität befragt.

Über Simon-Kucher

Simon-Kucher ist eine globale Unternehmensberatung mit über 2.000 Mitarbeitenden in 30 Ländern weltweit. Unser Fokus: "Unlocking better growth". Wir helfen unseren Kunden verantwortungsvoll und nachhaltig zu wachsen, indem wir jeden Aspekt ihrer Unternehmensstrategie optimieren, von Produkten und Preisen bis hin zu Innovation, Digitalisierung, Marketing und Vertrieb.

Mit 37 Jahren Erfahrung in Monetarisierung und Pricing gelten wir als weltweit führend in den Bereichen Preisberatung und Unternehmenswachstum.

[simon-kucher.com](https://www.simon-kucher.com)

Pressekontakt:

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

Roxana Müller (Communications & Marketing Manager)

Tel: +49 160 92180752

E-Mail: [roxana.mueller@simon-kucher.com](mailto:roxana.mueller@simon-kucher.com)

[simon-kucher.com](https://www.simon-kucher.com)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100019081/100907456> abgerufen werden.