

E-Autos: Händler und Hersteller noch nicht unter Strom

Ottobrunn, 25.06.2019: *Wie steht es um die telefonische Beratungsqualität von Autohäusern zu E-Autos? Dieser Frage ist das Marktforschungsinstitut transfer in einer vergleichenden Telefonstudie bei zehn großen Automarken nachgegangen. Es besteht, so zeigen die Ergebnisse, erhebliches Verbesserungspotential: Zwar sind die Händler überwiegend kompetent in der Beantwortung der Kundenfragen, könnten jedoch noch mehr Begeisterung und Überzeugung für ihre E-Modelle zeigen. Probefahrten werden fast immer angeboten, aber meist nur auf Nachfrage und oft mit vagem oder weit entferntem Datum. Ein weiteres Hindernis ist die meist viel zu lange Lieferzeit, die im Durchschnitt über ein halbes Jahr beträgt.*

E-Mobilität wird landauf landab heiß diskutiert, folglich denken immer mehr Autofahrer selbst über die Anschaffung eines E-Autos nach. Für viele ist da der erste Schritt, beim Händler ihres Vertrauens anzurufen und sich zu informieren.

Aber können die Händler überhaupt kompetent Auskunft zu ihren E-Modellen geben, ihre Verfügbarkeit und Lieferzeiten nennen? Genau dieser Frage ist das Münchner Marktforschungsinstitut transfer in einer vergleichenden Mystery-Calling-Studie nachgegangen. Die Experten führten dazu insgesamt 100 Testanrufe bei bundesweit verteilten Händlern der wichtigsten E-Automarken durch.

Schwierige Erreichbarkeit

Die erste Hürde stellt schon die telefonische Erreichbarkeit dar: Bei einem Fünftel der Händler kam es nicht einmal zu einem Telefongespräch, da entweder niemand abhob (es wurde bis zu dreimal angerufen) oder kein geeigneter Gesprächspartner verfügbar war. Am höchsten war die Erfolgsquote bei Volkswagen (100%), am niedrigsten bei Tesla (60%).

Im Gespräch sind die Händler durchaus bereit, bestehende Fragen zum Modell direkt am Telefon zu beantworten (79%). Ebenso laden sie zum Besuch im Autohaus ein (70%), nehmen jedoch nur selten die Kontaktdaten der Interessenten auf (33%) und bieten nahezu nie die Zusendung von Infomaterial an (3%).

Ein Kaufargument für E-Autos könnte die Umweltprämie sein, die ein Kunde bei Kaufabschluss erhält. Könnte sie sein, denn sie wurde nur in 15% der Telefonberatungen erwähnt. Bei Audi und Tesla wurde sie sogar überhaupt nicht erwähnt.

Begeisterung ausbaufähig

Immerhin knapp zwei Drittel der Testanrufer geben an, dass die Verkäufer sie für das gewünschte Modell begeistert hätten (64%). Am besten gelang dies Tesla (100%), Nissan (88%) und BMW (75%), während Kia (44%) und Volkswagen (40%) am wenigsten Begeisterung wecken konnten. Für Dirk Römmelt, Geschäftsführer des transfer Instituts, ist das keine Überraschung: „Viele Verkäufer bei den traditionellen Automarken schauen noch immer skeptisch auf die elektrischen Neuankömmlinge im Modellportfolio und vermitteln diese Einstellung dann - teils bewusst, teils unbewusst - ihren Kunden“. Immerhin versuchten Händler nur in zwei Fällen (jeweils einmal bei Audi und Kia), die Interessenten vom Kauf eines E-Modells abzubringen.

Probefahrt meist nur auf Nachfrage

Die Probefahrt spielt eine wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung. Umso mehr überrascht es, dass eine Probefahrt nur in weniger als einem Drittel der Fälle (29%) proaktiv von den Händlern angeboten wurde, die Interessenten also mehrheitlich selbst nachfragen mussten (71%). Am häufigsten vom Händler ausgehend angeboten wurde eine Probefahrt bei Renault (57%), bei Volkswagen und Peugeot hingegen kein einziges Mal. Egal ob proaktiv oder auf Nachfrage, letztendlich wurde eine Probefahrt bei fast allen Händlern (89%) angeboten, überwiegend auch mit dem

gewünschten Modell (81%). Allerdings boten nur 15% der Händler die Probefahrt für denselben Tag an, 44% gaben einen Zeitraum von 10 Tagen an, 10% mehr als 10 Tage, und 31% konnten überhaupt keine Auskunft zum Zeitpunkt der Probefahrt geben - was beim Interessenten den Eindruck hinterlässt, dass de facto keine Probefahrt möglich ist.

Lieferzeit größte Baustelle

Das größte Kaufhindernis dürfte jedoch die Lieferzeit sein. Die durchschnittliche angegebene Wartezeit lag bei 25(!) Wochen, das heißt bei einem halben Jahr. Zumutbare Lieferzeiten versprochen nur Tesla (5 Wochen), Renault (9 Wochen) und BMW (12 Wochen). Bei den anderen Marken hingegen betrugen die Wartezeiten jeweils mindestens vier Monate, in Einzelfällen sogar mehr als ein Jahr. Zwar erklärten viele Händler diese Wartezeit mit anstehenden Modellwechseln, wie z.B. den Wechsel zum ID3 bei Volkswagen, die Botschaft an den Interessenten bleibt jedoch dieselbe, nämlich dass die Händler ihnen in absehbarer Zeit kein e-Auto anbieten können. Kein Zweifel, dass dies das Kaufinteresse vieler potentieller Kunden erheblich dämpft.

Vor allem die Hersteller müssen tätig werden

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass Autohändler inzwischen ihre E-Modelle kennen und kompetent über sie Auskunft geben, ihre Begeisterung gegenüber den Modellen aber nach wie vor ausbaufähig ist. Ein auf E-Autos spezialisierter Premiumanbieter wie Tesla hebt sich hier durch Begeisterungsfähigkeit und eine attraktive Lieferzeit klar von den herkömmlichen Marken ab.

Die größte Herausforderung, die Lieferzeit, liegt jedoch kaum in der Hand der Händler, sondern auf Herstellerseite. Ein interessierter Kunde, der eine Wartezeit von mehreren Monaten genannt bekommt, ist danach in der Regel kein interessierter Kunde mehr, egal wie kompetent oder überzeugend der Händler sein mag.

Fazit: Handel und Herstellern fehlen für die volle Kursänderung Richtung Elektro wohl noch ein paar Volt. Beide täten gut daran, diese Spannung rasch aufzubauen.

Zur Studiienerhebung

Die erste Studie zum Thema Alternative Antriebe führte das transfer Institut 2015 durch. Dabei wurden insgesamt 141 persönliche Testberatungen für 14 Modelle durchgeführt, während in der aktuellen Studie 100 Testanrufe für 10 Modelle bei jeweils unterschiedlichen Händlern durchgeführt wurden. Die getesteten Händler befinden sich in Großstädten des gesamten Bundesgebiets. Die aktuell getesteten Marken und Modelle waren Audi E-Tron, BMW i3, Hyundai Ioniq Elektro, Kia Soul EV, Nissan Leaf, Peugeot e-208, Renault ZOE, Smart Forfour, Volkswagen e-Golf und Tesla Model 3. Die kompletten Studienergebnisse können über info@transfer-gmbh.de bezogen werden.

Das transfer Institut

Das transfer Institut mit Sitz in Ottobrunn bei München wurde 1980 gegründet und zählt seit vielen Jahren zu den etablierten Qualitätsführern in der Marktforschung und im Mystery Shopping. Eine Kernkompetenz von transfer liegt in der Umsetzung von komplexen und beratungsintensiven Testkauf-Projekten, insbesondere in den Branchen Automotive und Finance.

Kontakt transfer (www.transfer-gmbh.com):

Dirk Römmelt (Geschäftsführer), 089-6602939-14, d.roemmelt@transfer-gmbh.de

Simon Schwaiger (Consultant), 089-6602939-19, s.schwaiger@transfer-gmbh.de