

P R E S S E M I T T E I L U N G

Verkaufs-Service in Autohäusern 2011

Freundliche Autoverkäufer, Defizite bei der Kreditberatung – VW ist Testsieger vor Mercedes-Benz und Toyota

Hamburg, 03.02.2011 (ots) – Die Automobilindustrie meldet weltweit steigende Absatzzahlen – nur nicht in Deutschland. Die Händler überbieten sich daher mit Kauf-Anreizen wie „Mehr Fahrspaß“, „weniger Verbrauch“ oder „hohe Rabatte“. Doch wie gut ist die Beratung in den Autohäusern? Das Deutsche Institut für Service-Qualität machte jetzt im Auftrag von n-tv bei den zwölf größten Automarken in Deutschland den Praxistest. Ergebnis: Der Verkaufs-Service war im Durchschnitt nur befriedigend.

Insgesamt bemängelten die Tester bei jeder dritten Beratung vor Ort das zu geringe Eingehen auf die individuellen Kundenwünsche. Auch die Vorteile der eigenen Fahrzeuge gegenüber anderen Automarken konnten nur jedem dritten Tester überzeugend dargelegt werden. Eine Probefahrt wurde nur in 60 Prozent der Fälle aktiv angeboten. Die größten Defizite zeigten sich jedoch bei der Kreditberatung. Fast nie wurde die finanzielle Situation des Kunden beleuchtet: Das Einkommen der Tester wurde nur von knapp sechs Prozent der Berater erfragt und die Ausgaben in keinem einzigen Gespräch analysiert. „Ob sich ein Interessent das gewünschte Fahrzeug überhaupt leisten kann, spielte in den Verkaufsgesprächen keine Rolle“, wundert sich Markus Hamer, Geschäftsführer des Marktforschungsinstituts.

Die Tester berichteten aber auch Positives: Die meisten Autohäuser präsentierten sich mit großzügigen und repräsentativen Verkaufsräumen. Bei über 90 Prozent der Besuche wurde auch das Erscheinungsbild der Mitarbeiter positiv bewertet. „Über 75 Prozent der Autoverkäufer überzeugten durch ein großes Detailwissen hinsichtlich der angebotenen Fahrzeuge und präsentierten diese freundlich und motiviert“, lobt Serviceexperte Hamer.

Testsieger der Servicestudie wurde Volkswagen. Der Wolfsburger Autobauer punktete mit einer Top Beratung vor Ort und dem besten Internetauftritt. Der zweitplatzierte Hersteller Mercedes-Benz überzeugte vor allem mit der besten Beratung in den Autohäusern. Rang drei erzielte Toyota.

Im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv nahmen die Marktforscher den Verkaufs-Service der zwölf absatzstärksten Automarken in Deutschland unter die Lupe. Schwerpunkt der Analyse war die persönliche Beratung in Autohäusern in den Städten Berlin, Hamburg und München, wobei auch die übergebenen Beratungs- und Finanzierungsunterlagen untersucht wurden. Weiterhin wurden die Automarken hinsichtlich ihrer Internetauftritte und des Versands von Informationsmaterial beurteilt. In Summe flossen 492 verdeckte Testerkontakte zu den Unternehmen ein.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 3. Februar 2011, um 18:35 Uhr

Ansprechpartner:
Markus Hamer
Telefon: 040 / 41 11 69 26
E-Mail: m.hamer@disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Institut prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

Ansprechpartner:

Markus Hamer

Telefon: 040 / 41 11 69 26

E-Mail: m.hamer@disq.de