



Zukunftstrends
und
Erfolgsfaktoren
im
Automobilgeschäft

DR. KONRAD WEBNER
CORNELIA TRUCKENBRODT
STEFAN REISER

MANAGEMENT SUMMARY

01

EINFUEHRUNG

02

2.1 Motivation und Zielsetzung	13
2.2 Studiendesign	13
2.2.1 Online-Befragung bei Neuwagenkäufern	13
2.2.2 Expertengespräche mit ausgewählten Branchenkennern in den U.S.A. und Deutschland	15
2.3 Stichprobenstruktur	16

DAS AUTO DER ZUKUNFT

03

3.1 Ökologie als Chance für die Automobilbranche	19
3.1.1 Umweltorientierung von Neuwagenkäufern	20
3.1.2 Zukunftsträchtige Antriebskonzepte	24
3.1.3 Imagevergleich: Diesel vs. Hybrid	29
3.1.4 Zahlungsbereitschaft für umweltorientierte Antriebe	35
3.1.5 Auswirkungen von Fahrverboten in Innenstädten	39
3.1.6 Motive für und gegen den Kauf alternativer Antriebe	41
3.1.7 Wahrgenommene Umweltorientierung von Herstellern	45
3.2 Ausstattungen der Zukunft	49
3.2.1 Multimedia- bzw. Entertainment-Ausstattungen	50
3.2.2 Funktionen von Navigationssystemen	53
3.2.3 Sicherheitsausstattungen	56
3.2.4 Komfortausstattungen	63
3.2.5 Bereichsübergreifender Vergleich von Ausstattungen	66

04

**MARKENSTRATEGIEN UND
KOMMUNIKATION DER ZUKUNFT**

- | | |
|----|--|
| 69 | 4.1 Anforderungen und Rahmenbedingungen |
| 72 | 4.2 Einfluss von Medienberichterstattung auf die Kaufentscheidung |
| 76 | 4.3 Herkunftsländer und deren Bedeutung |
| 80 | 4.4 Neue Mitbewerber aus Schwellenländern |
| 85 | 4.5 Zunehmende Bedeutung von Usability und Design |

05

**HANDEL UND VERTRIEB
DER ZUKUNFT**

- | | |
|-----|---|
| 91 | 5.1 Die Bedeutung des Internets beim Fahrzeugkauf |
| 99 | 5.2 Aktive Finanzdienstleistungsangebote im Handel |
| 108 | 5.3 Abschluss von Zusatzleistungen |
| 112 | 5.4 Der Kauf von Mobilität |
| 115 | 5.5 Dienstleistungsqualität im Handel |
| 118 | 5.6 Anforderungen bei Lieferzeiten |

06

**DIE MARKTENTWICKLUNG
IN CHINA UND INDIEN**

07

ANHANG

- | | |
|-----|-----------------------------|
| 129 | 7.1 Validitätschecks |
| 132 | 7.2 Fragebogen |

[EXPERTENSTATEMENTS]



Dr. Gerhard Schmidt

Vice President Research & Advanced Engineering
Ford Motor Co.

28



Prof. Dr.-Ing. Ferdinand Panik

Professor an der Hochschule Esslingen
Fakultät Fahrzeugtechnik

33



Markus Schrick

Vize-Präsident
Toyota Deutschland GmbH

48



Dr. Gerhard Schmidt

Vice President Research & Advanced Engineering
Ford Motor Co.

62



Frank Witter

Chief Executive Officer & Chief Financial Officer
Volkswagen of America

71



Prof. Dr. Willi Diez

Leiter Institut für Automobilforschung (IFA)
Hochschule Nürtingen-Geislingen

79



Prof. Dr. Hans-Ulrich Sachs

Geschäftsführer Hans-Ulrich Sachs GmbH - Brilliance

82



Gorden Wagener

Leiter Mercedes Benz Advanced Design of North America, Inc.

87

[EXPERTENSTATEMENTS]

89

Bibs Hosak-Robb

Bibs Industrial Design Consultancy München



98

Burkhard Weller

Geschäftsführer
Wellergruppe



104

Prof. Dr. Hannes Brachat

Herausgeber AUTOHAUS
Springer Transport Media GmbH



105

Marion Johl

Generalbevollmächtigte und Vertriebsleiterin Kfz
Santander Consumer Bank AG



106

Dr. Jochen Heinemann

Leiter Produkt- und Tarifentwicklung Automobilwirtschaft Allianz



106

Hans-Jürgen Neufeld

Leiter Automobilwirtschaft Vertrieb Allianz



111

Lutz Kortlüke

Vorstand Europa
CG Car-Garantie Versicherungs-AG

