



**mo:re**  
**FAKTENCHECK**

## Der Autohandel bleibt in Bewegung

„Wir können den Wind nicht ändern, aber die Segel anders setzen“ (Aristoteles). Diesem Leitsatz folgten die Händler in den letzten zwei Jahren, in denen Corona das Leben und somit auch Konsumentenbedürfnisse veränderte. Eingeschränkte Mobilität im Flugverkehr und Scheu vor öffentlichen Verkehrsmitteln gaben dem Auto einen neuen alten Stellenwert: das Gefühl von Freiheit und Unabhängigkeit, kombiniert mit Fahrerlebnis. Die Händler passten dementsprechend ihr Sortiment an und sehen derzeit die Optimierung ihrer Flotte als wichtigstes Investitionsfeld.

➔ **27 % der Händlerinnen und Händler sehen derzeit das Sortiment als wichtigstes Investitionsfeld**



# Wie entwickeln Händlerinnen und Händler ihr Sortiment?

Wir betrachten die Anpassung des Sortiments von drei Blickwinkeln:

## Sortimentsanpassung

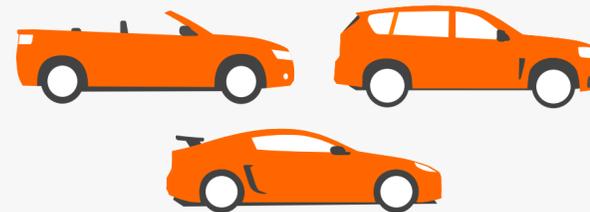
### 1. Trends der Segmente



### 3. Fokus auf alternative Antriebsformen



### 2. Veränderung Anteil Pkw-Kategorien

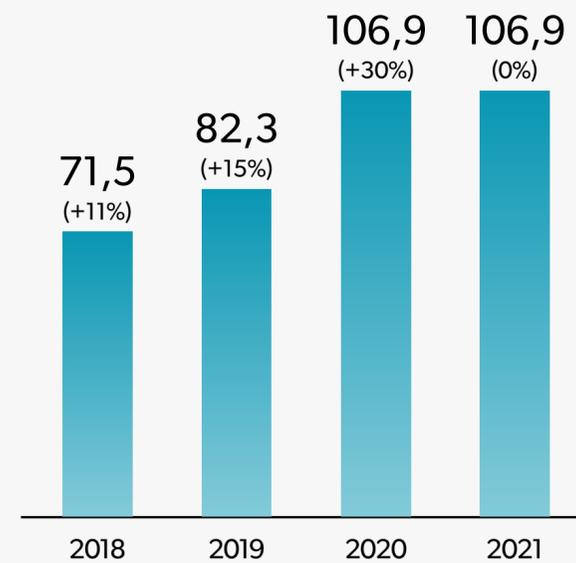


# Reisemobile und Krafträder wurden in den letzten Jahren immer beliebter. 2021 wurde der Anstieg der Neuzulassungen durch Corona ausgebremst



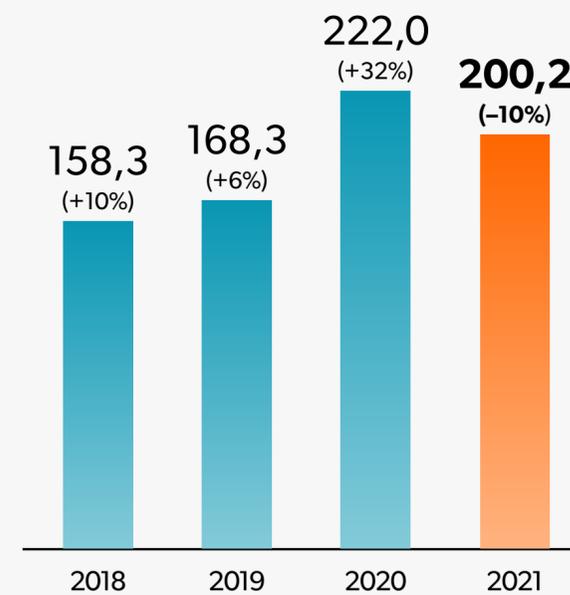
## Caravans und Reisemobile

Angaben in Tausend  
(Wachstum im Vergleich zum Vorjahr)



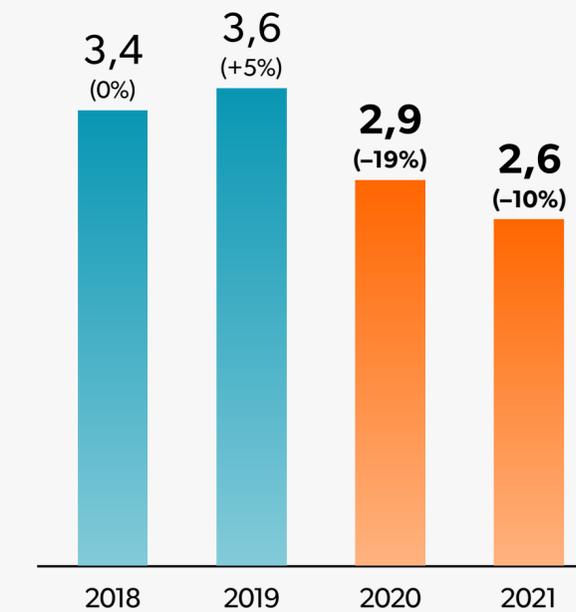
## Krafträder

Angaben in Tausend  
(Wachstum im Vergleich zum Vorjahr)



## Pkws

Angaben in Millionen  
(Wachstum im Vergleich zum Vorjahr)



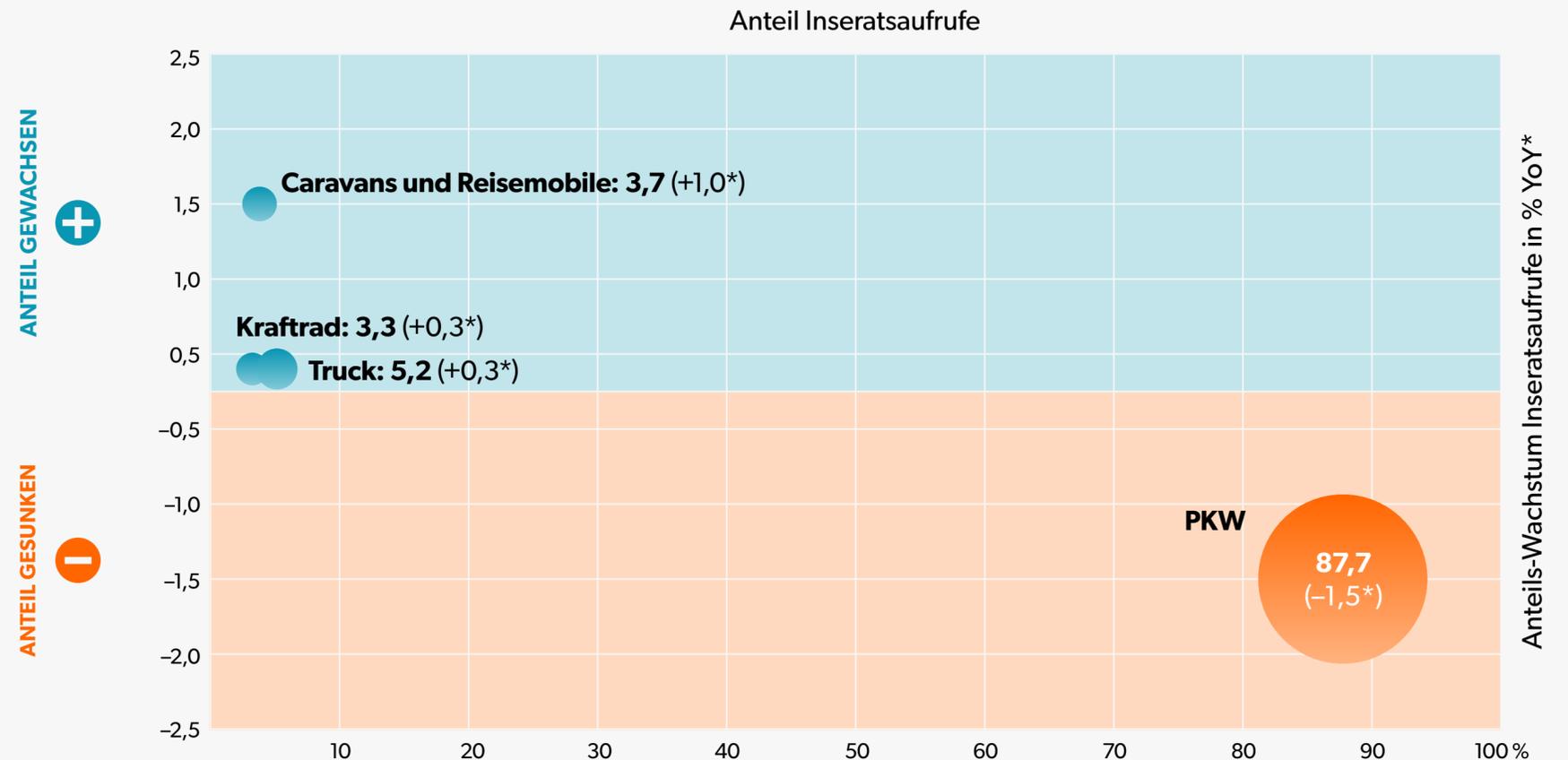
gestiegen  
gesunken

# Bestätigt sich die erhöhte Anzahl an Neuzulassungen und somit das gestiegene Kundeninteresse auch bei gebrauchten Reisemobilen und Krafträdern?

## Entwicklung der Segmente:

- PKWs haben mit Abstand nach wie vor die meisten Inseratsaufrufe (87,7 %).
- Die anderen Segmente sind im Vergleich eher nischig (3–5 %), erfreuen sich aber höherer Beliebtheit im Vergleich zum Vorjahr.
- Gebrauchte Caravans und Reisemobile erhöhen ihren Anteil an Inseratsaufrufen um 1 % – Krafträder und Trucks um 0,3 %.
- Autohäuser sollten darüber nachdenken, ihr Portfolio mit diesen Segmenten zu ergänzen.

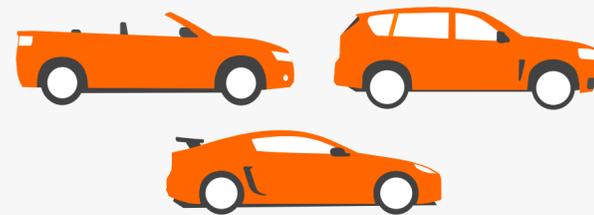
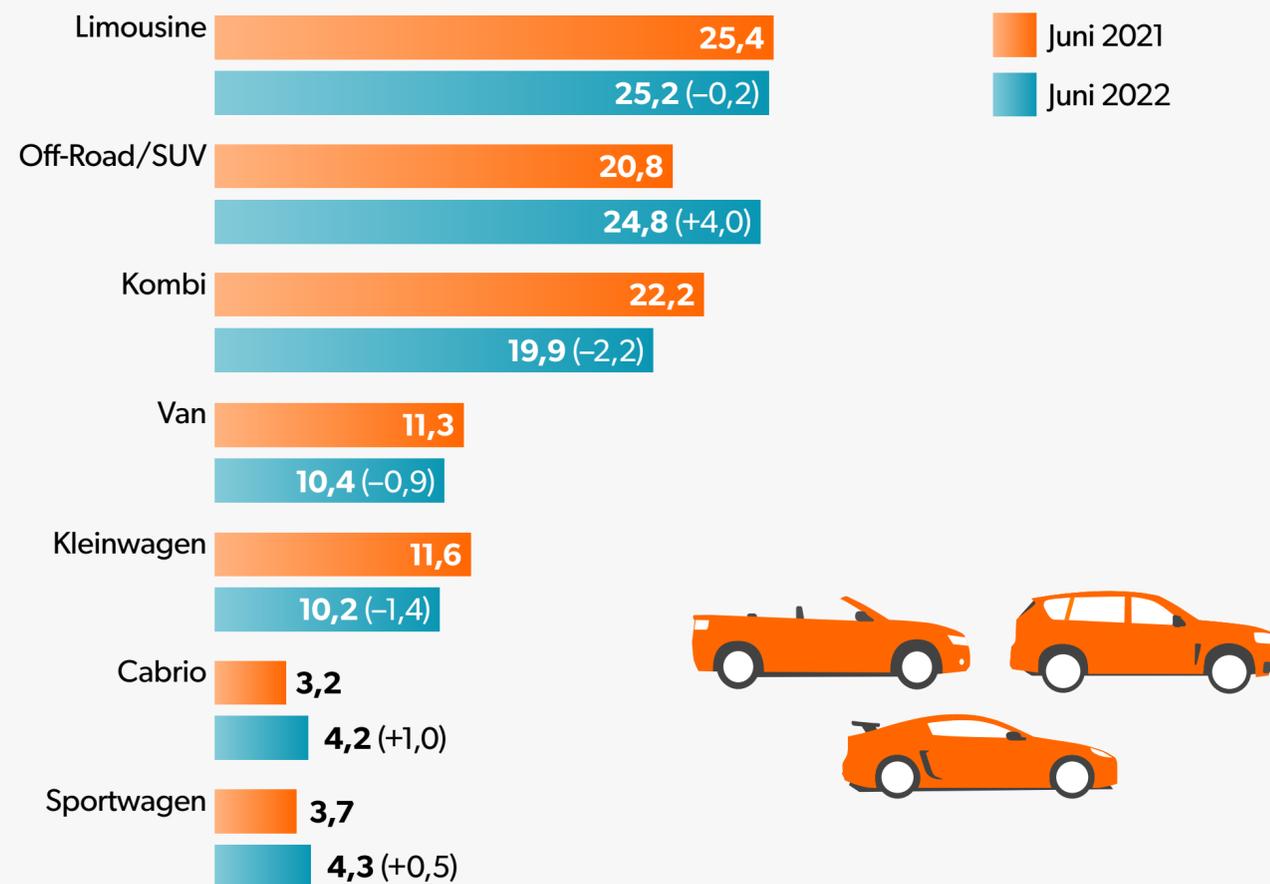
## Segment-Matrix: Anteil Inseratsaufrufe (in %) vs Wachstum der Anteile (in pp)



\*Wachstum YoY = Year over Year > Anteil Juni 22 gegenüber Anteil Juni 21 in Prozentpunkten.

# Entwicklung Fahrzeugkategorien: Händler und Händlerinnen erhöhen den Anteil an SUVs, Cabrios und Sportwagen

## Wie hat sich der Anteil (in %) pro Fahrzeugkategorie im Vergleich zum Vorjahr verändert?

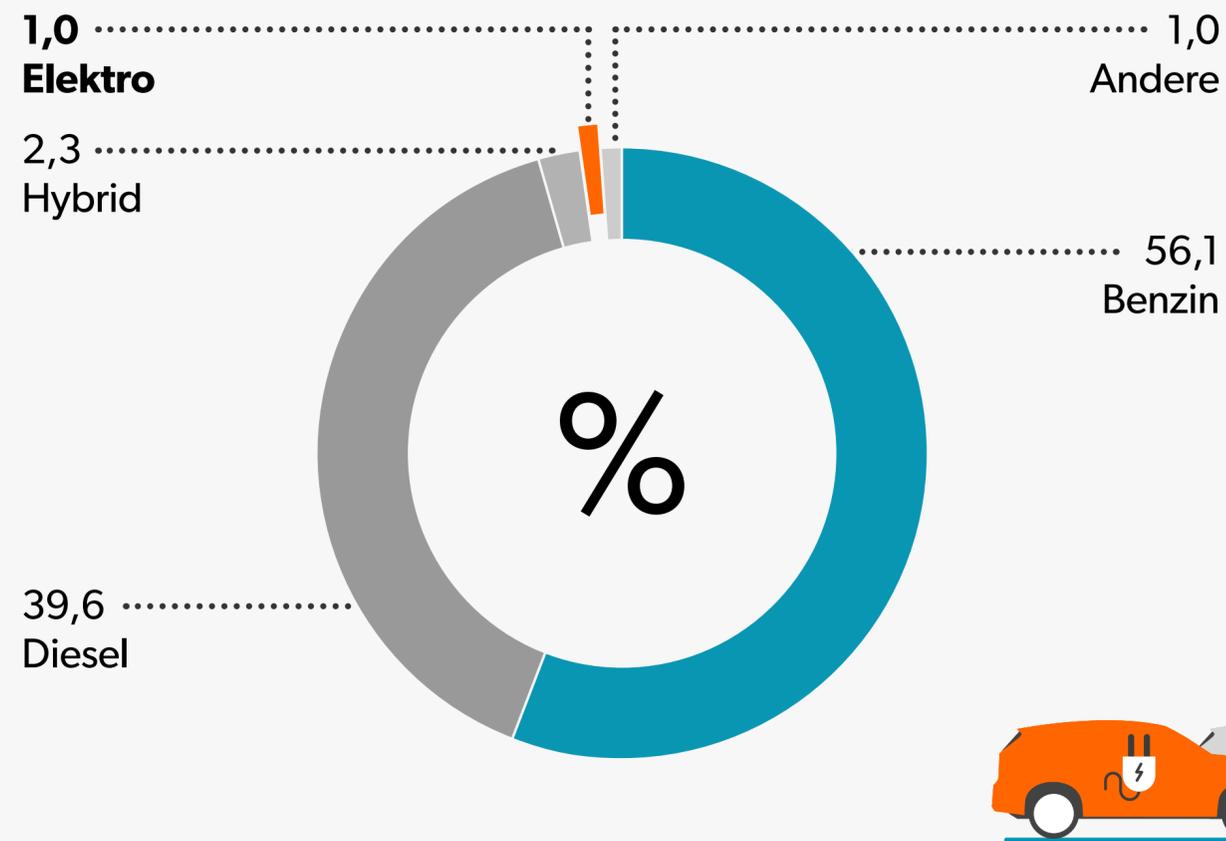


## Gründe für den Sortimentsshift:

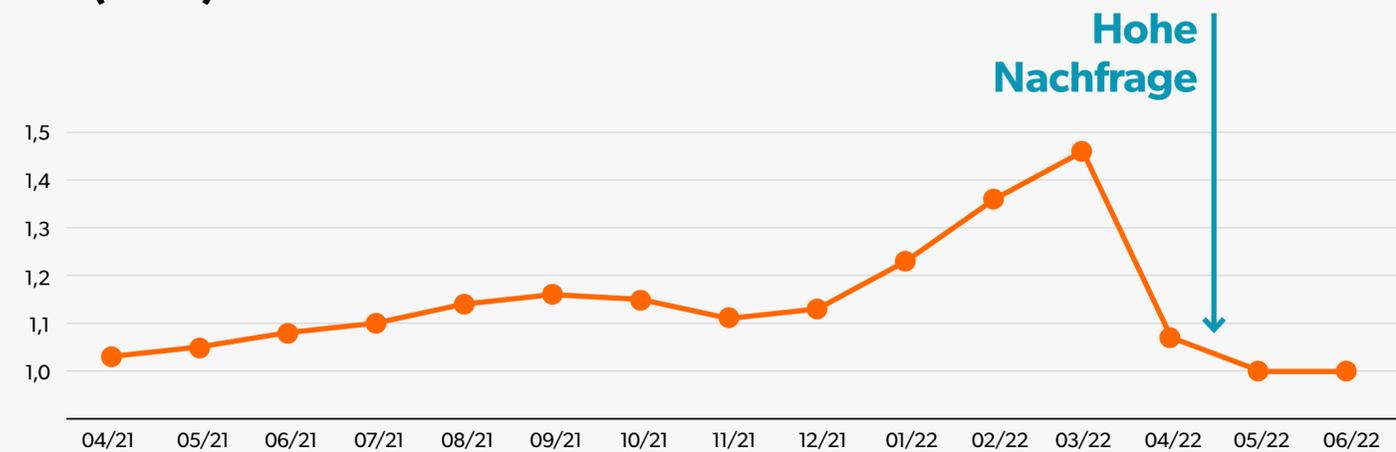
- Die Corona-Pandemie (2020) sorgte für eine erhöhte Nachfrage nach Elektronikprodukten. Der Stillstand in der Produktion von Halbleitern verursachte eine Verknappung dieser (2021)
- Hersteller tendierten daher dazu, Halbleiter in höherpreislichen Fahrzeugen zu verbauen. Off-Road/SUV wird Limousine als größte Kategorie überholen
- Cabrios und Sportwagen stehen in Zeiten eingeschränkter Mobilität für mehr Freiheit und Fahrspaß
- Aufgrund einer weiterhin stabilen Nachfrage nach Kleinwagen und Vans ist der Anstieg in diesen Kategorien ausgeblieben

# Verbrenner dominieren nach wie vor (95 %). Der kontinuierliche Anstieg in der Kategorie Elektro-Gebrauchtwagen findet vorerst sein Ende

Anteil Inserate nach Antriebsart (in %)



Monatlicher Anteil an Elektro-Gebrauchtwagen-Inseraten (in %)



Hohe Nachfrage

Im nächsten **mo:re-Faktencheck** beleuchten wir die derzeitige Entwicklung der Elektromobilität genauer.

## **Neben der Sortimentsanpassung ist der Handel bereit, sein Geschäftsmodell langfristig zu verändern**

### **Im Jahr 2030 werden Fahrzeughändler zu ...**

**43 %** auf das Agenturmodell setzen (Betriebe fungieren als Vermittler zwischen Kunde und Hersteller statt als klassischer Verkäufer).

**37 %** mit anderen Fahrzeugherstellern kooperieren (z. B. für überregionalen Fahrzeugvertrieb).

**36 %** Mobilitätshubs sein und verschiedene Mobilitätsangebote bündeln.

**30 %** Sharing-Services anbieten (z. B. Carsharing, Ridesharing).

## Um in der Automobilbranche zu bestehen, benötigt es Veränderungen

Der Wind und die Welt werden sich weiter verändern, somit müssen sich auch Gebrauchtwagenhändler mittel- bis langfristig neu erfinden. Die Anpassung des Sortiments ist ein Anfang, doch die großen Trends der Automobilbranche erfordern in den nächsten Jahren eine fundamentale Veränderung der Geschäftsmodelle. Wer für den Wandel bereit ist, für den kann es auch eine große Chance bedeuten.

Im folgendem Schaubild werden die fünf großen Trends in der Automobilbranche genannt und welche Risiken sich für Händler und Händlerinnen daraus ergeben. Die Trends bieten aber auch Chancen und Optionen für die zukünftige Geschäftsentwicklung.

# Automobilhandel im Wandel

