

AUTOHAUS **next**

Pulsschlag

BLICK IN DEN MARKT

GW-Verkäufer fast doppelt so zufrieden mit Abschlüssen wie NW-Kollegen.

ab Seite 3

TOP-THEMA

25 % BEV-Anteil in 2025? Klappt nicht, sagt der Autohandel mehrheitlich.

ab Seite 14

02

23. JAHRGANG
17. FEBRUAR
2025

E-Auto-Quoten

TOP
THEMA
ab
Seite 14

2025

Premium-
partner des
Pulsschlag

 **CarGarantie**[®]
takes the risk out <

 **Santander**

 **puls**
MARKTFORSCHUNG

Marktforschungs-
institut des
Pulsschlag



Premium-Partner des Pulsschlag

Santander Deutschland

ist als der größte herstellerunabhängige Fahrzeugfinanzierer ein Schrittmacher für Brancheninnovationen.



CarGarantie

ist führender herstellerunabhängiger Garantieversicherer in Europa*. Als verlässlicher Partner des Automobilhandels setzt der Spezialversicherer und Kundenbindungsspezialist auf Stabilität und Langfristigkeit.

*Finaccord-Studie 2019



INHALT

AUTOHAUS Handelsindex	Seite 03
Marktlage aktuell	Seite 04
Pulsschlag COCKPIT	Seite 05
Neuwagengeschäft	Seite 06
Gebrauchtwagengeschäft	Seite 10
Werkstattgeschäft	Seite 12

TOP THEMA
ab Seite 17

Topthema: **E-Auto-Quoten 2025**

Expertenkommentar	Seite 14
25 %-BEV, Quoten der OEM	Seite 15
Pro und Contra Förderung	Seite 17
BEV-Verkaufsargumente	Seite 18





Es braucht einen Push am besten durch eine Bundesregierung, die wieder einen Aufschwung einleitet!

Der Index zeigt nach oben

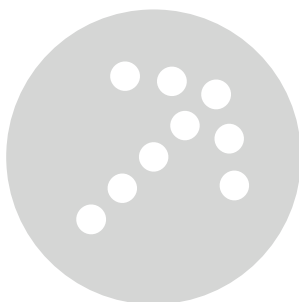
Die Vorzeichen für den Monat Februar sind besser als sein Ruf. Im aktuellen Panel, das wir zu Beginn des Monats erhoben haben, geht der Index für die allgemeine Zufriedenheit mit dem Fahrzeuggeschäft weiter nach oben. 38,3 ist zwar immer noch kein Wert zum Jubeln. Die Tendenz ist aber klar.

48 Prozent Zufriedenheit bei den Gebrauchten sind dabei ein 13-Monats-Hoch. Die Neuwagenverkaufszahlen liegen mit nur 25 Prozent Zufriedenheit jedoch deutlich unter dem Vormonat. Im Vorjahresmonat konnten wir allerdings nur 20 Prozent messen.

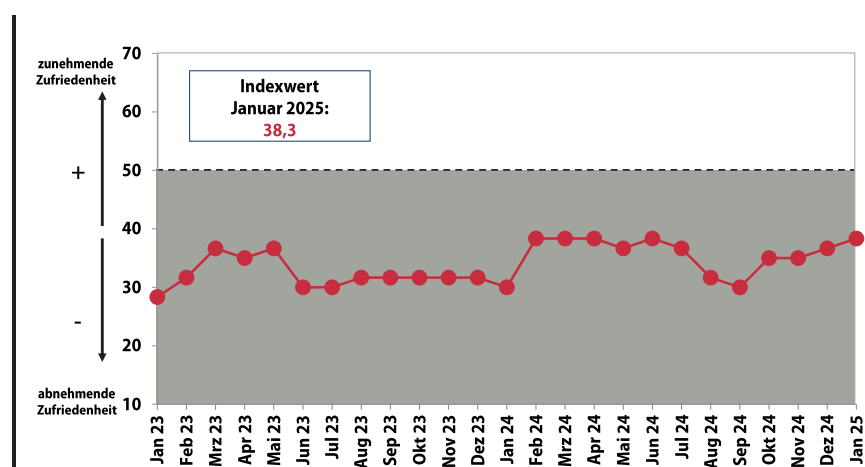
Fakt ist, die **Unsicherheit bei den Kunden ist weiterhin hoch** und die Kaufbereitschaft eher klein. Auch wenn der Bedarf vorhanden wäre.

Es braucht einen Push, am besten durch eine Bundesregierung, die wieder einen Aufschwung einleitet!

Ralph M. Meunzel,
Chefredakteur AUTOHAUS



Stimmung im Autohandel



AUTOHAUS
Handelsindex

Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 02/2025



In Europa haben chinesische Automarken noch einen schweren Stand.
© Foto: Mit KI generiert / Adobe Firefly

Chinesische Autos in Europa: Preise noch zu hoch

In Europa ist der Preis die Hauptmotivation zum Kauf eines chinesischen Autos. Noch ist der aber vielen Kunden nicht niedrig genug.

Europas Neuwagenkäufer finden chinesische Autos noch zu teuer. Aktuell liegen die Grundpreise der Fahrzeuge aus Fernost auf einem ähnlichen Niveau wie bei etablierten westlichen Wettbewerbern – wenn auch häufig bei besserer Ausstattung.

Attraktiv für Kunden würden sie aber erst mit einem deutlichen Abschlag: Laut einer Umfrage der Unternehmensberatung Escalent würde jeder zehnte Deutsche, Franzose, Spanier, Italiener und Engländer erst bei einer Preisdifferenz von zehn Prozent den Kauf eines chinesischen Modells in Betracht ziehen. Läge die Ersparnis bei elf bis 20 Prozent, wäre schon ein Drittel bereit, umzusteigen. Im Schnitt würden sich die Europäer einen Unterschied von 27 Prozent wünschen.

Zuletzt legten die Chinesen in Europa zwar zu, verkauften mit knapp 370.000 Autos rund 15 Prozent mehr Fahrzeuge als im Vorjahr. Allgemein haben es die Marken aus dem Reich der Mitte aber schwer. Zum einen fressen Sonderzölle der EU die Preisvorteile teilweise auf, zum anderen fehlt es noch an Bekanntheit und Kundenvertrauen. Lediglich MG und BYD schaffen es in die Top 25 der bekanntesten Marken, beide auf den hinteren Plätzen. (SP-X)



Im Januar 2025 verzeichneten die Neuzulassungen von Pkw mit 207.640 Einheiten einen Rückgang von -2,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat. 16,6 Prozent der Neuzulassungen waren Elektro-Pkw. Mit 34.498 Neuwagen lag diese Antriebsart um 53,5 Prozent über dem Ergebnis des Vorjahresmonats.

ZUFRIEDENHEIT IM GEBRAUCHTWAGENGESCHÄFT



Im Vergleich zum Neuwagenlager herrscht in den Gebrauchtwagenzentralen der Händler regelrechte Boomstimmung: Die Zufriedenheit klettert um weitere 8 Punkte.



ZUFRIEDENHEIT IM NEUWAGENGESCHÄFT

Die Verkaufsabschlüsse von Neuwagen im Januar haben die Händler des AUTOHAUS Pulsschlags nicht überzeugt, die Zufriedenheit schrumpfte um 3 Punkte.



WERKSTATT-AUSLASTUNG

83 % Die Werkstattauslastung fällt im Januar massiv aber jahreszeitbedingt um vier Punkte – und das sogar unter den Vorjahreswert.

quartalsTrend

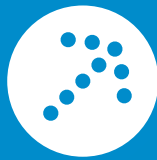
...die nächsten 3 Monate



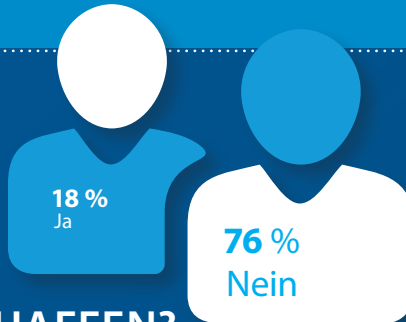
WERKSTATT



GEBRAUCHTWAGEN



NEUWAGEN



STANDZEIT GW

86 Tage



Getrieben von einer starken Nachfrage sinken die Standzahlen der Gebrauchten in vielen Betrieben weiter: Indiz für ein stabile Marktlage.

SIND DIE BEV-ZIELE ZU SCHAFFEN?

Erfolg oder Misserfolg für das Autojahr 2025 sind in Deutschland und der EU eng verknüpft mit einem Absatzziel für Stromer: 25 % BEV müssen es ca. sein, damit die neuen Emissionswerte eingehalten werden. Das ist nicht zu schaffen, winken 76 % der Händler ab. Alle Details zum Topthema ab Seite 14.

NEUWAGENRABATTE

Die Nachlässe für Neufahrzeuge auf den Listenpreis im Januar gehen leicht zurück und liegen aktuell bei 10,6 %.



10,6%



© David_Rey - istock

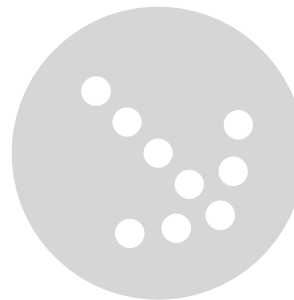


02 2025

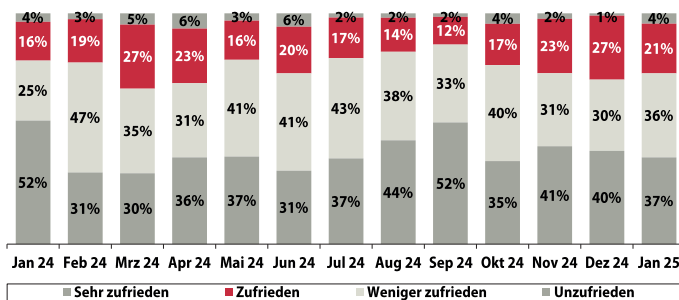
Neuwagengeschäft

Von Aufschwung noch keine Spur:

Die Zufriedenheit des Handels mit dem Neuwagengeschäft bleibt zunächst im Keller.



Wie zufrieden sind Sie mit den Neuwagenverkaufsabschlüssen?



Monatsvergleich
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

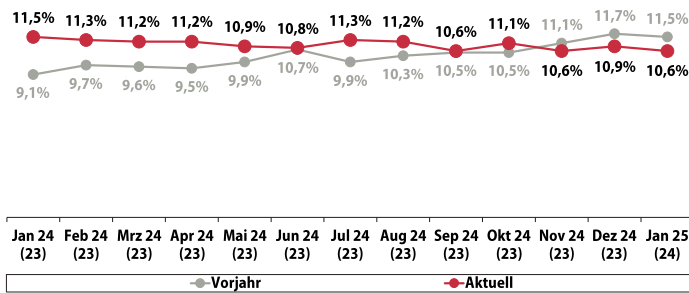
Quelle: AUTOHAUS pulsschlag 02/2025

1 Zufriedenheit mit dem Neuwagengeschäft Neugeschäfte Fehlanzeige

- Während sich einige offenbar strategisch im Vorjahr zurückgestellte Verkäufe von E-Autos im Januar 2025 in den Zulassungsstatistiken wiederfinden, sieht es mit Neuabschlüssen im ersten Monat mau aus: die Zufriedenheit sinkt auf nur noch 25 % (sehr) zufriedene Händler. Immerhin nimmt der Anteil unzufriedener Händler weiter ab, sie liegt aktuell bei 37 %.



Wie viel reinen Nachlass haben Sie im Neufahrzeugbereich durchschnittlich auf den Listenpreis (Netto) beim Verkauf gegeben?



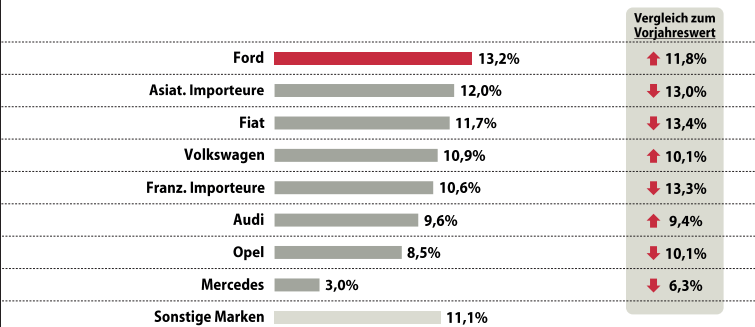
Monatsvergleich

Quelle: AUTOHAUS pulsschlag 02/2025

**2 Rabatte im Jahresrückblick
Nachlässe weiter stabil**

- Ein Lichtblick bleiben die nach wie vor sehr gemäßigten Rabatte für Neuwagen auf den Listenpreis. Über alle Marken hinweg sank der mittlere Nachlass im Januar nochmals um 0,3 Punkte auf nun 10,6 %. Zum dritten Mal liegt dieser Wert damit unter den Ergebnissen der Vorjahresmonate.

Wie viel reinen Nachlass haben Sie im NW-Bereich im Januar 2025 durchschnittlich auf den Listenpreis (Netto) beim Verkauf gegeben?



Mittelwertvergleich
Mittelwert: 10,6% (↓ 11,5%)

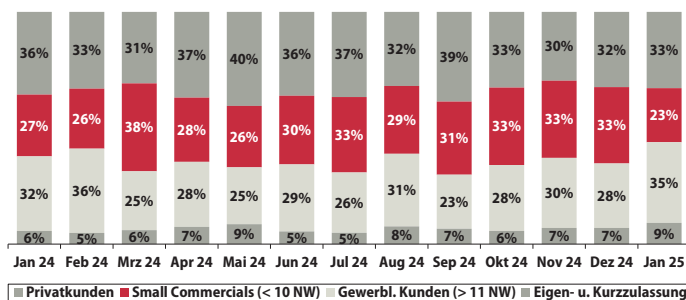
Quelle: AUTOHAUS pulsschlag 02/2025

**3 Nachlass auf Listenpreis nach Marken
Mercedes mit eiserner Preisdisziplin**

- Während Mercedes mit eiserner Agentur-Hand die Preise im Griff behält (3,0 % Nachlass), zeigten sich Ford-Händler im Januar im Markenvergleich besonders spendabel: im Schnitt konnten Kunden mit 13,2 % Rabatt auf den Listenpreis rechnen.

02 2025 Neuwagengeschäft

Verkaufte Neuwageneinheiten nach Sparten
(bereits vorliegende Vertragsabschlüsse)



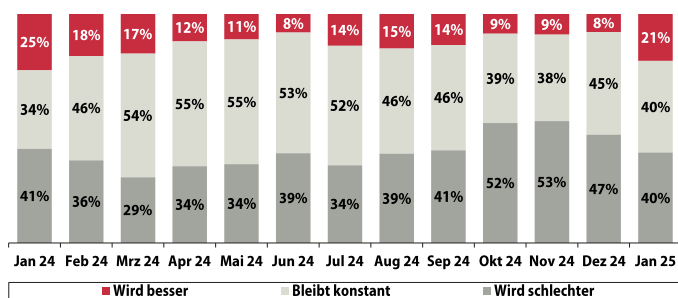
Monatsvergleich

Quelle: AUTOHAUS pulsschlag 02/2025

4 Neuwagenkäufe nach Kundengruppen Flotten mit starkem Zuwachs

- Wenn man spekulieren sollte: Die strategisch verzögerten Lieferungen von in 2025 bestellten BEV gingen im Januar vor allem in Hände von großen gewerblichen Kunden. Deren Marktanteil schnellte deshalb auch von zuvor 28 auf nun 35 %. Ebenfalls angewachsen ist der Anteil von Eigen- und Kurzzulassungen der Händler, der jetzt bei 9 % liegt.

Wie wird sich das Geschäft aus Ihrer Sicht im NW-Bereich in den nächsten 3 Monaten entwickeln?



Monatsvergleich

Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

Quelle: AUTOHAUS pulsschlag 02/2025

quartalsTrend

5 Perspektive: Besserung in Sicht?

- Neuerdings schwingen sich 21 % der befragten Händler zu optimistischen Prognosen auf, wenn sie zur Entwicklung des Neuwagengeschäfts für die kommenden 3 Monate befragt werden, ein kräftiger Anstieg. Der Anteil der Pessimisten (40 %) geht etwas zurück.

DER RICHTIGE PARTNER IN DYNAMISCHEN ZEITEN.

CarGarantie setzt auf bewährte Qualität und starken Service.



**CG CAR-GARANTIE
VERSICHERUNGS-AG**

TEL 0761 4548-260
www.cargarantie.com

 **CarGarantie[®]**
takes the risk out 



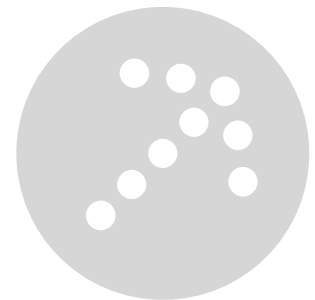
© David Rey - istock

02
2025

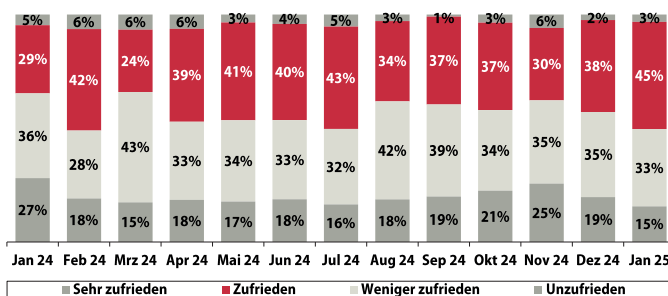
Gebrauchtwagengeschäft

Top-Werte zum Jahresstart:

GW-Markt freut sich über gute Geschäfte



Wie zufrieden sind Sie mit den Gebrauchtwagenverkaufsabschlüssen?



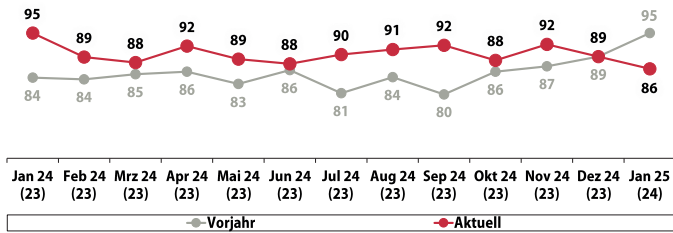
Monatsvergleich
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

Quelle: AUTOHAUS pulsschlag 02/2025

6 Zufriedenheit mit GW-Geschäft 48 % (sehr) zufrieden

- Eine stabile Nachfrage stößt auf ein immer knapper werdendes Angebot: Besonders junggebrauchte Diesel und Benziner haben es den Kunden der GW-Händler angetan, wie man aktuellen Statistiken entnehmen kann. Die Preise ziehen wieder leicht an. Insgesamt ergibt sich daraus offenbar eine zufriedenstellende Geschäftssituation, wie uns 48 % der befragten Panelisten bestätigen.

Wie viele Tage beträgt Ihre GW-Standzeit vom Bestand?



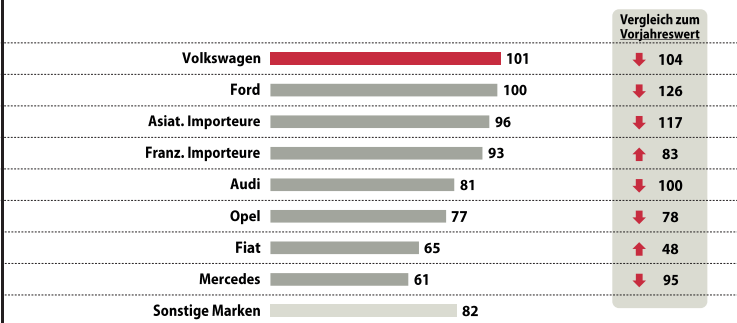
Monatsvergleich

Quelle: AUTOHAUSpulsschlag 02/2025

7 GW-Standzeit im Jahresüberblick
Schnellverkäufe

- Im Januar sanken die Standzeiten für Gebrauchte bis zum Wiederverkauf deutlich, von 89 Tagen im Dezember auf nun 86 Tage. Das senkt die Kosten und befeuert die Rendite der Händler. Jetzt heißt es wieder: aufpassen und rechtzeitig Nachschub sichern.

Wie viele Tage beträgt Ihre GW-Standzeit vom Bestand?



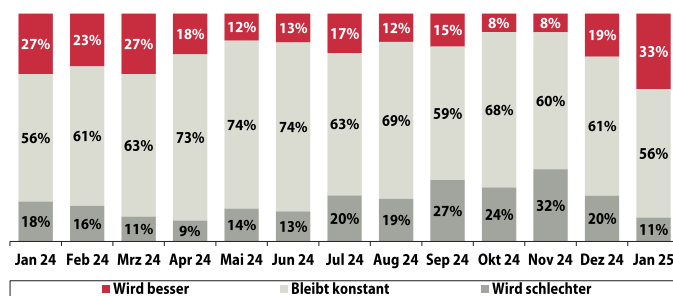
Mittelwertvergleich
Mittelwert: 86 (↓ 95)

Quelle: AUTOHAUSpulsschlag 02/2025

8 GW-Standzeit (nach Marke)
Schlusslicht Volkswagen-Handel

- Im Durchschnitt stehen gebrauchte Pkw bei Volkswagen-Händlern mit 101 Tagen deutlich länger als im Branchenmittel von 86 Tagen. Ford hat sich gegenüber dem Vormonat auf 100 Tage verbessert.
- Aufpassen müsse französische Importmarken, die sich gegenüber dem Vorjahresmonat von 83 auf 93 Tage verschlechtert haben, ähnlich Fiat (48 auf 65 Tage).
- Schnelldreher bleibt der Stern mit 61 Tagen bis zum Wiederverkauf.

Wie wird sich das Geschäft aus Ihrer Sicht im GW-Bereich in den nächsten 3 Monaten entwickeln?



Monatsvergleich
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

Quelle: AUTOHAUSpulsschlag 02/2025

quartalsTrend

9 Perspektive:
Deutlich positiver

- Erheblich mehr Zuversicht beim Blick auf die kommenden 3 Handelsmonate legen die GW-Händler im Januar an den Tag: 33 % rechnen kurzfristig mit besseren Geschäften, nur 11 % mit schlechteren. Die Mehrheit von 56 % glaubt an ein stabiles "Weiter so" der aktuell schon guten Situation.

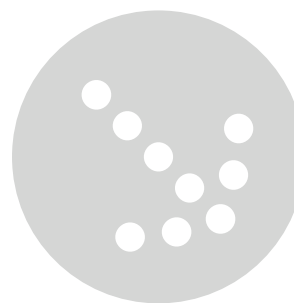


02
2025

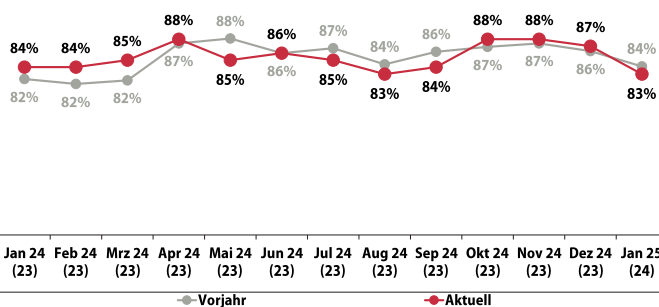
Werkstattgeschäft

Verschlaufpause

Das Servicegeschäft erfährt einen deutlichen Rücksetzer.



Zu wie viel Prozent war Ihre Werkstatt ausgelastet?



Monatsvergleich

Quelle: AUTOHAUS pulsschlag 02/2025

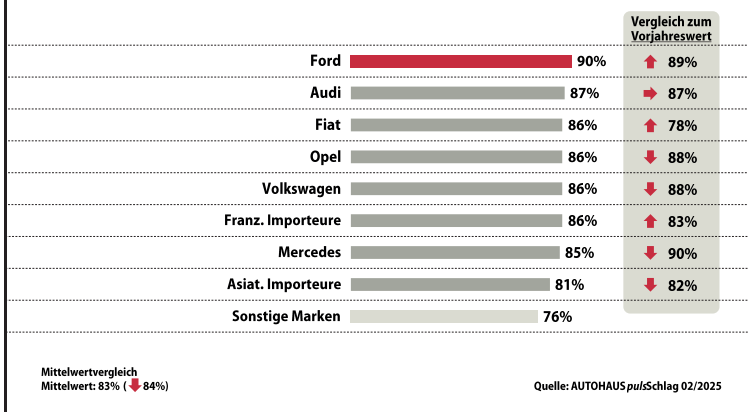
10 Werkstattauslastung im Jahresüberblick Unter Vorjahreswert gerutscht

- Die Auslastungswerte des Service sind im Januar stark abgefallen, auf 83 % der gesamten Kapazität – und damit stärker als im Vorjahresmonat (84 %). Kein Beinbruch, diese Schwankungen sind üblicherweise jahreszeitlich bedingt.

Asiatische Importmarken laufen dem Servicemarkt hinterher



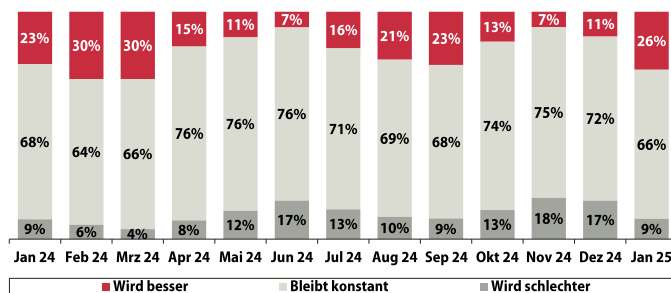
Zu wie viel Prozent war Ihre Werkstatt im abgelaufenen Monat
Januar 2025 ausgelastet?



11 Werkstattauslastung nach Marken Ford mit Top-Wert

- Außergewöhnlich hohe Auslastungswerte im Service melden uns für Januar vor allem die Ford-Betriebe mit einer Auslastungsquote von 90 %.
- Auf der anderen Seite verlieren Servicepartner von asiatischen Importmarken (z. B. Toyota, Hyundai und Kia) weiter an Boden, ihre Auslastungsquote lag im Januar bei 81 % und damit deutlich unter dem Mittel der Branche.

Wie wird sich das Geschäft aus Ihrer Sicht im Service-Bereich in den
nächsten 3 Monaten entwickeln?



quartalsTrend

12 Perspektive Ein Frühlingsgeschäft wird kommen...

- ... so wie jedes Jahr ab März oder April: das prognostizieren 26 % der befragten Betriebe für die kommenden 3 Monate.



TOP-THEMA

Man muss festhalten, dass viele Hersteller ihre Vertriebspartner trotz der enormen Relevanz noch nicht ins BEV-Boot geholt haben.



KOMMENTAR

BEV-Hopp oder -Flop?

2025 wird als Jahr der Elektromobilität in die deutsche Automobilgeschichte eingehen, so viele Experten. Die **drohenden Strafzahlungen** von bis zu 15 Mrd. Euro sowie der subventionierte Wettbewerb aus Fernost lassen das plausibel erscheinen. So berichten auch drei von vier Händlern im pulsSchlag, dass sie vom Hersteller bereits entsprechende **Quoten bzw. Anreize** für den BEV-Verkauf erhalten haben.

Es fehlt allerdings noch an der Überzeugung im Handel: nur 18% halten es für realistisch, die BEV-Verkäufe 2025 auf ca. 25% zu steigern. Als Hürden werden vor allem zu hohe Fahrzeugpreise, geringe Reichweite und ein lückenhaftes Ladenetz gesehen. Bei den wichtigsten Verkaufsargumenten sieht man, dass es zudem an Vertrauen zu Batterie-Haltbarkeit, Ladegeschwindigkeit sowie ökologischen Vorteilen fehlt. Man muss also festhalten, dass viele Hersteller ihre Vertriebspartner trotz der enormen Relevanz noch nicht ins BEV-Boot geholt haben. Wenn Händler von den Fahrzeugen

nicht überzeugt sind, den Kundennutzen nicht sehen, werden sie die Produkte nicht erfolgreich verkaufen. Im Übrigen zeigt unsere Forschung, dass BEVs auch auf Autokäuferseite **gravierende Vertrauensdefizite** haben. Egal ob Batterie-Haltbarkeit, Ladenetz, Explosionsgefahr der Akkus, Ladegeschwindigkeit – der Markt ist geprägt von Halbwissen und Vorurteilen, die man entschlossen entkräften müsste. Last but not least kommen jetzt noch Medienberichte um **massive BEV-Rabatte** im 2. Halbjahr sowie mögliche Lockerungen der EU-Klimavorgaben auf – pures Gift für den Verkauf.

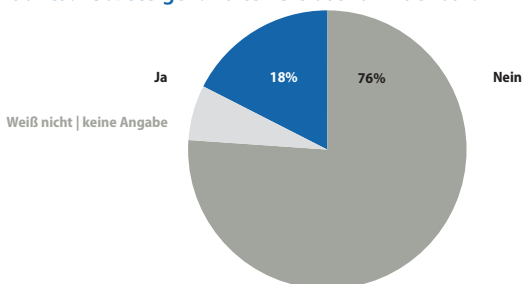
Es braucht mehr Mut, Entschlossenheit und Planungssicherheit auf allen Seiten – sonst wird das Jahr der Elektromobilität zum Jahr der Elektromobilitäts-Enttäuschung.

*Stefan Reiser,
Geschäftsführer puls Marktforschung GmbH*

E-Auto-Quoten 2025

Schafft Deutschland die BEV-Quote 2025? Etwa 25 % der in Deutschland für 2025 neu zugelassenen Pkw müssten reine E-Autos sein, damit die EU-Emissionsziele erreicht würden. Andernfalls drohen den Herstellern hohe Strafzahlungen. **Wie sieht der Handel die Situation?** Welche Verkaufsstrategien könnten zum Erfolg führen? AUTOHAUS befragte dazu sein Panel. Alle Details im Top-Thema dieser Ausgabe!

Um die um 15% verschärften CO2-Emissionsziele der EU für 2025 zu erreichen, müsste der Anteil elektrifizierter Fahrzeuge im Verkauf auf ca. 25% steigen. Halten Sie das für machbar?

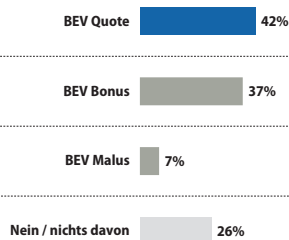


Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 02/2025

1 Sind 25 % BEV-Anteil machbar? Handel ist sehr skeptisch

- Zur Erinnerung: Der Anteil verkaufter BEV lag 2023, dem letzten Jahr mit staatlicher Förderung, bei 18,4 %. 2024 waren es nur noch 13,5 %. 2025 sollen es nun rund 25 % werden. Für den Handel offenbar ein illusorisches Ziel: 76 % der befragten Händler denken nicht, dass das zu schaffen ist, 18 % halten dagegen.

Haben Ihnen die Hersteller für 2025 bestimmte BEV-Verkaufsquoten/Boni oder Mali vorgegeben?



Mehrfachnennung möglich

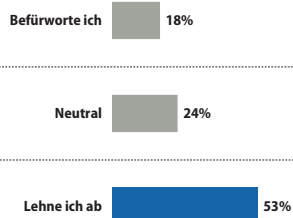
Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 02/2025

2 Vorgaben und Boni der Hersteller Fördern und fordern

- Um ihre BEV-Absatzziele zu erreichen, greifen die OEM offenbar zu bewährten Mitteln: Sie fördern die Händler mit einem Bonus für verkaufte BEV (37 %) und/oder fordern eine BEV-Quote (42 %). 7 % der Händler berichten sogar von einem Malus im Falle der Unterschreitung der Quote. 26 % der Händler sind von derartigen Maßnahmen aktuell nicht betroffen.



Wie stehen Sie zu BEV-Verkaufsquoten und Boni?



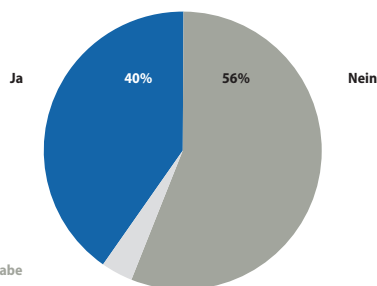
Differenz zu 100%: Weiß nicht | keine Angabe

Quelle: AUTOHAUS pulsschlag 02/2025

3 Meinung der Händler zu BEV-Quoten Viel Ablehnung

- Im freien Handel treffen die Maßnahmen zur Stärkung der BEV-Verkaufsmotivation naturgemäß auf wenig Gegenliebe: 53 % lehnen die Maßnahmen ab, 18 % stimmen zu, 24 % verhalten sich dazu neutral.

Sollte der Staat mit einer Neuauflage verkaufsfördernder Maßnahmen den Absatz von BEV ankurbeln?



Weiß nicht | keine Angabe

Quelle: AUTOHAUS pulsschlag 02/2025

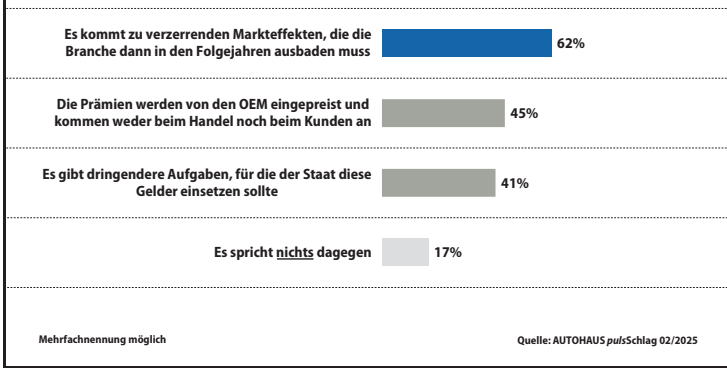
4 Erneute staatliche BEV-Förderung Handel ist gespalten

- Die erneute Verkaufsförderung von BEV (und anderen emissionsarmen Antriebsarten) durch den Staat trafen allenfalls auf ein geteiltes Echo im Handel. 56 % sprechen sich dagegen aus, 40 % dafür.



© StudioFix – adobeStock

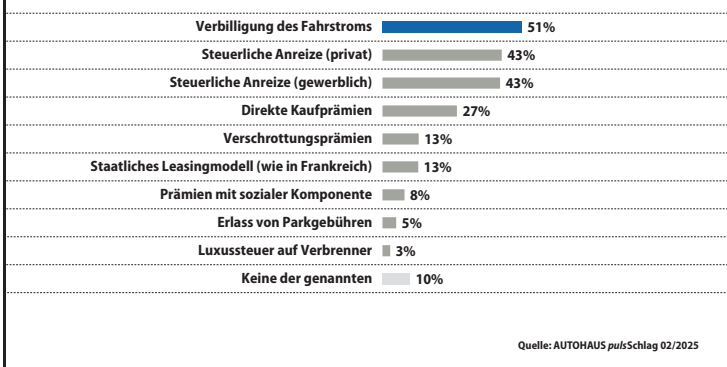
Was spricht gegen eine erneute staatliche Förderung von BEV?



5 Gründe gegen eine erneute Förderung Marktverzerrende Effekte

- Interessant ist, aus welchen Gründen die Händler eine erneute Kauf-Förderung von E-Autos durch den Staat ablehnen. Allen voran betrifft das mit 62 % der Stimmen marktverzerrende Effekte, die die Branche dann in den Folgejahren ausbaden müsste, so die Befürchtung.
- 45 % meinen, die Prämien würden von den OEM eingepreist und kämen gar nicht beim Endkunden an.
- 41 % denken, es gäbe dringendere Aufgaben, für die der Staat diese Gelder einsetzen sollte.

Welche Art verkaufsfördernder Maßnahmen vom Staat halten Sie für am effektivsten?

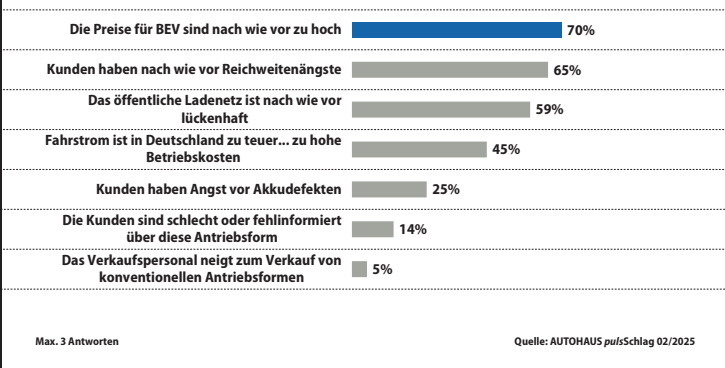


6 Beste Förderungs-Methoden Der Fahrstrom muss billiger werden

- Wer auf Langstrecke auf öffentliche Schnelllader angewiesen ist, zahlt oft mehr für Ladestrom pro 100 km als Diesellenker für ihren Sprit – und das, obwohl die benötigten Energiemenge beim BEV um ein Vielfaches geringer ist. Daher halten es die Befürworter von BEV-Förderung unter den Händler mit 51 % für am effektivsten, den Ladestrom zu verbilligen.
- Auf den Plätzen 2 und 3 der favorisierten Fördermethoden landen steuerliche Anreize (privat und gewerblich) mit 43 %. Für direkte Kaufprämien wie in der Vergangenheit sprechen sich nur noch 27 % aus.



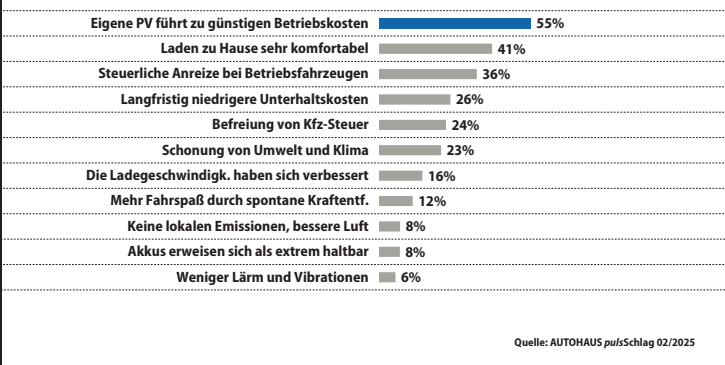
Was sind die drei größten Verkaufshemmnisse beim Angebot von BEV?



7 Verkaufshemmnisse bei BEV Kaufpreise noch zu hoch

- Nach Ansicht von 70 % der befragten Händler sind zu hohe Verkaufspreise immer noch das Top-Hemmnis Nr. 1 beim Verkauf von vollelektrischen Fahrzeugen.
- Auf den weiteren Plätzen landen die Reichweitenängste der Käufer (65 %) sowie ein nach wie vor lückenhaftes öffentliches Ladenetz (59 %).
- Über BEV fehlinformierte Kunden sind aus Sicht der Händler nur zu 14 % ein Hemmnis beim Verkauf dieser Antriebsart. Dass das Verkaufspersonal im Beratungsgespräch zur Empfehlung von Verbrennern neigt, lassen nur 5 % gelten.

Welche drei Verkaufsargumente für BEV überzeugen Kunden am ehesten?



8 Überzeugende Verkaufsargumente für BEV Günstige Betriebskosten für PV-Besitzer

- Trotz zum Teil horrender Preise für an öffentlichen Ladesäulen bezogener kWh glauben 55 % der Befragten, das BEV-Verkaufsargument "günstige Betriebskosten" ziehe zumindest bei PV-Besitzern (rund 10 % der Haushalte).
- Morgens vollgeladen losfahren statt erstmal eine Tankstelle suchen: Auf Platz zwei der besten BEV-Verkaufsargumente landet der Punkt "komfortables Laden zuhause" mit 41 %.
- Auf Platz 3 (36 %) schafften es die steuerlichen Anreize für Halter eines Betriebsfahrzeugs (mit Bevorzugung von BEV beim Versteuern des Privatanteils).
- Auch nicht zu verachten sind die "langfristig niedrigen Unterhaltskosten" für BEV, die 26 % der Händler hervorheben.





Omni-Channel für alle

**DAMIT AUS
EINEM LEAD
EIN SALE
WIRD.**

Mit unserer neuen Online-Vertriebslösung werden Sie im Handumdrehen ein echter Omni-Channel Händler.



Deine Bank. Jederzeit. Überall.



01/2025
Ausblick 2025



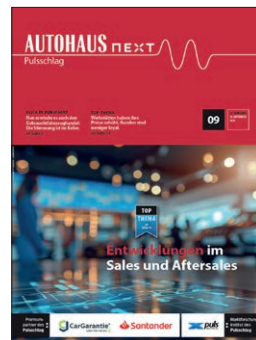
12/2024
Ausbildung im
Autohandel



11/2024
Auto-Auktionen



10/2024
Kampf den
Zinskosten



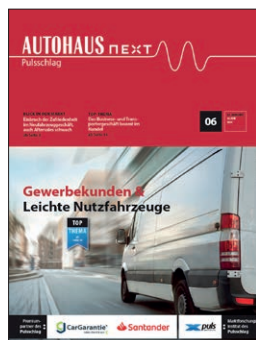
09/2024
Entwicklungen im Sales
und Aftersales



08/2024
Digitaler Vertrieb:
Autohaus-Websites



07/2024
E-Autos in der Krise?



06/2024
Gewerbekunden &
Leichte NFZ



05/2024
Mehrmarken &
Garantie E-Autos



04/2024
Zweiradgeschäft im
Autohaus



03/2024
Neuausrichtung der
Mechatroniker-Ausbildung



02/2024
Geschäfte mit Rädern
und Reifen



01/2024
Das Autojahr 2024



12/2023
Händlervoting zum
Agenturmodell



11/2023
Sonnenkraftwerke



10/2023
Die Neuen
aus China



09/2023
Kundenmagnet
GW-Börsen



08/2023
GW-Programme
im Händlercheck



07/2023
Neue Marke,
neues Glück?

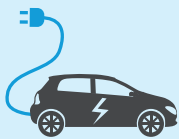


06/2023
Onlinemedien

THEMENVERZEICHNIS

Die Top-Themen der vergangenen Jahre zeigen, was den Automobilvertrieb bewegt. Erfahren Sie mehr über die Meinung der Branche zu den entscheidenden Themen: Die TopThemen zeigt das Stimmungsbild im Handel.

[Heben Sie den Pulsschlag Datenschutz] Welches Thema brennt dem Handel gerade auf den Nägeln? Wo werden die entscheidenden Weichen gestellt? Monatlich wählt das Redaktionsteam ein Top-Thema für den AUTOHAUS Pulsschlag aus und setzt damit den Schwerpunkt der Ausgabe. Die Übersicht der monatlichen Schwerpunktthemen zeigt die große Bandbreite der Themen. Sie macht aber auch Brennpunkte deutlich und erlaubt im Vergleich Entwicklungen abzulesen.



Alternative Antriebe

E-Mobilität	03/2016
E-Mobilität	01/2011



Aftersales & Werkstattgeschäft

Werkstattausrüstung	08/2016
Lager- und Teilemanagement	04/2016
Werkstattauslastung	02/2015
Aftersales-Marketing	08/2015
Digitale Dialogannahme	05/2014
Smart Repair	06/2014
Räder- und Reifengeschäft	07/2014
Teile & Service	04/2013
Servicebörsen im Internet	02/2012
IT-Systeme in der Werkstatt	04/2012
Werkstattersatzmobilität	06/2012
Ersatzteilmanagement	07/2012
Meister-HU	10/2012



Online & Digitalisierung

Kundenbewertungen im Internet	06/2016
Digitalisierung im Autohaus - Chancen und Risiken	05/2016
Digitaler Showroom	11/2015
Online-Marketing	06/2015
Leadmanagement	03/2015
IT im Handel	09/2014
Social Media im Handel	02/2014
Digitale Dialogannahme	05/2014
Internetstrategien im Handel	03/2013
Servicebörsen im Internet	02/2012
Autohausbewertung im Internet	12/2012
Social Media im Handel	02/2011
Print- und Onlinenutzung	06/2011
Online-Neuwagenbörsen	07/2011



Finanzdienstleistungen

Finanzdienstleistungen im After-Sales	12/2016
Finanzdienstleistungen im Handel	10/2014
Finanzmanagement	08/2011
Flatrate Finanzdienstleistungen	01/2010
Restwerte und Leasingrückläufer	05/2010
Neuwagenanschlussgarantien	11/2010



Flotte & Gewerbliche Kunden

Gewerbliche Kunden	09/2016
Transportergeschäft	09/2012



Gebrauchtwagen

Gebrauchtwagen Zu- und Verkauf	10/2016
Gebrauchtwagen Hereinnahme	07/2016
Gebrauchtwagen Handelsportale	09/2015
Auktionen	04/2015
Gebrauchtwagen-Marketing	04/2014
Gebrauchtwagen-Verkäufer	03/2011



Handelsthemen

Fahrzeugübergabe	04/2017
Events im Autohaus	02/2017
Outsourcing	02/2016
Disposition	01/2016
Mystery Shopping	10/2015
Kundenzufriedenheit	07/2015
Junge Zielgruppen	03/2014
GVO Gruppenfreistellungsverordnung	12/2013
Customer Relationship Management (CRM)	10/2013
Frauen im Kfz-Gewerbe	01/2012
Parallelimporte	03/2012
Call-Center und Telefonmarketing	08/2012
Rentabilität im Automobilhandel	11/2012
Energieeffizienz im Autohaus	10/2011
Prüforganisationen	12/2011
Bauinvestitionen	09/2010



Hersteller und Handel

Carsharing im Handel	03/2017
Der Hersteller-Außendienst	01/2013
Kundenzufriedenheitsbefragungen durch Hersteller	07/2013
Lieferzeiten	04/2011
Garantieabwicklung	09/2011
Garantie und Kulanz	10/2010
Margensysteme	12/2010



Personal im Handel

Der Automobilverkäufer	01/2017
Personal im Autohaus	05/2015
Auswirkungen des Mindestlohns	12/2014
Trainingsstrategien	08/2014
Personal Recruiting	01/2014
Automobile Weiterbildung	08/2013
Der Automobilverkäufer	11/2013
Personalrekrutierung	02/2013
Personalrekrutierung	05/2011



Perspektive für die Branche

Perspektiven 2020	01/2015
Perspektiven 2014	09/2013
Perspektive Autohauszukunft	05/2013
Zukunft des Handels	05/2012
Perspektiven 2012	11/2011



Versicherungen

Versicherung im Autohaus - Kfz-Versicherung	12/2015
---	---------

Das Stimmungsbarometer der Branche



**1.600
Händler**

» Datenerhebung: Methodisch und repräsentativ

Grundlage der Befragung ist das AUTOHAUS-Panel bestehend aus rund 1.600 Marken- und markenunabhängigen Händlern aus Deutschland (Stand 01/2019). Diese werden monatlich in einer Online-Umfrage zu Konjunktur- und Verkaufserwartungen befragt.

60 Jahre

» Auswertung: Fachkompetenz seit 60 Jahren

Die AUTOHAUS Fachredaktion setzt Themen, erkennt Trends und weiß, was Händler für erfolgreiches Handelsgeschäft benötigen. Der Pulsschlag bietet die Essenz draus, etwa mit Expertenkommentaren oder dem Handelsindex. Die Ergebnisse werden monatlich ausgewertet, historisch eingeordnet und analysiert: dafür steht die AUTOHAUS Fachredaktion seit 60 Jahren

seit 2001

» Methodik: Branchennah und unabhängig seit 2001

Die monatlichen Erhebungen werden von der AUTOHAUS Redaktion in Zusammenarbeit mit dem renommierten Meinungsforschungsinstitut puls im AUTOHAUS-Panel durchgeführt – und das schon seit 20 Jahren und im 21. Jahrgang befragt.

AUTOHAUS Pulsschlag ist das Stimmungsbarometer der Branche für Entscheidungsträger in Autohäusern und Werkstätten.

Die Trends und Tendenzen der Befragungsergebnisse geben wertvolle Hilfe dabei, die aktuelle Marktlage richtig einzuschätzen sowie Marktentwicklungen zu erkennen und zu nutzen.

Ein Blick auf das Top-Thema der aktuellen aber auch der vergangenen Ausgaben zeigt mit analytischem Blick, welche Themen die Branche gerade besonders bewegen.

Die Daten des Pulsschlag geben eine monatliche Momentaufnahme der Stimmung im Handel und erlauben aus dem historischen Vergleich Stimmungen und Trends abzuleiten.

» **Top-Thema:
Was die Branche bewegt**

Jeden Monat steht ein Aspekt der Branche mit dem „Top Thema“ besonders intensiv auf dem Prüfstand. Was denkt die Branche über die Digitalisierung? Wie tickt der Gebrauchtwagenvertrieb? Was sind die Strategien bei der Personalführung? Das Top Thema greift monatlich genau das Thema auf, das der Branche gerade besonders auf den Nägeln brennt.

**160
mal Top-
Thema**

3 Tage

» **Aus der Branche, für die Branche**

Der Erhebungszeitraum beträgt 3 Tage und beginnt jeweils mit dem ersten Montag eines Monats. Die durchschnittliche Interviewdauer liegt bei ca. 5–7 Minuten. Die Stichprobenziehung und Rekrutierung (auf Basis eines festen Quotierungsschemas) der Teilnehmer erfolgt per E-Mail-Einladung an das AUTOHAUS-Panel. Bis die Ergebnisse dann im Pulsschlag zu lesen sind, vergehen durchschnittlich nur 3–4 Wochen. Das bedeutet: frische Daten aus der Branche, für die Branche.

Werden Sie Panel-Teilnehmer beim AUTOHAUS Pulsschlag!

Tragen Sie mit Ihrem Wissen und Ihrer praktischen Erfahrung dazu bei, wichtige Informationen und Erkenntnisse für die Automobilbranche zu gewinnen und Trends frühzeitig zu erkennen. Als Belohnung winken tolle Prämien. Mehr Informationen unter: www.autohaus.de/pulsschlag

Verlag:

TECVIA GmbH
Aschauer Str. 30, 81549 München
E-Mail: pulsschlag.autohaus@springer.com

Redaktion:

Ralph M. Meunzel
(Chefredakteur AUTOHAUS)
Jörg Schwieder

Erscheinungsweise:

monatlich, 12 Ausgaben pro Jahr

Datenerhebung:

Axel Schwalke & Jonas Bandlow
puls Marktforschung GmbH ·
90571 Schwaig

Mit freundlicher

Unterstützung von:

CarGarantie
www.cargarantie.com
Santander Deutschland
www.santander.de/firmenkunden/mobilitaet



Definitionen

Werkstattauslastung:

Verhältnis von produktiven Stunden (tatsächliches Arbeiten) am Fahrzeug zu anwesenden Stunden

Standzeit:

Zeitpunkt, ab dem ein Fahrzeug dem Händler tatsächlich zum Verkauf zur Verfügung steht bis zum Verkauf des Fahrzeuges!

AUTOHAUS Handelsindex:

Der Index basiert auf den Angaben der Händler zur Zufriedenheit mit dem Neu- und Gebrauchtfahrzeuggeschäft im jeweils abgelaufenen Monat (im Vergleich zum Vorjahresmonat).

Methode/Stichprobe:

Der AUTOHAUS Pulsschlag basiert auf einer monatlichen Online-Befragung von Marken-Händlern und markenunabhängigen Händlern aus dem gesamten Bundesgebiet zu Konjunktur- und Verkaufserwartungen. Der Erhebungszeitraum beträgt 3 Tage und beginnt jeweils mit dem ersten Montag eines Monats (bereits seit 2001). Die durchschnittliche Interviewdauer liegt bei ca. 5–7 Minuten. Die Stichprobenziehung und Rekrutierung (auf Basis eines festen Quotierungsschemas) der Teilnehmer erfolgt per E-Mail-Einladung über ein eigens dafür eingerichtetes Online Panel, in dem aktuell ca. 1.800 Händler (Stand 01/2025) registriert sind.

© 2025 by AUTOHAUS

Texte und Grafiken des AUTOHAUS Pulsschlag sind urheberrechtlich geschützt. Die TECVIA GmbH gestattet die Übernahme von Grafiken und Texten in Datenbestände, die ausschließlich für den privaten Gebrauch bestimmt sind. Eine Weiterleitung des AUTOHAUS Pulsschlag an Dritte ist nicht gestattet. Die Übernahme und Nutzung der Daten zu anderen Zwecken bedarf der schriftlichen Zustimmung der TECVIA GmbH.