Jonna Sperlich
Unternehmenskommunikation

0221 94 36 07-835
presse@ifhkoeln.de
www.ifhkoeln.de

PRESSEMITTEILUNG

VERKAUFSKANAL AUTO: EIN MARKT IM WERDEN

Neue Studie von IFH KÖLN und BBE Automotive widmet sich Potenzialen des Autos als Verkaufskanal und zeigt: Rund ein Drittel der Befragten interessiert sich für Shopping-Möglichkeiten im Auto. Besonders die Möglichkeit, über Sprachsteuerung einzukaufen, trifft auf positive Resonanz.

Köln, 27. April 2022 — Mit der voranschreitenden Digitalisierung eröffnen sich dem Handel immer mehr Möglichkeiten, neue Absatz- und Kontaktwege zu den Kundinnen und Kunden zu erschließen. Ein bisher noch wenig beachtetes Verkaufsmedium, mit weitestgehend unausgeschöpftem Potenzial, ist das Auto. Das IFH KÖLN hat in Zusammenarbeit mit der BBE Automotive einen genaueren Blick auf den Markt geworfen und die Bekanntheit sowie die Nutzung von Shoppingmöglichkeiten aus dem Auto heraus, auch „In-Car-Commerce" genannt, untersucht. Rund dreißig Prozent der Befragten gaben an, sich für Shopping im Auto zu interessieren. Rund 45 Minuten verbrachten die Befragten im Durchschnitt an einem Arbeitstag vor der Pandemie im Auto – Zeit, die mit Einkaufen gefüllt werden könnte.

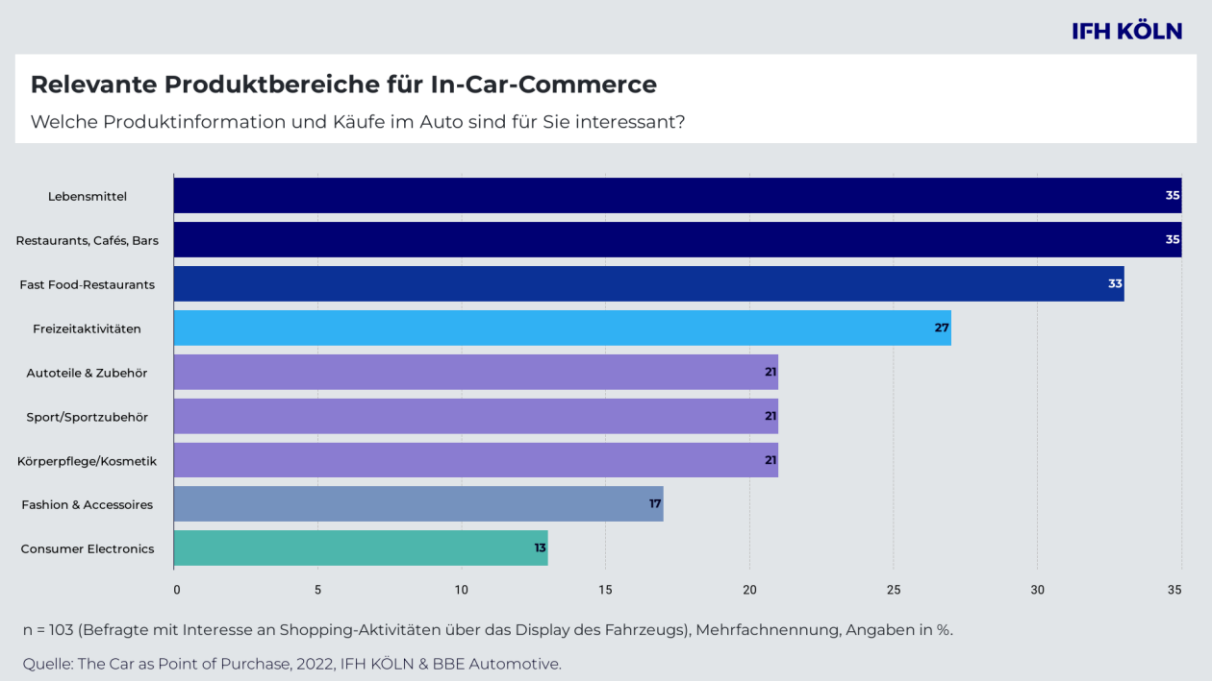
> *„Im In-Car-Commerce steckt viel, bis jetzt ungenutztes, Potenzial. Offen bleibt, wer dabei das Rennen macht. Die Fahrzeughersteller werden den Handel in ihre Fahrzeug-Plattform integrieren wollen. Aber die mächtigen Digital-Giganten – Amazon, Apple, Google – stehen mit gefüllter Kasse, hoher Digitalkompetenz und einer breiten Nutzerpenetration dagegen. Der Autofahrer wird im Auto seine gewohnte Digitalwelt erwarten," so Dr. Ralf Deckers, Bereichsleiter Customer Insights am IFH KÖLN.*

Technische Voraussetzungen bereits vorhanden
Nicht jedes Fahrzeug ist technisch für In-Car-Commerce ausgerichtet, jedoch steigt die Zahl der Modelle mit Commerce-Befähigung stetig. Einkaufen über das Display des Fahrzeugs ist beliebt: 32 Prozent der Befragten gaben an, interessiert an dieser Methode des Shoppings im Auto zu sein. Ansätze wie sprachgesteuertes Einkaufen, auch „Voice Commerce" genannt, Screen Mirroring, zu Deutsch „Bildschirm Spiegelung", oder integrierte Plattformen der Fahrzeughersteller, sollen vielfältige Kaufchancen während des Aufenthalts im Auto bieten. In einer guten Ausgangsposition ist Amazon: Rund ein Drittel der Befragten können sich vorstellen, Amazons Sprachassistenten Alexa und Echo im Auto zu nutzen oder nutzen diese bereits. Auch bei der Frage des präferierten Marktplatzes liegt Amazon vorne: Rund 30 Prozent der Befragten würden den Onlineriesen beim In-Car-Commerce in Betracht ziehen.

Kategorie Lebensmittel besonders interessant
Angebote und Produkte rund um Essen und Trinken gehören zu den favorisierten Produktkategorien der befragten Autofahrer:innen. Von den generell am In-Car-Commerce Interessierten, gaben mehr als 30 Prozent an, den Kauf von Lebensmitteln und Mahlzeiten aus dem Auto heraus interessant zu finden. Ähnlich gut schneidet der Bereich rund um Freizeit- (27 %) und Sportaktivitäten (21 %) ab. Darüber hinaus finden bei den befragten Fahrzeugbesitzenden Ersatz- und Zubehörprodukte rund um das Auto Beachtung. So gab rund jede:r Fünfte an, den Kauf von Autozubehör aus dem Fahrzeug heraus in Betracht zu ziehen.

„Auch wenn der In-Car-Commerce zurzeit noch in den Kinderschuhen steckt, die Aussichten für die Zukunft sind vielversprechend. Das Interesse der Kund:innen ist geweckt – jetzt sind die führenden Köpfe der Automobilbranche gefragt, den aufkommenden Trend zu erkennen und mit entsprechenden Partnern und Handelskooperationen zu unterstützen,“ so Gerd Heinemann, Geschäftsführer BBE Automotive.

Wörter der Meldung: 481
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.548



Die Grafik kann zur journalistischen Weiterverwendung hier heruntergeladen werden.

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Die Studie „The Car as Point of Purchase – Potentials of In-Car Commerce“ des IFH KÖLN ist in Zusammenarbeit mit BBE Automotive entstanden. Bei der Befragung im Februar 2022 wurden 500 Personen zu ihrem Nutzungsverhalten von Shoppingkanälen während Autofahrten bzw. des Aufenthalts im Auto befragt. Hierfür wurden sowohl im Fahrzeug integrierte Möglichkeiten als auch das Smartphone berücksichtigt. Die Befragung bezog sich auf die Nutzung von Einkaufsmöglichkeiten im und aus dem Auto heraus, unabhängig davon, ob die Personen diese als Fahrer:in oder Mitfahrer:in nutzen würden.

Die komplette Studie kann hier im Shop des IFH KÖLN heruntergeladen werden.

Über das IFH KÖLN

Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH KÖLN einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digitalstrategien,

bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Know-how-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

Weitere Informationen unter: www.ifhkoeln.de

Über die BBE Automotive

Die BBE Automotive GmbH ist eine auf die Automobilbranche spezialisierte Beratungsgesellschaft mit Sitz in Köln. Unsere hoch qualifizierten Forscher, Berater und Trainer haben das sprichwörtliche Benzin im Blut. Unsere Auftraggeber sind namhafte nationale wie internationale Unternehmen aus der gesamten Automobilbranche. Zu unseren Schwerpunktthemen gehören: Markt-, Distributions- und Wettbewerbsanalysen, Customer Insights, Pricing, Optimierung der Marketing- und Vertriebsperformance, Training & Coaching.

Weitere Informationen unter: www.bbe-automotive.de