

Pressemitteilung LDB – 12. Januar 2026

Telefon bleibt wichtigste Anlaufstelle zum Autohaus, WhatsApp und Künstliche Intelligenz (KI) auf dem Vormarsch

Berlin, 12. Januar 2026. Die LDB Gruppe hat die Ergebnisse der Trendbefragung 2025 veröffentlicht. Die jährlich durchgeführte Studie untersucht, wie Autokäuferinnen und Autokäufer in Deutschland mit Autohäusern kommunizieren – und welche Erwartungen sie an die digitale Kontaktaufnahme haben. Die aktuellen Zahlen zeigen einen klaren Wandel: Während das Telefon weiterhin dominierender Kommunikationskanal bleibt, gewinnen insbesondere WhatsApp und KI-gestützte Dienste stark an Bedeutung.

Telefon bleibt vorn – aber erstmals mit erkennbarem Rückgang

Auch 2025 bleibt das Telefon für Autokäufer der wichtigste Kontaktweg: 75 Prozent nutzten es für die Kommunikation mit dem Autohaus. Damit liegt der Kanal weiterhin deutlich vor allen Alternativen. Gleichzeitig zeigt sich jedoch: die Dominanz des Telefons nimmt leicht ab, da digitale Kanäle stärker genutzt werden.

»Der persönliche Austausch bleibt zentral. Doch die Exklusivität des Telefons nimmt ab – digitale Kanäle holen schneller auf, als viele Betriebe erwarten würden«, erklärt Doris Gietl, Head of Business Development, Sales & Marketing der LDB Gruppe.

WhatsApp legt deutlich zu

Die Trendbefragung zeigt einen klaren Zuwachs bei Messaging-Diensten: 30 Prozent der Autokäufer möchten künftig am liebsten über WhatsApp mit dem Autohaus kommunizieren. WhatsApp wird damit zum wichtigsten digitalen Kanal.

Vor allem jüngere Käufer nutzen den Messenger bereits selbstverständlich, aber auch in älteren Zielgruppen steigt die Akzeptanz. WhatsApp wird für Terminabsprachen, Nachfragen oder schnelle Auskünfte genutzt – niedrighschwellig, vertraut und jederzeit verfügbar.

KI wird zum festen Bestandteil der Customer Journey

Der Anteil der Autokäufer, die KI-basierte Kommunikationsdienste genutzt haben, steigt 2025 auf 40 Prozent, zehn Prozentpunkte mehr als 2024. Zudem geben mehr als zwei Drittel der Befragten an, sie würden künftig häufiger KI-basierte Dienste nutzen. Besonders gefragt sind schnelle Antworten, bessere Erreichbarkeit und Unterstützung außerhalb der Öffnungszeiten.

»KI ist im Autohandel angekommen. Kundinnen und Kunden sehen digitale Assistenten längst nicht mehr als Experiment, sondern als echten Mehrwert – besonders wenn Autohäuser telefonisch ausgelastet sind«, sagt Doris Gietl. »Die Ergebnisse zeigen deutlich: Betriebe, die KI nicht integrieren, werden in Zukunft mit den Erwartungen ihrer Zielgruppen kollidieren.«

Bewertungsverhalten geht zurück

Ein überraschender Befund der Trendbefragung 2025: Nur noch 43 Prozent der Käufer geben nach dem Kauf eine Bewertung ab – ein starker Rückgang im Vergleich zu den Vorjahren. Die Bedeutung von Bewertungen nimmt jedoch weiter zu – insbesondere, weil KI-basierte Suchsysteme (z. B. Google SGE oder KI-Assistenten) Erfahrungsberichte stark gewichten. Für Autohäuser entsteht dadurch eine doppelte Herausforderung, sie müssen mehr Bewertungen generieren und gleichzeitig professionell auf Feedback reagieren, um ihre digitale Sichtbarkeit zu stärken.

Autohauskunden sind Omnichannel unterwegs

65,6 Prozent der Befragten informierten sich während der Fahrzeugsuche online, fast ebenso viele besuchten zusätzlich ein Autohaus für Beratung oder Probefahrt. Damit bestätigt die Studie erneut: Die Customer Journey ist hybrid – digitale Touchpoints führen zur Entscheidung, die weiterhin überwiegend im Autohaus fällt.

Über die Studie

Die Trendbefragung 2025 basiert auf einer im November 2025 durchgeführten Online-Befragung unter 250 Fahrzeughalterinnen und Fahrzeughaltern in Deutschland.

Besonders für Autohäuser und Kfz-Betriebe liefert die Studie wertvolle Einblicke in das Kommunikationsverhalten moderner Autohauskunden – von bevorzugten Kontaktkanälen bis hin zur Rolle von KI

Die vollständige Trendbefragung 2025 steht ab sofort als Download unter <https://lp.ldb.de/ldb-trendbefragung-november-2025/> bereit. Interessierte können die Studie auch per E-Mail an marketing@ldb.de bestellen.

Über die LDB Gruppe

Die LDB Gruppe ist der führende deutsche Technologie-Anbieter für Kundenkommunikation und Kundenbeziehungsmanagement im Autohandel. Die Unternehmensgruppe steht für praxisgerechte digitale Anwendungen und Services für Autohäuser, Werkstätten und Automobilbetriebe. Das Familienunternehmen mit Hauptsitz in Berlin wurde 1973 gegründet und gilt als Pionier bei der Digitalisierung der Branche.

Als einziger Anbieter im Markt liefert die LDB Gruppe Lösungen für alle klassischen und digitalen Touchpoints und Kanäle. Mit profundem Wissen um die Erwartungen moderner Automobilzielgruppen unterstützt die LDB Gruppe damit die gesamte Kommunikationskette, so dass Kunden zielgruppengenaue, systemübergreifend und ohne Medienbruch entlang der gesamten automobilen Customer Journey begleitet werden. Die Technologien der LDB Gruppe wie etwa die cloudbasierte Omnichannel-Lösung CXBox garantieren unter anderem verlässliche telefonische Erreichbarkeit, kanalübergreifendes Arbeiten, aktives Bewertungsmanagement und digitale Kundenverwaltung. Über 1.800 Kunden nutzen bereits die Branchenlösungen der LDB Gruppe.

Neben dem Hauptsitz in Berlin ist das Unternehmen an den Standorten Deggendorf, Templin und Pforzheim vertreten, wo mehr als 350 Mitarbeiter rund 3,5 Millionen Anrufe pro Jahr für die LDB-Kunden entgegennehmen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.ldb.de.