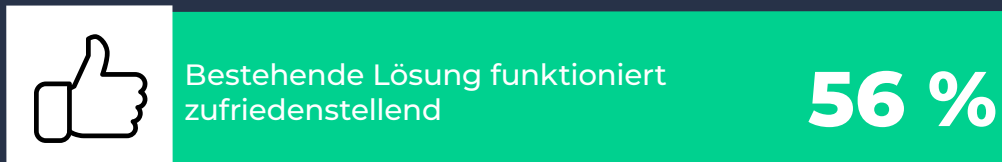
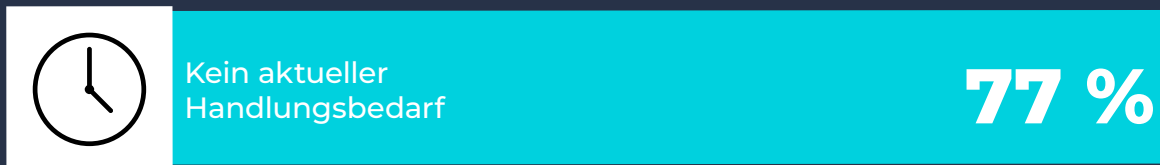


KI im Autohaus: Interesse ist da. Der klare Nutzen entscheidet.

Künstliche Intelligenz ist im Autohandel längst kein Zukunftsthema mehr. Voicebots, Chatbots und automatisierte Kommunikationslösungen sind technisch verfügbar – und werden zunehmend auch im Autohaus diskutiert.

Eine aktuelle Befragung unter CXBox-Nutzern zeigt jedoch ein differenziertes Bild: Das Interesse an KI ist vorhanden. Gleichzeitig warten viele Betriebe noch darauf, dass sich der konkrete Nutzen im Arbeitsalltag wirklich zeigt.

► Warum Autohäuser KI noch nicht einsetzen



Besonders interessant für uns ist die Frage, warum Autohäuser KI bislang nicht einsetzen. Die Antworten zeigen deutlich, dass es meist weniger an Skepsis gegenüber der Technologie liegt als an fehlender Dringlichkeit. Der häufigste genannte Grund lautet schlicht: »Kein akuter Handlungsdruck«. Und rund ein Drittel sieht derzeit noch keinen Mehrwert in neuen KI-Lösungen. Die Botschaft dahinter ist eindeutig: Viele Autohäuser stehen neuen Technologien grundsätzlich offen gegenüber – sehen aber aktuell keinen zwingenden Anlass, ihre Prozesse grundlegend zu verändern.

Trotz der noch zögerlichen Einführung in der Branche zeigt die Befragung, dass sich die Branche bereits mit der nächsten Stufe der Digitalisierung beschäftigt.

Viele Autohäuser sehen KI grundsätzlich positiv –entscheidend ist jedoch, dass die Lösungen konkreten Nutzen im Alltag liefern.

► Was Autohäuser von KI erwarten

Positive Kundenerfahrung

100 %

Hohe Zuverlässigkeit & Qualität

67 %

Einfache Integration in bestehende Prozesse

66 %

Klare Zeitersparnis im Alltag

56 %

Transparenz und Kontrollmöglichkeiten

56 %

Entlastung der Mitarbeiter

55 %



CARLA

Wenn KI eingesetzt wird, müssen die Lösungen bestimmte Anforderungen erfüllen. An erster Stelle steht aus Sicht der Betriebe ein klarer Nutzen für die Kunden. Alle befragten Autohäuser nennen eine positive Kundenerfahrung als wichtigste Voraussetzung für den Einsatz einer KI-Lösung. Ebenfalls entscheidend sind eine hohe Zuverlässigkeit, eine einfache Integration in bestehende Abläufe sowie eine spürbare Zeitersparnis im Alltag.

Im Durchschnitt halten die Befragten den Einsatz eines KI-basierten Kommunikationsagenten in den kommenden zwölf Monaten für durchaus vorstellbar. Damit wird deutlich: KI ist kein kurzfristiger Trend, sondern ein Thema, das in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung gewinnen dürfte.

Die Ergebnisse zeigen ein typisches Muster technologischer Veränderungen. Neue Technologien setzen sich selten über Nacht durch. Meist geschieht der Wandel schrittweise – dann, wenn der Nutzen im Alltag sichtbar wird und Kunden neue Lösungen zunehmend akzeptieren oder sogar einfordern. KI im Autohaus befindet sich derzeit genau in dieser Phase. Das Interesse ist vorhanden, das Potenzial ist da.

Erst wenn KI-Lösungen einen klaren Mehrwert im Alltag liefern und sich nahtlos in bestehende Prozesse integrieren lassen, wird sich ihr Einsatz flächendeckend durchsetzen.

Methodik: Befragung unter 1.070 CXBox-Kunden | Durchgeführt im März 2026.