

Pressemitteilung

Revolution beim Autokauf: Deutsche setzen auf KI – doch persönliche Beratung bleibt unverzichtbar

Kleinmachnow/Berlin, 5. Dezember 2024 – Künstliche Intelligenz (KI) ist entscheidender denn je, wenn es um die Auswahl des passenden Fahrzeugs geht. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage* von mobile.de, Deutschlands größtem Fahrzeugmarkt. Mehr als jeder Zweite zwischen 25 und 34 Jahren will KI für die Anschaffung des nächsten Autos nutzen. Doch trotz wachsender Technikbegeisterung bleiben persönliche Beratung und die Probefahrt beim Autokauf unabdingbar.

- **Akzeptanz smarter Tools:** Ein Viertel der Deutschen (25,3 Prozent) lässt sich beim Autokauf bereits von KI-Tools helfen.
- **KI und Finanzen:** 58,3 Prozent würden sich auf KI für Preisvergleiche und Vertragsanalysen bei der Autosuche verlassen.
- **Symbiose aus Technik und Mensch:** Für 84,1 Prozent der Autokäuferinnen und -käufer bleibt der menschliche Kontakt unverzichtbar.

„Unsere aktuelle Umfrage zeigt, dass künstliche Intelligenz bereits heute eine wichtige Rolle beim Autokauf spielt, so auch in den Produkten von mobile.de. Dennoch bleibt der persönliche Kontakt essenziell“, sagt David Gebhardt, Chief Technology Officer bei mobile.de. „Die ideale Mischung aus KI und menschlicher Beratung ist der Schlüssel zu einem optimalen Käuferlebnis. KI übernimmt Routineaufgaben, während Beraterinnen und Berater die emotionale und persönliche Bindung sicherstellen“, so Gebhardt.

KI polarisiert: Jüngere begeistert, Ältere zögern

Die Hälfte aller Befragten (50 Prozent) würde eine KI-basierte Funktion zur Autokaufberatung nutzen. Besonders bei jungen Käuferinnen und Käufern zwischen 25 und 34 Jahren sind KI-Tools beliebt: 52,2 Prozent nutzen oder planen eine KI-Unterstützung beim Autokauf. Mit steigendem Alter sinkt jedoch die Bereitschaft, auf die smarte Technologie zurückzugreifen: In der Altersgruppe 35 bis 44 Jahre sind es 32,6 Prozent, während nur 14,9 Prozent der 45- bis 54-Jährigen KI-Lösungen nutzen oder nutzen möchten.

Während die Akzeptanz für smarte Tools rund um die Suche, Preis und Verträge zunimmt, bleibt an anderer Stelle alles beim Alten: die persönliche Probefahrt ist für 64,1 Prozent aller Befragten unabhängig vom Alter immer noch zentraler Bestandteil des Autokaufs.

Deutsche vertrauen KI für Preisvergleiche und Verträge

Fast zwei Drittel (58,4 Prozent) würden die Unterstützung bei der Analyse von Besitzmodellen wie Leasing, Finanzierung, Auto-Abos oder Direktkauf begrüßen. Auch KI-basierte Funktionen zum Preisvergleich genießen Vertrauen: 47,5 Prozent der Befragten würden eine solche Funktion nutzen, um den besten Kaufpreis zu ermitteln. Als positiv sehen 41,3 Prozent die Möglichkeit an, versteckte Kosten wie Wartung oder Versicherungsgebühren durch KI zu identifizieren. Fast jeder Dritte (28,7 Prozent) würde personalisierte Autoempfehlungen schätzen, die auf individuellen Präferenzen basieren.

Bei Vertragsanalysen wünschen sich 41,9 Prozent der Befragten technische Unterstützung, um komplexe Vertragsdetails zu vereinfachen. Gleichzeitig bevorzugen 16,6 Prozent den Rat von Fachleuten, während 21,8 Prozent ihre Verträge lieber eigenständig prüfen.

Menschlicher Service unverzichtbar

Trotz zunehmender Unterstützung durch KI-Technologien schätzen Autokäuferinnen und -käufer den persönlichen Kontakt weiterhin: Für 84,1 Prozent der Befragten ist der Austausch mit einem Berater wichtig. Zudem legen 30,1 Prozent großen Wert auf direkte Ansprechpartner bei Fragen im gesamten Autokaufprozess.

Bei organisatorischen Aufgaben wie der Erinnerung an Wartungs- oder Servicetermine bevorzugt die Mehrheit (40,4 Prozent) die eigene Organisation, während nur 8,9 Prozent solche Aufgaben komplett einer KI überlassen würden.

KI als treibende Kraft bei mobile.de

mobile.de setzt seit vielen Jahren auf den Einsatz von künstlicher Intelligenz, um Konsumenten und Handel beim Autokauf und -verkauf zu unterstützen. Beispiele sind automatisierte Preisbewertungen, für die täglich Millionen von Datenpunkten analysiert werden, oder die reichweitenstarke Ausspielung von Werbung durch intelligente Algorithmen. Damit positioniert sich Deutschlands größter



Fahrzeugmarkt als Technologiepartner der Automobilbranche und setzt Maßstäbe für datengetriebene Innovationen.

***Umfragebedingungen**

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2.169 Personen zwischen dem 30. September und 2. Oktober 2024 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

Über mobile.de

mobile.de ist Deutschlands größter Fahrzeugmarkt mit rund 1,4 Millionen inserierten Pkw, Nutzfahrzeugen, Motorrädern und E-Bikes. Sowohl Privatkunden als auch mehr als 40.000 registrierte Fahrzeughändler nutzen die Plattform und profitieren dabei von 108 Millionen Visits pro Monat (Quelle: mobile.de Google Analytics Tracking, Ø Monat Januar bis Dezember 2023). Als „One-Stop-Shop“ umfasst das Angebot von mobile.de neben dem An- und Verkauf auch Finanzierungs- und Leasinglösungen. Das 1996 gegründete Unternehmen ist ebenso wie Kleinanzeigen ein Tochterunternehmen von Adevinta, einem weltweit führenden Anbieter von Online-Kleinanzeigenportalen.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

mobile.de GmbH, Nils Möller, Senior Manager Communications
Albert-Einstein-Ring 26, 14532 Kleinmachnow
Tel: 0152-54802957, E-Mail: nils.moeller@adevinta.com

Achtung! GmbH, Vanessa Koroll, Account Manager
Straßenbahnring 3, 20251 Hamburg
Tel: 0151-23275903, E-Mail: vanessa.koroll@achtung.de