

Pressemitteilung

Marken-Check: Sitcom-Fans fahren Ford oder VW, Opel-Fahrer stehen auf Schlager

Dreilinden/Berlin, 8. Dezember 2021 – Ob im Kino, im linearen TV oder per Online-Stream: Deutsche Autofahrer schauen am liebsten Komödien. Die meisten von ihnen besitzen einen Mittelklassewagen von VW oder Ford. Für das Streamen von Serien und Co. nutzen sie am häufigsten Netflix. Musik wird weniger digital gehört und Apple muss sich Samsung und Spotify geschlagen geben. Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage im Auftrag von mobile.de, Deutschlands größtem Fahrzeugmarkt, die die Nutzung von Entertainment- und Multimediaangeboten unter deutschen Autofahrern beleuchtet.

Auto-Deutschland lacht gerne: Komödien stehen bei den Fahrern hierzulande ganz weit oben auf dem Treppchen (15 Prozent). Besonders viele Comedy-Fans fahren ein Mittelklasse-Modell von Ford (17,6 Prozent) oder VW (17,4 Prozent). Über alle Fahrzeugsegmente hinweg sind die amerikanischen Serien Big Bang Theory und Die Simpsons mit jeweils 43,2 Prozent meist- und gleichermaßen beliebt. Insbesondere Seat-Fahrer haben ein Herz für Sheldon und Homer: Mehr als jeder zweite von ihnen (jeweils 53,4 Prozent) hat beide Serien gesehen. Hinter heiteren Sitcoms und Comics liegen in der Beliebtheit der Befragten Filme und Serien aus den Genres Thriller (11,9 Prozent) und Action (10,2 Prozent). Die beliebtesten deutschen Serien sind Alarm für Cobra 11, Gute Zeiten Schlechte Zeiten und Stromberg. In Letztere schalteten vor allem Männer (33,5 Prozent) und Fahrer von Wagen der oberen Mittelklasse (34 Prozent) ein, bei GZSZ mehr Frauen (39,2 Prozent) und Mini- oder Kleinwagenbesitzer (32 Prozent). Alarm für Cobra 11 hingegen ist beinahe im Geschlechtergleichgewicht: 29,9 Prozent der Männer und 32,7 Prozent der Frauen gaben an, das Action-Autobahn-Format gesehen zu haben.

Musikstreaming weniger beliebt

In Sachen Musikstreaming zeigen sich deutsche Autofahrer weitaus weniger anwendungsfreudig: 33,3 Prozent gaben an, kein Streamingangebot zu nutzen. Wird digital gehört, dann häufig via Spotify. Mit 27,5 Prozent steht die schwedische Musikplattform weit vor Amazon Music (18,2 Prozent). Apple spielt im Musikstreaming mit nur 4,2 Prozent bei Autofahrern eine untergeordnete Rolle. Auch in puncto Smartphone-Nutzung muss sich der iPhone-Konzern geschlagen geben: Geräte von Samsung sind die Favoriten, insbesondere bei den Opelfahrern (47,7 Prozent), die übrigens am liebsten Schlager hören (8,3 Prozent). Über alle

Segmente hinweg hören rund ein Viertel der Befragten am liebsten Pop (24,2 Prozent), gefolgt von Rock (17,6 Prozent) und Oldies (13,3 Prozent). Witzig und zugleich wenig überraschend: Viele Oldie-Fans sind älter als 61 Jahre und fahren einen SUV (25,4 Prozent bzw. 16,3 Prozent).

Social Media: Meta-Plattformen vorne

Bei Social Media zeigt sich, dass die deutschen Autofahrer über alle Fahrzeug- und Alterssegmente hinweg am meisten Zeit bei WhatsApp verbringen: 42 Prozent gaben an, die Chat-App am häufigsten zu verwenden. Facebook belegt Rang zwei (18,9 Prozent), spielt aber unter den jüngeren Autofahrern keine große Rolle mehr. Rund ein Viertel der autofahrenden User des Social Network sind 61 Jahre oder älter (24,4 Prozent). Darauf folgen Instagram (12,9 Prozent) und YouTube (12,7 Prozent). Die Video-Plattform ist vor allem bei Peugeot-Fahrern außerordentlich beliebt (18,4 Prozent).

***Umfragebedingungen**

An der Umfrage der puls Marktforschung GmbH haben Ende September 2021 insgesamt 3.264 Personen ab 18 Jahren teilgenommen, die ein Auto besitzen. Die Ergebnisse sind repräsentativ.

Über mobile.de

mobile.de ist Deutschlands größter Fahrzeugmarkt mit rund 1,5 Millionen inserierten Pkw, Nutzfahrzeugen und Motorrädern sowie circa 16 Millionen individuellen Nutzern pro Monat (Quelle: AGOF digital facts mobile.de inkl. verbundener Webseiten, Betrachtungszeitpunkt Januar bis Dezember 2020). Sowohl Privatkunden als auch mehr als 42.000 registrierte Fahrzeughändler nutzen die Plattform. Als „One-Stop-Shop“ bietet mobile.de neben dem An- und Verkauf unter anderem auch Finanzierungs- und Leasinglösungen an. Das 1996 gegründete Unternehmen beschäftigt etwa 270 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland und ist ein Tochterunternehmen von Adevinta.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

mobile.de GmbH, Christian Maas, Director Communications
Albert-Einstein-Ring 26, 14532 Kleinmachnow
Tel: 030 8019 - 7226, E-Mail: chmaas@classifiedsgroup.com

achtung! GmbH, Rebecca Brand, Account Manager
Straßenbahnring 3, 20251 Hamburg
Tel: 040 450210 - 821, E-Mail: rebecca.brand@achtung.de