

Zwischenbilanz 2017: erfolgreicher Gebrauchtwagenhandel im ersten Halbjahr

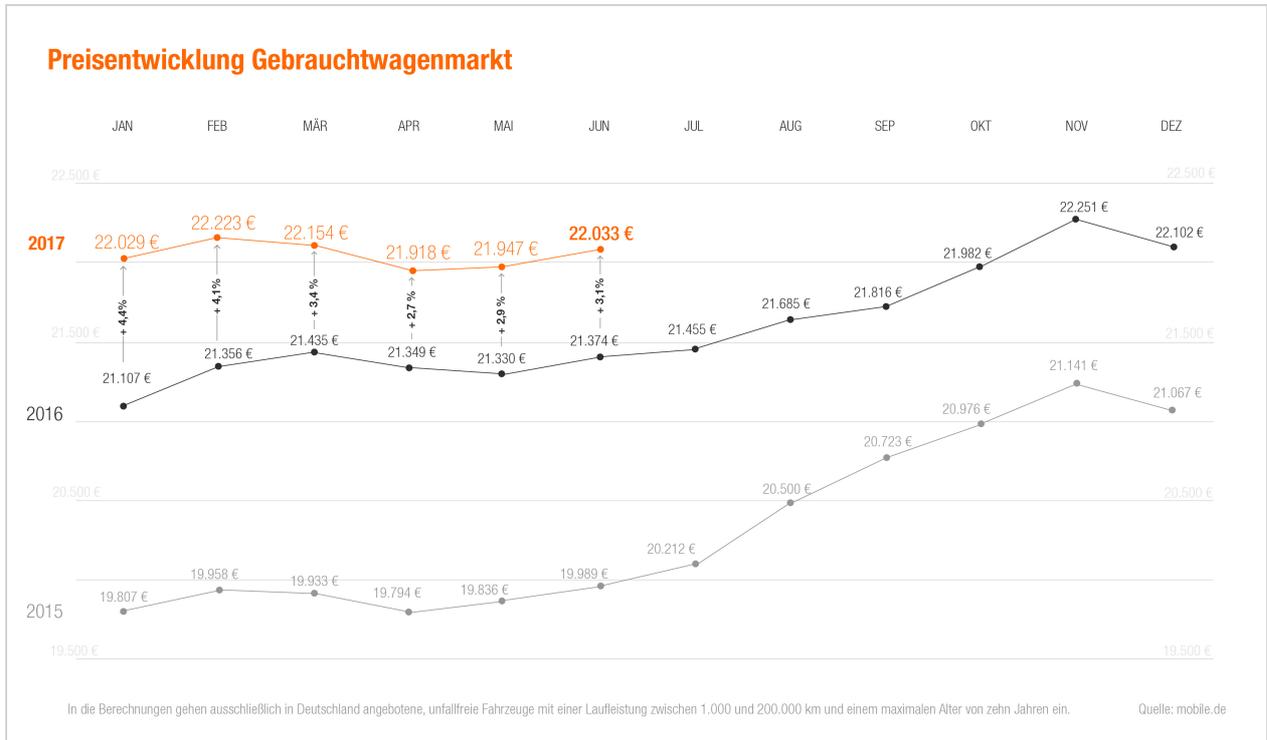
Berlin/Dreilinden, 17. Juli 2017 – In den ersten sechs Monaten des Jahres verlief das Geschäft mit Gebrauchtfahrzeugen ähnlich solide wie im ersten Halbjahr 2016 – die Prognose für das zweite Halbjahr ist vielversprechend. Dies verdeutlicht eine aktuelle Marktanalyse von mobile.de. Eine umfangreiche Aufbereitung der wichtigsten Kennzahlen zeigt, wie sich Preise, Standtage und das Suchverhalten der Autokäufer von Januar bis Juni 2017 konkret entwickelt haben.

1) Entwicklung des Gebrauchtwagenmarktes

Preisgefüge stabil auf hohem Niveau

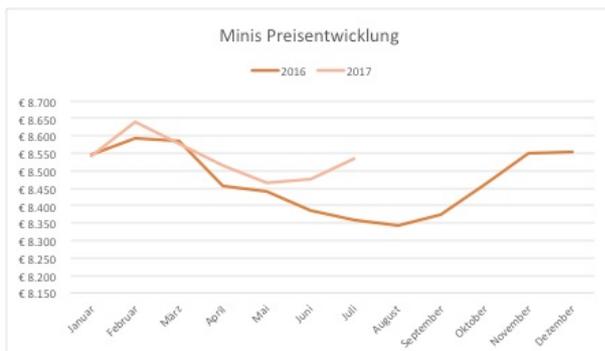
In fast allen Pkw-Segmenten war in den ersten sechs Monaten des Jahres gegenüber dem Vorjahr eine Preissteigerung zu beobachten. Auch dann, wenn es parallel einen Angebotszuwachs gab. Das zeugt von einem stabilen Gebrauchtwagenmarkt. Aktuell pendelt sich das Preisniveau im Mittel knapp oberhalb von 22.000 Euro ein.

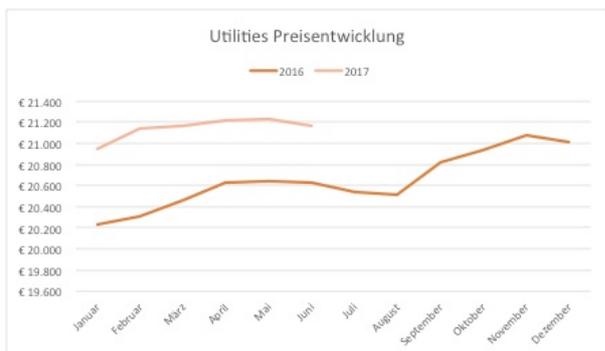
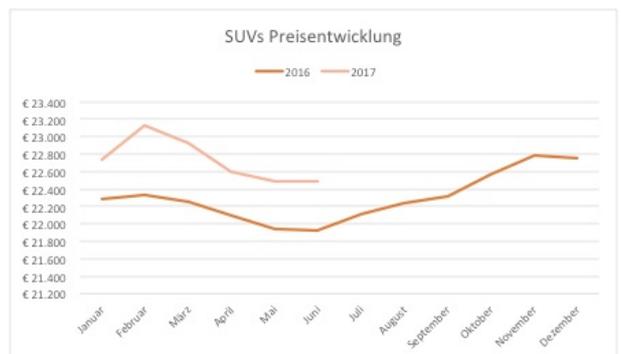
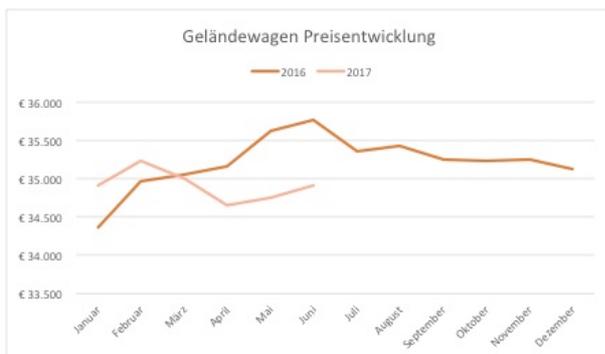
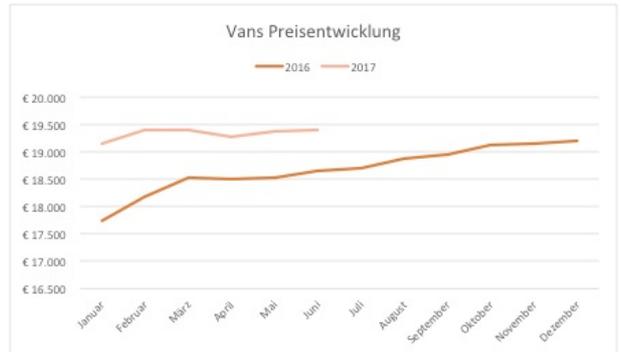
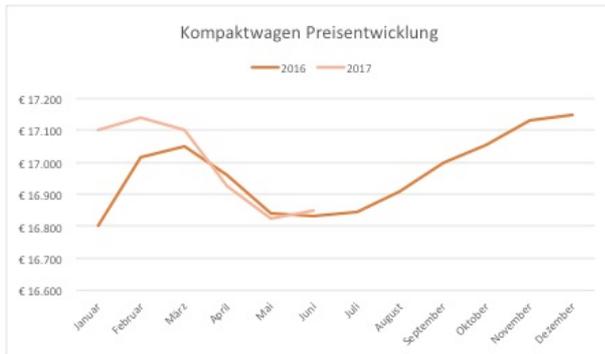
Grund hierfür ist u.a. der spürbare Angebotszuwachs in höherpreisigen Segmenten wie Geländewagen (+22,7 Prozent), SUVs (+35,1 Prozent) und Obere Mittelklasse (+11,3 Prozent) im Vergleich zum ersten Halbjahr 2016. Laufleistung und Alter sind parallel leicht gestiegen. Im Schnitt liefen Pkw, die im ersten Halbjahr 2017 auf mobile.de angeboten wurden, 55.390 Kilometer (+1,1 Prozent Veränderung ggü. Hj. 01/2016) und sind 42,7 Monate alt (+1,4 Prozent Veränderung ggü. Hj. 01/2016). Ein weiterer Grund für das stabile Preisniveau: Obwohl die angebotenen Gebrauchten im Marktschnitt etwas älter waren, machten Jahreswagen und ein- bis dreijährige Fahrzeuge weiterhin fast die Hälfte des Bestandes aus. Insgesamt unterlag das Preisgefüge geringen Schwankungen.



„Preisentwicklung und Nachfrage bleiben stabil“, erklärt Torsten Wesche, Leiter Händlervertrieb bei mobile.de, und prognostiziert: „Die Stabilität der deutschen Wirtschaft und die anstehende IAA sollten für einen zusätzlichen Nachfrage-Push sorgen.“

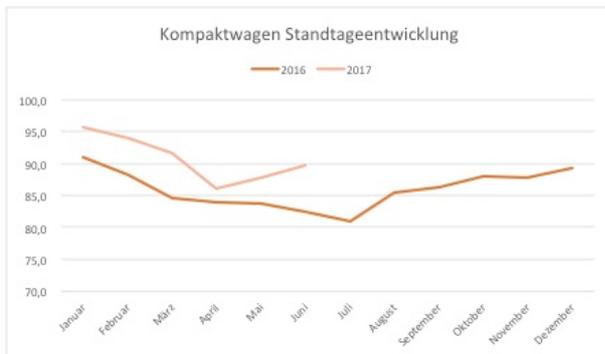
Wie erfolgreich das Geschäft im zweiten Halbjahr verlaufen wird, hängt nach Meinung des Experten aber nicht nur von der Nachfrage ab, sondern maßgeblich auch vom Agieren der Händler. „Um sich vom Wettbewerb zu differenzieren und potenzielle Käufer für das eigene Autohaus zu begeistern, ist die Schärfung des Profils im Web für Händler entscheidend. Wer es schafft, die eigenen Leistungen erlebbar zu machen und Alleinstellungsmerkmale hervorzuheben, wird mehr Nachfrage generieren“, sagt Torsten Wesche.

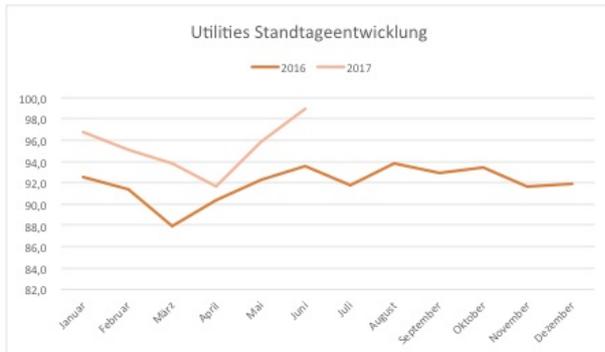
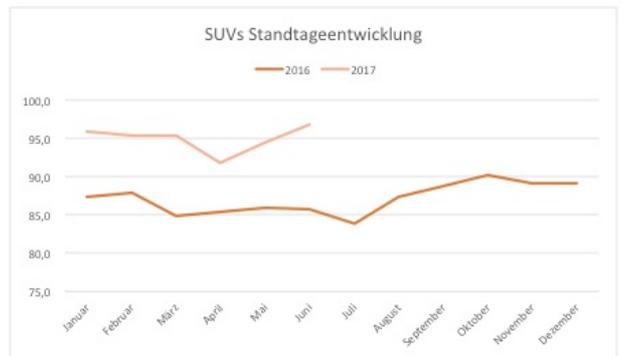
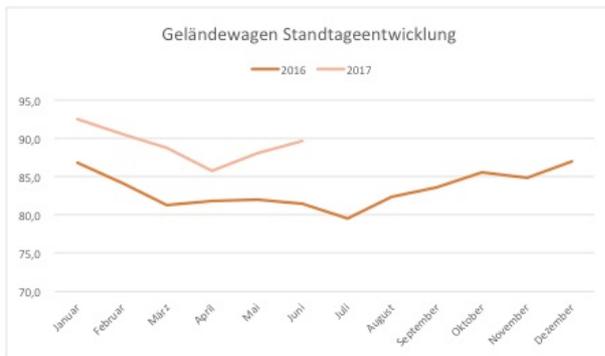
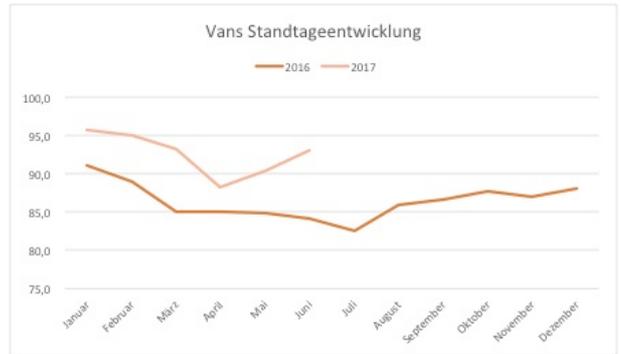




Verkauf: Gebrauchtwagenhandel mit etwas weniger Tempo unterwegs

Im Marktschnitt verkauften sich Gebrauchtwagen im ersten Halbjahr 2017 nicht ganz so zügig wie im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Die Standzeiten erhöhten sich segmentübergreifend um 5,8 Prozent (ggü. Hj. 01/2016). Am schnellsten fanden im ersten Halbjahr Modelle der Oberen Mittelklasse (79,9 Standtage), Fahrzeuge der Mittelklasse (87,7 Standtage) und Geländewagen (89,1 Standtage) einen Käufer. Am längsten warteten Modelle der Oberklasse auf einen neuen Besitzer (101,9 Standtage).





Die Pkw-Klassen (Segmentierung gemäß KBA) im Überblick

Die Tabelle zeigt, wie verschieden die Fahrzeugsegmente durchschnittlich bzgl. der Preise, des Alters, der km-Anzahl und der Verkaufsgeschwindigkeit im ersten Halbjahr aufgestellt waren.

Pkw-Segment	Ø-Preis in Euro	Ø-Alter in Monaten	Ø-Kilometer-laufleistung	Ø-Standzeit in Tagen
Minis	8.535	45,8	39.177	99,2
Kleinwagen	11.375	45,3	45.859	89,6
Kompaktklasse	16.989	41,6	51.787	90,8
Mittelklasse	24.269	43,8	67.224	87,7
Obere Mittelklasse	32.754	46,0	77.568	79,9
Oberklasse	58.979	46,8	66.318	101,9
Sportwagen	65.211	52,3	42.846	98,3
Vans	19.330	40,7	54.708	92,6
Geländewagen	34.903	42,6	60.167	89,1
SUVs	22.721	34,2	42.865	94,9
Utilities	21.144	43,9	64.629	95,3
Marktschnitt	22.050	42,7	55.390	90,9

Torsten Wesche: „Das Preisniveau unterlag im ersten Halbjahr kaum Schwankungen, der Fahrzeugbestand bietet den Kaufinteressenten eine Fülle an attraktiven Gebrauchten, die sich aktuell etwas zügiger verkaufen, als zu Jahresbeginn. Die Rahmenbedingungen für das anstehende zweite Halbjahr stimmen.“

2) Was Autokäufer im ersten Halbjahr 2017 wichtig war

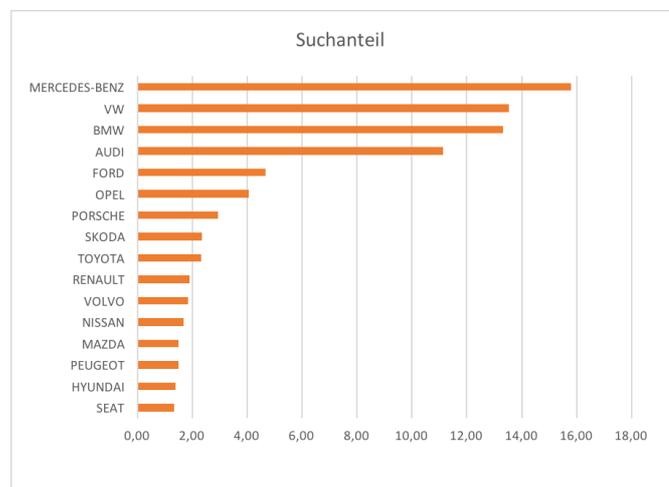
So suchten Käufer nach dem Wunschfahrzeug

Fast alle Suchanfragen (95,5 Prozent) beinhalten die Eingrenzung nach der Marke. Fast ebenso wichtig ist für Autokäufer das Modell des Fahrzeugs (86,3 Prozent), 64,1 Prozent der Anfragen beinhalteten das Fahrzeugalter. Vor dem Hintergrund der Dieselfthematik und der Debatte rund um Alternativenantriebe gewann das Kriterium „Treibstoffart“ an Bedeutung. Rund 41,3 Prozent grenzten ihre Fahrzeugsuche danach ein. 39,2 Prozent der Kaufinteressenten hatten den Tachostand fest im Blick. Weniger ausschlaggebend waren Suchkriterien wie bspw. die Klimaausstattung (6,6 Prozent), die Farbe (6,3 Prozent) oder die Anzahl der Vorbesitzer (1,0 Prozent).

Markenrelevanz: Top 4 mit Abstand zum Rest

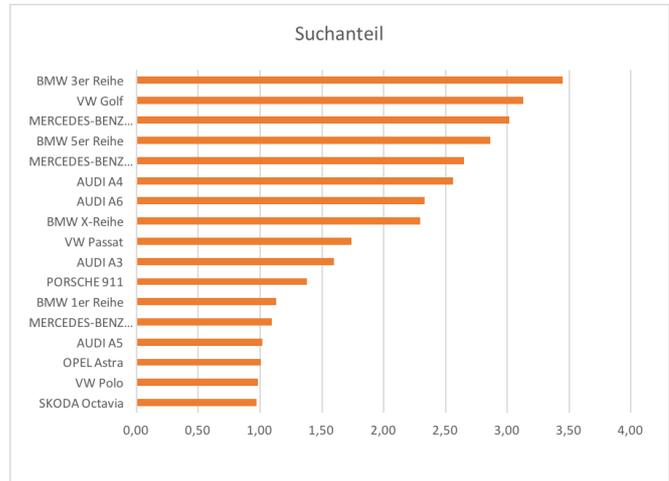
Deutsche Marken waren stark nachgefragt: Nach dem Spitzenreiter Mercedes-Benz, der mit 15,8 Prozent das Ranking der meistgesuchten Automarken anführte, folgten Volkswagen (13,5 Prozent), BMW (13,3 Prozent) und Audi (11,1 Prozent). Ford führt mit 4,7 Prozent unter den Importmarken. Škoda (2,4 Prozent), Toyota (2,3 Prozent), Renault und Volvo (je 1,9 Prozent) folgen auf den unteren Rängen der Top Ten.

(95,6 Prozent der Suchenden schränkten ihre Recherche auf mobile.de nach „Marke“ ein.)



Autos „made in Germany“ dominierten die Nachfrage

Die Analyse von mobile.de zeigt, dass Pkw-Modelle deutscher Autobauer besonders gefragt waren. Top-10-Ranking: Im ersten Halbjahr 2017 suchten durchschnittlich 3,5 Prozent der Nutzer nach einem 3er von BMW und 3,1 Prozent nach einem VW Golf. In der Beliebtheit folgten Modelle der E-Klasse von Mercedes-Benz (3,0 Prozent), der BMW 5er-Reihe (2,9 Prozent) sowie der C-Klasse von Mercedes-Benz (2,7 Prozent). Mit dem A4, A6 und A3 war Audi ebenfalls mit drei Modellen vertreten. Importmodelle waren in den Top-10 hingegen nicht zu finden.

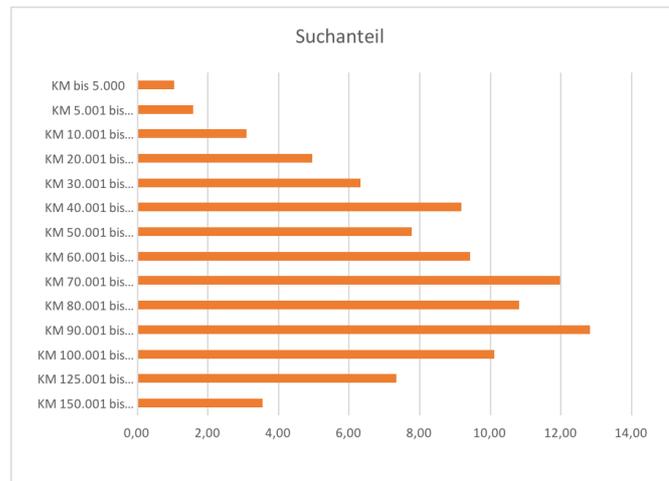


(86,3 Prozent der Suchenden schränkten ihre Recherche auf mobile.de nach „Modell“ ein.)

Tachostand macht Pkw attraktiv

Die Kilometerlaufleistung eines Gebrauchtfahrzeuges ist für 39,2 Prozent der Käufer sehr wichtig. Dabei waren eingefahrene Modelle mit 70.001 bis 80.000 und 90.001 bis 100.000 Kilometern besonders beliebt. 12,0 Prozent bzw. 12,8 Prozent der Suchenden interessierten sich für diese Pkw. Für etwa jeden dritten Nutzer (33,9 Prozent) durfte das Wunschfahrzeug nicht mehr als 60.000 Kilometer gelaufen sein. Knapp 21,0 Prozent interessierten sich aber auch für Wagen, deren Tachostand jenseits der 100.000-Kilometer-Marke liegt.

(39,2 Prozent der Suchenden schränkten ihre Recherche auf mobile.de nach „Laufleistung“ ein.)



Nachfrage nach Benzinern und Fahrzeugen mit alternativen Antrieben steigt

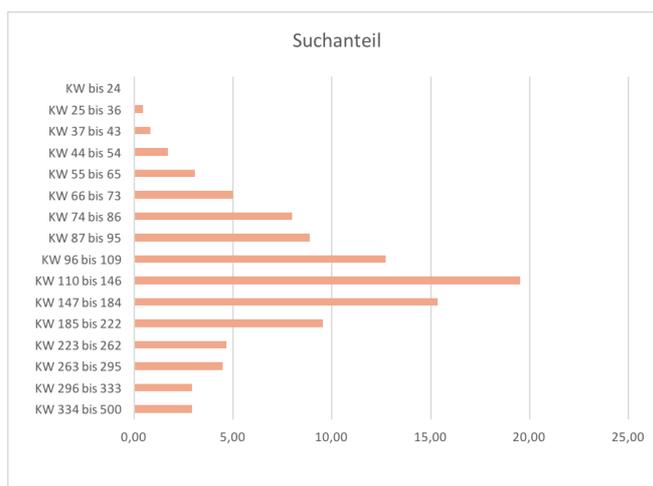
Nutzer, die ihre Suche nach „Treibstoffart“ eingrenzten, zeigten im bisherigen Jahresverlauf deutlich mehr Interesse an Benzinern und Fahrzeugen mit Alternativantrieb. Während im bisherigen Jahresverlauf durchschnittlich 43,7 Prozent der potenziellen Käufer nach einem Pkw mit klassischem Ottomotor suchten, war es 2015 nicht einmal jeder dritte Suchende (30,9 Prozent) – eine Steigerung um 12,8 Prozentpunkte. Nach Modellen mit Alternativantrieb schauten 10,9 Prozent (2015: 9,4 Prozent). Trotz der anhaltenden Diskussion um den Diesel, suchten noch mehr als die Hälfte der Kaufinteressenten (56,8 Prozent) nach einem Selbstzünder. Zum Vergleich: Im ersten Halbjahr 2015 interessierten sich noch 69,6 Prozent der Nutzer für Pkw mit Dieselantrieb. Eine Verschiebung der Nachfrage ist spürbar.

Treibstoffart	Prozent
Diesel	56,8
Benzin	43,7
Alternativantriebe	10,9

(41,3 Prozent der Suchenden schränkten ihre Recherche auf mobile.de nach „Treibstoffart“ ein.)

Motorleistung – Wirtschaftlichkeit gefragt

Beim Autokauf ist fast jedem Fünften (18,1 Prozent) die Motorleistung seines Nächsten wichtig und damit ein relevantes Entscheidungskriterium. Der Rückblick auf das erste Halbjahr 2017 zeigt, dass moderat motorisierte Fahrzeuge am beliebtesten waren. Über die Hälfte (57,1 Prozent) der Kaufinteressenten, die ihre Suche nach diesem Kriterium eingrenzten, interessierten sich für Wagen mit einer Leistung zwischen 96 und 222 kW. Weit abgeschlagen fanden sich niedrig motorisierte Autos (Leistung bis 54 kW) – nur 3,0 Prozent suchten nach diesen Gebrauchten. Fahrzeuge mit einer besonders leistungsstarken Motorisierung (185 bis 222 kW) suchte etwa jeder Achte (12,0 Prozent). Stärker motorisierte Autos waren hingegen weniger beliebt. Supersportler mit mehr als 334 kW wurden nur selten gesucht (2,9 Prozent).

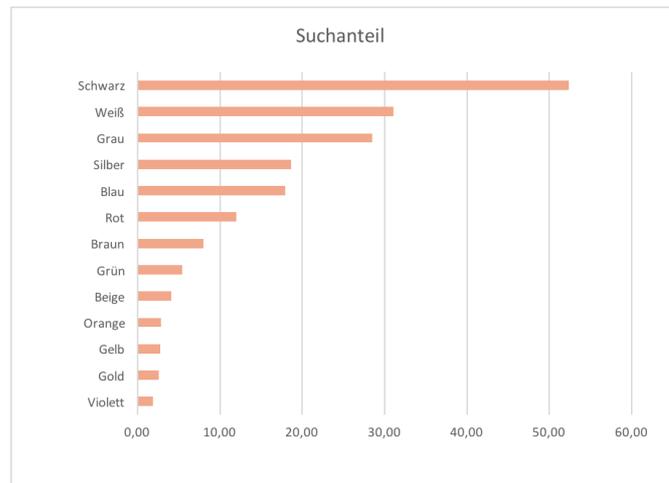


(18,1 Prozent der Suchenden schränken ihre Recherche auf mobile.de nach „Motorleistung“ ein.)

Klassische Lackierungen im Fokus der Gebrauchtwagenkäufer

Laut aktueller Analyse suchten mehr als die Hälfte der Kaufinteressenten (52,3 Prozent) schwarze Fahrzeuge. Auch die folgenden Ränge setzten auf eine schlichte Erscheinung: Weiße und graue Gebrauchte (31,0 bzw. 28,5 Prozent) landeten auf den Plätzen 2 und 3. Silber verpasste mit 18,6 Prozent das Siegereppchen, schloss sich aber dem Trend zu dezenten Tönen an. Kräftigere Farben waren hingegen weniger gefragt:

Blaue Autos suchte noch rund jeder Sechste (17,9 Prozent) – rote Fahrzeuge etwas mehr als 12,0 Prozent. Grüne Gebrauchte hingegen stießen im bisherigen Jahresverlauf eher auf geringes Interesse (5,4 Prozent). Wer es extravagant mag, suchte nach orangen und violetten Autos – so mutig waren jedoch nur 2,9 Prozent bzw. 1,9 Prozent der Pkw-Käufer.

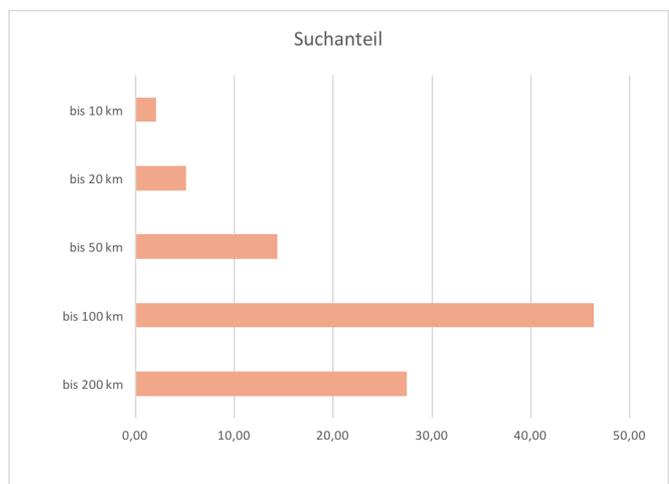


(6,3 Prozent der Suchenden schränkten ihre Recherche auf mobile.de nach „Farbe“ ein.)

Fahrzeugkäufer schauten über die eigene Region hinaus

Fast jeder dritte (30,7 Prozent) mobile.de Nutzer war bereit, für sein Wunschfahrzeug große Entfernungen zu überwinden. Sie suchten in einem 200-Kilometer-Radius nach dem passenden Wagen und würden ohne Weiteres eine Strecke wie bspw. Hamburg–Braunschweig–Hamburg auf sich nehmen. Etwa eine Stunde und damit eine Entfernung von gut 100 Kilometern würden 40,9 Prozent der Kaufinteressenten in Kauf nehmen. Fast jeder Siebte (14,2 Prozent) potenzielle Käufer suchte innerhalb eines Umkreises von 50 Kilometern. Rein lokal ausgerichtet waren wenige: Nur 4,7 Prozent setzten den Filter auf einen 20-Kilometer-Radius. Innerhalb der eigenen Nachbarschaft, also in einem Umkreis von 10 Kilometern, suchten gerade einmal 2,6 Prozent nach einem Gebrauchten.

(18,0 Prozent der Suchenden schränkten ihre Recherche auf mobile.de nach „Fahrzeugstandort“ ein.)



3) Komplexer Markt, komplexes Konsumverhalten

Der Autohandel in Deutschland ist so heterogen wie wenige andere Branchen. Die Unternehmen unterscheiden sich stark in ihrer Größe, ihrer Markengebundenheit und ihren Abläufen. Zudem werden die Bedürfnisse der Käufer immer individueller. Sie sind „always on“ und wollen digital begeistert sowie beraten werden. Kunden unterscheiden heute nicht mehr zwischen Internet und Autohaus. Sie erwarten schon beim Erstkontakt im Web eine maßgeschneiderte und schnelle Beratungsleistung. Ganz gleich, ob es um den Neu- oder Gebrauchtwagen geht.

„Der Erstkontakt im Web ist entscheidend“, weiß Torsten Wesche und erklärt: „Es kommt mehr denn je auf die Differenzierung vom Wettbewerb und den Kundendialog an. Das beginnt mit der Präsentation der eigenen Angebote im Internet und hört mit der Nutzung von modernen Kommunikationskanälen wie WhatsApp noch nicht auf. Wer es schafft, Interessenten ein Käuferlebnis zu ermöglichen, bei dem sie sich gut und schnell beraten fühlen, kann entscheidende Impulse für den Geschäftserfolg setzen.“

Über mobile.de

mobile.de bietet mit mehr als 1,4 Millionen inserierten Pkw, Nutzfahrzeugen und Motorrädern das größte Angebot für den An- und Verkauf von Fahrzeugen in Deutschland (Quelle: CAR-Institut). Zur mobile.de GmbH gehört neben dem deutschen Marktführer mobile.de u. a. Europas größte Autocommunity MOTOR-TALK. Zusammen erreichen beide Plattformen rund 13,53 Millionen Unique User (Quelle: AGOF digital facts 2017-01). Das 1996 gegründete Unternehmen beschäftigt 290 Mitarbeiter an zwei Standorten in Deutschland und ist ein Tochterunternehmen der eBay Classifieds Group. Zu den mobile.de Nutzern gehören sowohl Privatkunden als auch mehr als 43.000 registrierte Fahrzeughändler, während MOTOR-TALK über 2,9 Millionen registrierte Nutzer verzeichnet.

Weitere Informationen erhalten Sie:

mobile.de GmbH, Christian Maas, Unternehmenskommunikation,
Marktplatz 1, 14532 Europarc-Dreilinden,
Tel: 030 8109-7226, E-Mail: chmaas@team.mobile.de

mobile.de GmbH, Daniel Banta, Unternehmenskommunikation,
Marktplatz 1, 14532 Europarc-Dreilinden,
Tel: 030 8109-7822, E-Mail: dbanta@team.mobile.de