Pressemitteilung

# Umfrage zeigt: Auto bleibt für alle Generationen wichtig – trotz unterschiedlicher Vorstellungen

**Kleinmachnow/Berlin, 21. November 2024 – Boomer, Millennials, Gen Z, Gen X – die verschiedenen Generationen[1] sind sich beim Thema Auto in vielen Aspekten überraschend ähnlich. Das ergab eine repräsentative Umfrage* von Deutschlands größtem Fahrzeugmarkt mobile.de. Unterschiede gibt es jedoch in Bezug auf die Nutzung, die bevorzugte Antriebsart und die Kriterien für den Kauf der Fahrzeuge.**

- **Tägliche Nutzung:** 36,2 Prozent der Millennials fahren täglich Auto, auch ein großer Teil der Gen Z ist sieben Tage pro Woche auf das Auto angewiesen (31,6 Prozent).
- **E-Mobilität:** 5,6 Prozent der Gen Z fahren bereits elektrisch, dicht gefolgt von den Millennials (5,3 Prozent). Jedoch ist bei Letzteren die Bereitschaft zur Anschaffung eines E-Autos am größten (19,1 Prozent).
- **Kaufkriterien:** Fahrerinnen und Fahrer bis 44 Jahre priorisieren das Markenimage, die Generation 60+ legt mehr Wert auf die Sicherheit und den Autopreis.

„Die jüngeren Generationen legen großen Wert auf die Umwelt und interessieren sich für elektrische Alternativen. Trotzdem bleibt das Auto sowohl bei ihnen als auch bei den älteren Generationen ein wichtiges Statussymbol. Wir sehen ein einheitliches Bild: Der Großteil der Deutschen will oder kann nicht auf individuelle Mobilität verzichten", sagt Florian Baur, Chief Sales Officer (CSO) bei mobile.de.

Das Fahrverhalten der Generationen zeigt: Das Auto wird nach wie vor gebraucht. Jeder dritte Millennial (36,2 Prozent) ist täglich mit dem Auto unterwegs, die meisten Babyboomer (37,5 Prozent) nutzen ihr Fahrzeug ein- bis viermal pro Woche. Obwohl die jüngeren Generationen, insbesondere die Gen Z, bislang das Auto im Alltag als am wenigsten wichtig empfinden (34,6 Prozent), plant unter ihnen mehr als die Hälfte (50,7 Prozent), sich bis 2027 ein eigenes Fahrzeug anzuschaffen.

Dabei fällt auf: Je wichtiger das Auto im Alltag wahrgenommen wird, desto eher haben Vertreter der jeweiligen Generation einen Führerschein. Lediglich

[1] Die Personengruppen sind im Rahmen der Befragung kategorisiert in Generation Z oder „Zoomer" (18-29 Jahre), Generation Y oder „Millennials" (30-44 Jahre), Generation X (45-59 Jahre) und Babyboomer oder „Boomer" (60-69 Jahre).

80,8 Prozent der Gen Z verfügen über eine gültige Fahrerlaubnis, bei der Gen Y sind es 91,9 Prozent und bei der Gen X sogar 93,2 Prozent.

**E-Mobilität deutlich relevanter bei den jüngeren Generationen**

„Je jünger die Befragten, desto mehr fahren sie bereits elektrisch", sagt Florian Baur von mobile.de. So sind 5,6 Prozent der 18- bis 29-jährigen Autofahrerinnen und -fahrer (Gen Z) mit einem E-Auto unterwegs, gefolgt von 5,3 Prozent der Millennials. Und das Interesse wächst: Unter den Millennials ist die Bereitschaft, sich in Zukunft einen Stromer anzuschaffen, mit fast 20 Prozent am höchsten. Bei der Frage, welche Antriebsform am zukunftsfähigsten ist, gehen die Meinungen allerdings auseinander: Zoomer (25,9 Prozent) und Millennials (21,9 Prozent) glauben an Elektro, Gen X (25,1 Prozent) und Babyboomer (31,5 Prozent) an Wasserstoff.

**Das Auto ist und bleibt ein Statussymbol**

Markenbewusstsein spielt vor allem bei den jüngeren Generationen eine Rolle: Für 61,4 Prozent der Gen Z und 54,2 Prozent der Millennials ist das Image entscheidend bei der Fahrzeugwahl. Auch Ausstattung (Gen Z: 59,7 Prozent, Gen Y: 57 Prozent) und Optik (Gen Z: 45,7 Prozent, Gen Y: 35,3 Prozent) sind besonders wichtig. Im Gegensatz dazu achten ältere Generationen ab 60 Jahren mehr auf Sicherheit (70 Prozent) und den Preis (59,3 Prozent).

**Der Trend geht zu Gebrauchtwagen**

Die Umfrage zeigt auch, dass Gebrauchtwagen insgesamt im Trend liegen, insbesondere bei der Gen Z (51,7 Prozent). Diese Generation ist es auch, die ihre Fahrzeuge wie auch die Millennials häufig finanziert (Gen Z: 34,2 Prozent, Gen Y: 30,5 Prozent). Gen X (49,1 Prozent) und Babyboomer (53,3 Prozent) bevorzugen hingegen den Direktkauf.

***Umfragebedingungen**

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage von MiiOS, an der 1.520 Personen zwischen dem 24. Mai und 2. Juni teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren. Die Personengruppen sind kategorisiert in Gen Z (18-29 Jahre), Gen Y (30-44 Jahre), Gen X (45-59 Jahre) und Babyboomer (60-69 Jahre).

**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, Isabel Eichhorn, Account Manager
Straßenbahnring 3, 20251 Hamburg
Tel: 0151-51796419, E-Mail: isabel.eichhorn@achtung.de