

Pressemitteilung

Duftbaum, Glitzerlack und Tiermuster: Fast jeder Dritte personalisiert sein Auto – aber nicht alles kommt gut an

Berlin, 20. April 2026 – Das Auto ist für viele mehr als nur ein Fortbewegungsmittel: Fast jede dritte Autofahrerin und fast jeder dritte Autofahrer in Deutschland verleiht dem eigenen Fahrzeug eine persönliche Note (28,7 Prozent). Das zeigt eine repräsentative Umfrage* im Auftrag von mobile.de, Deutschlands größtem Fahrzeugmarkt. Besonders ausgeprägt ist der Wunsch nach Individualisierung bei Fahrerinnen und Fahrern von Sportwagen (66,6 Prozent), Minis (38,3 Prozent) und Vans (32,5 Prozent).

- **Eine Frage des Fahrzeugtyps:** In Kleinwagen fahren am häufigsten Plüschtiere mit (36,5 Prozent), in Cabrios sind es vor allem Kaffeebecher (47,6 Prozent).
- **Ausstattungspflicht:** Verbandskasten (93 Prozent) und Warndreieck (92,2 Prozent) sind bei der großen Mehrheit Standard.
- **Klare No-Gos im Auto:** Handy am Ohr (66,3 Prozent), Rauchen (62,9 Prozent) oder Mitfahrende, die ins Lenkrad greifen (69,9 Prozent).

Deko ist Typsache – und was im eigenen Auto mitgeführt wird, hängt offenbar auch vom Fahrzeugtyp ab: In Kleinwagen finden sich überdurchschnittlich häufig Plüschtiere und Talismane (36,5 Prozent), während Cabriofahrerinnen und -fahrer besonders gerne einen Kaffeebecher dabei haben (47,6 Prozent). Von den Befragten, die ihr Auto gerne mit persönlichen Gegenständen ausstatten, zeigen sich besonders Mini-Fahrerinnen und -fahrer gut vorbereitet: Bei ihnen gibt es nicht nur die meiste Wechselbekleidung sowie die meisten Handstaubsauger und Kühlboxen (jeweils 21,7 Prozent), hier werden auf engstem Raum auch die meisten Kondome mitgeführt (21,7 Prozent). Snacks und Getränke sind vor allem bei SUV-Fahrerinnen und -fahrern beliebt (42,2 Prozent).

Zwischen Pflicht und persönlichem Stil

Der Großteil der Befragten erfüllt die gesetzlichen Anforderungen: Verbandskasten (93 Prozent), Warndreieck (92,2 Prozent) und Warnweste (89 Prozent) sind fast überall vorhanden. Jeder Zehnte (10,1 Prozent) führt sogar

eine Dashcam mit. Allerdings zeigt sich: Je mehr Wert die Befragten auf ihre persönlichen Gegenstände legen, desto häufiger fehlen die gesetzlichen Must-haves. So besitzen 87,5 Prozent der Deko-Fans einen Verbandskasten – bei Fahrerinnen und Fahrern, die auf Personalisierung verzichten, sind es hingegen 96,6 Prozent.

Glitzerlack und Tiermuster: Die größten „No-Gos“

Nicht alles, was das eigene Auto persönlicher macht, gefällt auch anderen: Laut Umfrage gelten folgende Dinge als besonders störend oder überflüssig:

1. Unaufgeräumter Innenraum (36,6 Prozent)
2. Sitzbezüge aus Kunstfell oder mit Tiermuster (35,4 Prozent)
3. Parfümierte Duftbäume (29 Prozent)
4. Glitzerlack (28 Prozent)
5. LED-Unterbodenbeleuchtung (27,5 Prozent)

Auch das Verhalten im Auto sorgt für Konfliktpotenzial

Ungefragt ins Lenkrad greifen? Das ist nicht nur verkehrswidrig und gefährlich, sondern gilt laut den Befragten auch als besonders unangebrachtes Verhalten von Beifahrerinnen und Beifahrern (69,9 Prozent). Auch wenn Mitreisende im Auto rauchen (64,7 Prozent) oder ungefragt den Fahrstil kommentieren (53,7 Prozent), ist Ärger vorprogrammiert. Ebenfalls ungern gesehen sind eigenmächtiges Aufdrehen der Musik (38,0 Prozent) und lautes Telefonieren (34,1 Prozent). Doch auch Autofahrerinnen und Autofahrer, die selbst am Steuer telefonieren (66,3 Prozent) oder rauchen (62,9 Prozent), stoßen auf deutliche Ablehnung.

***Umfragebedingungen**

Die Daten dieser Befragung basieren auf Online-Interviews mit Mitgliedern des YouGov Panels. Für diese Befragung wurden im Zeitraum vom 07. bis 10. November 2025 insgesamt 2.046 Personen befragt. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die Wohnbevölkerung in Deutschland ab 18 Jahren.

Über mobile.de

mobile.de ist Deutschlands größter Fahrzeugmarkt mit mehr als 1,6 Millionen inserierten Pkw, Nutzfahrzeugen, Motorrädern und E-Bikes (Jahresdurchschnitt 2025). Sowohl Privatkunden als auch Fahrzeughändler nutzen die Plattform und profitieren von mehr als 140 Millionen Visits pro Monat (Quelle: mobile.de Google Analytics Tracking, Ø Monat Januar bis Dezember 2025). 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 Communications Lead
Dernburgstraße 50, 14057 Berlin
Tel: 0152-54802957, E-Mail: nils.moeller@adevinta.com

Achtung! GmbH, Isabel Eichhorn, Account Managerin
Straßenbahnring 3, 20251 Hamburg
Tel: 0151-51796419, E-Mail: isabel.eichhorn@achtung.de