

Pressemitteilung

## **mobile.de Umfrage: Hälfte der Deutschen sitzt im falschen Auto**

**Berlin/Dreilinden, 12. Januar 2016 – Jeder zweite Autofahrer sitzt nach eigener Aussage in einem Auto, das nicht zu seinem Leben passt. Das ergab eine aktuelle Umfrage des puls Marktforschungsinstituts im Auftrag von mobile.de. Immerhin: Jeder Dritte wäre wechselwillig, wenn der Autokauf einfacher würde. Die Voraussetzungen dafür schafft mobile.de jetzt mit einer deutlich verbesserten Website. Ab sofort bietet sie Autokäufern eine bedürfnisorientierte Kaufberatung und eine noch nutzerfreundlichere Navigation. Im Februar werden die Händlerbewertungen in Form eines Sternesystems für alle Nutzer sichtbar. Zudem startet ab sofort eine neue Marketingkampagne. Von allen Maßnahmen profitieren nicht nur Autokäufer, sondern vor allem auch der Autohandel.**

„Die Autonation hat ein Problem: Jeder zweite Autofahrer sagt, dass sein Wagen nicht zu seinem Leben passt. Dabei ist die Modellvielfalt so groß wie selten zuvor“, so Malte Krüger, Geschäftsführer von mobile.de. „Dieses Thema gehen wir für den Autohandel jetzt mehr denn je an. Indem wir es den Menschen einfacher machen, das passende Auto zu finden, machen wir es dem Handel einfacher, Autos zu verkaufen.“

### **Gründe für den Fahrzeugwechsel**

Zu groß, zu klein, zu alt, zu langsam – die Gründe, warum das Auto nicht mehr zum eigenen Leben passt, sind vielfältig. Besonders nach einer Beförderung (24,5 Prozent) oder einem Familienzuwachs (21,7 Prozent) denken Menschen über ein anderes Auto nach. Auch wenn die Familie kleiner wird, ist der automobiler Wechselwunsch da: 9,9 Prozent denken an ein neues Auto, wenn die Kinder aus dem Haus sind. Der Umzug vom Land in die Stadt oder umgekehrt löst ebenfalls bei vielen Menschen Wechselgedanken aus (11,3 Prozent), Gleiches gilt für ein neues Hobby (12,9 Prozent). Unter den geschiedenen Befragten stimmen sogar 16 Prozent voll und ganz der Aussage zu, dass es passendere Autos für ihre Lebenssituation gibt.

## **Konsumenten wollen Vereinfachung des Autokaufs**

Für viele Konsumenten wirkt der Autokauf bis heute zu komplex, zu zeitaufwendig und zu risikobehaftet. Jeder Dritte (33 Prozent) würde laut der puls-Umfrage sein Fahrzeug häufiger wechseln, wenn der Autokauf einfacher wäre. Vor allem erwarten Konsumenten vereinfachte Such- und Recherchemöglichkeiten sowie mehr Transparenz über die Händler, die Preise und die Fahrzeugqualität. „Mit zahlreichen Neuerungen richten wir uns auf diese Konsumentenwünsche aus, um dem Handel noch mehr und noch besser qualifizierte Leads zu liefern“, sagt Malte Krüger.

mobile.de hat die Website deutlich verbessert. Ab sofort bietet sie eine noch nutzerfreundlichere Navigation und praktische Entscheidungshilfen. So ermöglicht die neue Kaufberatung eine bedürfnisorientierte Suche auf mobile.de. Nutzer beantworten dabei Fragen zur präferierten Fahrweise, zum benötigten Raumangebot, zur Fahrzeugform etc. und erhalten so eine maßgeschneiderte Fahrzeugauswahl. Ab Februar bietet mobile.de zudem mehr Transparenz über Autohändler. Diese werden von Autokäufern mit einem bis fünf Sternen bewertet, sodass sich andere Nutzer ein Bild vom Anbieter machen können.

## **Neue Marketingkampagne gestartet**

Ab sofort startet mobile.de eine neue Marketingkampagne, die die einfache Suche nach dem passenden Auto für die aktuelle Lebenssituation transportiert. Die Investitionen in einen neuen TV-Spot und umfangreiche Maßnahmen in allen relevanten Kommunikationskanälen werden ebenfalls deutlich dazu beitragen, dem Handel noch mehr Kunden auf den Hof zu bringen.

## **Umfragebedingungen**

Alle Daten wurden von der puls Marktforschung GmbH bereitgestellt. An der Befragung nahmen 3.318 in Deutschland lebende Autofahrer zwischen 18 und 69 Jahren teil. Die Erhebung fand im November 2015 statt.

## **Über mobile.de**

mobile.de wurde 1996 gegründet und ist mit 10,9 Millionen Unique Users pro Monat (AGOF Digital Facts 2015-09) der meistbesuchte Fahrzeugmarkt für den An- und Verkauf von Fahrzeugen in Deutschland. Derzeit stehen mehr als 1,4 Millionen Fahrzeuge zur Auswahl. Damit bietet mobile.de hierzulande das größte Pkw-, Nutzfahrzeug- und Motorradangebot (Quelle: CAR-Institut). Zu den Nutzern gehören sowohl Privatkunden als auch mehr als 40.000 registrierte Fahrzeughändler. Zur mobile.de GmbH gehört neben dem deutschen Marktführer mobile.de u.a. Europas größte Autocommunity MOTOR-TALK. Zusammen erreichen beide Plattformen rund 13,1 Millionen Unique User (Quelle: AGOF). Das Unternehmen beschäftigt 160 Mitarbeiter am Standort Dreilinden/Berlin und ist ein Tochterunternehmen der eBay Classifieds Group.

Abdruck honorarfrei  
Beleg erbeten

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

mobile.de GmbH, Aileen Wagefeld, Unternehmenskommunikation,  
Marktplatz 1, 14532 Europarc-Dreilinden,  
Tel: 030 8109-7214, E-Mail: [awagefeld@team.mobile.de](mailto:awagefeld@team.mobile.de)