

Covid-19 Barometer: Bedeutung des Autos bleibt ungebrochen stark

AutoScout24-Umfrage zeigt: Kaufbereitschaft steigt weiter an / Kompletter Online-Autokauf im Netz wird immer wichtiger / Unsicherheit durch Corona bleibt / Kostendruck bei geringeren Budgets

München, 2. Juni 2021. Das Auto hat auch im zweiten Jahr der Corona-Pandemie eine ungebrochen starke Bedeutung, wie aus dem aktuellen *Covid-19 Barometer** von AutoScout24 hervorgeht. Vier von fünf Umfrageteilnehmenden wollen demnach unter keinen Umständen auf das eigene Fahrzeug verzichten. Gleichzeitig steigt der Wunsch, ein Auto zu kaufen, im Vorjahresvergleich weiter an. Hierbei gewinnen Services deutlich, die den kompletten Autokauf über das Internet ermöglichen. Allerdings sagt jede*r Dritte auch, dass er/sie durch die Auswirkungen der Pandemie deutlich weniger Geld ausgeben will. Für das *Covid-19 Barometer* befragte AutoScout24 im März und April dieses Jahres 1.005 Nutzer und Nutzerinnen auf autoscout24.de. Bereits im Vorjahr hat der europaweit größte Online-Automarkt im Rahmen seines *Covid-19 Barometers* frühere Umfragewellen zu dem Thema durchgeführt.

Nicht ohne mein Auto – das könnte die Überschrift zur aktuellen Pandemie-Situation sein. So geben 82 Prozent der Befragten an, dass sie in der aktuellen Lage unter keinen Umständen auf das eigene Auto verzichten wollen. Ebenso viele stimmen folgendem Statement zu: Das Auto ist derzeit das sicherste Verkehrsmittel, um mich zu schützen. Auch davon, dass das eigene Auto wichtiger geworden ist, sind mit 68 Prozent zwei Drittel der Befragten überzeugt. Ebenso viele (69 Prozent) vermeiden derzeit den öffentlichen Personennahverkehr. Aber auch Mietwagen und Car-Sharing-Modelle werden von jeder/m Zweiten (53 Prozent) stärker gemieden.

Wunsch nach eigenem Auto steigt und steigt und steigt

Im Vorjahresvergleich zeigt sich, dass der Wunsch nach einem neuen Auto bzw. einem neuen Gebrauchten gestiegen ist. Gaben im ersten Covid-19 Barometer vom April vergangenen Jahres erst 58 Prozent an, dass sie ein neues Auto kaufen wollen, sind es in der aktuellen Befragung bereits 70 Prozent. Die Werte dürften weiter steigen, wenn sich der Trend der fallenden Inzidenzzahlen fortsetzt. Auch die Zahl an aufgeschobenen Käufen ist gesunken. Gaben in der ersten Erhebungswelle noch 31 Prozent an, dass sie ihren Fahrzeugkauf lieber auf „nach Corona“ schieben wollen, so sind es aktuell nur noch 21 Prozent, die lieber erst später kaufen möchten

Wer weniger Geld hat, will noch weniger ausgeben

Es gehört zum momentanen Stimmungsbild unter den potenziellen Autokäufern und Autokäuferinnen, dass einige zurzeit weniger Geld für ein Auto ausgeben wollen. Das betont aktuell jede*r dritte Befragte (33 Prozent). Vor allem potenzielle Käufer*innen mit einem geringeren Budget wollen tendenziell weniger tief in die Tasche greifen. So geben 50 Prozent derjenigen mit einem Budget von unter 10.000 Euro an, dass sie aufgrund der aktuellen Situation weniger ausgeben wollen. Blickt man dagegen auf Käufer*innen, die 20.000 Euro oder mehr zur Verfügung haben, sind lediglich 18 Prozent zurückhaltender bei den Ausgaben für ein neues Fahrzeug.

Suchverhalten ändert sich bei geringem Budget

Wer weniger Geld ausgeben will, ändert auch sein Suchverhalten. So geben zwei Drittel (66 Prozent) in dieser Gruppe an, dass sie sich einfach mehr Zeit lassen möchten, das passende Fahrzeug zu finden. Um Geld zu sparen, denkt jede*r Dritte (32 Prozent) über kostengünstigere Modelle nach, 31 Prozent sind dazu

Scout24

Medieninformation

bereit, auf Extras zu verzichten, 28 Prozent geben sich kompromissbereit bei der Autofarbe, 27 Prozent ziehen ältere Autos in Betracht und 18 Prozent sind bereit, Fahrzeuge mit höherem Kilometerstand zu akzeptieren. Auch Kratzer und leichte Schäden werden von 17 Prozent der Befragten jetzt eher akzeptiert.

Kompletter Kauf im Netz wird fast mehrheitsfähig

Ein Trend, der sich schon in den Befragungen von 2020 zeigte, hat sich deutlich verfestigt: Immer mehr Autointeressierte sehen im vollständigen Online-Autokauf per Mausclick eine gute Alternative zum traditionellen Autokauf: So würde fast jede*r Zweite (47 Prozent) sein Auto „definitiv“ oder „vielleicht“ alternativ mit ein paar Klicks vom Sofa aus zu sich nach Hause bestellen. Vor einem Jahr waren dazu erst 35 Prozent der Befragten bereit. Die Studie zeigt zudem, dass die Corona-Situation auch Einfluss auf die Einstellung gegenüber dem Thema Leasing hat. So geben 27 Prozent an, dass Leasing für sie derzeit eine gute Alternative zum Autokauf darstellt.

Dr. Michael Luhn, Chief Sales Officer bei der AutoScout24 Gruppe: „Wie das Covid-19 Barometer zeigt, gewinnt das Auto im Mobilitätsvergleich deutlich: Kaum einer will heute auf das eigene Fahrzeug verzichten. Das sind gute Nachrichten für den Autohandel und zeigt sich auch in den guten Verkaufszahlen der letzten Monate.“

*Quelle: Nutzerbefragung auf www.autoscout24.de; Erhebungszeitraum 4. Welle: März/April 2021, n=1.005, Erhebungszeitraum 1. Welle: April 2020, n=768

Über AutoScout24

AutoScout24 ist mit rund 2 Mio. Fahrzeug-Inseraten und mehr als 43.000 Händlerkunden europaweit der größte Online-Automarkt. Mit AutoScout24 können Nutzer Gebrauchte- sowie Neuwagen finden, finanzieren, kaufen, abonnieren, leasen und verkaufen. Der Marktplatz inspiriert rund um das Thema Auto und macht komplexe Entscheidungen einfach. Die [Fahrzeug-](#) oder [Preisbewertung](#) liefert wertvolle Orientierungshilfen. So gehen Autokäufer gut informiert und kaufbereit zum Händler. AutoScout24 engagiert sich zudem für mehr Sicherheit im Internet und ist Gründungsmitglied der 2007 gegründeten Initiative „[Sicherer Autokauf im Internet](#)“. Mit rund 50 Millionen Downloads wurde die App von AutoScout24 als beste, kundenfreundlichste App ausgezeichnet (FOCUS-MONEY Studie „Kundenfreundliche Apps“, Heft (15/21).

Weitere Informationen finden Sie unter www.autoscout24.de

Anne-Kathrin Fries

Public Relations Manager



AutoScout24 GmbH

Bothestraße 11-15, 81675 München

Fon +49 89 444 56-1227

presse@autoscout24.de