

GW-Siegel-Studie

Oktober 2025



Agenda

01 Studiendesign

02 Summary

03 Strukturdaten

04 Bekanntheit
GW-Programme

05 GW-Programme: Einstellung

01

Studiendesign

Studiensteckbrief



Zielsetzung
Die Studie soll als Folgestudie (der Jahre 2015, 2017, 2019–2024) aktuelle, vergleichende und ggf. neue Insights zu Gebrauchtwagen-Programmen geben.

Methode
Befragung onsite auf mobile.de

Stichprobengröße
Gesamt N = 1.018



Stichprobe
User von mobile.de ab
16 Jahren im
Erhebungszeitraum

**Erhebungs-
zeitraum**
1. September 2025
bis 8. Oktober 2025

Institut
Reppublika Research
& Analytics GmbH

02

Summary

Summary

Zusammenfassung der Knergebnisse

(Marken)bekanntheit

- Die Bekanntheit der Gebrauchtwagen-Programme (GW-Programme) unter den mobile.de Nutzern ist im Vergleich zu den Vorjahren leicht rückläufig. Am stärksten bekannt sind die Programme weiterhin unter den Kaufplaner:innen mit einer Kaufabsicht von mehr als 20.000 €.
- Mercedes-Benz Junge Sterne bleibt mit deutlichem Abstand Spitzenreiter bei der ungestützten Markenbekanntheit.

Einstellung

- Die drei wichtigsten Kontaktpunkte mit GW-Programmen bleiben unverändert: Websites von PKW-Herstellern (34%), Werbung im Internet (30%) und Händler (28%) – Mobile.de ist mit 23% von gleicher (hoher) Bedeutung wie im Vorjahr (2020: 16%, 2021: 15%, 2022/Q1: 15%, 2022/Q4: 18%, 2023: 18%, 2024: 23%). Während 2024 vor allem die jüngere Nutzer über Internet-Werbung erreicht wurden, zeigt sich 2025 ein ausgewogenes Bild über alle Altersgruppen hinweg.
- Die wichtigsten Leistungsmerkmale bleiben unverändert: ein ausführlicher Technikcheck (58%), eine lange Garantie (54%) und eine Mobilitätsgarantie (42%). Eine lange Garantie gewinnt dabei unverändert für die Kaufplaner:innen mit steigendem Budget an Bedeutung.
- Die Kennzeichnung bestimmter Fahrzeuge auf mobile.de wird von einer Mehrheit als (sehr) hilfreich bewertet – unabhängig ob GW-Siegel bekannt sind. Die wahrgenommene Nützlichkeit ist in beiden Gruppen im Vergleich zum Vorjahr gestiegen.

Summary

Zusammenfassung der Knergebnisse

Einstellung

- Die mobile.de User haben ein positives Bild von GW-Programmen, welches noch besser wird, wenn sie die GW-Programme auf mobile.de wahrnehmen.
- GW-Programme verbindet die Mehrheit der User mit einem geringeren Risiko unerwarteter Reparaturkosten (69%) und einem höheren Vertrauen in die angebotenen Fahrzeuge (69%).
- Über die Hälfte der User (57%) ist bereit, für ein zertifiziertes Fahrzeug einen Aufpreis zu bezahlen. Diese Bereitschaft ist konstant auf einem ähnlichen Niveau wie die letzten Jahre und vor allem bei den Kaufplaner:innen mit einer Kaufabsicht bis 5.000 € weiter gestiegen (2022: 43%, 2023: 51%, 2024: 60%, 2025: 67%).

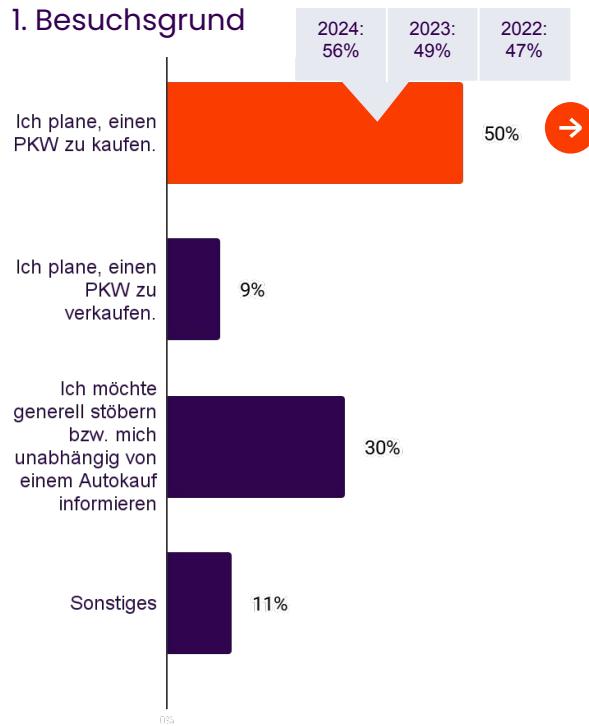
03

Strukturdaten

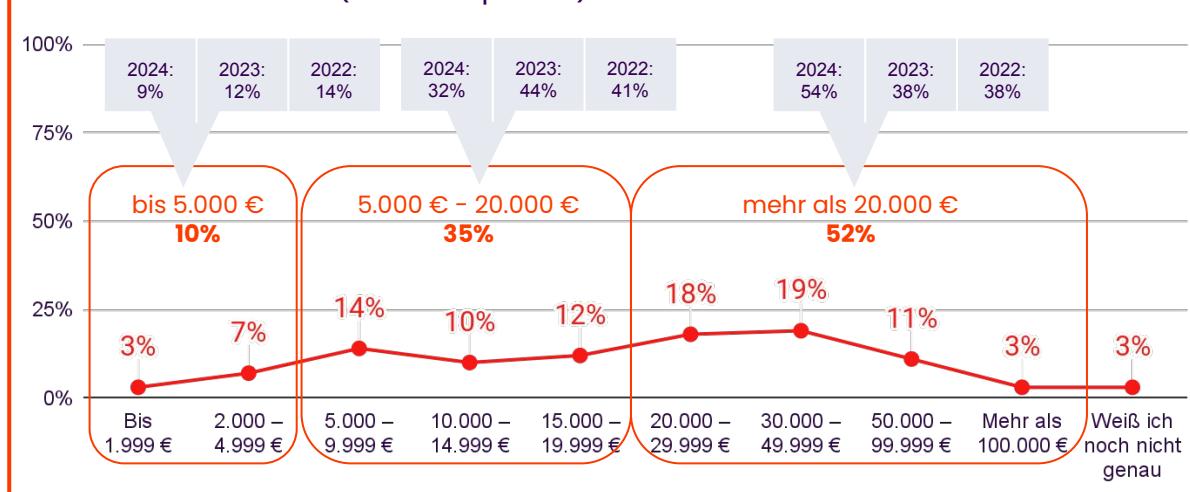
Besuchsgrund & Ausgaben PKW

Die Kaufplaner:innen kalkulieren mit einem ähnlichen Budget wie im Vorjahr.

1. Besuchsgrund



2. Kaufabsicht (Autokaufplaner)



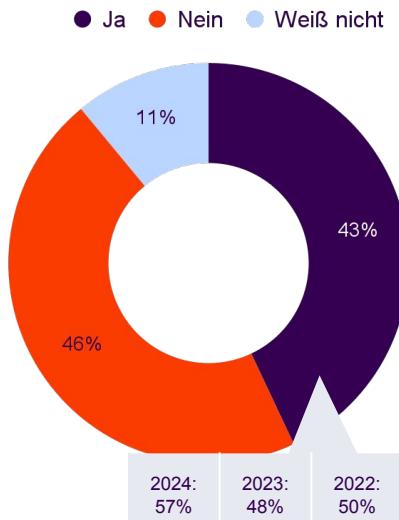
04

Bekanntheit GW-Programme

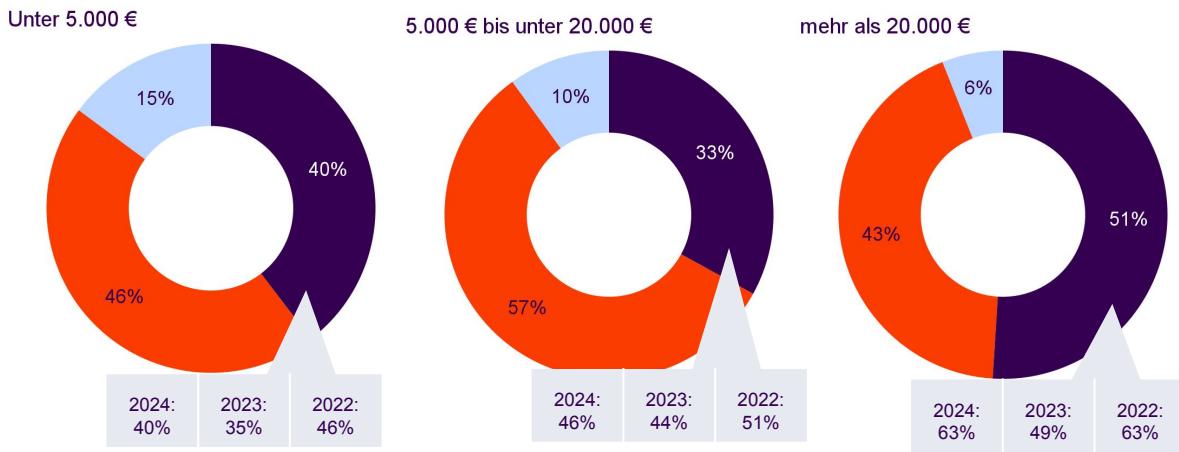
Bekanntheit GW-Programme

Die Bekanntheit von GW-Programmen nimmt im Vergleich zum Vorjahr leicht ab, ist aber weiterhin bei Kaufplaner:innen mit mehr als 20.000 € Budget am höchsten.

Bekanntheit GW-Programme



Bekanntheit GW-Programme je Kaufabsicht



Basis: Gesamt n=1.018; Kaufabsicht bis 5.000 € n=48; Kaufabsicht 5.000 € bis unter 20.000 € n=178; Kaufabsicht mehr als 20.000 € n=262

Frage: Automobilhersteller bieten spezielle Programme für Gebrauchtwagen an, an die sie spezielle Garantien und Serviceleistungen knüpfen, sog. zertifizierte Gebrauchtwagen. Hast Du von diesen zertifizierten Gebrauchtwagen bzw. Gebrauchtwagen-Programmen bereits einmal etwas gehört? | Oktober 2025 |
GW-Siegelstudie | Reppublika Research & Analytics GmbH

05

Einstellung

Touchpoint GW-Programme

*Achtung kleine Fallzahl

	Gesamt	Alter		
		16-29 Jahre*	30-49 Jahre	über 50 Jahre
Website der PKW-Hersteller	34%	35%	48% 	29%
Werbung im Internet	30%	27%	32%	29%
Händler	28%	24%	25%	29%
mobile.de	23%	30% 	23%	23%
Artikel/Bericht	14%	8%	19%	14%
Freunde und Bekannte	14%	32% 	12%	13%
Werbung im Fernsehen	13%	19%	17%	11%
Werbung in Zeitschriften	12%	16%	12%	12%
Sonstiges	9%	8%	8%	9%

30- bis 49-Jährige kommen häufiger auf der **Website der PKW-Hersteller** mit GW-Programmen in Berührung.

16- bis 29-Jährige im Vergleich häufiger auf **mobile.de** und im **privaten Umfeld**.

Touchpoint GW-Programme

*Achtung kleine Fallzahl

	Gesamt	Kaufabsicht		
		bis 5.000 €*	5.000 € bis unter 20.000 €	mehr als 20.000 €
Website der PKW-Hersteller	34%	36%	32%	40%
Werbung im Internet	30%	25%	32%	29%
Händler	28%	18%	21%	34% 
mobile.de	23%	29%	26%	22%
Artikel/Bericht	14%	11%	14%	12%
Freunde und Bekannte	14%	21%	13%	11%
Werbung im Fernsehen	13%	18%	11%	8%
Werbung in Zeitschriften	12%	18%	10%	10%
Sonstiges	9%	4%	10%	6%

Kaufplaner:innen mit einem **Budget von mehr als 20.000 €** kommen häufiger **beim Händler** mit GW-Programmen in Berührung.

Leistungen GW-Programme

Die Mehrheit der User erwartet von einem Gebrauchtwagen-Programm einen gründlichen Technikcheck, eine lange Garantie und eine Mobilitätsgarantie.

Leistungen GW-Programme

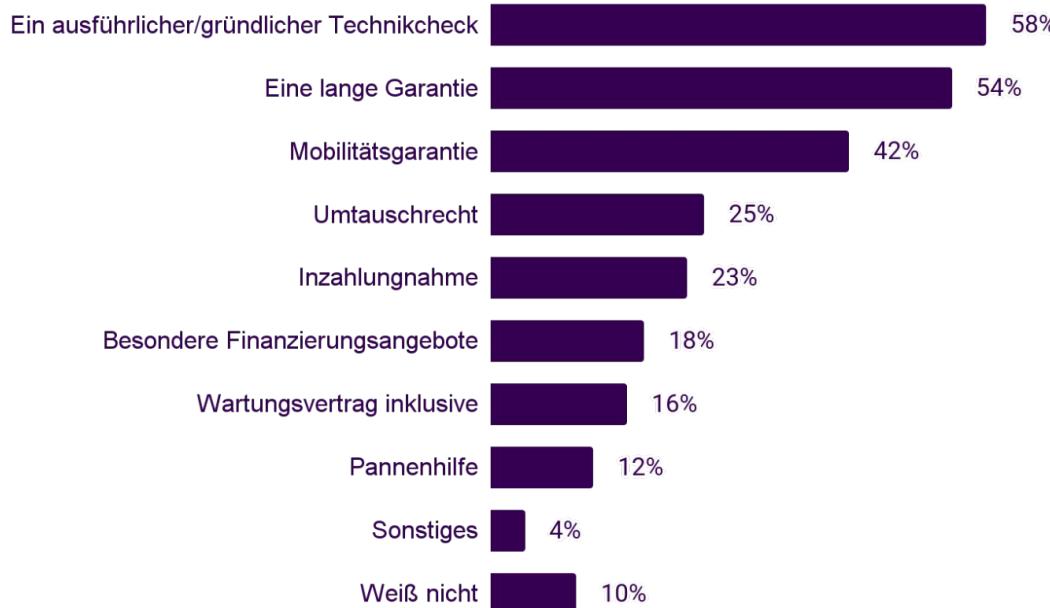
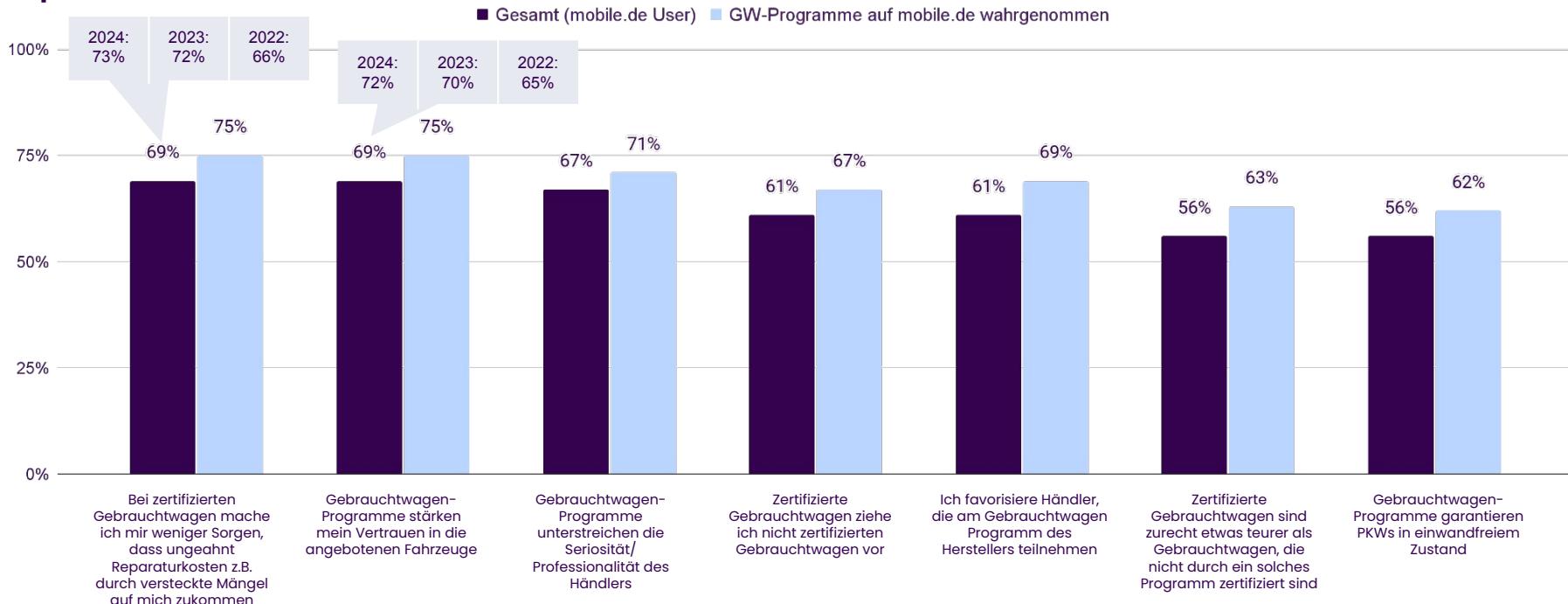


Image GW-Programme

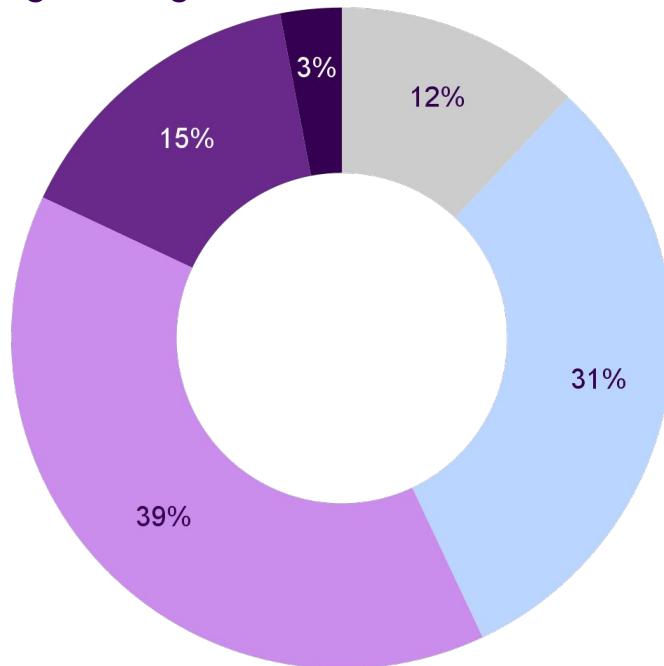
Die Wahrnehmung von GW-Programmen auf mobile.de zeigt positive Veränderungen in der Image-Bewertung.

Top 2



Zahlungsbereitschaft

Konstante Beobachtung: Mehr als die Hälfte der User ist bereit, für ein zertifiziertes Fahrzeug aus einem Gebrauchtwagen-Programm mehr zu bezahlen.

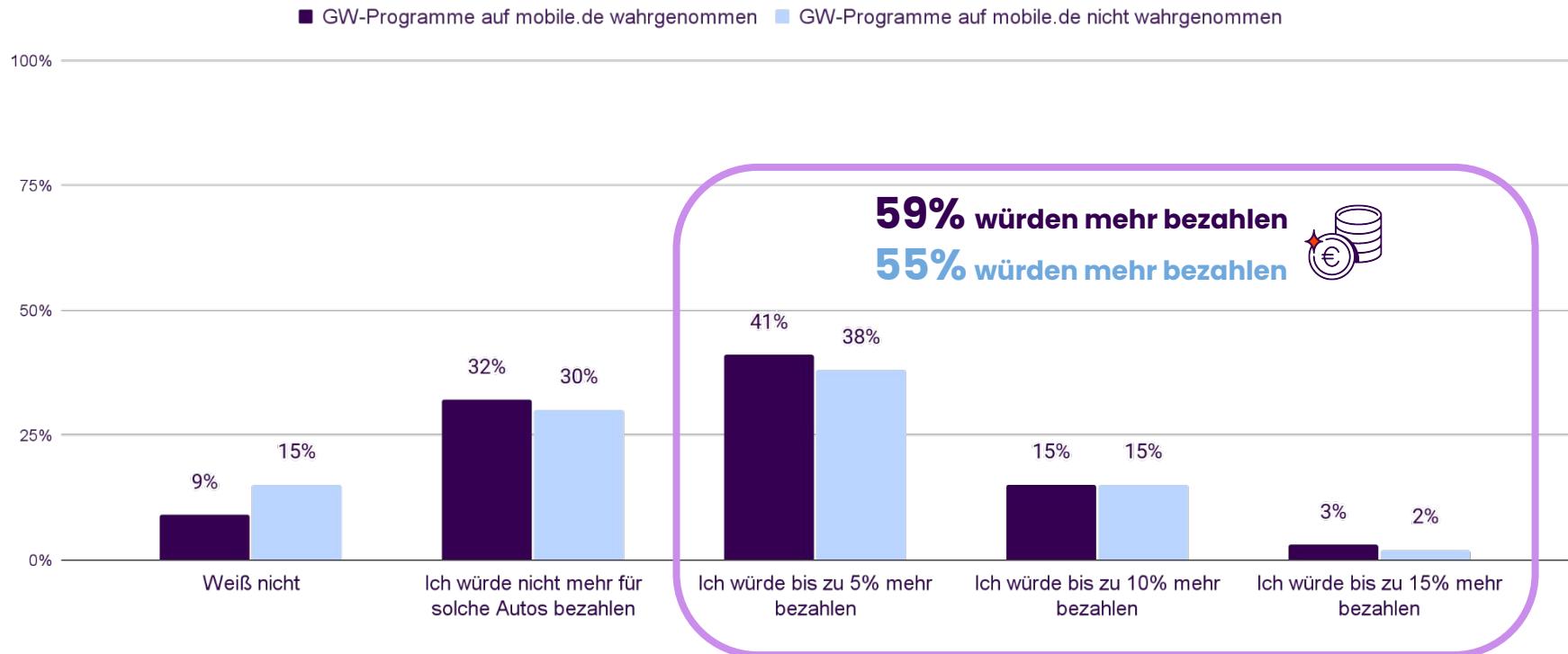


57% wären bereit mehr für ein zertifiziertes Fahrzeug aus einem Gebrauchtwagen-Programm zu bezahlen.
(2024: 60%, 2023: 58%, 2022: 58%)

- Weiß nicht
- Ich würde nicht mehr für solche Autos bezahlen
- Ich würde bis zu 5% mehr bezahlen
- Ich würde bis zu 10% mehr bezahlen
- Ich würde bis zu 15% mehr bezahlen

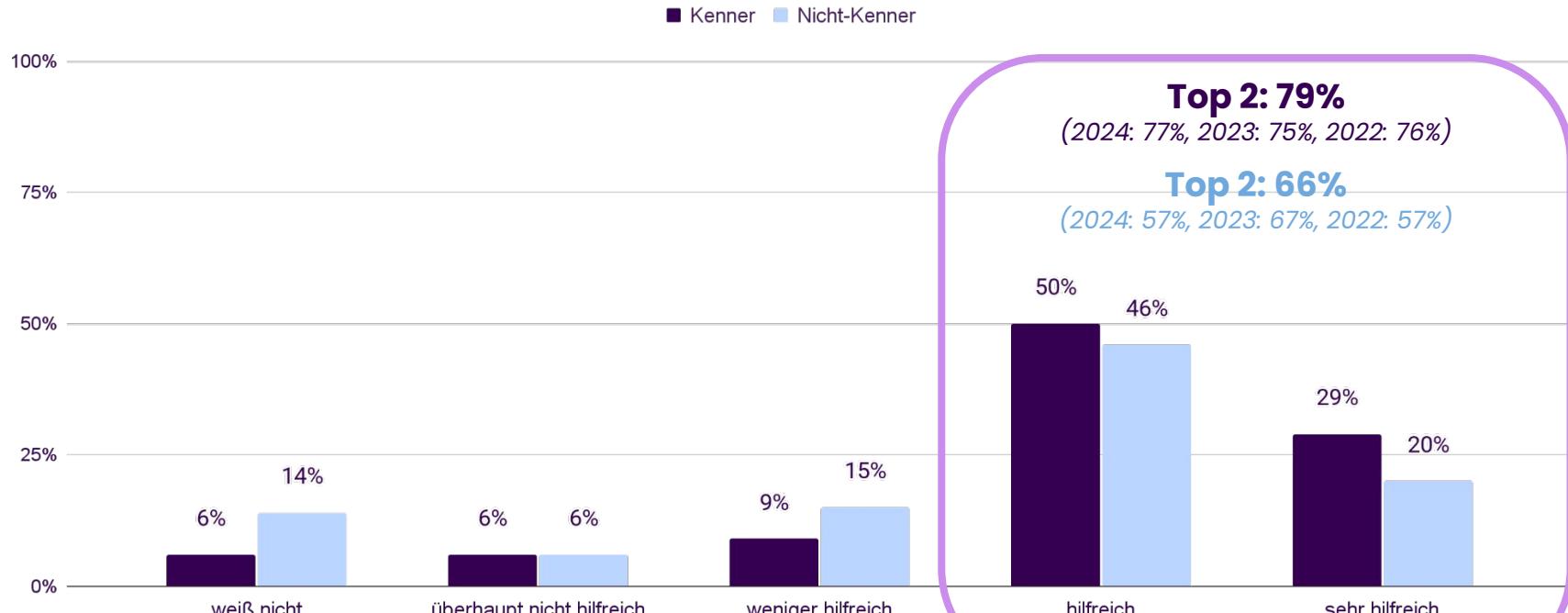
Zahlungsbereitschaft

Die Zahlungsbereitschaft ist höher, wenn ein GW-Siegel Programm bereits auf mobile.de wahrgenommen wurde.



Kennzeichnung

Die empfundene Nützlichkeit von GW-Siegeln zeigt seit 2023 einen Positivtrend auf hohem Niveau.



Thank
you

WU