

November 2024

GW-Siegel-Studie 2024



Studiendesign

1

Methode: Online-Befragung (responsiv) auf mobile.de

2

Stichprobe: User von mobile.de ab 16 Jahren im Erhebungszeitraum

3

Erhebungszeitraum: 23.09.2024-10.11.2024

4

Zielsetzung: Die Studie soll als Folgestudie (der Jahre 2015, 2017, 2019-2023 (Q1/Q4)) aktuelle, vergleichende und ggf. neue Insights zu Gebrauchtwagen-Programmen geben.

5

Stichprobengröße: Gesamt N = 994

6

Durchführendes Institut: Reppublika Research & Analytics GmbH



Summary

Zusammenfassung der Kernergebnisse

› (MARKEN)BEKANNTHEIT

- Die Bekanntheit der **Gebrauchtwagen-Programme (GW-Programme)** ist unter den mobile.de Usern im Vergleich zu den Vorjahren gestiegen. Die größte Bekanntheit erfahren die Programme konstant unter den Kaufplanern mit einer Kaufabsicht von mehr als 20.000 €.
- Seit 2019 ist **Mercedes Benz Junge Sterne** der Spitzenreiter in puncto Bekanntheit, sowohl ungestützt als auch gestützt.

› EINBINDUNG

- Die Hälfte (51%) hat schon einmal Informationen zu GW-Programmen **auf mobile.de wahrgenommen**.
- Die mobile.de User sind sich einig, dass **alle Beispieleinbindungen** deutlich machen, um was es sich handelt, seriös wirken und hilfreich sind. Am besten schneidet im Vergleich das **Siegel von BMW** (BMW Premium Selection) ab.

› EINSTELLUNG

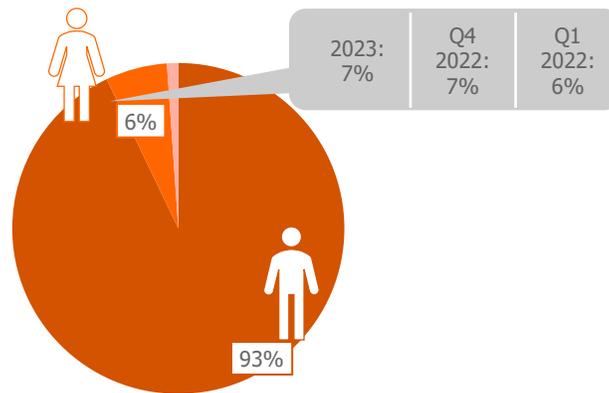
- **Hauptberührungspunkte** mit GW-Programmen sind relativ unverändert: Websites von PKW-Herstellern (34%), Werbung im Internet (27%) und Händler (27%) – Mobile.de gewinnt mit 23% im Vergleich zu den Vorjahren weiter an Bedeutung (2020: 16%, 2021: 15%, 2022/Q1: 15%, 2022/Q4: 18%, 2023: 18%).
- Leistungen von **besonderer Wichtigkeit** sind wie die Jahre zuvor ein ausführlicher Technikcheck (57%), eine lange Garantie (59%) und eine Mobilitätsgarantie (40%). Eine lange Garantie wird dabei unverändert für die Autokaufplaner umso wichtiger, je mehr Geld sie beim Autokauf investieren wollen.
- 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 signalisieren der Mehrheit der User (73%), dass sie sich **weniger Sorgen** um ungeahnte Reparaturkosten machen müssen und stärken das Vertrauen in die angebotenen Fahrzeuge (72%).
- Über die Hälfte der User (60%) ist bereit, für ein zertifiziertes Fahrzeug **mehr zu bezahlen**. Die Zahlungsbereitschaft ist vor allem bei den Kaufplanern mit einer Kaufabsicht bis 5.000 € wieder gestiegen (2022/Q1: 62%, 2022/Q4: 43%, 2023: 51%, 2024: 60%).
- Die Kennzeichnung bestimmter Fahrzeuge auf mobile.de wird von einer Mehrheit als **(sehr) hilfreich** empfunden – unabhängig ob GW-Siegel bekannt sind.

— Struktur- daten

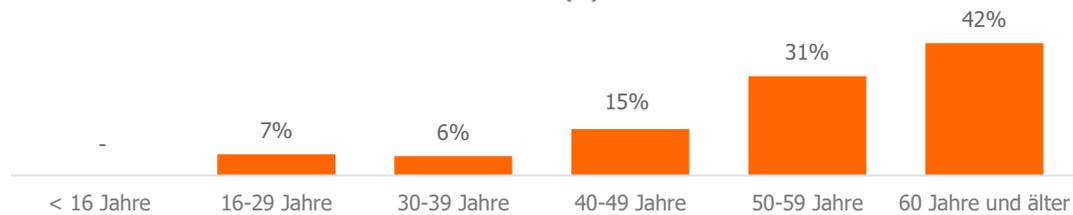
Soziodemographie

Die Mehrheit der mobile.de User ist männlich.

Geschlecht (1)

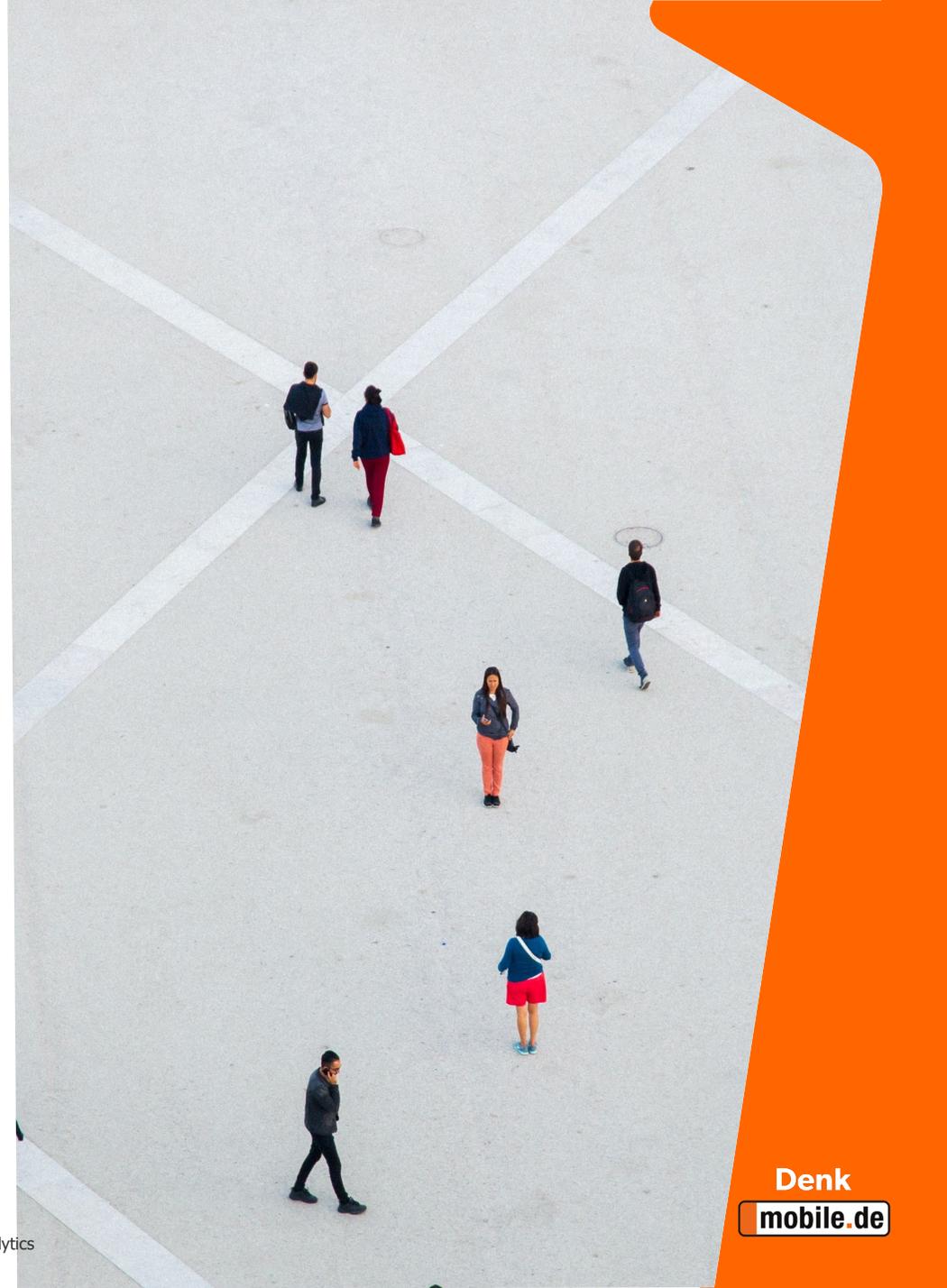


Alter (2)



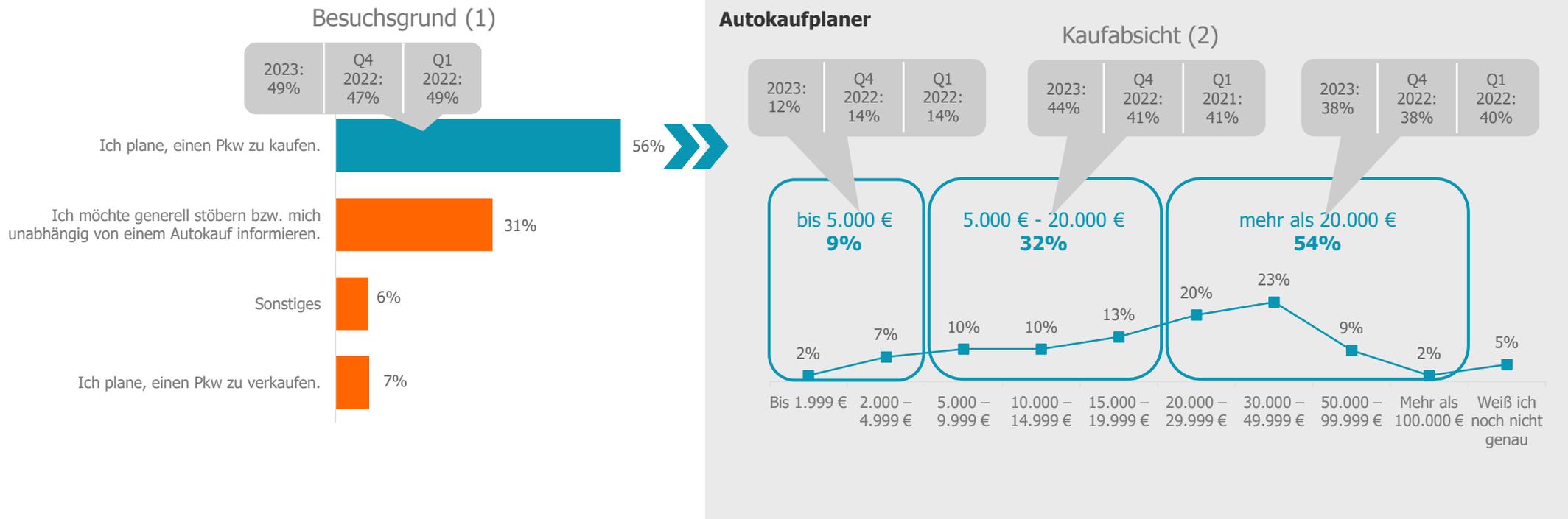
Basis: Gesamt n=994

Frage: (1) Zuerst ein paar Fragen zu Deiner Person. Du bist...? (2) Und wie alt bist Du? | November 2024 | GW-Siegel-Studie 2024 | Reppublika Research & Analytics



Besuchsgrund & Ausgaben Pkw

Die Kaufplaner kalkulieren mit einem deutlich höheren Budget wie die Jahre zuvor.



Basis: Gesamt n=994; Autokaufplaner n=557

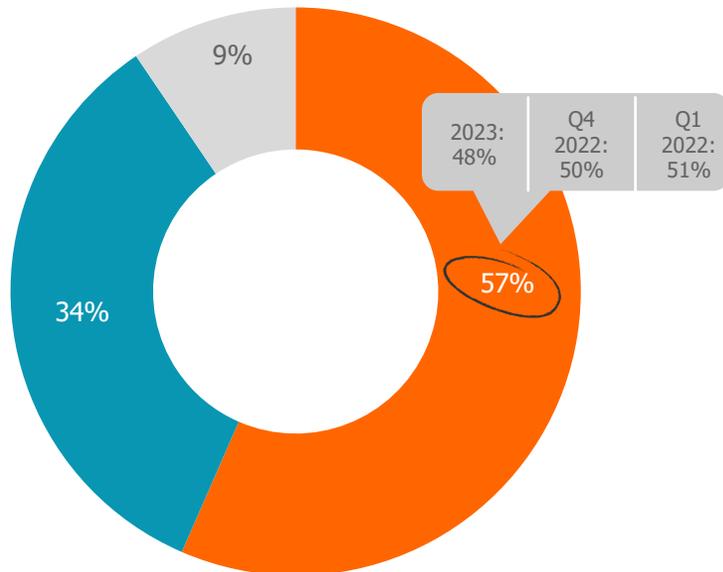
Frage: (1) Was ist der Grund, weshalb Du mobile.de heute aufgesucht hast? (2) Wie viel planst Du in etwa für den Kauf Deines Pkws auszugeben? | November 2024 | GW-Siegel-Studie 2024 | Reppublika Research & Analytics

— (Marken) Bekanntheit

Bekanntheit GW-Programme

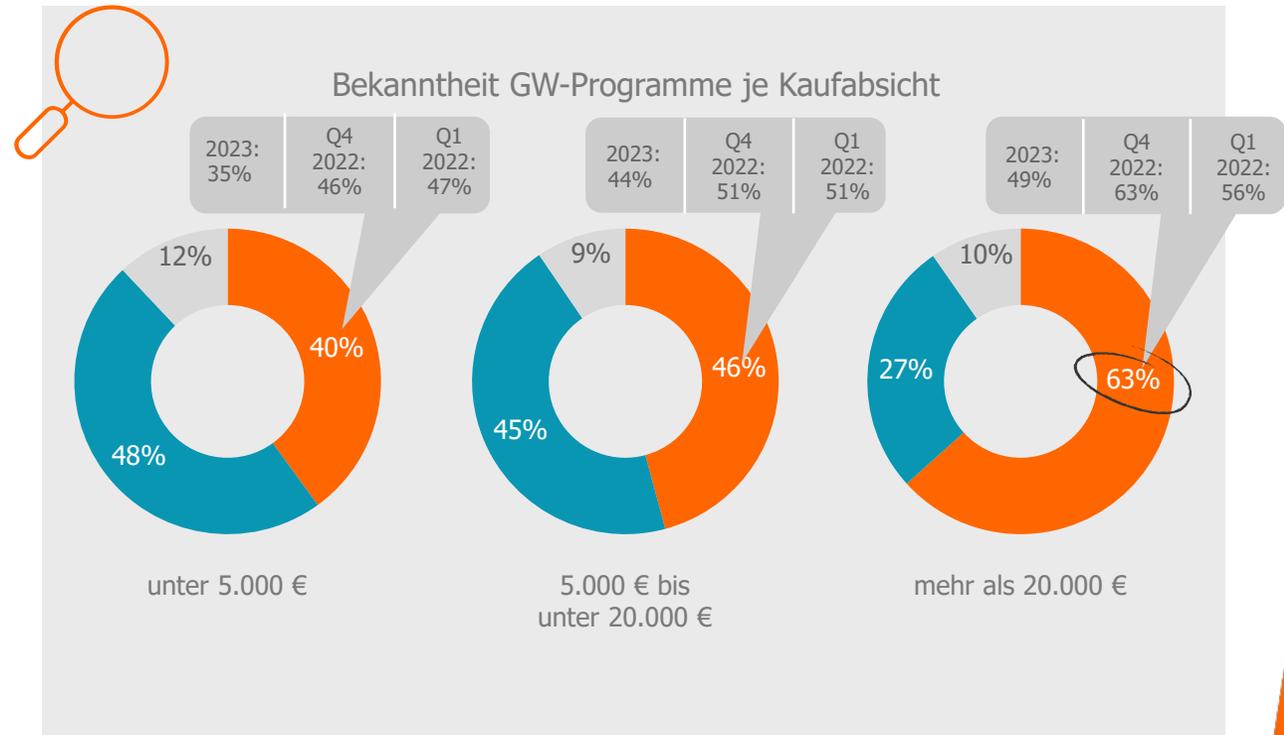
Die Bekanntheit von GW-Programmen nimmt im Jahresvergleich wieder zu und ist weiterhin bei Planer:innen mit mehr als 20.000 € Budget am höchsten.

Bekanntheit GW-Programme



- Ja, davon habe ich schon einmal etwas gehört
- Nein, das ist mir unbekannt
- Weiß nicht

Bekanntheit GW-Programme je Kaufabsicht



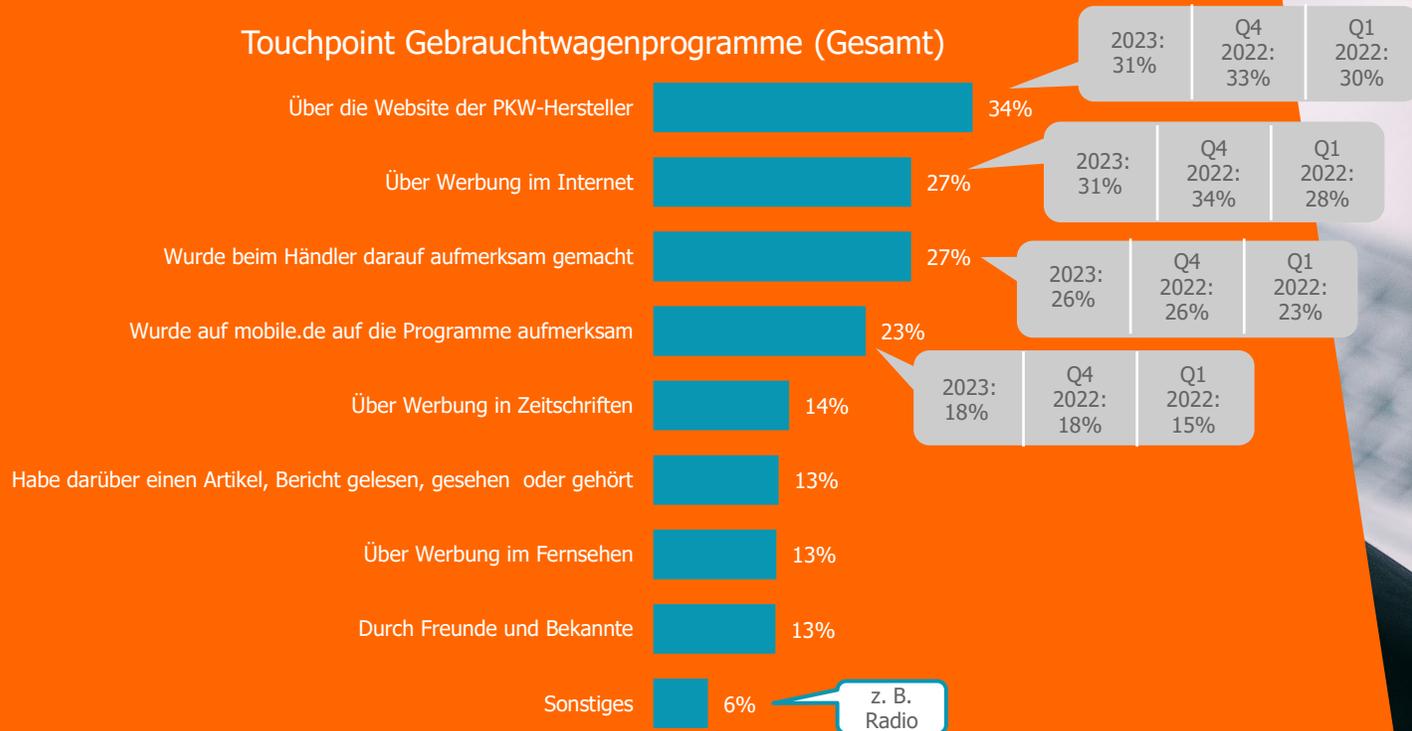
Basis: Gesamt n=994; Kaufabsicht bis 5.000 € n=50; Kaufabsicht 5.000 € bis unter 20.000 € n=179; Kaufabsicht mehr als 20.000 € n=300
 Frage: Automobilhersteller bieten spezielle Programme für Gebrauchtwagen an, an die sie spezielle Garantien und Serviceleistungen knüpfen, sog. zertifizierte Gebrauchtwagen. Hast Du von diesen zertifizierten Gebrauchtwagen bzw. Gebrauchtwagenprogrammen bereits einmal etwas gehört? | November 2024 | GW-Siegel-Studie 2024 | Reppublika Research & Analytics

— Einstellung

Touchpoint GW-Programme

Die Top Touchpoints bleiben unverändert,
mobile.de gewinnt an Bedeutung.

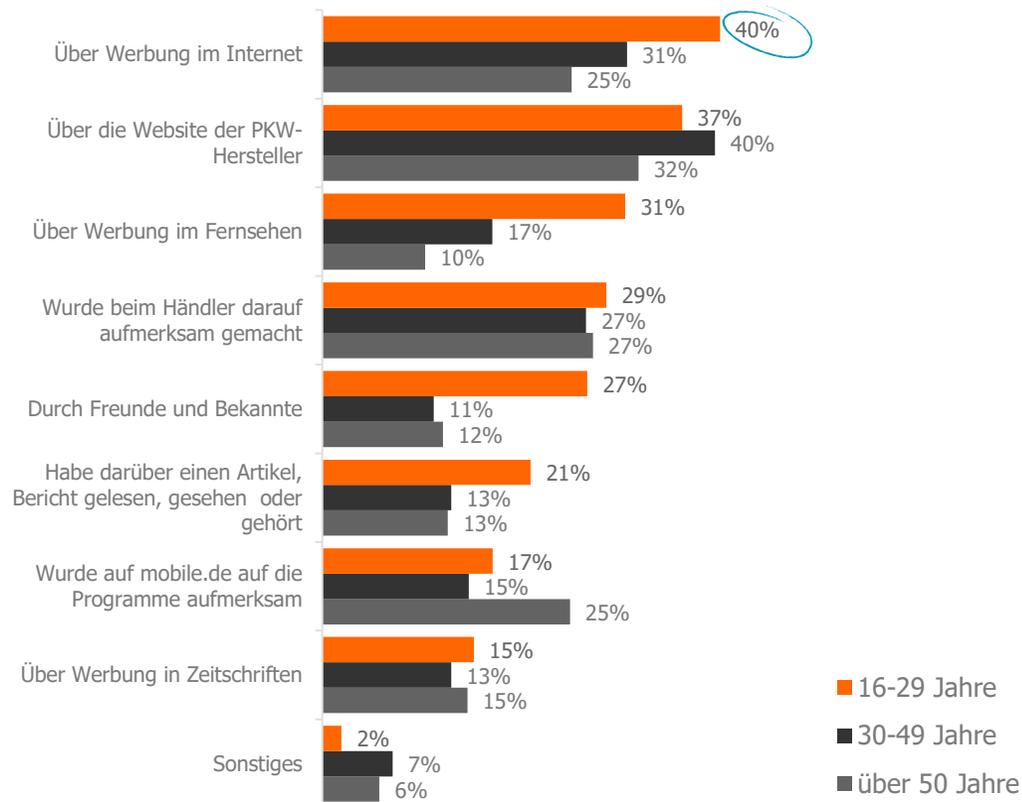
Touchpoint Gebrauchtwagenprogramme (Gesamt)



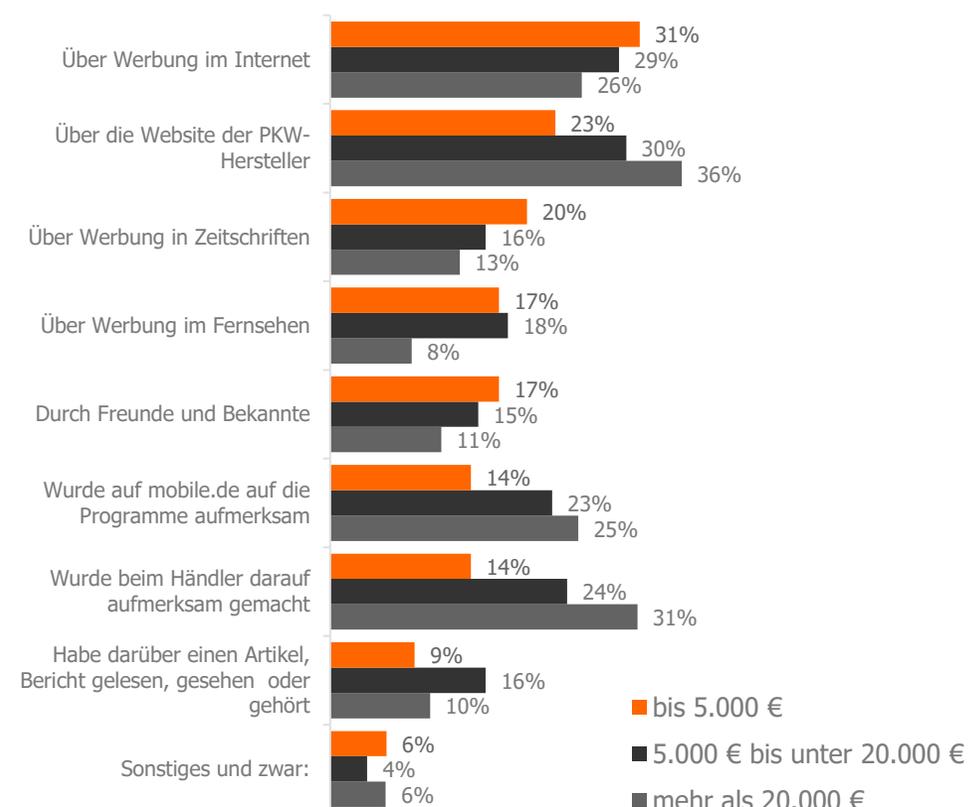
Touchpoint GW-Programme

Die jüngere Generation wird weitaus häufiger über Internet-Werbung erreicht, bei der Kaufabsicht zeigt sich bei diesem Touchpoint kaum ein Unterschied.

Touchpoint GW-Programme nach Alter



Touchpoint GW-Programme nach Kaufabsicht



Basis: 16-29 Jahre n=52, 30-49 Jahre n=168; über 50 Jahre n=604; Kaufabsicht bis 5.000 € n=35; Kaufabsicht 5.000 € bis unter 20.000 € n=133; Kaufabsicht mehr als 20.000 € n=266

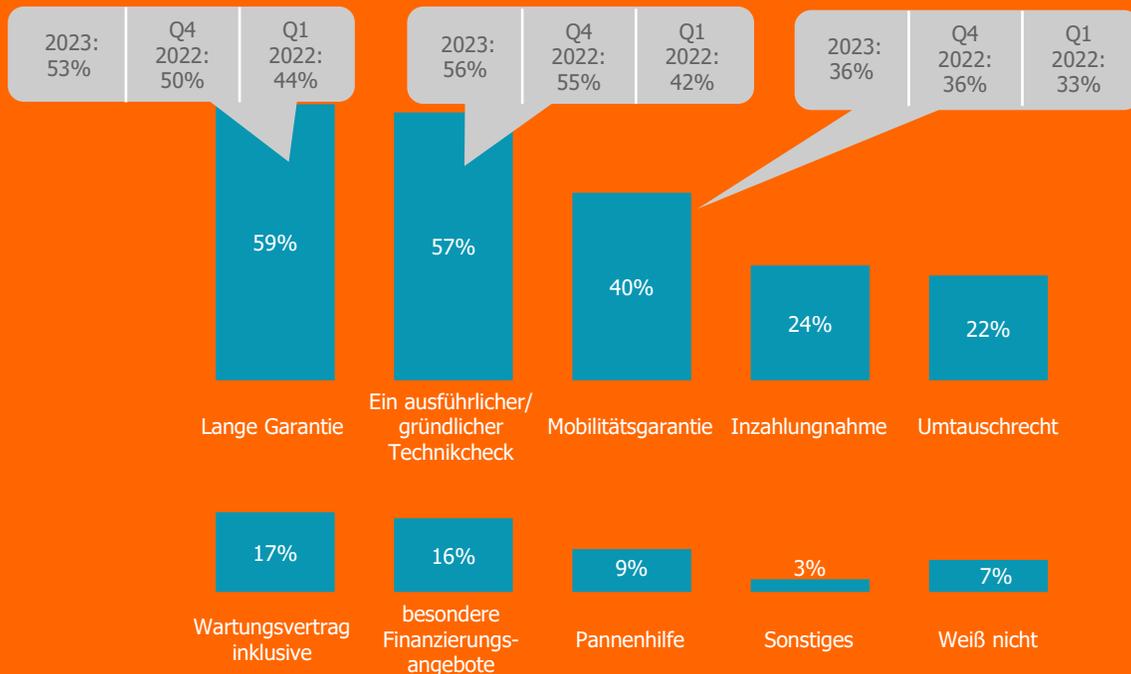
Frage: Woher kennst Du diese Gebrauchtwagenprogramme? Bitte markiere alles, was auf Dich zutrifft.

November 2024 | GW-Siegel-Studie 2024 | Reppublika Research & Analytics

Leistungen GW-Programme

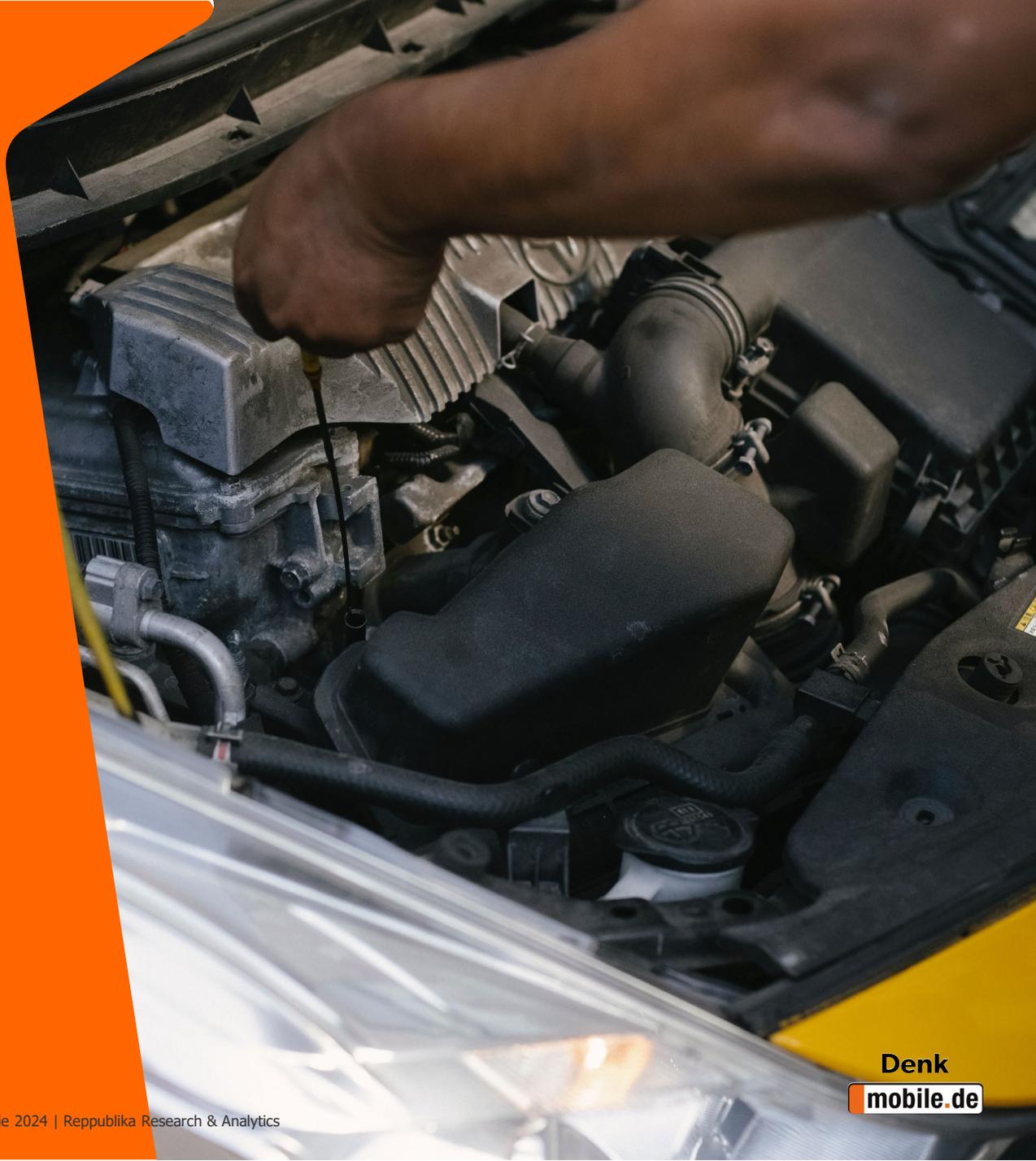
Die Top 3 bleibt konstant und gewinnt weiter an Bedeutung

Leistungen GW-Programme (Gesamt)



Basis: Gesamt n=994

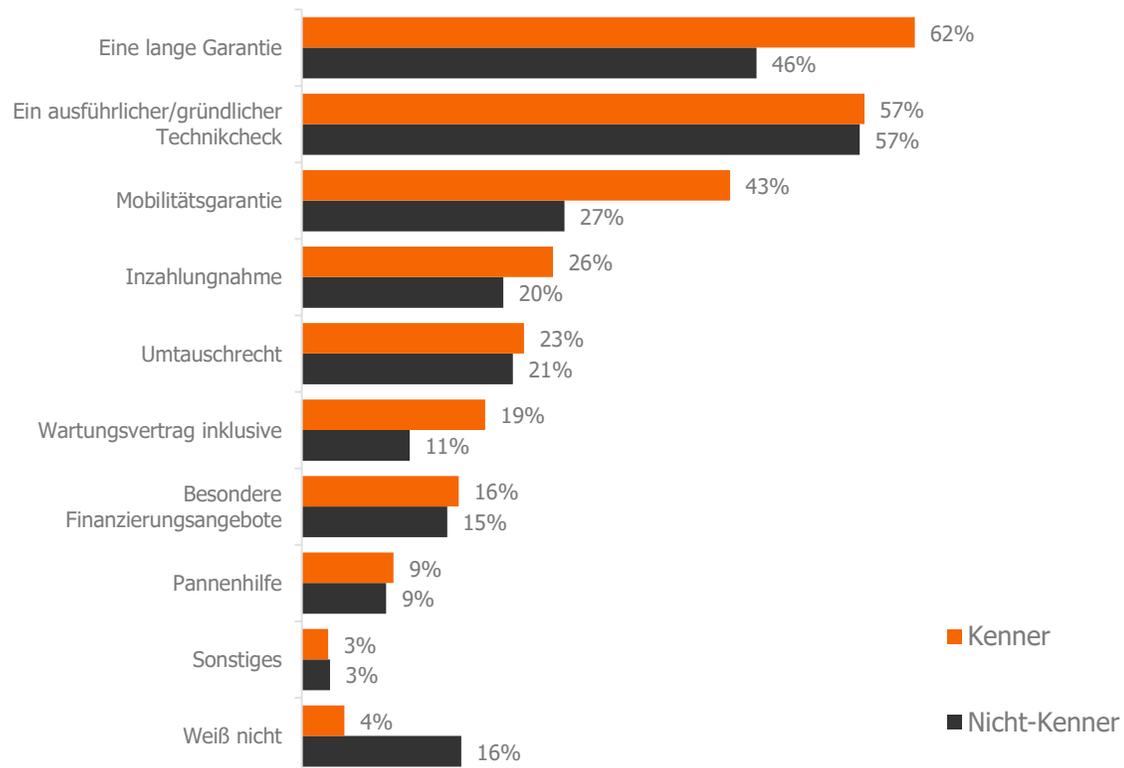
Frage: Welche Leistungen hältst Du bei einem Gebrauchtwagenprogramm für besonders wichtig? | November 2024 | GW-Siegel-Studie 2024 | Reppublika Research & Analytics



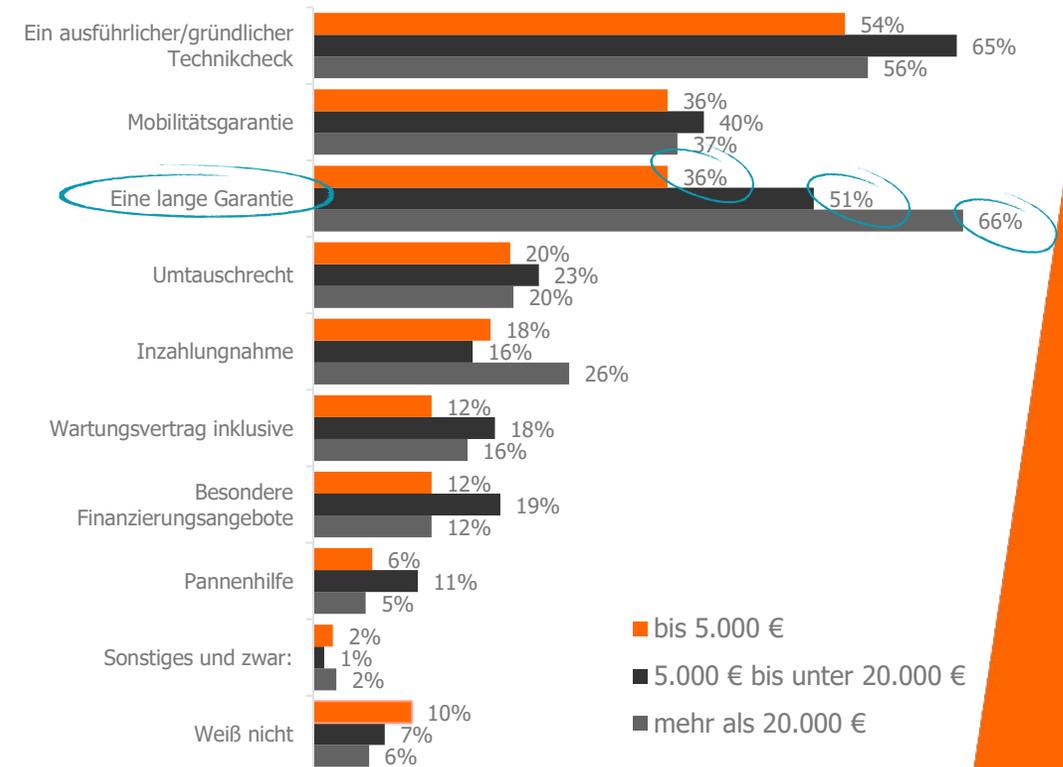
Leistungen GW-Programme

Je höher das Budget der Kaufabsicht, desto wichtiger wird eine lange Garantie.

Leistungen GW-Programme GW-Kenner vs. Nicht-Kenner



Leistungen GW-Programme je Kaufabsicht

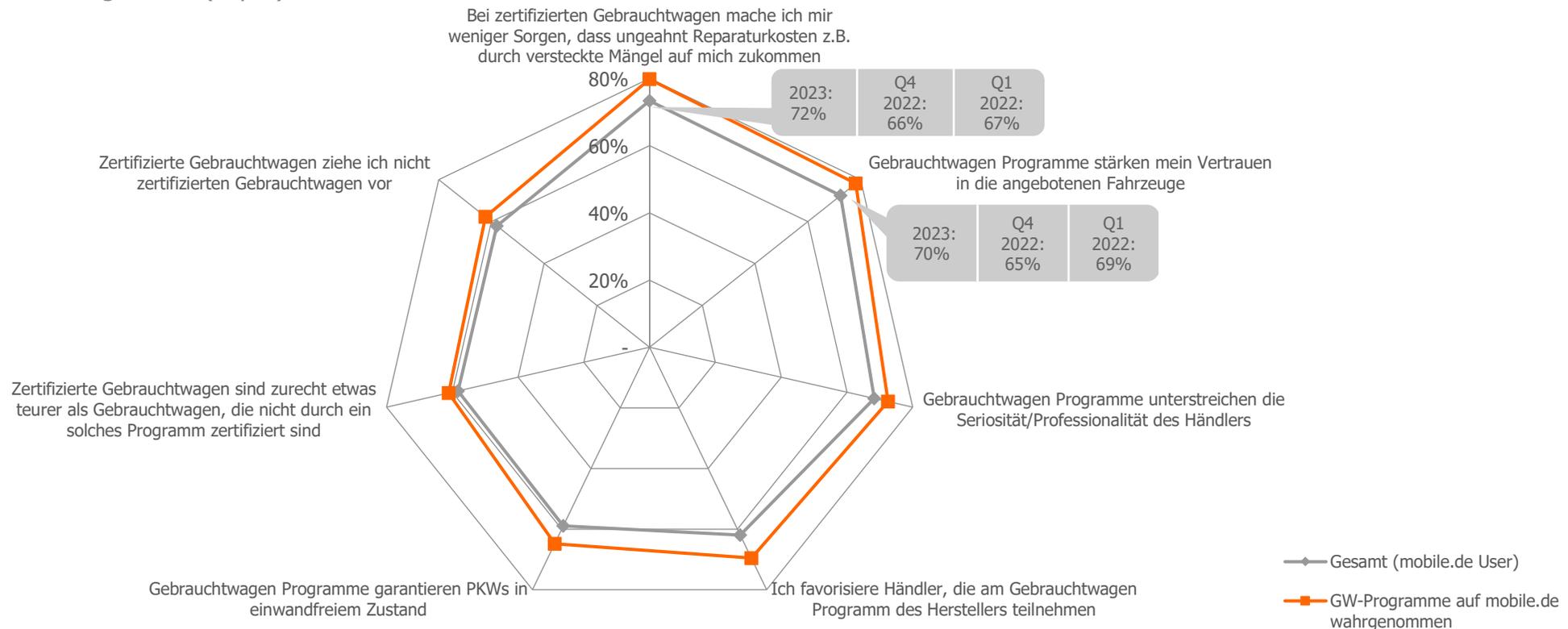


Basis: GW-Siegel Kenner n=784; GW-Siegel Nicht-Kenner n=210; Kaufabsicht bis 5.000 € n=50; Kaufabsicht 5.000 € bis unter 20.000 € n=179; Kaufabsicht mehr als 20.000 € n=300
 Frage: Welche Leistungen hältst Du bei einem Gebrauchtwagenprogramm für besonders wichtig? | November 2024 | GW-Siegel-Studie 2024 | Reppublika Research & Analytics

Image Gebrauchtwagenprogramme

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

Image GW-Programme (Top 2)



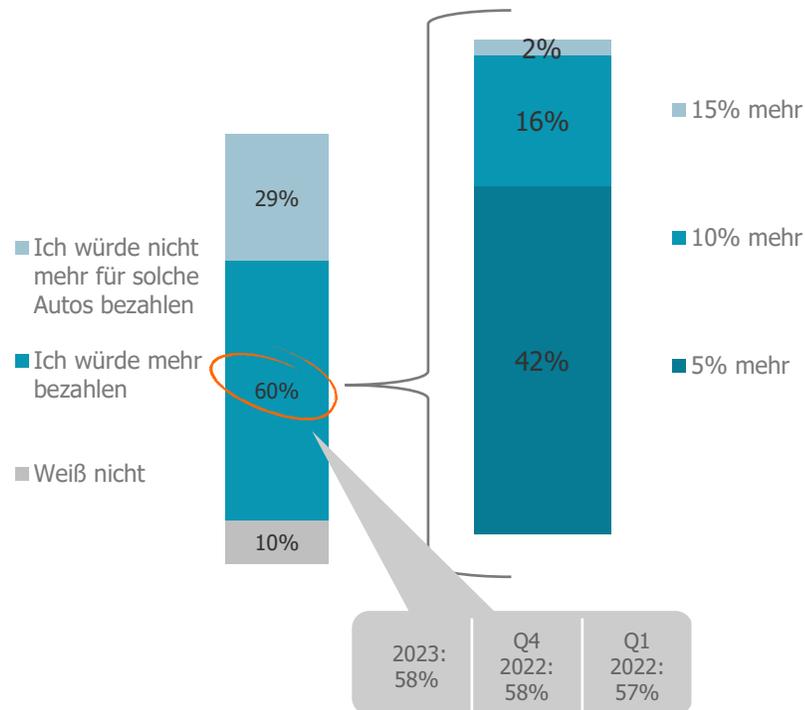
Basis: Gesamt n=994; GW-Programme auf mobile.de wahrgenommen n=509

Frage: Inwieweit stimmst Du den folgenden Aussagen zu diesen Gebrauchtwagenprogrammen zu? Top 2 = „stimme voll und ganz zu“ + „stimme eher zu“ | November 2024 | GW-Siegel-Studie 2024 | Reppublika Research & Analytics

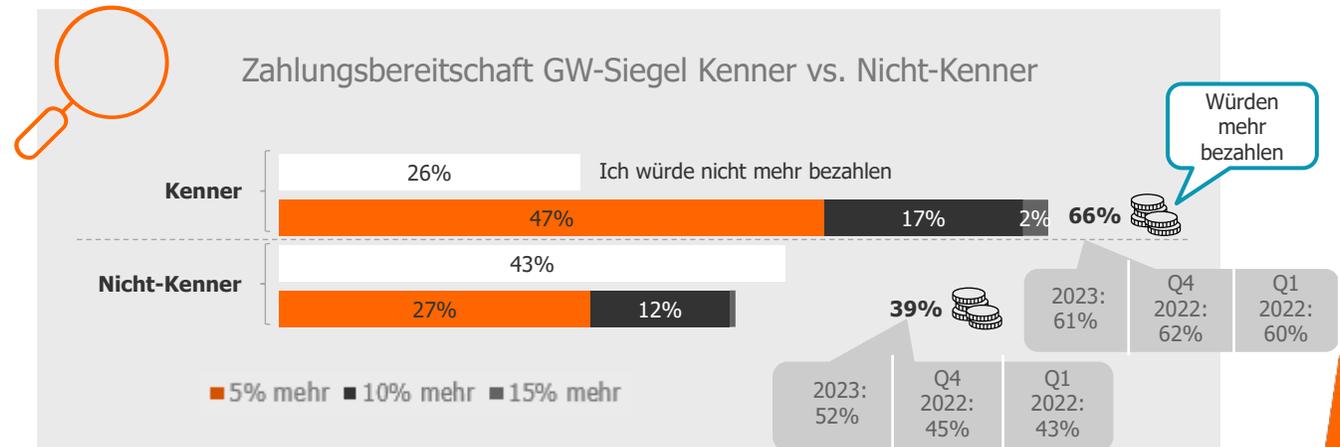
Zahlungsbereitschaft

Die Bereitschaft für ein zertifiziertes Fahrzeug mehr zu bezahlen ist unter den GW-Siegel Kennern im Jahresvergleich gestiegen, unter den Nicht-Kennern gesunken.

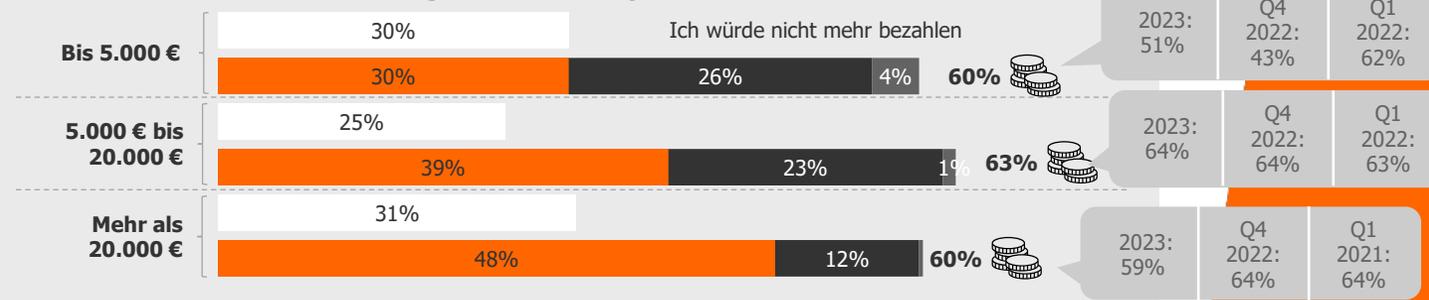
Zahlungsbereitschaft Gesamt



Zahlungsbereitschaft GW-Siegel Kenner vs. Nicht-Kenner



Zahlungsbereitschaft je Kaufabsicht



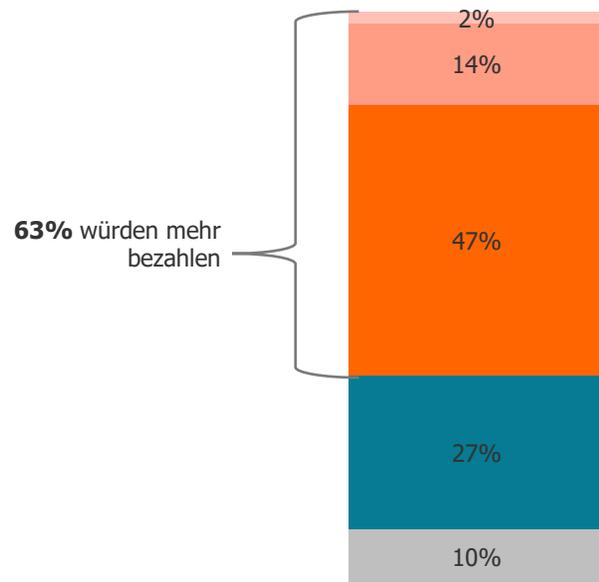
Basis: Gesamt n=944; GW-Siegel Kenner n=784; GW-Siegel Nicht-Kenner n=210; Kaufabsicht bis 5.000 € n=50; Kaufabsicht 5.000 € bis unter 20.000 € n=179; Kaufabsicht mehr als 20.000 € n=300

Frage: Wie viel wärst Du bereit für ein zertifiziertes Fahrzeug aus einem solchen Gebrauchtwagenprogramm mehr zu bezahlen als für ein nicht-zertifiziertes Fahrzeug? | November 2024 | GW-Siegel-Studie 2024 | Reppublika Research & Analytics

Zahlungsbereitschaft

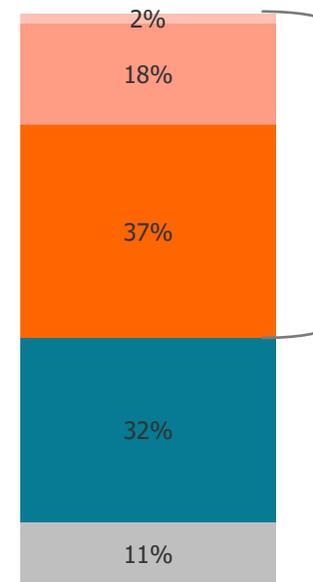
Die Zahlungsbereitschaft ist höher, wenn ein GW-Siegel Programm bereits auf mobile.de wahrgenommen wurde.

Zahlungsbereitschaft
GW-Programme auf mobile.de wahrgenommen



Zahlungsbereitschaft
GW-Programme auf mobile.de **nicht** wahrgenommen

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

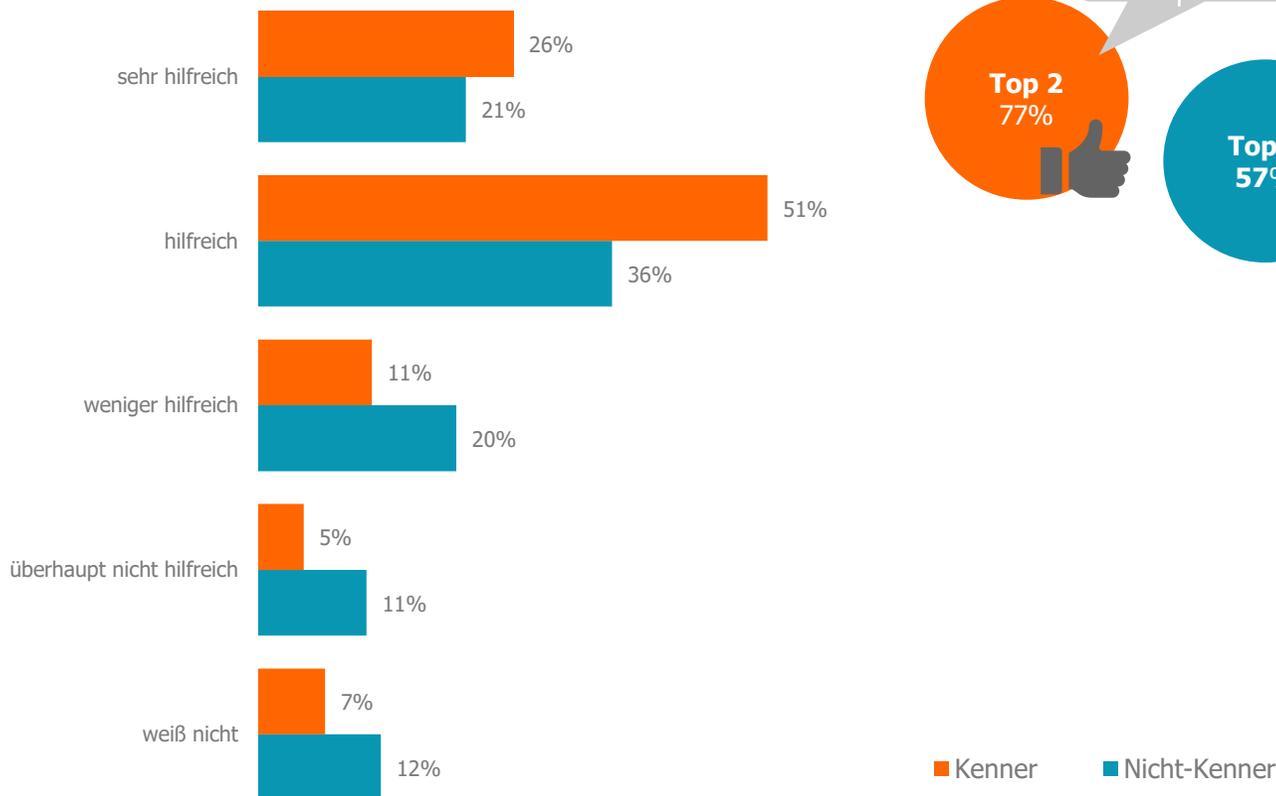


57% würden mehr bezahlen

Kennzeichnung

Die empfundene Nützlichkeit von GW-Siegeln unter den Kennern bleibt stabil.

GW-Kennzeichnung



Basis: GW-Siegel Kenner n=784; GW Siegel Nicht-Kenner n=210
Frage: Findest Du es hilfreich, dass bestimmte Fahrzeuge bei mobile.de durch Qualitätssiegel gekennzeichnet sind?; Top 2 = „sehr hilfreich“ + „hilfreich“
November 2024 | GW-Siegel-Studie 2024 | Reppublika Research & Analytics



THANK YOU!

name: Tanja Tewes

e-mail: tanja.tewes@adevinta.com

position: Head of B2B Marketing, Insights & Media Solutions

name: Marie Elsner

e-mail: marie.elsner@adevinta.com

position: Junior B2B Marketing & Insights Managerin

