

## Was sich Privatkunden vom Auto-Abo wünschen

### Inkludierter Service und Versicherung sowie verfügbarer Ansprechpartner wichtigste Kriterien / Jeder dritte AutoScout24-Nutzer findet neuen Service interessant

München, 9. März 2020. Die Faszination Auto ist in Deutschland ungebrochen, gleichzeitig entwickeln sich derzeit neue Lösungen, die eine Alternative zum klassischen Autobesitz propagieren. Neu ist das Auto-Abo, eine Flatrate zur Autonutzung, bei dem alle Kosten mit einem monatlichen Betrag abgedeckt sind – außer Tanken. Laut einer aktuellen Umfrage von AutoScout24 bewertet jeder dritte Nutzer des europaweit größten Online-Automarkts den Service als interessant. Wichtig sind den potenziellen Kunden vor allem ein inkludierter Service und eine inkludierte Versicherung sowie verfügbare Ansprechpartner. AutoScout24 hat bereits im September seine Plattform für Anbieter von Auto-Abo-Modellen geöffnet.

Für die Studie hat AutoScout24 im Februar dieses Jahres rund 700 Nutzer befragt. 32 Prozent sagen demnach, dass sie ein Auto-Abo „sehr interessant“ oder „interessant“ finden. Für 29 Prozent ist es „weniger interessant“ und 38 Prozent bewerten es als „überhaupt nicht interessant“. Jochen Kurz, Director Product bei AutoScout24: „Das Auto-Abo wird den klassischen Fahrzeugkauf nicht ersetzen, doch für ein Drittel der Fahrer kann es eine Alternative sein.“ Gleichzeitig eröffnet das Auto-Abo dem Handel neue Möglichkeiten. Kurz: „Es schafft Zugang zu neuen Kunden, die langfristig gebunden werden können und schafft so neue Absatzkanäle für Händler.“

### Auto-Abo-Kunden wollen Service und mehr

Welche Punkte sind nun besonders interessant für die AutoScout24-Nutzer, wenn es ums Thema Auto-Abo geht? Für 69 Prozent ist es wichtig, dass Wartungen und Inspektionen Teil des Abo-Pakets sind, 51 Prozent finden es wichtig, dass die Versicherung inkludiert ist und 39 Prozent legen Wert auf einen verfügbaren Ansprechpartner. Ebenfalls von Bedeutung: Ein Paket mit Freikilometern, das sich 36 Prozent wünschen, einen Reifenwechsellservice, der für 34 Prozent spannend ist und die Möglichkeit, eine weitere fahrberechtigte Person mitzunehmen – 33 Prozent legen darauf Wert (komplette Liste siehe unten). „Auf diese Themen sollten Händler und Anbieter von Auto-Abos achten, wenn sie in das Geschäft einsteigen wollen“, sagt Kurz.

Auch Hinweise darauf, warum ein Auto-Abo eine gute Alternative zum Kauf sein kann, werden aus der Umfrage deutlich. So beklagen 73 Prozent der Befragten den Zeitaufwand, der mit einem klassischen Autokauf verbunden ist. 69 Prozent fürchten unerwartete Kosten bei Werkstattbesuchen und 59 Prozent finden es schwierig, eine verlässliche Kalkulation der laufenden Kosten anzustellen. „Das sind alles Themen, die für Auto-Abo-Kunden wegfallen“, sagt Kurz. „Das Problem ist nur, dass viele, für die der neue Service geeignet wäre, ihn noch gar nicht kennen.“ Das zeigt auch die Studie: Jeder zweite Teilnehmer gibt an, dass er bis zur Umfrage noch nie etwas von Auto-Abos gehört hat. Und 28 Prozent ist allenfalls der Name bekannt. Immerhin 23 Prozent kennen das Auto-Abo bzw. kennen es teilweise. „Für uns und unsere Partner ist es deshalb eine der aktuellen Herausforderungen, den neuen Service bekannter zu machen.“

### AutoScout24: Weiterentwicklung entlang der Kundenbedürfnisse

Kurz ist jedenfalls überzeugt vom Abo-Modell und sieht in ihm Wachstumspotenzial für das eigene Unternehmen. „Für uns als Plattform ist das Auto-Abo ein spannender Bereich, um AutoScout24 entlang der Kundenbedürfnisse weiterzuentwickeln. Erste Kundenfeedbacks zeigen uns, dass Abo und Kauf kein Widerspruch sein müssen. So nutzen gerade bei Elektroantrieben einige Kunden zunächst das Abo-Modell. Sie wollen herauszufinden, ob sie mit den Anforderungen eines Elektroautos langfristig zurechtkommen. Das Auto-Abo ist somit in diesem Fall nichts anderes als eine längere Probefahrt. Für andere ist das Abo-Modell genau das, nach was sie lange gesucht haben. So generiert jede Lebensphase ihre Bedürfnisse und darauf geben wir bei AutoScout24 gemeinsam mit unseren Kooperationspartnern eine Antwort.“

### Service sollte bei Auto-Abo-Angeboten großgeschrieben werden

Frage: Auto-Abos können folgende Punkte beinhalten. Welche davon sind für Sie besonders interessant (Maximal fünf Antworten)?

69%	Service (Wartung und Inspektionen)
51%	Versicherung (Haftpflicht und Vollkasko)
39%	Ansprechpartner in meiner Nähe
36%	Paket mit Freikilometern
34%	Reifenwechsel (Sommer/Winter)
33%	Weitere regelmäßig fahrberechtigte Person
31%	Wechsel des Fahrzeug-Modells in regelmäßigen Abständen
30%	Steuern und Zulassung beim Amt
23%	Zustellung des Fahrzeugs an einen Wunschort
10%	Überführungskosten vom Produktionsstandort zum Anbieter

Quelle: AutoScout24; Basis: 702 Nutzer von AutoScout24 für die mindestens ein Inhalt interessant war; Befragungszeitraum: Februar 2020

#### Über AutoScout24

AutoScout24 ist europaweit der größte Online-Automarkt. Mit AutoScout24 können Nutzer Gebrauchte- sowie Neuwagen kaufen und verkaufen. Der Marktplatz inspiriert rund um das Thema Auto und hilft, die beste Entscheidung zu treffen. Die TÜV geprüfte [Fahrzeug-](#) und [Preisbewertung](#) liefert wertvolle Orientierungshilfen. So gehen Autokäufer gut informiert und kaufbereit zum Händler. Mit mehr als 36 Millionen Downloads wurde die App von AutoScout24 als beste, kundenfreundlichste App ausgezeichnet (FOCUS-MONEY Studie „Kundenfreundliche Apps“, Heft (15/19).

AutoScout24 gehört ebenso wie ImmobilienScout24 zur Scout24-Gruppe.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.autoscout24.de](http://www.autoscout24.de)

#### Medienkontakt

Anne-Kathrin Fries

Public Relations

AutoScout24 GmbH

Bothestraße 11-15

D-81675 München

Tel.: +49 89 444 56-1227

E-Mail: [presse@autoscout24.de](mailto:presse@autoscout24.de)