

Repräsentative Umfrage: Fahrzeugbilder essenziell beim kompletten Online-Gebrauchtwagenkauf

Für 47 Prozent der Autofahrenden kommt der komplette Online-Autokauf nur bei entsprechendem Fotomaterial in Frage / AutoScout24 smyle kooperiert mit Automobil-Fotospezialist CarCutter

Grünwald, 21. Juli 2022. Der vollständige Online-Autokauf vom eigenen Sofa aus wird immer beliebter. Das zeigt eine aktuelle, repräsentative Umfrage von AutoScout24 und Innofact unter 1.003 Autofahrerinnen und Autofahrern. Demnach kann sich die Hälfte aller Befragten vorstellen, einen Gebrauchtwagen komplett im Netz zu bestellen – jedoch nur, wenn die Fahrzeugfotos bestimmte Kriterien erfüllen. Vor diesem Hintergrund werden bei AutoScout24 smyle ab sofort alle Fahrzeugbilder der Händler automatisch mit Hilfe der KI-Technologie von CarCutter erstellt und optimiert: Händler können damit ohne Aufwand hochprofessionelles Bildmaterial kreieren und das für den Gebrauchtwagenkauf essenzielle Vertrauen der Käuferinnen und Käufer sichern. Möglich macht das eine Kooperation, die der europaweit größte Online-Automarkt mit dem branchenweit führenden digitalen 3D-Foto-Spezialisten vereinbart hat.

AutoScout24 smyle setzt auf einheitliche Fahrzeugdarstellung

Um den Erwartungen der Verbraucherinnen und Verbraucher gerecht zu werden, kooperiert AutoScout24 smyle jetzt mit dem auf innovativer KI-Technologie beruhenden Foto-Spezialisten CarCutter. CarCutter vereinfacht Händlern die Erstellung des für den Gebrauchtwagenkauf essenziellen Fotomaterials, sodass keine zusätzlichen Räumlichkeiten, professionelles Equipment oder Fotografen mehr nötig sind. Die CarCutter App führt Händler hierbei Schritt für Schritt durch den Fotoprozess bis zum finalen Bild. Dabei erhalten Händler genaue Anweisungen dazu, wie und aus welchen Winkeln sie mithilfe ihres Smartphones das Fahrzeug abfotografieren sollen. Im letzten Schritt erfolgt dank künstlicher Intelligenz noch das Foto-Tuning: Die Umrisse des Fahrzeugs werden dabei ausgeschnitten, bearbeitet und im virtuellen Showroom platziert. Auch das Händlerlogo kann auf den Fotos inkludiert werden.

Umfrage zeigt: Gute Bilder = höherer Umsatz

In einer repräsentativen Studie im Auftrag von AutoScout24 hat das Marktforschungsinstitut Innofact über 1.000 Autohalterinnen und Autohalter zur Relevanz von Fahrzeugbildern befragt. Hierbei zeigt sich, dass sich mittlerweile knapp jede/r Zweite (50 Prozent) vorstellen kann, einen Gebrauchtwagen im Internet zu bestellen und vor die Haustür liefern zu lassen. Allerdings würden dies 47 Prozent nur dann machen, wenn die Bilder des Fahrzeugs aussagekräftig sind. Lediglich für 3 Prozent der Online-Shopper spielen geeignete Fotos keine Rolle. Es zeigt sich also, dass erst die passenden Fotos die Verbraucherinnen und Verbraucher dazu bringen, ein Gefühl für das jeweilige Fahrzeug entwickeln und sich „ein Bild davon machen“ zu können.

Autokäufer wollen unterschiedliche Fahrzeug-Perspektiven

AutoScout24 wollte im Rahmen der Umfrage wissen, auf welche fotografischen Aspekte diejenigen besonders Wert legen, die sich vorstellen können, ihren nächsten Gebrauchten im Internet zu ordern. Der wichtigste Aspekt ist demnach, dass das Fahrzeug aus möglichst vielen, unterschiedlichen Perspektiven gezeigt wird – zwei Drittel (64 Prozent) der Befragten äußerten sich entsprechend. Für 55 Prozent ist es relevant, dass alle Schäden des Fahrzeugs genauestens auf den Fotos dokumentiert werden. Ebenso viele

(55 Prozent) wünschen sich, dass es auch detaillierte Aufnahmen vom Innenraum gibt. Auf Quantität legen 30 Prozent Wert und wünschen sich möglichst viele Bilder. Fast ebenso vielen (27 Prozent) liegt die Qualität der Aufnahmen am Herzen – nicht zuletzt, um näher ranzoomen zu können.

Fotos zentral beim Online-Shopping von Gebrauchtwagen

Frage: Stellen Sie sich vor, Sie würden auf einer etablierten Auto-Plattform nach einem neuen Gebrauchtwagen suchen: Wie genau müssten die Inserats-Fotos gestaltet sein, damit Sie sich Ihr Auto online bestellen würden, ohne es vorher besichtigt zu haben?

	Gesamt	Männer	Frauen
Ich könnte mir vorstellen, ein Auto komplett online zu kaufen, wenn ...	47%	54%	40%
... das Fahrzeug aus möglichst vielen, unterschiedlichen Perspektiven gezeigt wird, sodass ich mir ein klares Bild davon machen kann*	64%	64%	65%
... alle Schäden des Fahrzeugs (Kratzer etc.) genauestens auf den Fotos dokumentiert werden	55%	51%	61%
... es sehr detaillierte Bilder vom Innenraum des Fahrzeugs gibt	55%	50%	61%
... es eine Vielzahl an Fotos im Internet gibt, d.h., allein die Anzahl an Fotos ist für mich relevant	30%	29%	30%
... es sich um hochqualitative und professionelle Fahrzeugbilder handelt, sodass ich auch nah ranzoomen kann	27%	29%	25%
... die Fotos des Fahrzeugs gut beleuchtet sind	10%	11%	8%
Ich kann mir vorstellen, ein Auto online zu kaufen, ohne es vorher vor Ort gesehen zu haben, aber die Fotos spielen hierbei keine Rolle	3%	3%	3%
Gesamt: Ich kann mir vorstellen, ein Auto online zu kaufen, ohne es vorher vor Ort gesehen zu haben	50%	57%	43%
Ich kann mir nicht vorstellen, ein Auto online zu kaufen, ohne es vorher vor Ort gesehen zu haben – auch wenn mit den Fotos alles in Ordnung ist	50%	43%	58%

* **Quelle:** www.autoscout24.de / Innofact; Basis: repräsentative Stichprobe von 1.003 Autohaltern zwischen 18 und 65 Jahren; Befragungszeitraum: 13. – 15. Mai 2022. * Antwortoptionen bezogen auf die Gruppe derjenigen, die sich vorstellen können, ein Fahrzeug im Internet zu bestellen, wenn die Fotos ihren Erwartungen entsprechen. Lesebeispiel: 64 Prozent derjenigen, die sich vorstellen können, sich ein Fahrzeug im Internet zu kaufen, legen Wert auf Bilder aus unterschiedlichen Perspektiven.

Über CarCutter

CarCutter ist ein österreichisches Software-Unternehmen, das marktführend im Bereich Auto-Bildfreistellungen für Autohändler und Plattformen ist. Die hauseigene K.I. (künstliche Intelligenz), „Maia“, wurde mit mehr als 50 Millionen Fahrzeugbildern trainiert und stellt mittlerweile Fahrzeuge automatisch „auf den Pixel genau“ frei. Zu den Hauptprodukten zählen 1. die API-Softwarelösung für Plattformen und 2. die praktische App für das Smartphone, welche vor allem den Foto-Prozess für Händler revolutionieren soll. Ziel von CarCutter ist es, den weltweit höchsten Standard für professionelle Autobild-Bearbeitung vorzulegen, während dabei auf die unterschiedlichen Interessen von Händlern (Zeit- und Kostenersparnis) und Plattformen (Einheitlichkeit, Branding- Removal) eingegangen wird.

Über AutoScout24

AutoScout24 ist mit rund 1,5 Mio. Fahrzeug-Inseraten und mehr als 43.000 Händlerkunden europaweit der größte Online-Automarkt. Mit AutoScout24 können Nutzer Gebrauchtwagen sowie Neuwagen finden, finanzieren, kaufen, abonnieren, leasen und verkaufen. Der Marktplatz inspiriert rund um das Thema Auto und macht komplexe

Auto Scout24

Medieninformation

Entscheidungen einfach. Die [Fahrzeug-](#) oder [Preisbewertung](#) liefert wertvolle Orientierungshilfen. So gehen Autokäufer gut informiert und kaufbereit zum Händler. Mit AutoScout24 smyle ermöglicht der Marktplatz seinen Nutzern seit Kurzem den vollständigen Online-Kauf von Fahrzeugen – kostenlos und ready-to-drive direkt vor die Haustür geliefert. AutoScout24 engagiert sich zudem für mehr Sicherheit im Internet und ist Gründungsmitglied der 2007 gegründeten Initiative „[Sicherer Autokauf im Internet](#)“.

Weitere Informationen finden Sie unter www.autoscout24.de

Anne-Kathrin Fries

Public Relations Manager

Fon +49 89 444 56-1227

presse@autoscout24.de