

mo:re

Der mobile.de Report 2023
für die ganze Branche

In Zusammenarbeit mit
statista

GEMEINSAM ZUKUNFT BEWEGEN

Mehr Zahlen und Fakten gibt es hier: mobile.de/more

mobile.de

INHALT

VORWORT
AJAY BHATIA

S. 03

GEBRAUCHTWAGENMARKT
WO STEHT DER DEUTSCHE
GEBRAUCHTWAGENMARKT?

S. 04–15

VERBRAUCHERVERHALTEN
WAS WÜNSCHEN SICH VERBRAUCHER?

S. 16–18

TRENDS
DIESE 4 TRENDS BESTIMMEN, WIE
SICH DEUTSCHLAND MORGEN BEWEGT

S. 19–28

NACHHALTIGKEIT
KEIN WEG ZURÜCK:
NACHHALTIGE MOBILITÄT

S. 29–31

RECAP

DAS WAR DIE MO:RE KONFERENZ 2022

S. 32–33

VORDENKER

DAS SOLLTEN SIE WISSEN

S. 34–36

VORMACHER

UND WAS OPTIMIEREN SIE?

S. 37–39

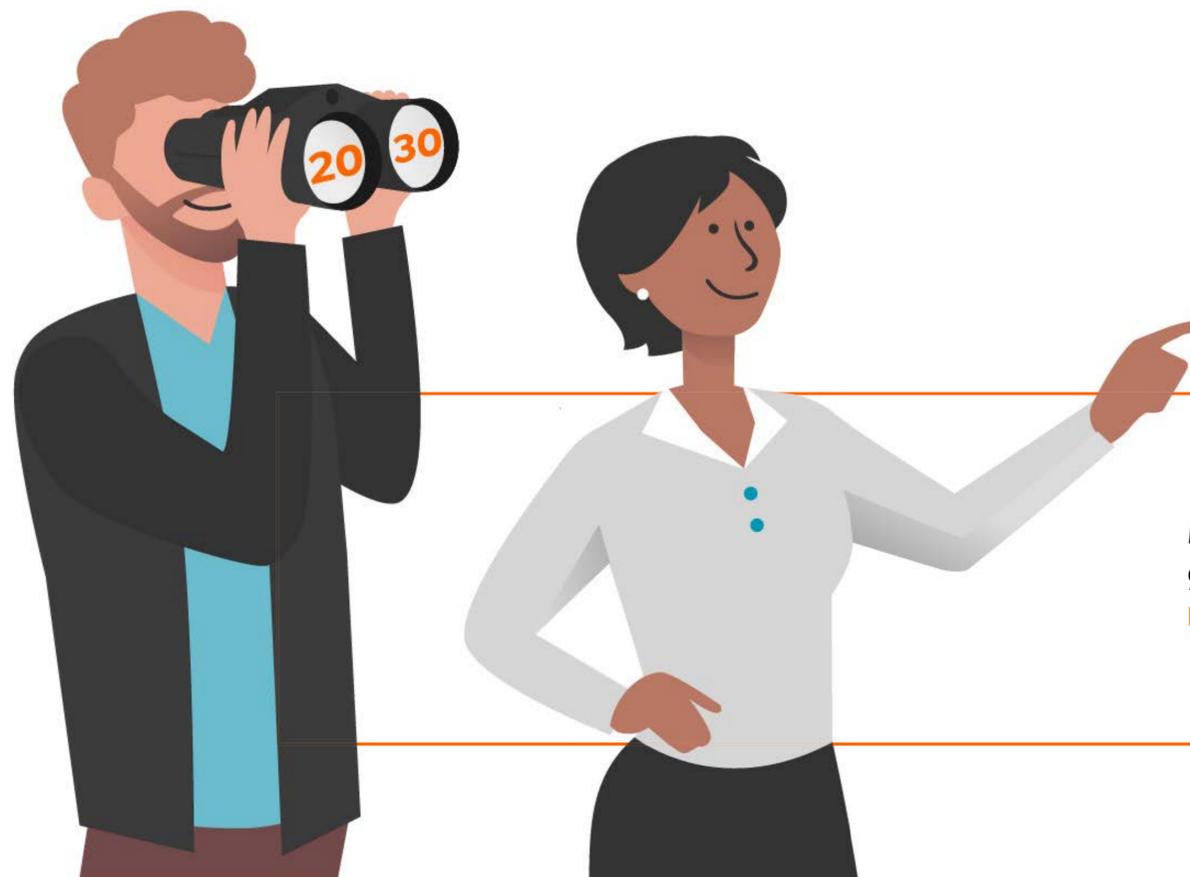
VERNETZER

NEUE CHANCEN FÜR ALLE

S. 40–41

QUELLEN

S. 42



Mehr Zahlen & Fakten
gibt es hier:
mobile.de/more



VORWORT

ZUKUNFT GESTALTET MAN AM BESTEN GEMEINSAM

Für mich ist die Automobilwirtschaft genau jetzt eine der spannendsten Branchen unserer Zeit. Nichts steht still. Alles ist in Bewegung. Die Konsumentenerwartungen, die Geschäftsmodelle, die Antriebsformen. In unserem neuen mo:re Report möchten wir mit

Ihnen einen Blick darauf werfen, was heute ist und morgen wichtig wird. Um so den wertvollen Dialog mit Ihnen fortzusetzen und mutig die vielen Kooperationsmöglichkeiten zu ergreifen, die sich uns bieten. Denn: Die Zukunft gestaltet man am besten gemeinsam.



GEBRAUCHTWAGENMARKT WO STEHT DER DEUTSCHE GEBRAUCHTWAGENMARKT?

2022: WENIGER BESITZUMSCHREIBUNGEN, SCHNELLERE VERKÄUFE, HÖHERE PREISE

BESITZUMSCHREIBUNGEN

Knapp ein Viertel weniger Besitzumschreibungen 2022 im Vergleich zum Vorjahr.

Rückgang um 22,2 %
Angaben in Mio.

KAUFPREIS AUF MOBILE.DE

Die rückläufige Entwicklung bei den Besitzumschreibungen führte zu anziehenden Gebrauchtwagenpreisen.

Anstieg um 18 %
Angaben in Tsd.

NEUZULASSUNGEN

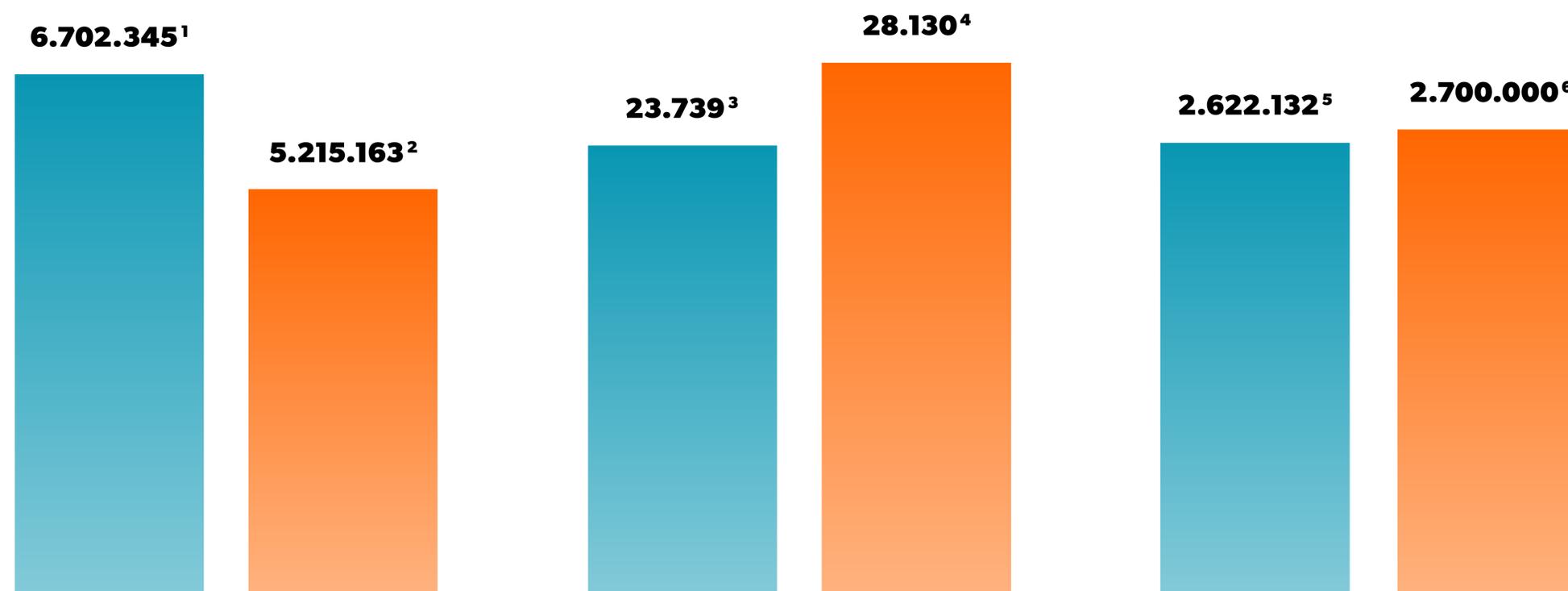
Beim Neuwagenabsatz ist ein leichter Anstieg zu beobachten.

Anstieg um 3 %
Angaben im Mio.

POSITIV-ENTWICKLUNG BEI DEN STANDTAGEN:

Um 16 % sanken die Standtage 2022 im Vergleich zum Vorjahr.⁷

■ 2021 ■ 2022



Der deutsche Automarkt war im Jahr 2022 anspruchsvoll. Während die Besitzumschreibungen sanken, konnte der Handel sein Inventar deutlich schneller und lukrativer vermarkten als im Vorjahr.

2022 AUF MOBILE.DE:

**MEHR ALS
JEDER ZWEITE
GEBRAUCHT-
WAGEN UNSERER
HÄNDLER WURDE
ÜBER MOBILE.DE
VERKAUFT⁸**

16%

schnellere Verkäufe
als im Vorjahr⁹

21,42 MIO.

User wurden pro Monat über
mobile.de erreicht¹⁰

70,5%

der Online-Nachfrage unserer Händler
kamen über mobile.de (im Schnitt)¹¹

484,4 MIO.

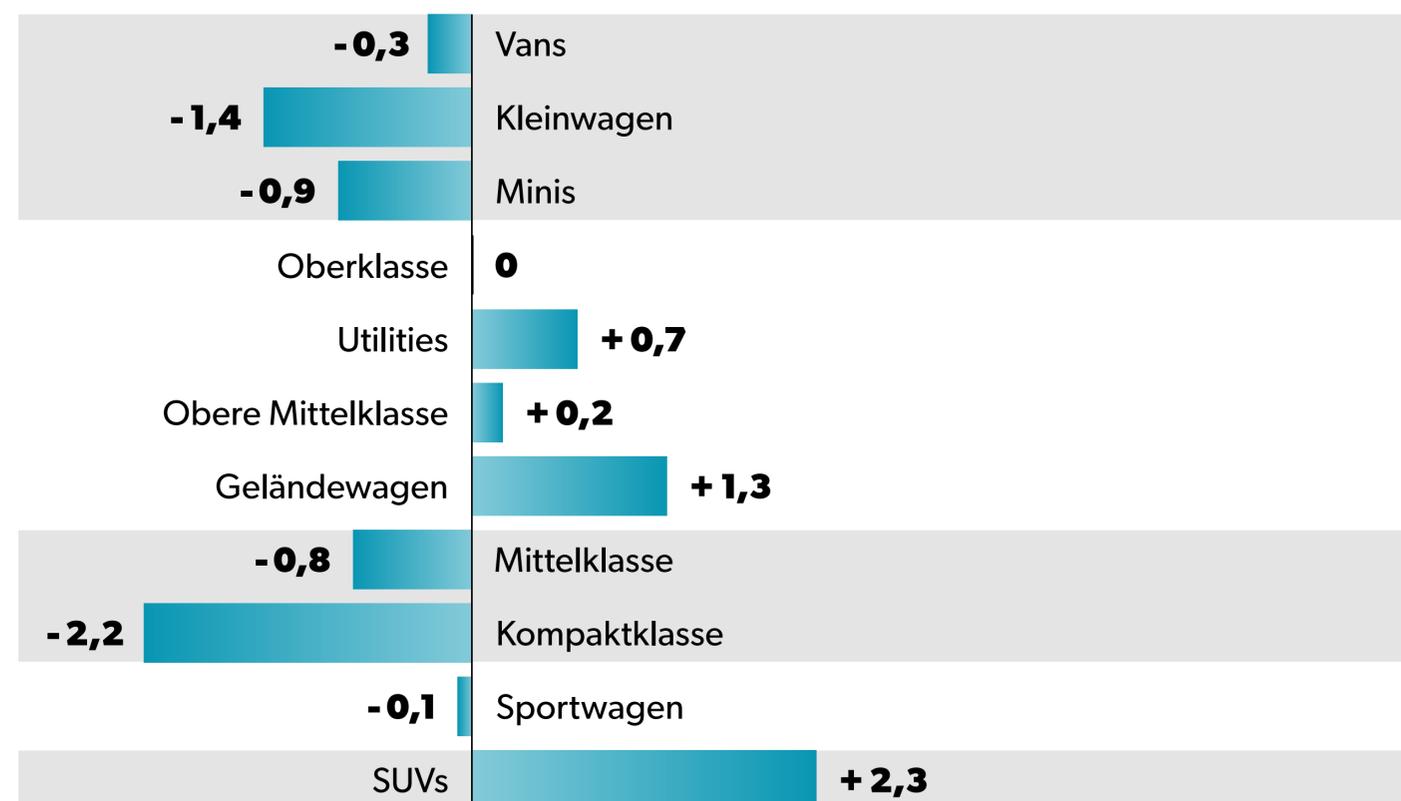
Views erzielte mobile.de
pro Monat 2022¹²

MOBILE-LISTING: WACHSTUM UND PREISANSTIEG

Preisanstieg pro KBA-Segment wird durch das Angebot und dessen Entwicklung beeinflusst

LISTING WACHSTUM¹³

In Prozentpunkten
2021 vs. 2022



PREISANSTIEG¹⁴

In Prozent
Dezember 2021 vs. Dezember 2022



Angebotsverknappung und stabile Nachfrage sorgte für starke Preiserhöhung

Mittlerer Preisanstieg, da noch genug Angebot

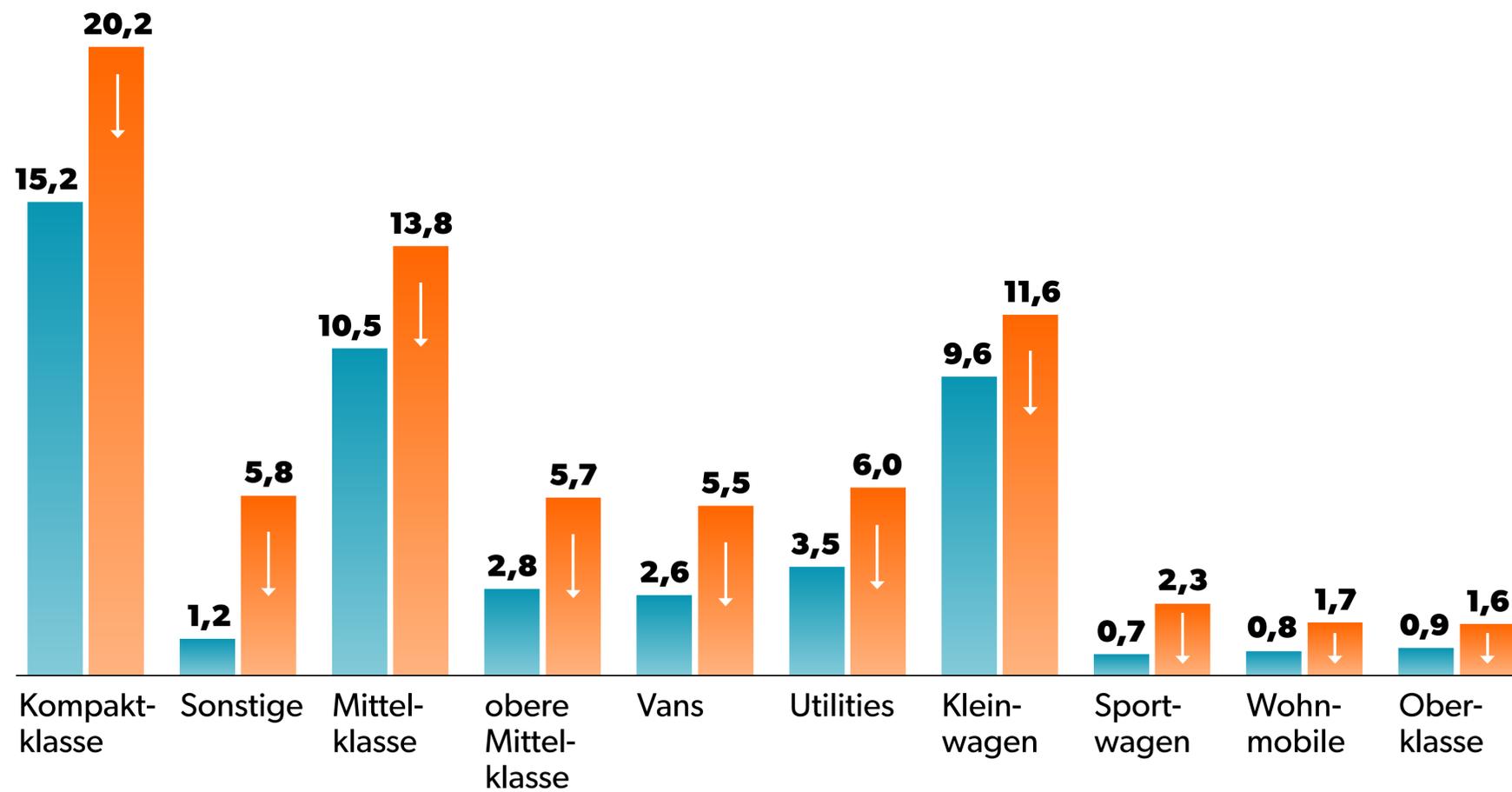
Durch starkes Angebotswachstum kein Preisanstieg

WELCHE SEGMENTE WERDEN AUF MOBILE.DE ZUKÜNFTIG STEIGEN?

Tendenziell werden Geländewagen, Minis und insbesondere SUVs Anteile auf dem Gebrauchtwagenmarkt gewinnen. Die beiden größten Segmente – Kompaktklasse und Mittelklasse – werden schrumpfen.

SCHRUMPFENDE SEGMENTE¹⁵

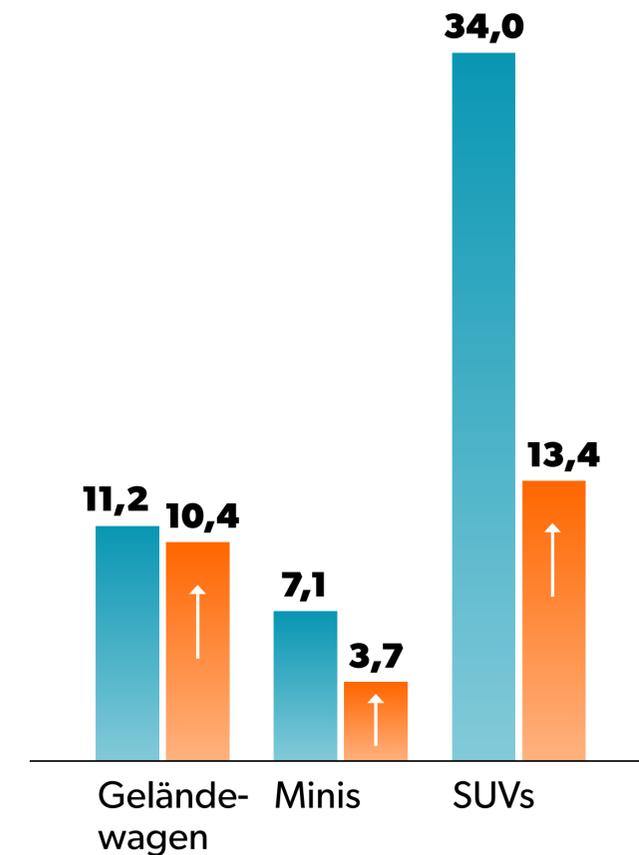
■ KBA-Neuzulassungen ■ mobile-Listings Angaben in Prozent



STEIGENDE SEGMENTE¹⁶

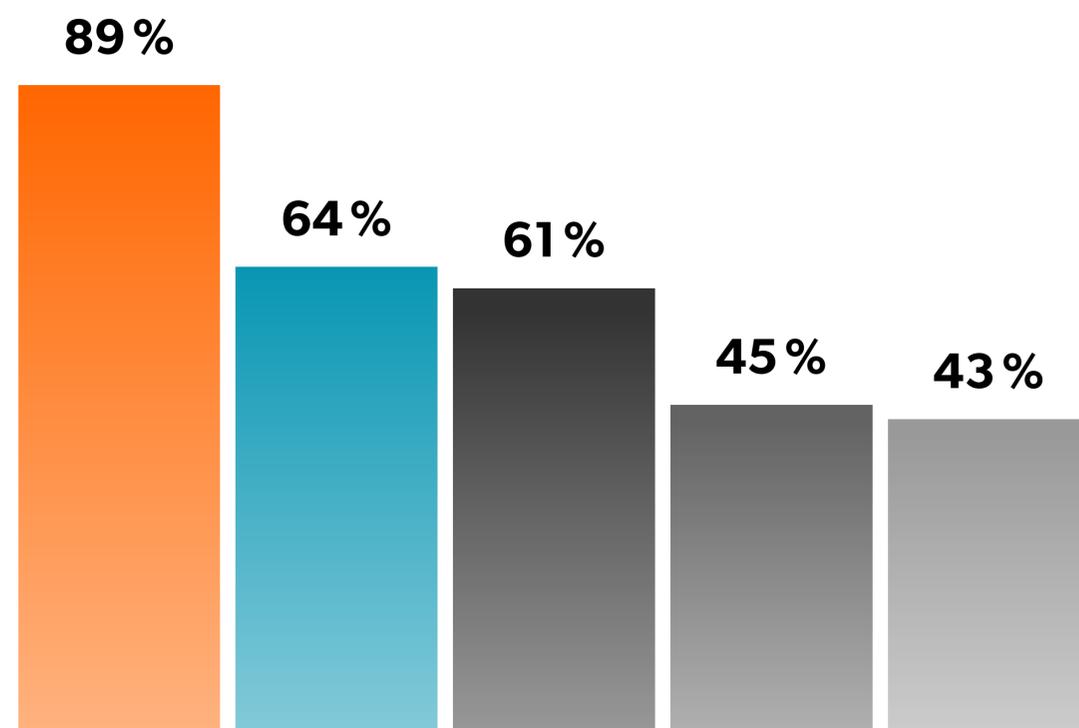
■ KBA-Neuzulassungen ■ mobile-Listings

Angaben in Prozent



TOP 5 SUCHKRITERIEN¹⁷

- Marke ■ Modell ■ Erstzulassung von (min)
- Kilometerstand bis (max) ■ Kraftstoffart



Mehr Insights zum Kaufverhalten der Deutschen?
 Zum mobile.de Daten Dashboard:
www.mobile.de/moredata

HERSTELLER IM BLICK: TOP 5 MODELLE (PKW)¹⁸

Meist aufgerufen in Deutschland im Oktober 2022 auf mobile.de

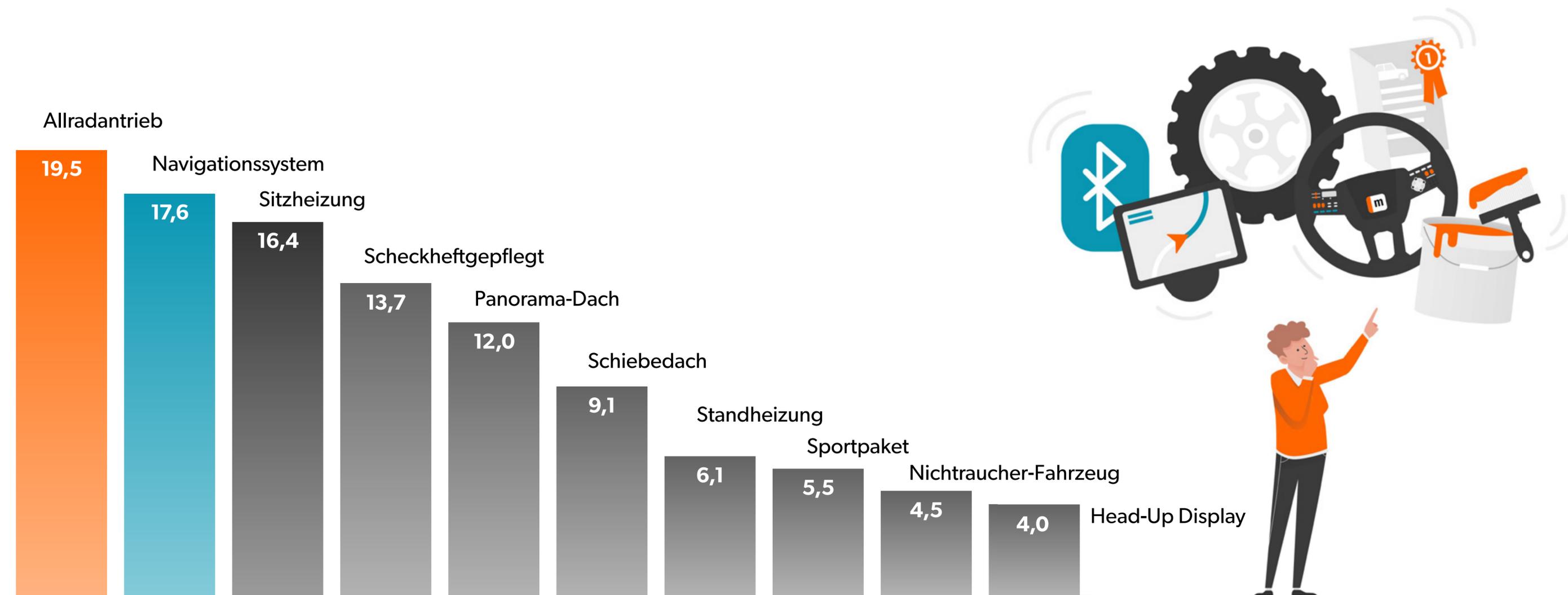
1. BMW 530
2. Mercedes-Benz E 220
3. Audi A6
4. Audi A5
5. Mercedes-Benz C 180



TOP 10 AUSSTATTUNGSMERKMALE

Bei mindestens jeder zehnten Suche werden Ausstattungsmerkmale im Filter hinzugefügt. Allradantrieb, Navigationssystem, elektrisch-geheizte Sitze und gepflegtes Scheckheft sind essenziell.

Angaben in Prozent¹⁹



MOBILE.DE GESCHÄFTSJAHR 2022: MEHR NACHFRAGE UND NEUE PRODUKTE



Der Fahrzeughandel in Deutschland musste in den vergangenen Jahren viele Hürden meistern. Aber es gibt auch Lichtblicke. Fahrzeuge verkauften sich schneller und zu besseren Preisen als im Vorjahr. Die Gesamtzahl der Kundenanfragen per E-Mail ist auf mobile.de gestiegen. Das ist auf Investitionen in Kundengewinnung und neue Produkte zurückzuführen, wie Daniel Breves, Commercial Director bei mobile.de, im Interview erklärt.

Welche Maßnahmen hat mobile.de ergriffen, um den Handel im Jahr 2022 bestmöglich im Geschäft zu unterstützen?

Wir haben im vergangenen Jahr stark in die kontinuierliche Kundengewinnung und in neue Produkte investiert, um dem Handel so viele Interessenten wie möglich auf den Hof zu senden. Trotz wirtschaftlich anspruchsvoller Zeiten hat mobile.de einschließlich Inseratsexport zu unserer Schwesterplattform eBay Kleinanzeigen im Monat rund 21,42 Millionen individuelle Nutzer erreicht. Das war ein wichtiger Beitrag für das Geschäft der Branche in

den vergangenen zwölf Monaten.

Was bedeutet das konkret für die Nachfrage nach Fahrzeugen, die auf mobile.de inseriert sind?

Wir sind sehr froh, dass wir die Gesamtzahl der E-Mail-Anfragen, die Fahrzeugverkäufer erhielten, um neun Prozent im Vergleich zum Vorjahr steigern konnten. Im Ergebnis haben sich Fahrzeuge auf mobile.de trotz wirtschaftlich anspruchsvoller Bedingungen um 16 Prozent schneller verkauft, als im Vorjahr und das zu substantiell höheren Preisen. 33.041 Euro betrug der Durchschnitts-

„Die Konsumentenerwartungen ändern sich fortwährend. Und wir verstehen es als unsere Aufgabe, den Handel als Vermarktungs- und Technologiepartner so gut wie möglich dabei zu unterstützen.“

Daniel Breves,
Commercial Director
bei mobile.de

wert eines Fahrzeugs im Dezember, rund 10,5 Prozent mehr, als im Vorjahresmonat. Die Wirtschaftlichkeit pro inseriertem Fahrzeug ist gestiegen.

Welche Rolle hat das Finanzierungsprodukt von mobile.de im Jahr 2022 gespielt?

Finanzierungslösungen sind für Konsumenten und den Handel schon lange wichtig und haben im Jahr 2022 nochmal an Bedeutung gewonnen. Das sehen wir auch in unseren Zahlen. Die Finanzierungsanfragen über mobile.de haben im Vergleich zum Vorjahr um 3 % zugenommen, das Netto-Kredit-

volumen ist um 16 % gestiegen, was dem Handel wichtige Zusatzgeschäfte ermöglichte.

Warum hat sich mobile.de im anspruchsvollen Jahr 2022 nicht nur auf das Kerngeschäft konzentriert, sondern so stark in Neuerungen investiert?

Die Konsumentenerwartungen ändern sich fortwährend. Und wir verstehen es als unsere Aufgabe, den Handel als Vermarktungs- und Technologiepartner so gut wie möglich dabei zu unterstützen, daran zu partizipieren. Die Akquisition von Null-Leasing.com und der Start des neuen Online-

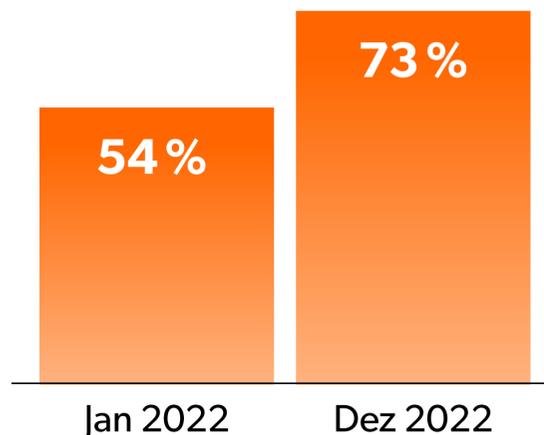
Kauf-Produkts waren 2022 zwei wichtige Schritte auf diesem Weg. Mit der Akquisition von Null-Leasing.com kann mobile.de nun die gesamte Bandbreite gängiger Ownershipmodelle anbieten, vom Kauf über die Finanzierung bis hin zu Leasing. Mit dem neuen Online-Kauf-Produkt können internetaffine Käufer ihr Wunschfahrzeug direkt per Mausklick erwerben und bekommen es bis vor die eigene Haustür geliefert. Beide Innovationen haben das Ziel, dem Handel mehr Vermarktungsmöglichkeiten für das eigene Inventar zu bieten.

OPTIMISMUS UND INNOVATIONSBEREITSCHAFT PRÄGEN DEN JAHRESBEGINN

2022 ENDET MIT BERUHIGTER GESCHÄFTSLAGE:

Während Anfang 2022 54 % der deutschen Händler die gegenwärtige Geschäftslage als gut oder sehr gut einschätzten, sind es im Dezember 2022 73 %. Nur 4 % beurteilen die eigene Geschäftslage Ende 2022 als schlecht oder sehr schlecht. Anfang des Jahres 2022 waren es noch 15 %.²⁰

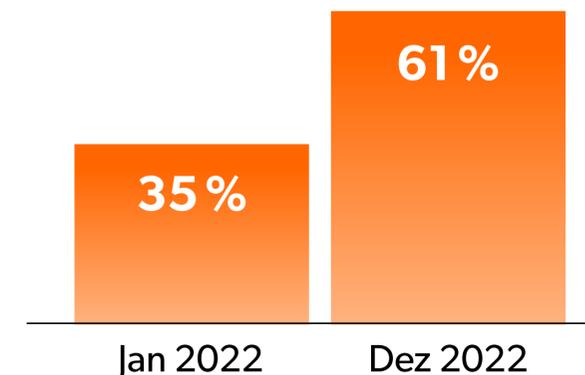
■ Positiveinschätzung



HÄNDLER STARTEN OPTIMISTISCH INS JAHR 2023:

Während Anfang 2022 nur 35 % der deutschen Händler bessere oder deutlich bessere Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate hatten, stieg der Optimismus zu Ende des Jahres: Im Dezember erwarten 61 % ein besseres oder deutlich besseres Geschäft, nur 10 % ein (deutlich) schlechteres. Anfang des Jahres 2022 waren es noch 35 %.²¹

■ Positiverwartung



JETZT NEU:
DER MOBILE.DE
HÄNDLERINDEX

HERAUSFORDERUNGEN IM HANDEL: LIEFERZEITEN, PERSONAL UND AGENTURMODELL

Optimistisch starteten deutsche Händler in das neue Jahr, vor allem mit Blick auf die Gebrauchten:

52,4%

glauben an eine weiterhin konstante Absatzentwicklung im Gebrauchtwagenmarkt.²²

43,1%

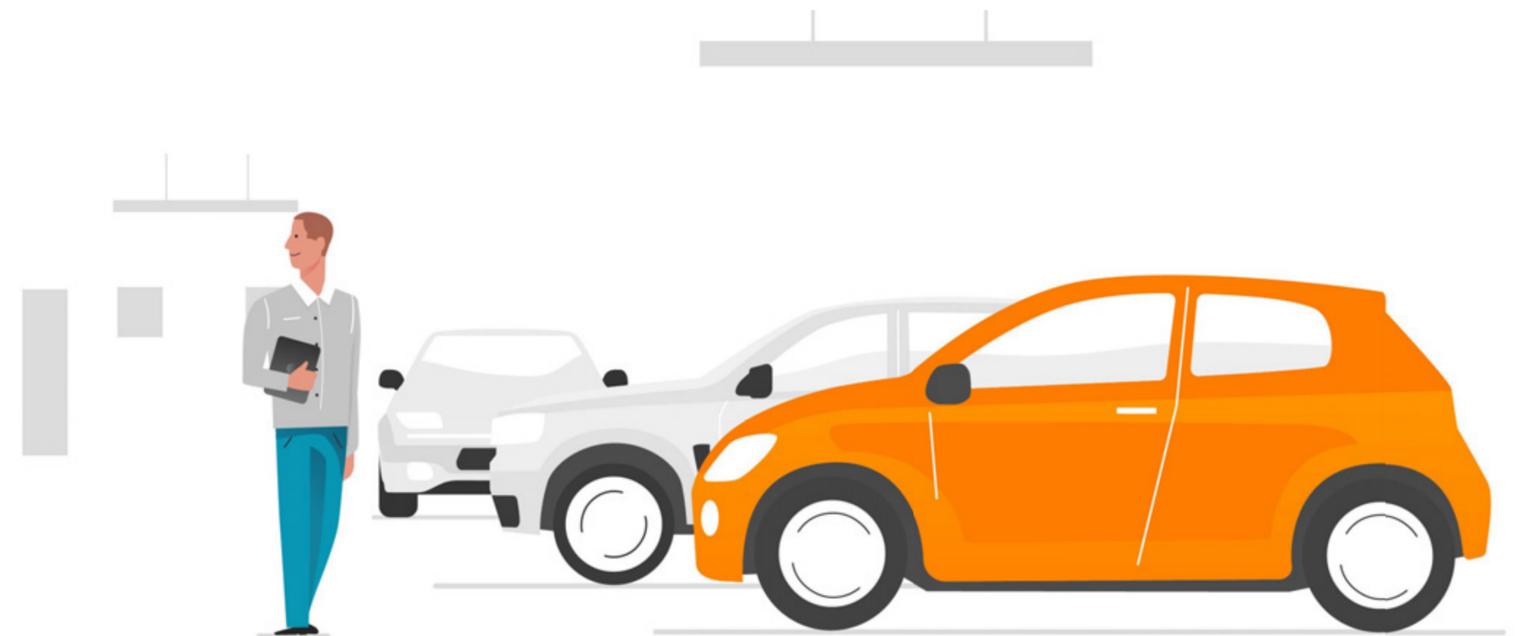
rechnen hingegen mit sinkenden Absätzen im Neufahrzeuggeschäft.²³

Mit Blick auf einen erfolgreichen Automobilhandel sehen Händler hingegen in folgenden Bereichen die größten Herausforderungen:

Lange Lieferzeiten aufgrund der verzögerten Fahrzeugproduktion der Hersteller **(13,2%)²⁴**

Die Personalsituation im eigenen Betrieb **(12,7%)²⁵**

Die Umsetzung des Agenturmodells **(10,5%)²⁶**



WIR HABEN GEFRAGT, SIE HABEN GEANTWORTET:

Nehmen Sie an, Sie hätten 100.000 Euro zu Ihrer freien Verfügung – in welchen dieser vier Zukunftsbereiche würden Sie investieren?

DIGITALISIERUNG

Fast gleichbleibender Investitionswille in Maßnahmen zur Digitalisierung des eigenen Betriebs: Im ersten Quartal 2022 würden 23 % der Befragten in den Zukunftsbereich „Digitalisierung“ investieren, im vierten Quartal sind es 22 %.²⁷

NACHHALTIGKEIT

Nachhaltigkeit rückt stärker ins Blickfeld: 17 % gaben im ersten Quartal 2022 an, in Nachhaltigkeitsthemen investieren zu wollen, im letzten Quartal 2022 sind es 3 % mehr (20 %).²⁸

KUNDENFOKUS

Ende 2022 rückt auch der Kundenfokus wieder stärker ins Blickfeld: 22 % geben an, dass sie u. a. Kundenbeziehungen stärken und Kundenerlebnisse schaffen würden, Anfang 2022 waren es noch 18 %.²⁹

INNOVATIONSBEREITSCHAFT

Der Jahresbeginn steht auch für steigende Innovationsbereitschaft: 22 % der befragten Händler gaben Ende 2022 an, für neue Konzepte offen zu sein, wohingegen es zu Beginn des Vorjahres 15 % waren.³⁰

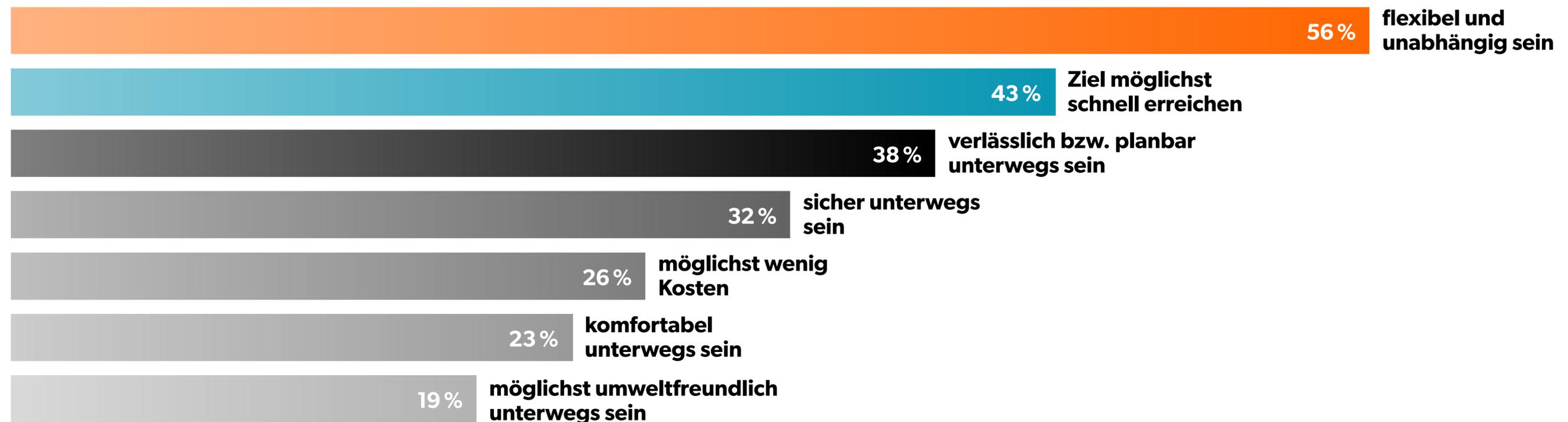
VERBRAUCHERVERHALTEN
FOKUS KUNDE:
WAS WÜNSCHEN SICH
VERBRAUCHER?



VERBRAUCHERVERHALTEN

FLEXIBILITÄT UND UNABHÄNGIGKEIT SIND BEI DER WAHL DES VERKEHRSMITTELS AM WICHTIGSTEN.

Blick auf persönliche Mobilität: Was ist den Deutschen besonders wichtig bei der Wahl des Verkehrsmittels?³¹

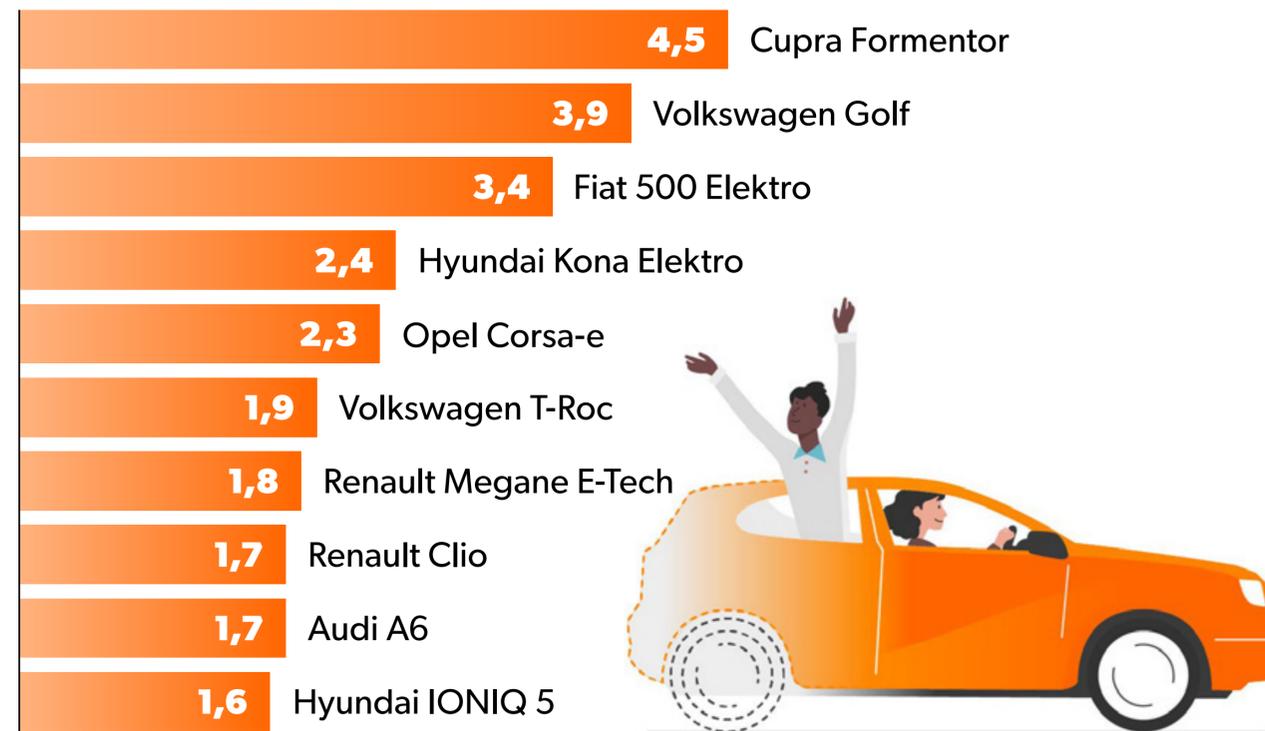


SO FINANZIEREN DIE DEUTSCHEN IHR FAHRZEUG

Leasing bei E-Autos besonders beliebt:

Neben dem Fiat 500 Elektro, dem Hyundai Kona Elektro und dem Opel Corsa-e zählten zwei weitere E-Autos zu den Top-10-Leasingfahrzeugen 2022.

TOP-10-LEASINGFAHRZEUGE³² in %



Die meisten Deutschen finanzieren ihren Pkw aus eigenen Mitteln. Ein Blick in die Zukunft zeigt jedoch, dass der Leasingmarkt auf Wachstumskurs ist.

70%

finanzieren ihren Pkw aus eigenen Mitteln³³

240%

mehr Leasing-Inserate auf mobile.de 2022 (Januar vs. Dezember)³⁷

22%

über Kredit³⁴

69%

mehr Kontakt-Anfragen via E-Mail bei Leasing-Inseraten auf mobile.de 2022 (April vs. Dezember)³⁸

7%

über Leasing³⁵

Um **61%**

soll der Leasingmarkt bis 2025 steigen³⁶



TREND FORECAST:
DIESE 4 TRENDS
BESTIMMEN, WIE
SICH DEUTSCHLAND
MORGEN BEWEGT:

TREND FORECAST: DIESE 4 TRENDS BESTIMMEN, WIE SICH DEUTSCHLAND MORGEN BEWEGT:

1. MIKROMOBILITÄT



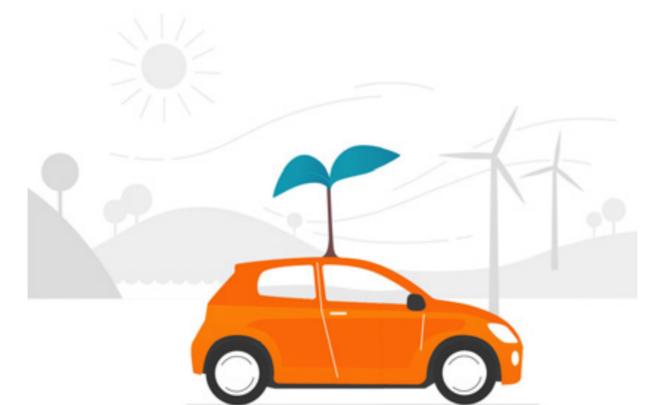
2. SHARING



3. MOBILITÄTSMIX



4. ELEKTRIFIZIERUNG



Tiefer eintauchen? Einschätzung der Mobilitätstrends durch
Mobility-Expertin Dr. Maria Andrades Sanchez (Statista):
promo.mobile.de/sites/more/ausblick-2023#statista

1. KLEIN, ABER OHO: MIKROMOBILITÄT BELIEBTER DENN JE

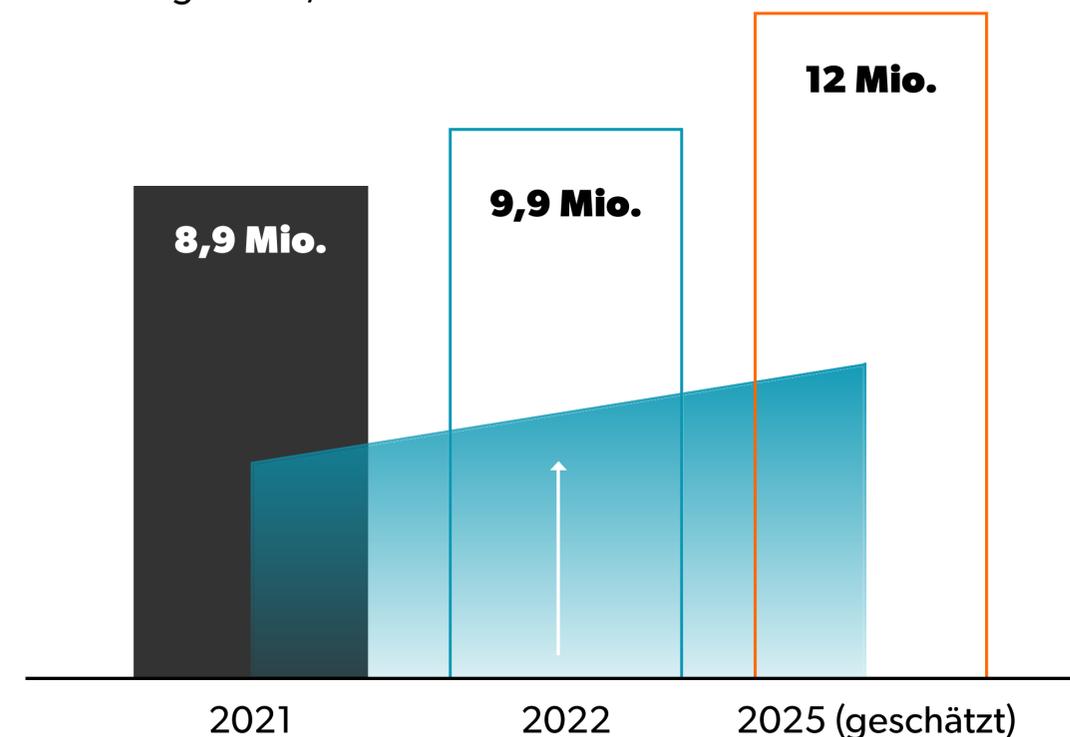


Besonders die jungen Generationen setzen auf Mikromobilität – für sozioökonomisch besser Gestellte gilt das noch mehr als für sozioökonomisch Benachteiligte.

E-Scooter sind gekommen, um zu bleiben: Günstige Tarife und eine flexible Parkpolitik machen E-Scooter zu einer der beliebtesten Formen der Mikromobilität. Nutzer sehen E-Scooter als spontane Alternative zu öffentlichen Verkehrsmitteln, besonders im urbanen Raum.

So viele Deutsche fahren zukünftig E-Scooter:³⁹

■ Anstieg um 34,8 %



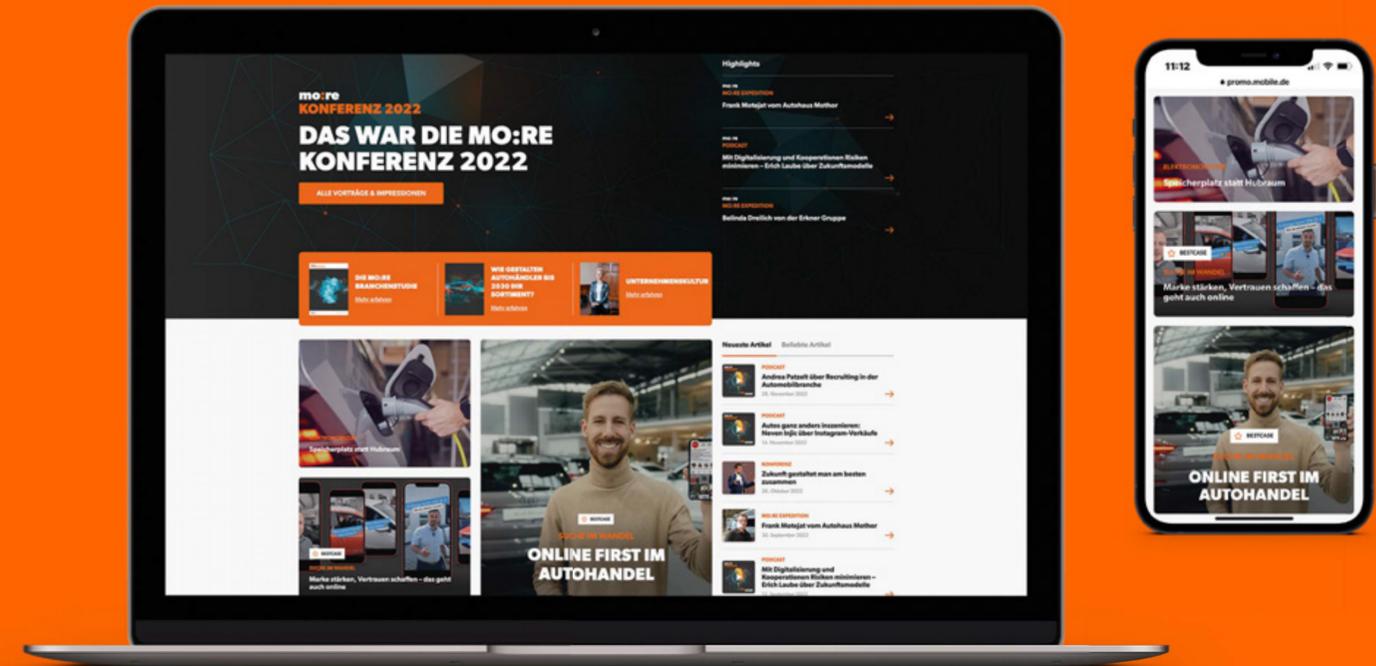
Oldie but Goldie – Fahrräder erleben Renaissance: Trotz vermehrten Aufkommens von elektrifizierten Alternativen bleibt das klassische Fahrrad.

41 %

der Menschen im Alter zwischen 14 und 69 Jahren wollen in Zukunft häufiger Rad fahren.⁴⁰

Mit **49 %** ist der Wunsch nach einer häufigeren Fahrrad-/Pedelec-Nutzung bei den jüngeren (14 bis 29 Jahre) am stärksten ausgeprägt.⁴¹

Mit einem Volumen von 35 Mrd. € weltweit ist der Fahrradmarkt, trotz zunehmenden Wachstums elektrifizierter Alternativen, der **größte Markt für Mikromobilitäts-Fahrzeuge.**⁴²



mo:re

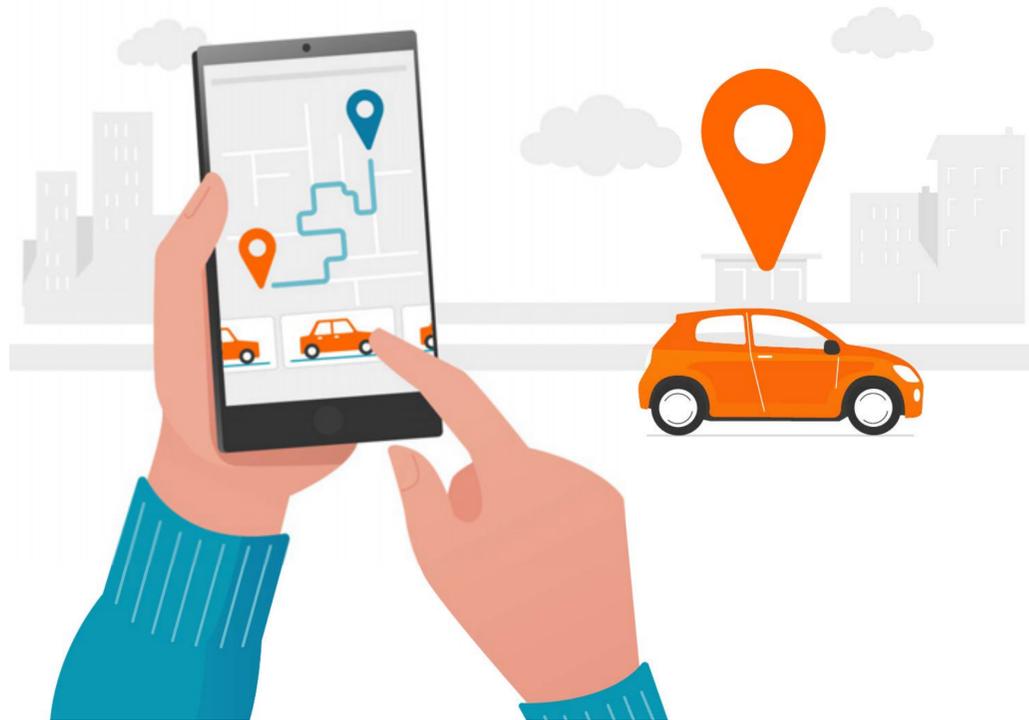
**WISSEN, WAS
IHR GESCHÄFT
VORANBRINGT**

Hier finden Händler, was die Branche bewegt. Ob umfassende Marktanalysen und Trends oder persönliche Einblicke in innovative Köpfe und ihre Erfolgsgeschichten. Wir teilen Impulse für Ihr Geschäft und geben Antworten auf die wichtigsten Zukunftsfragen.

mobile.de/more

mobile.de

2. SHARING IS CARING: DIE SHARING ECONOMY WEITER IM AUSBAU



Die Sharing Economy boomt, auch wenn das eigene Fahrzeug für viele Deutsche im Mobilitätsmix weiterhin unabdinglich ist.

Pkw-Sharing:

Rund 3,4 Millionen Anmeldungen verzeichneten die deutschen Carsharing-Anbieter 2022, 18 % mehr im Vergleich zu 2021.⁴³

30.200

Carsharing-Fahrzeuge bewegen sich auf den Straßen.⁴⁴

Karlsruhe ist Deutschlands Hauptstadt des Autoteilens. Auf den Plätzen 2 bis 4 folgen München, Berlin und Hamburg.⁴⁵

E-Scooter-, Lastenrad-, Camper-Sharing:

Bei E-Scootern fährt weniger als die Hälfte mit einem eigenen Modell und 55 % nutzen Sharing-Angebote.⁴⁶

150

Lastenrad-Sharing-Anbieter gibt es ca. in Deutschland. Auch Camper und andere Leichtfahrzeuge werden geteilt.⁴⁷

2. SHARING IS CARING: DIE SHARING ECONOMY WEITER IM AUSBAU

Bike-Sharing:

Rund 1,9 Mio. Deutsche nutzen Bike-Sharing 2022. 2023 wird Prognosen zufolge die Anzahl der Nutzer auf 2,1 Mio. ansteigen.⁴⁸

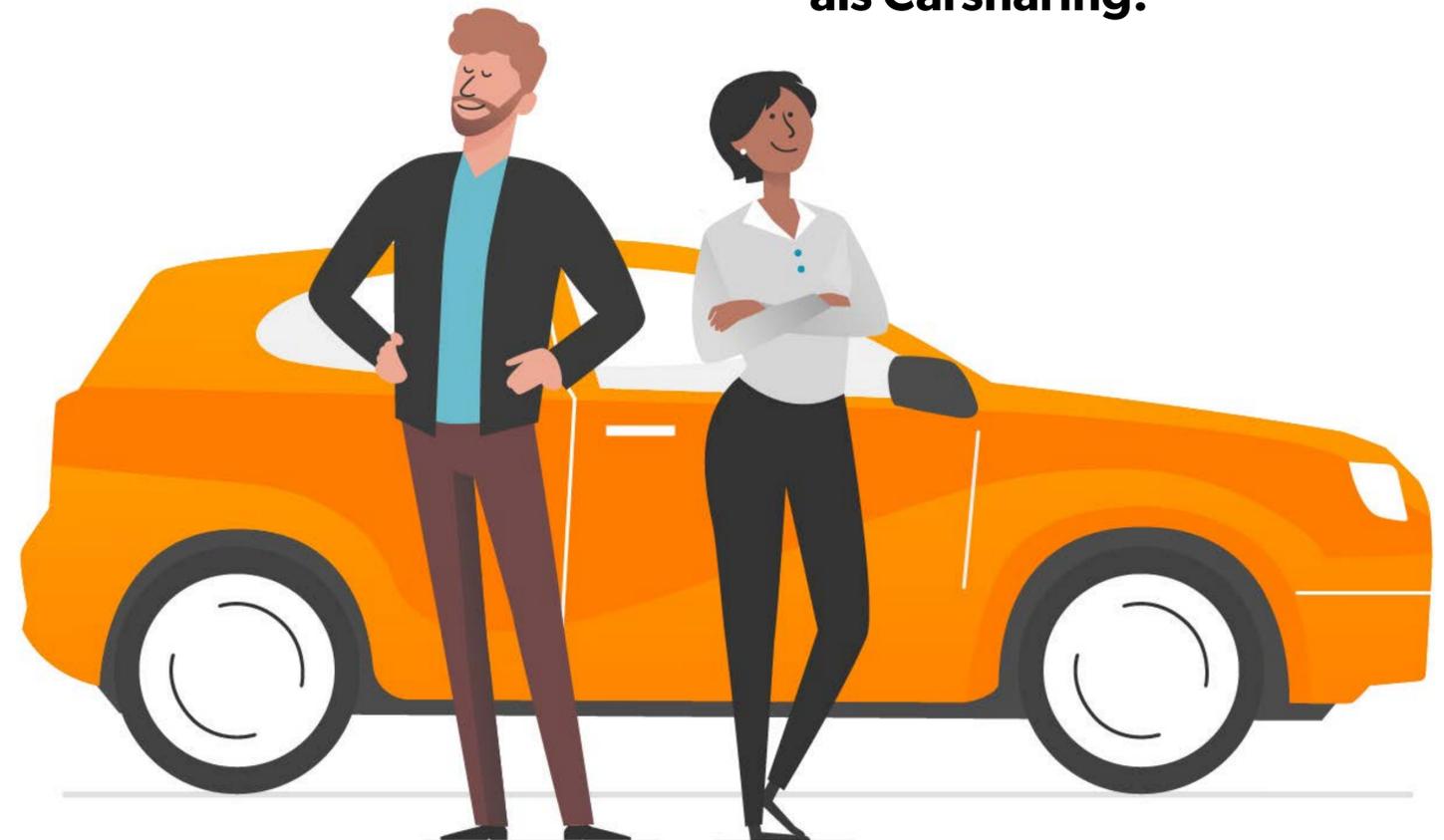
2,3 MIO.

Deutsche werden Prognosen zufolge bis 2027 Bike-Sharing-Dienste nutzen.⁴⁹

Im ersten Quartal 2022 verzeichnet nextbike, der europäische Marktführer im Bike-Sharing-Segment, doppelt so viele Ausleihen wie im gleichen Vorjahreszeitraum.⁵⁰

Aber das eigene Auto bleibt dennoch wichtig:

Individualverkehr hat in der Pandemie deutlich an Bedeutung gewonnen und ist für **70%** der Menschen in Deutschland attraktiver als Carsharing.⁵¹



3. MIX & MATCH: MOBILITÄT WIRD KREATIV UND FLEXIBEL



Gesellschaftliche Themen, wie Klimawandel, fortschreitende Digitalisierung und Automatisierung, erfordern neue Herangehensweisen. Auch in der Art und Weise, wie wir uns fortbewegen, spiegelt sich gesellschaftlicher Wandel. Neues und Altbewährtes wird zukünftig kreativ kombiniert:

ÖPNV ALS ZENTRALER BAUSTEIN IM BINNENVERKEHR:

In Verbindung mit Carsharing kann der ÖPNV mit E-Autos ergänzt werden. Auf Sylt sind bereits drei barrierefreie EQVs von Mercedes-Benz im Einsatz, die über eine App gerufen werden können. Der Zustieg erfolgt an virtuellen Haltepunkten, die über das Betriebsgebiet der Nordseeinsel verteilt sind.⁵²

CARPOOLING GEWINNT BEI DRASTISCHER MOBILITÄTSWENDE AN RELEVANZ:

Bis zu 3 % des Binnenverkehrs in Hamburg könnten durch Carpooling Services geregelt werden. Sie bieten aber auch Flexibilität bei schlechten Anbindungen in ländlichen Regionen: Der Omobi z. B., ein Zwitter aus Bus und Taxi, ist mittels intelligenter Software flexibler und schneller als ein Linienbus. Die Fahrten können vorbestellt werden und kosten rund zwei Euro pro Fahrgast.⁵³

4. BYE-BYE, VERBRENNER: UNGEBREMSTES WACHSTUM BEI E-TRANSPORT-LÖSUNGEN



Ab 2035 dürfen keine Verbrenner-Pkw mehr zugelassen werden. Schon jetzt steigen viele auf Alternativen um oder können sich dies vorstellen.

45,8 %

der bis Oktober 2022 zugelassenen 2.076.527 Automobile fahren mit alternativen Antrieben⁵⁴

Alternative Antriebe sind Elektro (BEV), Hybrid, Plug-In, Brennstoffzelle, Gas und Wasserstoff.

Als wahrscheinlichste Motorart könnten sich mittlerweile knapp ein Drittel der privaten Autokaufplaner einen Hybrid vorstellen, jeder Fünfte ein rein batterieelektrisches Fahrzeug.⁵⁵

82 %

können sich vorstellen, E-Fuels zu nutzen. Demgegenüber stehen 15%, die sich das nicht vorstellen können.⁵⁶

4. BYE-BYE, VERBRENNER: UNGEbremSTES WACHSTUM BEI E-TRANSPORT-LÖSUNGEN

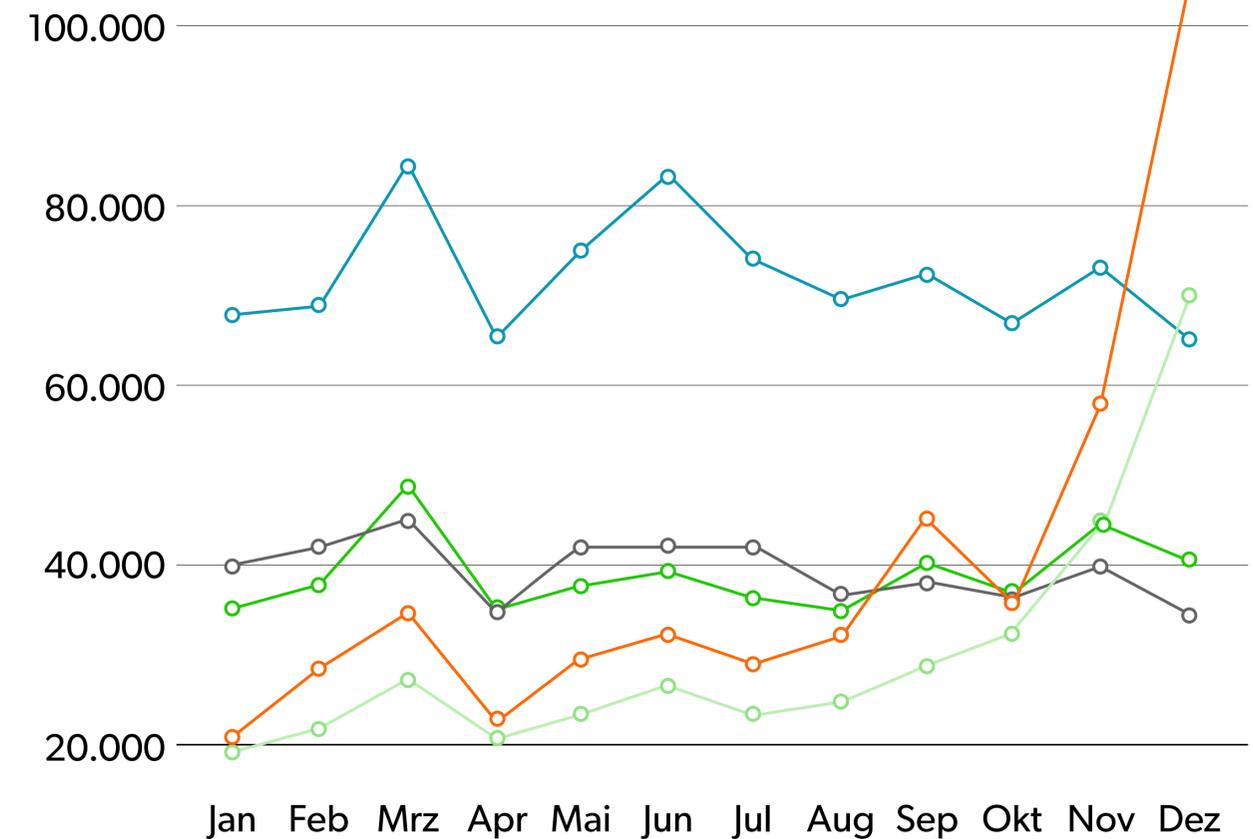
Laut KBA wurden im Dezember 2022 über **104.000 reine Elektroautos** neu zugelassen – doppelt so viele wie im Vorjahresmonat.⁵⁷

Hinzu kommen fast **70.000 Plug-in-Hybride**. Die beiden Gruppen stehen zusammen für mehr als die Hälfte der im Dezember neu zugelassenen Autos.⁵⁸

Elektroautos: Erstmals mehr als 100.000 Fahrzeuge

Pkw-Neuzulassungen nach Antriebsarten in den letzten 12 Monaten⁵⁹

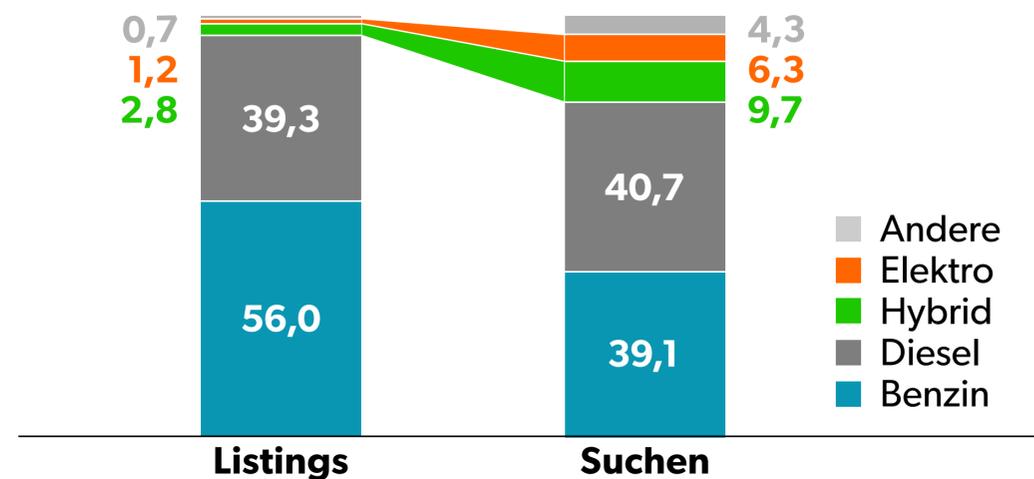
■ Benzin ■ Diesel ■ Elektro ■ Hybrid ■ Plug-in-Hybrid



4. BYE BYE, VERBRENNER: ALTERNATIVE ANTRIEBE AUF DEM VORMARSCH

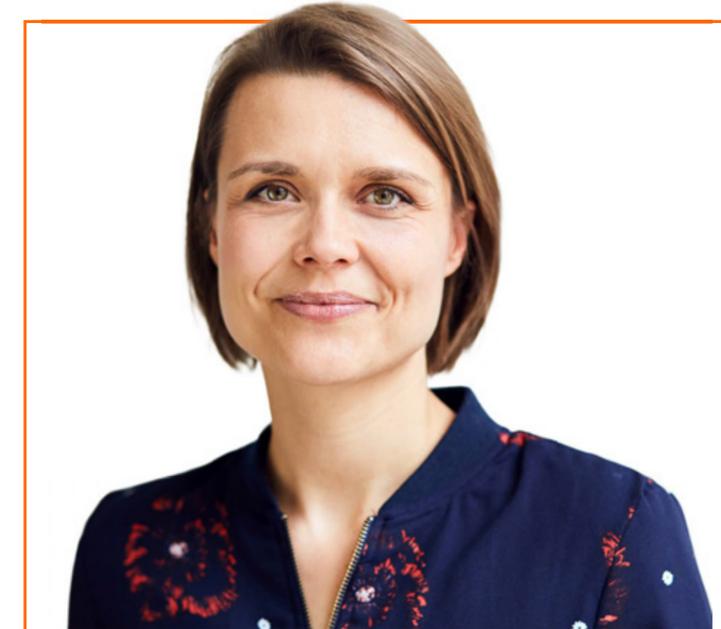
In den kommenden Monaten wird der Anteil an Alternativen Antrieben im Gebrauchtwagenmarkt durchschlagen:

Anteil 2022 in Prozent⁶⁰



2023 bringt neue Hersteller: Beim Verkauf von E-Autos liegt Tesla in Deutschland 2022 vorn und löste damit 2022 Volkswagen als Marktführer ab.⁶¹

2023 bringt mehr Vielfalt: Mit mindestens 38 Markt-Neuzugängen ist zu rechnen, darunter Hersteller aus China und Vietnam.⁶²



„Aktuell sind Händler, die Elektroautos verkaufen, noch in der Minderheit. Aber das wird sich im kommenden Jahr ändern. 2023 wird das Jahr, in dem unsere Händler auf den EV-Zug aufspringen werden. Knapp jeder zweite Händler, der heute noch keine EVs verkauft, plant dies bis Ende 2023.“

Dr. Annakaryn Ranné,
Senior Market Research Managerin

An aerial photograph showing a two-lane asphalt road that curves through a dense green forest. To the left of the road is a large body of water with a deep blue-green hue. A single white car is visible on the road, moving away from the viewer. The overall scene is bright and clear, suggesting a sunny day.

NACHHALTIGKEIT
KEIN WEG ZURÜCK:
NACHHALTIGE MOBILITÄT

NACHHALTIGKEIT

DER KLIMAWANDEL BETRIFFT UNS ALLE

Technologischer Fortschritt aber vor allem gesellschaftlicher Wandel und der große Wunsch nach nachhaltiger und für alle verfügbare Mobilität führen zu einem massiven Transformationsdruck. Dabei geht es nicht nur um neue Antriebe sondern um einen ganz neuen nachhaltigeren Verkehrsmix und lebenswertere Umfelder im Allgemeinen. Bei Händlern und Konsumenten findet ein massives Umdenken mit Blick auf klimafreundliche Alternativen statt:

32 %

der Gebrauchtwagenkäufer ziehen eine alternative Antriebsart in Erwägung.⁶³ Bei den Neuwagenkäufern sind es sogar noch mehr:



65 %

können sich vorstellen, ein Fahrzeug mit alternativen Antrieb als nächstes Fahrzeug anzuschaffen.⁶⁴

E-Mobilität als klimafreundliche Alternative der Zukunft:

13 %

mehr Suchen in der Kategorie E-Auto auf mobile.de in 2022 im Vergleich zum Vorjahr.⁶⁵

NACHHALTIGKEIT WERDEN SIE ZUM GAMECHANGER



„Unsere Industrie trägt eine große Verantwortung. Wir müssen dieser endlich gerecht werden. Gemeinsam mit dem Handel wollen wir den Wandel aktiv gestalten.“

Inga Möller,
Senior Communication Manager,
mobile.de



**Nachhaltigkeitsstrategien erhalten Einzug
in die Autohäuser:**

50 %

**der Händler setzen Nachhaltigkeit bereits als
festen Bestandteil der Unternehmensstrategie
um oder planen dies.⁶⁶**



Gemeinsam Wandel gestalten. Jetzt Teil der mo:re
Game Changer Initiative für Händler werden:
promo.mobile.de/sites/more/gamechanger/



RECAP:
**DAS WAR DIE MO:RE
KONFERENZ 2022**

WE CAN MAKE THIS HAPPEN TOGETHER

Wie viel Wissen und Vision passen in zwei Tage? Genug, um festzustellen: Die Mobilität der Zukunft beginnt im Kopf. Warum? Weil wir gedankliche Bremsen lösen sollten – eine davon ist die Gewohnheit. Dinge zu tun „wie immer“ ist keine Option, denn die Transformation verändert auch den Wettbewerb. Die Branche braucht ein Facelift, und zwar jetzt. Nicht alles muss anders werden, aber wer in Zukunft mitspielen möchte, muss umdenken. Mobilität bedeutet heute nicht mehr nur gleich Auto.



VORDENKER DAS SOLLTEN SIE WISSEN

Energiekrise und Ressourcenmangel hinterlassen Spuren – Verbraucher hinterfragen mehr, rechnen nach. „Wir müssen neue Wege finden, Vertrauen aufzubauen“, empfiehlt Alina Hückelkamp. Gerade wenn es um alternative Antriebsformen geht, brauchen wir mehr aktive Aufklärung. Dass das gewünscht ist, zeigt auch das Google-Suchverhalten der Deutschen.

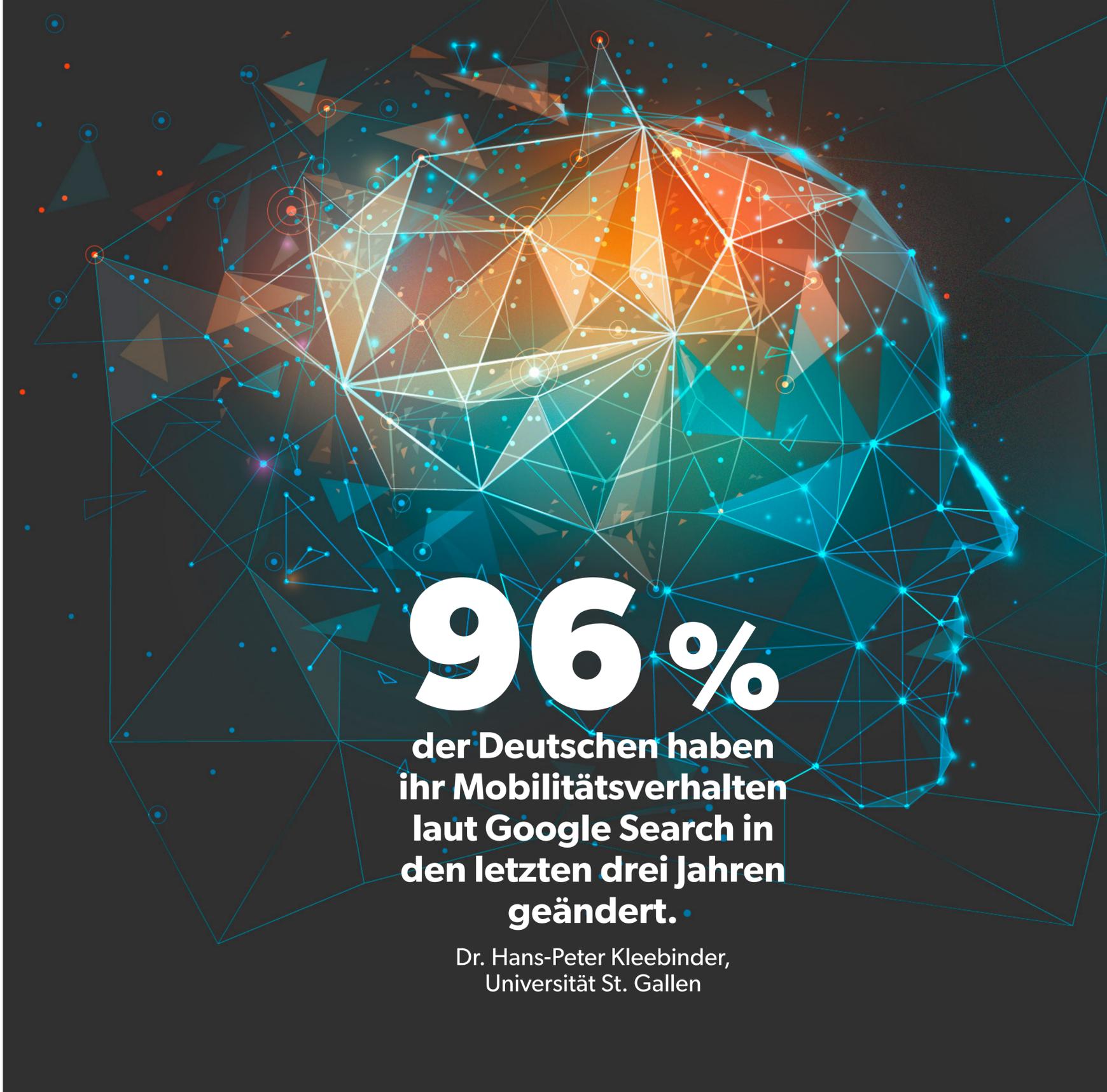
62%

der Deutschen
fühlen sich über
alternative
Antriebsformen nicht
gut informiert.

Alina Hückelkamp,
Strategin „of Unicorns&Lions“

VORDENKER DAS SOLLTEN SIE WISSEN

Steigendes Umweltbewusstsein und höhere Kosten beeinflussen grundlegend das eigene **Mobilitätsverhalten**, so Hans-Peter Kleebinder. Doch nicht nur die Ansprüche der Kunden verändern sich, auch die nächste Generation Mitarbeiter hat klare Vorstellungen: **Unabhängigkeit, Nachhaltigkeit und Digitalisierung** stehen ganz oben auf der Themenliste.



96%
der Deutschen haben
ihr Mobilitätsverhalten
laut Google Search in
den letzten drei Jahren
geändert.

Dr. Hans-Peter Kleebinder,
Universität St. Gallen

VORDENKER DAS SOLLTEN SIE WISSEN

Und **„Mitarbeiter sind der wichtigste Erfolgsfaktor“**, erklärt Edgar Geffroy. Wer in Zukunft Kunden begeistern möchte, sollte bei sich selbst anfangen – laut Gallup-Studie haben 5,7 Mio. Arbeitnehmer (15 %) innerlich gekündigt. Bis 2035 werden außerdem 7 Mio. Arbeitskräfte aus dem Arbeitsleben ausscheiden. Geffroy fordert: Lassen Sie ihr Knowhow nicht in Rente gehen! Wissen muss für alle einfacher und von überall erreichbar sein.



„Wir müssen täglich Erster im Kopf der Mitarbeiter und Kunden sein.“

Edgar Geffroy,
Strategieberater

VORMACHER UND WAS OPTIMIEREN SIE?

Veränderung braucht Mut – und der wächst mit Vertrauen und Wissen. Julia Riethmüller forciert daher Weiterbildungen und eine konstruktive Kommunikation. **„Der Mensch muss im Mittelpunkt stehen.“** Auch bei Kunden setzt sie auf individuelle Konzepte – wie Synergien von Fahrrad, Motorroller und Auto.



„Wir brauchen eine konstruktive Fehlerkultur.“

Julia Riethmüller,
Kuhn & Witte

VORMACHER UND WAS OPTIMIEREN SIE?



„Wir hatten noch nie so spezialisierte Mitarbeiter.“

Sven O. Arnegger,
Autohaus Schneider Gruppe

Ob als Tischler in der Wohnmobilabteilung, mit dem eigenen Bau- team, ob als Tiefbauer, Elektriker oder mit vier eigenen Programmierern: „Wir haben gelernt, uns regelmäßig zu hinterfragen“, so Arnegger.

Abo-Kunden wollen digitale Kommunikation. Im Onlinegeschäft zählen Schnelligkeit und Aufmerksamkeit. Der „Standard-Trigger“ des Autohändlers „viele Autos = höhere Verkaufschancen“ ist hinfällig.



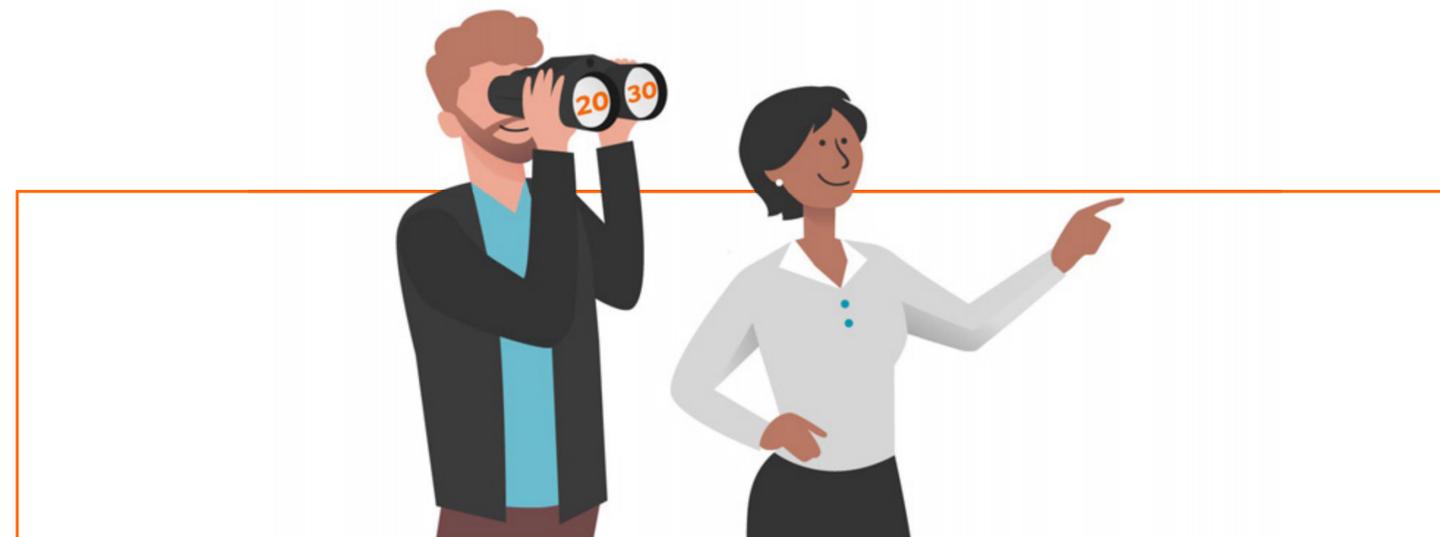
„Wir brauchen ein neues Gesamtbild, zwei Mobilitätskonzepte parallel.“

Sebastian Meinecke, Urwahn

Es geht nicht um Ausschließen, sondern um Einschließen – für mehr Grün, Nachhaltigkeit und Lebensqualität. Idealer Kooperationspartner für Meineckes 3D-Fahrräder sind Autohäuser. Sein Wunsch: ein ganzheit-

licher Ansatz. Auf dieser Mission ist er nicht allein – das Mobilitätshaus in Berlin lebt bereits den Wandel.

VORMACHER UND WAS OPTIMIEREN SIE?



„70 % der Bundesbürger leben auf dem Land und die brauchen ein Auto.“

Thomas Peckruhn, ZDK-Präsident

Ja, es kommt auf die Perspektive an. Dennoch: Auch hier müssen wir neu denken. „Wir dürfen keine Angst haben vor der Vermarktung alternativer Mobilität“, so Peckruhn. Das sieht Karl Rothlauf von AVP ähnlich –

er hat sich auf Elektromobilität spezialisiert und setzt auf Aufklärung und Kooperationen. Sein Appell: „Lasst uns nicht jammern, sondern Spirit aufbauen“.



„Wenn man sein Auto in Zahlung gibt und kein Auto mehr möchte, dann bekommt man eben ein Cargo-Bike.“

Dr. Christoph Golbeck, Mobilitätshaus GmbH

Das Mobilitätshaus in Berlin lebt bereits den Wandel. „Wir stehen für eine Verkehrswende, ohne Autofahrer diskriminieren zu wollen“, so Dr. Christoph Golbeck.

VERNETZER

NEUE CHANCEN FÜR ALLE

Zu viel Klima, zu wenig Fachkräfte und dann noch dieses digital. Sylvia Lier ist überzeugt: Ein Mobilitätsbudget schlägt drei Fliegen mit einer Klappe. Weniger CO₂ durch klimagerechte Mobilitätsalternativen – angepasst an individuellen Bedarf. Gehaltsextras machen attraktiv – sie setzt sich für eine Incentivierung klimagerechter Alternativen ein. Und: Der regionale Autohandel ist Teil einer digitalen Lösung. „Städte und Kommunen brauchen eigene Plattformen“, so Lier. Ein paar haben sie schon, ihre Homebase mit spannenden Kooperationen und neuen Angebotsoptionen. So wird lokaler Wettbewerb befeuert – im Sinne der Nutzer und der Nachhaltigkeit.



**„15 % der
Dienstwagennutzer
können sich vorstellen,
auf einen Dienstwagen
zu verzichten.“**

Sylvia Lier,
Geschäftsleitung
TAF mobile GmbH –
Expertin Mobilitätsbudget

VERNETZER

NEUE CHANCEN FÜR ALLE

Der wahre Preis rechnet den Energie-Ressourcenverbrauch mit ein. Mobilität bedeutet in Zukunft eben mehr Klarheit, Schnelligkeit und Verfügbarkeit. Wir brauchen eine digitale Nabelschnur für Mobilität – weniger Apps, dafür effektivere Zugänge. Daten sind der neue Treibstoff – von Customer ID bis Vehicle ID. Nicht alles wird neu, aber vieles anders. Die Aufgabe des Autohandels ist jetzt: Erwartungen und Erfahrungen zusammenbringen.



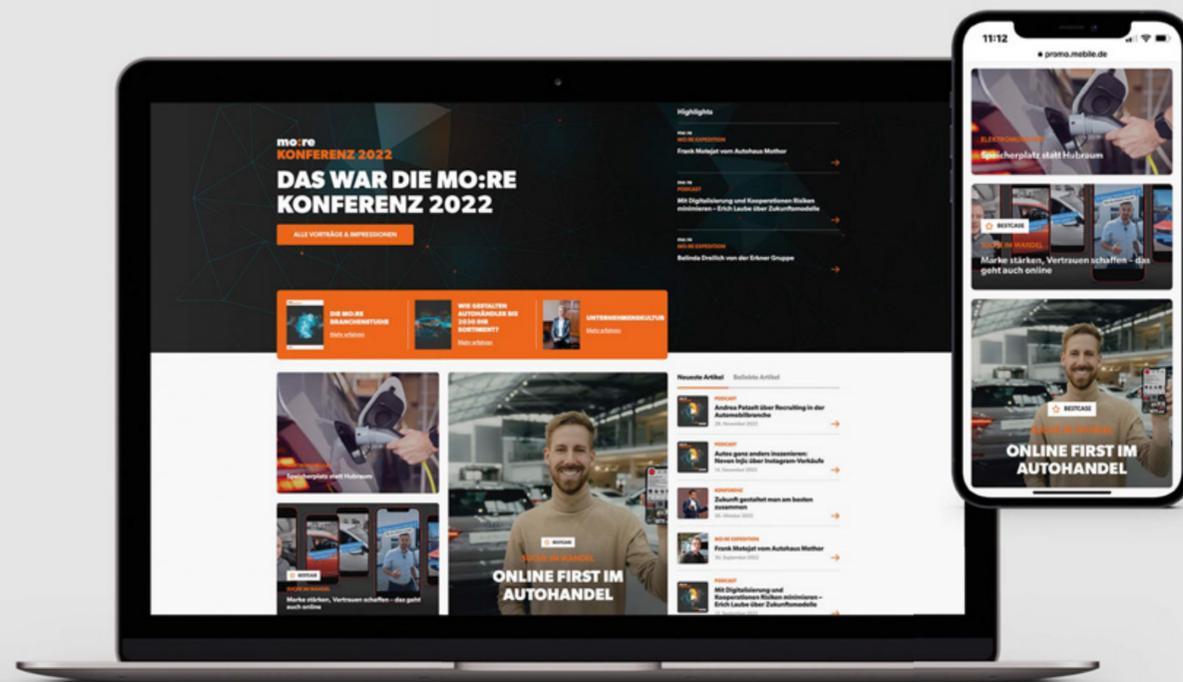
„Der mobile Fußabdruck ist zu groß, weil wir viel zu oft nur auf den Anschaffungspreis schauen.“

Dr. Hans-Peter Kleebinder,
SMARTmobility-Experte

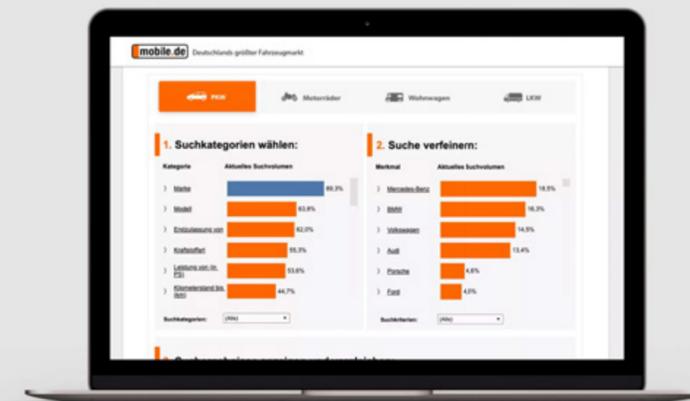
WISSEN, WAS SIE MORGEN BEWEGT.

Branche. Menschen. Meinungen. 2023 hält einiges für Sie bereit: neue mobile.de Produkte, Konsumenten- und Marktinsights und eine Menge neuer Impulse. Bleiben Sie das ganze Jahr auf dem Laufenden und werden Sie Teil des mo:re Netzwerks.

Besuchen Sie uns auf: mobile.de/more



Folgen Sie uns auf:   



BRANCHENDATEN IN ECHTZEIT?

Besuchen Sie das mobile.de Datendashboard. mobile.de/moredata

Finden Sie alle Quellen aus dem mo:re Report 2023 hier: promo.mobile.de/sites/more/ausblick-2023#quellen