

Medienmitteilung
Zürich, 16. Februar 2023

Analyse von AutoScout24: Danach suchen User:innen auf dem Online-Marktplatz

Der Online-Marktplatz AutoScout24 verzeichnete im Jahr 2022 rund 25 Millionen Besuchende. Die Analyse der Plattform zeigt, dass im vergangenen Jahr vor allem SUVs und Autos mit klassischen Farben wie schwarz oder weiss gefragt waren. Bei den Treibstoffarten geht die Suche immer gezielter nach Autos mit alternativen Antriebsarten. Am beliebtesten war aber weiterhin der VW Golf - die Inserate jenes Modells wurden auf AutoScout24 am häufigsten angeklickt. Nimmt man die Auswertungen der Plattform zur Hand und würfelt die auffälligsten Daten und Analysen zu einer fiktiven Person zusammen, so wäre der typische AutoScout24-Besuchende zwischen 25 und 44 Jahre alt und suchte abends über sein Smartphone nach seinem Traumauto.

2022 waren auf AutoScout24 insgesamt über 750'000 verschiedene Fahrzeuge inseriert. Gar nicht so einfach in der Fülle an Angeboten sein Traumauto zu finden. Soll es ein neues oder gebrauchtes Auto sein? Mit welchem Treibstoff soll das Fahrzeug angetrieben werden? Gibt es eine Präferenz nach einer bestimmten Marke, einem bestimmten Modell oder einer bestimmten Farbe? «Anhand unserer Analysen sehen wir, dass die Leute häufig zuerst nach Marke und Modell suchen», sagt Mathias Jenny, Head of User Experience Research bei AutoScout24. So führte im Jahr 2022 der VW Golf die Rangliste der gefragtesten Fahrzeuge an. Rund 7 Millionen mal wurden die Inserate des VW-Klassikers letztes Jahr auf dem Online-Marktplatz angeklickt. Die Platzierung erstaunt Maurice Acker, Director Business Customers bei AutoScout24, nicht: «Das Modell gibt es fast seit 50 Jahren und ist somit über viele Generationen hinweg bekannt. Hinzu kommt, dass der Golf ein sehr kompaktes und vielseitig einsetzbares Auto ist. Weiter hat das Modell eine sehr gute Wertbeständigkeit.» Auf Platz zwei schaffte es der Porsche 911 mit rund 5.3 Millionen Seitenansichten. Der Skoda Octavia folgte auf dem 3. Rang mit rund 2.5 Millionen Klicks. Platz 4 ging an den BMW X5 und Platz 5 an den VW Tiguan.

Die Schweiz ist ein SUV-Land

«Meist erst in einem nächsten Schritt schränken die Leute ihre Suche immer gezielter ein, wie beispielsweise nach Aufbauart, Treibstoffart oder Farbe», erläutert Mathias Jenny weiter. Waren Ende Dezember 2021 Kombis noch die gefragteste Aufbauart, wurden die Suchanfragen übers Jahr hindurch immer weniger. Während dem Monat April nahmen hingegen die Suchanfragen nach SUVs immer mehr zu, wodurch ab Mai 2022 eine Wachablösung stattfand. Für Maurice Acker ist dies keine Überraschung: «Die Schweiz ist seit Jahren ein SUV-Land. Die Fahrzeuge gelten als sicher und die leicht höhere Sitzposition bietet einen guten Überblick. Hinzu kommt, dass SUVs als Statussymbol mehr hergeben als ein Kombi oder ein Kleinwagen.» An dritter Stelle im Ranking tummelten sich Limousinen. Die anderen Aufbauarten wie Kleinwagen, Minivans, Cabriolets oder Pick-ups waren für die Konsument:innen eher uninteressanter.

Alternative Antriebe werden immer gefragter

Wirft man einen Blick auf die Filterfunktion nach Treibstoffart, suchten Konsument:innen letztes Jahr auf AutoScout24 nach wie vor am häufigsten nach konventionellen Verbrennern, also nach Benzin- oder Dieselfahrzeugen. Deren Anteil wird jedoch immer kleiner. Dafür holt die Suche nach alternativen Antriebsformen, also Fahrzeuge mit rein batterieelektrischem Antrieb, Hybride, Plug-in-Hybride, Brennstoffzellenantriebe oder Gasverbrennungsantriebe, immer mehr auf. «Das Bewusstsein für klimaneutrales Fahren nimmt immer mehr zu. Dies zeigen auch die Suchanfragen auf AutoScout24. Besonders beliebt waren letztes Jahr vor allem E-Autos. Im Vergleich zu 2021 ist inzwischen fast jede dritte Suchanfrage auf Elektrofahrzeuge ausgerichtet. Ich bin mir sicher, dass sich die E-Mobilität in Zukunft als Leittechnologie bei Personenfahrzeugen durchsetzen wird», sagt Maurice Acker.

Bei der Farbe muss es klassisch sein

Die Trendfarbe für das Auto war im Jahr 2022 schlicht und einfach schwarz oder weiss. Rund zwei Drittel aller Besuchenden von AutoScout24 stellten den Farb-Filter nach diesen Farben ein. Also eigentlich alles sogenannte «Nichtfarben». Deutlich dahinter folgten die Farben blau, rot und grau. Suchanfragen nach exotischen Farben, wie beispielsweise gelb oder orange, gab es nur ganz wenig.

Alle Altersgruppen auf AutoScout24 vertreten

Schaut man sich die Besuchenden von AutoScout24 genauer an, ist zu erkennen, dass alle Altersgruppen auf dem Online-Marktplatz vertreten sind. Jedoch sind fast die Hälfte der User:innen zwischen 25-44 Jahre alt (35-44 Jährige 22.4%, 25-34 Jährige 22.2%). Hingegen sind die 18- bis 24-jährigen die kleinste Alterskategorie und machen nur gerade mal 10% der Besuchenden aus. Diese Altersverteilung ist für Mathias Jenny keine Überraschung: «Der Autokauf ist nach dem Immobilienkauf meist die zweit teuerste Investition im Leben. Also muss zunächst ein gewisser Sparanteil vorhanden sein, bis man sich ein eigenes Auto leisten kann. Diese Voraussetzung ist bei der Altersgruppe zwischen 25 und 45 Jahren meist erreicht. Deswegen ist es nicht verwunderlich, dass die jüngere Altersgruppe noch weniger vertreten ist. Ausserdem sind bei dieser Altersgruppe sogenannte Sharing-Modelle, also das Teilen des Fahrzeugs innerhalb der Familie oder unter Freunden sowie das Nutzen von kommerziellen Angeboten (Mobility Carsharing) häufiger verbreitet», kommentiert der Research-Experte. Die Verteilung der Altersstruktur ist über die letzten Jahre ungefähr gleich geblieben.

Stöbern am Abend übers Smartphone am beliebtesten

Was sich jedoch stark verändert hat, ist die Art und Weise, wie man sein Traumauto sucht. «Stöberte man vor etwa 50 Jahren noch sämtliche Zeitungsinserate durch, passiert dies heutzutage virtuell. Wir sehen, dass sich in den letzten Jahren das Stöbern auf digitalen Devices, also das Suchen mit Smartphones und Tablets, stark durchgesetzt hat», sagt Mathias Jenny. Denn gemäss Auswertungen von AutoScout24 tippten im letzten Jahr fast 16 Millionen User:innen autoscout24.ch auf ihrem Handy oder Tablet ein. Die Kategorie «Mobile Devices» macht somit den grössten Eingangskanal aus (63%). Im Jahr zuvor war dieser Anteil noch bei etwa 40%. Rund 7 Millionen Besuchende wählten sich am Computer auf autoscout24.ch ein. Bei der Analyse, wann die Leute auf der Plattform stöbern, zeigt sich, dass vor allem am Morgen ab 5.00 Uhr die Suche beginnt und die Suchanfragen bis 12.00 Uhr stark ansteigen. Am Mittag und frühen Nachmittag flacht die Kurve etwas ab, bevor sie dann ab 15.00 Uhr kontinuierlich ansteigt. Zwischen 20.00 und 21.00 Uhr ist der Höhepunkt erreicht, um diese Uhrzeit wird am meisten auf der Online-Plattform gestöbert. Ab 22.00 Uhr leitet sich die Kehrtwende ein und die Suchanfragen werden von Stunde zu Stunde weniger.

Datengrundlage

Analysiert wurden die Suchanfragen der User:innen auf AutoScout24, die sie über den Computer, das Smartphone, übers Tablet und / oder über die AutoScout24-App im Jahr 2022 (01.01. - 31.12.2022) tätigten. Die Suchanfragen wurden einerseits nach Anzahl User:innen, nach Anzahl Sessions und nach Anzahl Page Views untersucht.



Kontaktperson

Nathalie Heim
Communications Manager & Media Spokesperson
nathalie.heim@swissmarketplace.group
+41 31 744 12 65



Kontaktperson

Artur Zazo
Senior Communications Manager & Media Spokesperson
artur.zazo@swissmarketplace.group
+41 79 766 50 83

Die SMG Swiss Marketplace Group AG ist ein wegweisendes Netzwerk von Online-Marktplätzen und ein innovatives europäisches Digitalunternehmen, das den Menschen das Leben mit zukunftsgerichteten Produkten vereinfacht.

Die SMG Swiss Marketplace Group AG gibt ihren Kundinnen und Kunden die besten Tools für ihre Lebensentscheidungen an die Hand. Das Portfolio umfasst die Bereiche Real Estate (ImmoScout24, Homegate, ImmoStreet.ch, home.ch, Acheter-Louer.ch, CASASOFT, IAZI), Automotive (AutoScout24, MotoScout24, CAR FOR YOU), General Marketplaces (anibis.ch, tutti.ch, Ricardo) sowie Finance and Insurance (FinanceScout24). Das Unternehmen wurde im November 2021 von TX Group AG, Ringier AG, Die Mobiliar und General Atlantic gegründet.