

Zusatzdokument zur
Presse-Mitteilung

EV-Gebrauchtwagen-Studie 2025

Erwartungshaltung und Erfahrungen von EV-Gebrauchtwagen-Käufer:innen

Presse-Handout
07.10.25

USCALE GmbH
www.uscale.digital

Zielsetzung

Ausgangslage:

- Gebrauchtwagen sind ein wesentliches Element eines erfolgreichen Hochlaufs der Elektromobilität.
- Mit dem Rücklauf vieler Leasingfahrzeuge könnte der notwendige Impuls für den Gebrauchtwagenmarkt gegeben werden. Interessierte Käufer halten sich aber spürbar zurück, so dass der Gebrauchtwagenmarkt nur zögerlich in Gang kommt. Das wiederum bremst auch den Neuwagenmarkt.

Fragestellung:

- Wer sind Gebrauchtwagenkäufer? Was erwarten sie Gebrauchtwagenkäufer? Welche Informationsbedarfe haben sie? Wie unterscheiden sie sich vom EV-Neuwagenkäufer und vom Verbrennerkäufer?
- Was hält Interessierte vom Kauf eines EV-Gebrauchtwagens zurück? Sind es tatsächlich nur kostenbezogene und technologische Aspekte?
- Was können Händler tun, um die Zurückhaltung zu überwinden?
- Gibt es Unterschiede zwischen verschiedenen Teilzielgruppen?



Management Summary

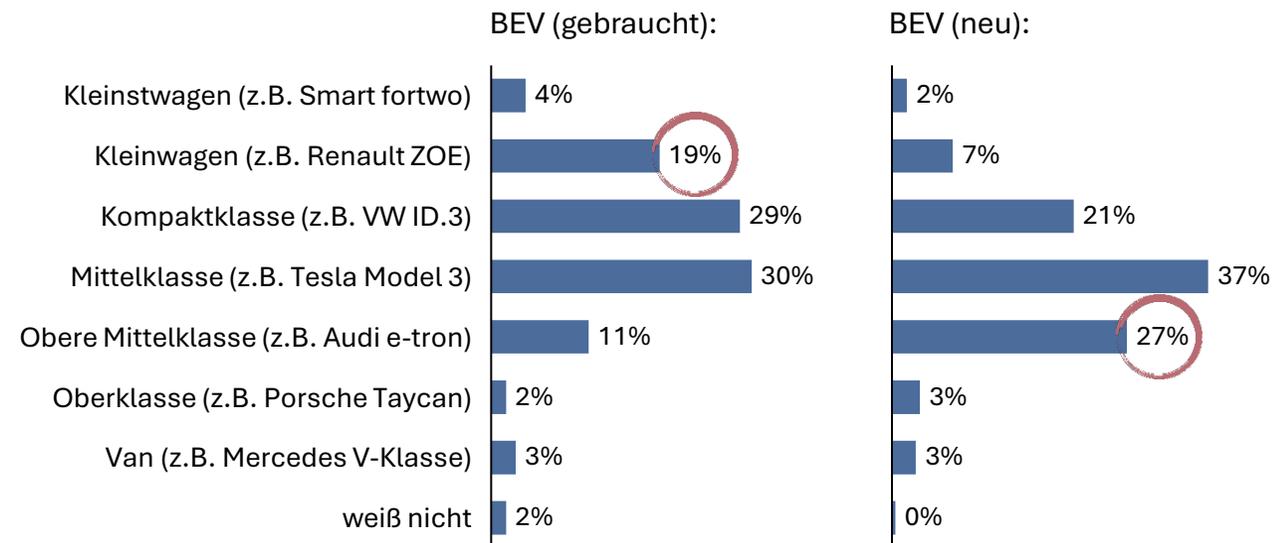
1

Kleinere Fahrzeugsegmente bevorzugt

Gebrauchtwageninteressierte suchen häufiger nach Kleinwagen als BEV-Neuwagen-Käufer.

Die derzeit von den Herstellern angebotenen EV-Produktpaletten sind begrenzt.

(Gesuchtes) Fahrzeugsegment:



Käufer: „In welchem Segment suchen Sie bevorzugt nach einem Auto?“

Besitzer: “Zu welchem Segment gehört Ihr [Automarke]?”

Management Summary

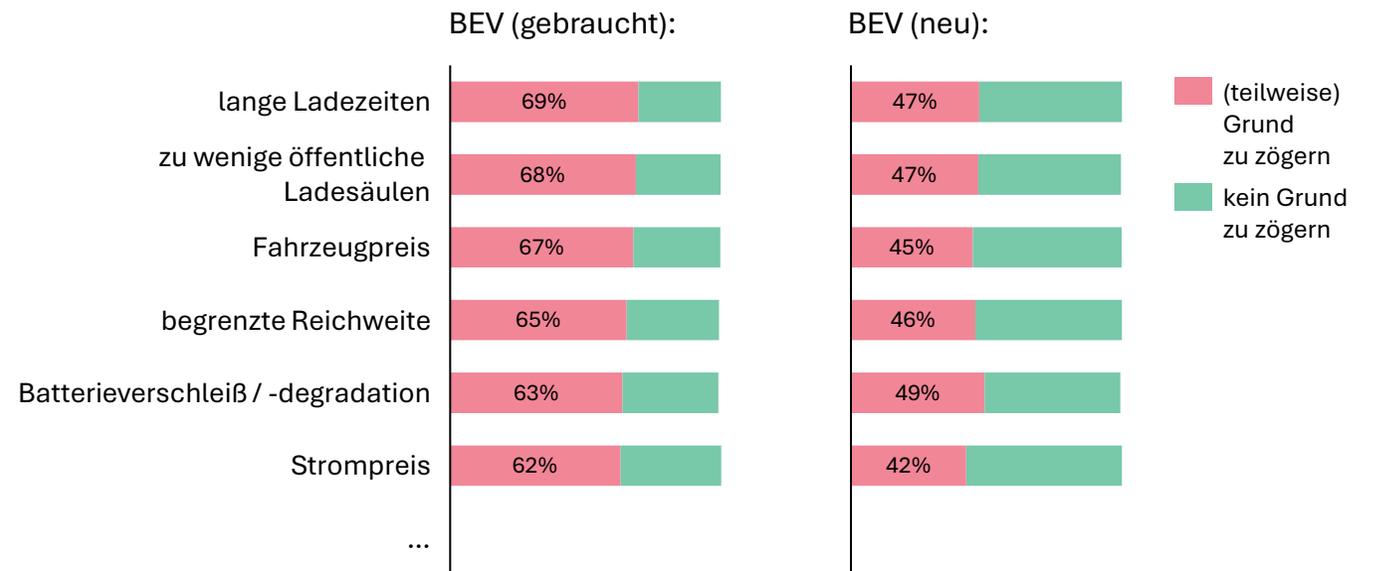
2

Viele Gründe für Zögern bei gebrauchten BEV

Fast alle genannten Gründe ließ mindestens die Hälfte der Gebrauchtwageninteressierten (teilweise) zögern.

Die Top 3 Nicht-Kaufgründe sind lange Ladezeiten, zu wenig öffentliche Ladesäulen und der Fahrzeugpreis. Die Reichweite kommt (erst) auf Platz 4.

Nicht-Kaufgründe (gebrauchter) BEV:



Käufer: „Inwieweit lassen Sie (bisher) die folgenden [...] Aspekte vom Kauf eines [gebrauchten] E-Autos zögern?“

Besitzer: „Inwieweit ließen Sie die folgenden [...] Aspekte vom Kauf eines [gebrauchten] E-Autos zögern?“

Management Summary

3

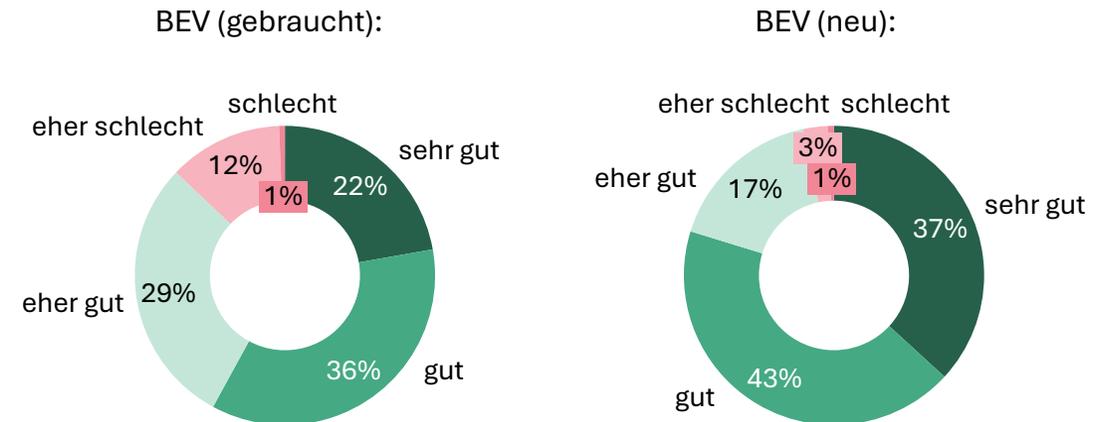
Weniger Vorwissen bei BEV-Gebrauchtkäufern

BEV-Gebrauchtwageninteressierte fühlen sich deutlich weniger gut über Elektroautos vorinformiert als BEV-Neuwagenkäufer.

Für Händler bedeutet das, dass sie sich für Kauf-Interessierte mehr Zeit nehmen müssen.

Ergebnisse zur Zufriedenheit von Gebrauchtwagenkäufern zeigen, dass Gebrauchtwagenverkäufer diesem Bedarf nicht gerecht werden.

Wissensstand zu Elektroautos:



Generell:
Wie gut fühlen Sie sich über rein batteriebetriebene Elektroautos informiert?“

Management Summary

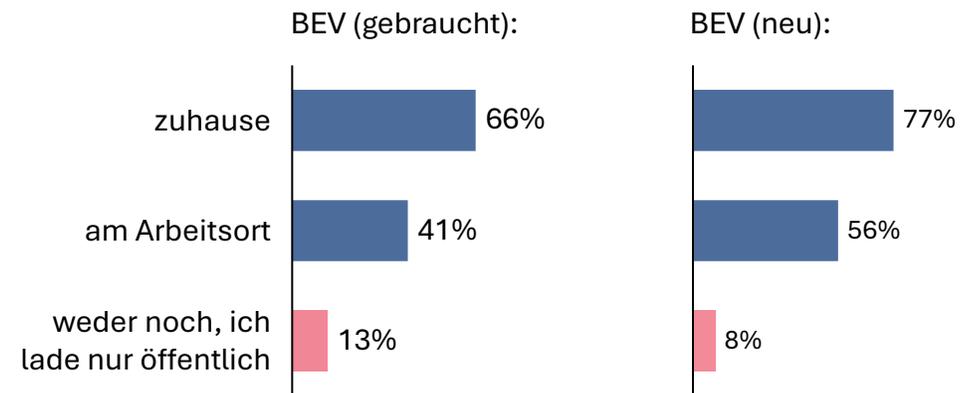
4

Öffentliche Ladeinfrastruktur vor allem für BEV-Gebrauchtwagen relevant

Der Anteil der BEV-Gebrauchtwagenkäufer, die sich bereits heute einen BEV vorstellen können und die zuhause oder beim Arbeitgeber laden können, ist deutlich geringer als bei Neuwagenkäufern.

Das unterstreicht die Bedeutung der öffentlichen Ladeangebote gerade für den Gebrauchtwagenmarkt.

Wissensstand zu Elektroautos:



Käufer: „Laden Sie Ihren [Automarke] zuhause oder beim Arbeitgeber?“

Besitzer: “Wenn Sie dann ein E-Auto haben: Werden Sie zuhause oder beim Arbeitgeber laden können?“
(Mehrfachantworten möglich)

Zielgruppe

Umfrage:

- Zielgruppe: Besitzer von gebrauchten batteriebetriebenen Elektrofahrzeugen (BEV)
Besitzer von gebrauchten Verbrennerfahrzeugen (ICE) und BEV-Neuwagenkäufern als Referenz
- Methode: Online-Umfrage (CAWI)
- Markt: Deutschland
- Rekrutierung: Social Media, Access Panels
- Dauer des Interviews: 15 Minuten
- Feldphase: Juni - Juli 2025

Stichprobe:

- BEV-Gebrauchtwagen-Käufer: N = 1.263
- Referenzgruppen:
 - BEV-Neuwagen-Käufer: N = 532
 - Verbrenner-Gebrauchtwagen-Käufer: N = 1.265





SCALE YOUR USER
SCALE YOUR BUSINESS

Dr. Axel Sprenger

Geschäftsführer
USCALE GmbH

mail axel.sprenger@uscale.digital
fon +49 172-1551 820
web www.uscale.digital
post Silberburgstraße 112
70176 Stuttgart

