



M

Gebrauchte E-Autos: Strukturelles Wachstum, Nachfrageentwicklung, operative Konsequenzen

Marktentwicklung, Markenvergleich und
Handlungsempfehlungen für den Fahrzeughandel

Juni 2026

Eine gemeinsame Publikation von:

mobile.de
Deutschlands größter Fahrzeugmarkt



Vorbemerkung

Dieses Whitepaper analysiert den deutschen Markt für gebrauchte batterieelektrische Fahrzeuge auf Basis von Plattformdaten von mobile.de für den Zeitraum Mai 2024 bis April 2026.

Bevor die Befunde präsentiert werden – eine methodische Einordnung: Der Beobachtungszeitraum schließt eine Phase außergewöhnlicher externer Effekte ein – darunter der geopolitische Konflikt im Nahen Osten, der die Kraftstoffpreise zum Jahresanfang 2026 signifikant ansteigen ließ. Einzelne Nachfragesignale in den Daten sind daher möglicherweise temporärer Natur. Wo das der Fall ist, wird es im Text explizit kenntlich gemacht.



Ajay Bathia
CEO mobile.de



Sehr geehrte Damen und Herren,

der Gebrauchtwagenhandel befindet sich in einer Phase tiefgreifender Veränderungen. Besonders deutlich zeigt sich das im Segment gebrauchter Elektrofahrzeuge: Das Angebot wächst, die Nachfragedynamik nimmt zu, und der Beratungsbedarf auf Kundenseite steigt. Was lange vor allem ein Thema für Neuwagenkunden, Flotten und Förderprogramme war, ist inzwischen im Tagesgeschäft des Handels angekommen.

mobile.de verfolgt diese Entwicklung anhand täglich erhobener Plattformdaten: Angebotsvolumina, Preisverläufe und Anzeigzeiten bilden den Markt in Echtzeit ab. Diese Daten ergänzen – ohne sie zu ersetzen – die Erfahrung und das Marktgespür des Handels. Sie ermöglichen es, Entwicklungen frühzeitig zu erkennen, fundierter einzuordnen und konkrete Handlungsempfehlungen abzuleiten.

Dieses Branchenpapier, das wir gemeinsam mit dem ZDK vorlegen, verbindet belastbare Marktdaten mit praktischer Handelserfahrung. Dabei legen wir Wert auf analytische Integrität: Wo die Datenlage keine eindeutigen Schlüsse zulässt, sagen wir das. Echte Orientierung entsteht nicht durch Überdehnung von Daten, sondern durch klare Einordnung dessen, was wir wissen – und was wir noch nicht wissen.

Thomas Peckruhn
ZDK Präsident



Gebrauchte E-Fahrzeuge gewinnen an Bedeutung

Die Elektromobilität entwickelt sich zunehmend von einem Neuwagen- zu einem Gebrauchtwagenmarkt. Immer mehr Fahrzeuge gelangen aus Leasing- und Flottenbeständen in den Handel, gleichzeitig wächst die Zahl der verfügbaren Marken und Modelle. Das sorgt für eine größere Auswahl und attraktivere Preise – und macht Elektromobilität für immer mehr Menschen erreichbar.

Zugleich verbessern sich die Rahmenbedingungen kontinuierlich. Die Ladeinfrastruktur wächst, die Fahrzeugtechnik entwickelt sich weiter und viele Verbraucher bewerten ihre Mobilitätskosten neu. Nicht zuletzt die zuletzt gestiegenen Benzin- und Dieselpreise haben dazu beigetragen, dass Elektrofahrzeuge stärker in den Fokus rücken.

Die steigende Nachfrage nach gebrauchten Elektrofahrzeugen ist deshalb das Ergebnis eines Zusammenspiels verschiedener Faktoren: mehr Angebot, attraktivere Preise, bessere Infrastruktur, politische Impulse und ein zunehmendes Vertrauen in die Technologie.

Für den Fahrzeughandel eröffnet diese Entwicklung erhebliche Chancen. Denn gerade beim Kauf eines gebrauchten Elektrofahrzeugs sind Beratung, Transparenz und Vertrauen entscheidende Erfolgsfaktoren.

Dieses E-Paper beleuchtet aktuelle Entwicklungen, Herausforderungen und Perspektiven rund um die Vermarktung gebrauchter Elektrofahrzeuge und soll Händlern wertvolle Impulse für die Praxis geben.

Die öffentliche Debatte über den Hochlauf der Elektromobilität konzentriert sich häufig auf Neuzulassungszahlen. Die entscheidende Bewährungsprobe findet jedoch an anderer Stelle statt: Erst auf dem Gebrauchtwagenmarkt zeigt sich, ob batterieelektrische Fahrzeuge auch ohne staatliche Förderkulisse und ohne die Kaufbereitschaft technik-affiner Frühkunden dauerhaft wettbewerbsfähig sind. Für viele Verbraucher wird der erste Kontakt mit einem Elektrofahrzeug über ein gebrauchtes Modell stattfinden – zu niedrigeren Anschaffungskosten und mit der Möglichkeit, Alltagstauglichkeit anhand konkreter Fahrzeugdaten zu beurteilen.

Drei strukturelle Merkmale unterscheiden dieses Segment von klassischen Gebrauchtwagensegmenten:

1 Der Angebotsaufbau folgt einem planbaren Zyklus

Leasing- und Flottenrückläufer gelangen klassischerweise mit vorhersehbarer Verzögerung von zwei bis vier Jahren nach Erstzulassung in den Gebrauchtwagenmarkt. Das aktuell zu beobachtende Angebotswachstum ist entsprechend eine strukturelle Konsequenz der steigenden Zahl an Neuzulassungen der Jahre 2021 bis 2023.

2 Beratungsintensität:

Die **Kaufentscheidung bei BEV ist komplexer als bei Verbrennern**. Kunden bewerten nicht nur Fahrzeug und Preis, sondern ein Nutzungssystem: Ladeinfrastruktur, Reichweite, Stromkosten, Softwarestand, Batteriezustand und Garantiumfang. Das erhöht den Beratungsbedarf und die Anforderungen an die Fahrzeugdokumentation.

2 Nachfragevolatilität:

Die Nachfrage reagiert mitunter sensibel auf externe Faktoren. **Veränderungen bei Kraftstoffpreisen, Förderprogrammen oder regulatorischen Rahmenbedingungen** können die relative Attraktivität gebrauchter E-Autos kurzfristig erheblich verschieben. Das macht das Segment volatiler als klassische Gebrauchtwagenkategorien – und erfordert eine höhere Reaktionsfähigkeit im Pricing und Bestandsmanagement.

Konsequenz für den Handel: Gebrauchte Elektrofahrzeuge sind längst kein Nischensegment mehr, das parallel zum Kerngeschäft mitläuft. Sie erfordern zukünftig eine eigenständige operative Logik – beim Einkauf, bei der Preisstellung, in der Aufbereitung, bei der Batteriedokumentation und in der Kundenberatung.

Händler, die diese Logik frühzeitig aufbauen, verschaffen sich einen strukturellen Vorteil in einem Segment, das in den nächsten Jahren weiter an Volumen gewinnen wird.

Der indexierte Angebotsbestand gebrauchter batterieelektrischer Pkw auf mobile.de stieg zwischen Mai 2024 und Februar 2026 auf 127,6 (Basis: Mai 2024 = 100) und fiel bis April 2026 auf 100,4 zurück – nahezu exakt auf das Ausgangsniveau.

Steigende Zahlen ab Februar 2026 sind gesondert einzuordnen

Sie fallen in eine Phase, in der ein geopolitischer Konflikt – der Irankrieg im Frühjahr 2026 – die Kraftstoffpreise kurzfristig stark ansteigen ließ. Dieser externe Schock hat das Interesse und die Nachfrage nach gebrauchten E-Autos temporär beschleunigt und den Bestand entsprechend

schneller reduziert. Der anschließende Rückgang des Bestandsindex auf 100,4 im April 2026 ist damit primär als Normalisierung nach einem außergewöhnlichen Nachfrageschub zu betrachten. Bereinigt man diesen Effekt, ergibt sich folgendes Bild: Angebot und Nachfrage haben

sich im Beobachtungszeitraum strukturell weitgehend im Gleichgewicht gehalten – obwohl der Angebotseinfluss aus dem Leasingzyklus kontinuierlich gewachsen ist.

Entscheidend für die mittelfristige Perspektive ist der Blick auf den Nachschub aus dem Neuwagenmarkt: Zwischen Juni 2025 und Mai 2026 wurden laut Kraftfahrt-Bundesamt 627.528 batterieelektrische Pkw in Deutschland neu zugelassen ^[1]. Diese Fahrzeuge werden in den nächsten ein bis drei Jahren in Teilen als junge Gebrauchte auf den Markt kommen und das Angebot weiter verbreitern. Stetiges Angebotswachstum ist entsprechend ein Trend mit planbarem Horizont.

Implikation für den Handel

Der Markt für gebrauchte E-Autos wächst – und die Basisnachfrage hält mit diesem Wachstum bisher Schritt. Externe Faktoren können diese Nachfrage zusätzlich kurzfristig deutlich über das Basisniveau heben. Händler werden in den nächsten Jahren

mit einem weiter wachsenden Volumen gebrauchter E-Autos konfrontiert – als Inzahlungnahme, über den Einkauf oder als Leasingrückläufer.

Wer heute keine Prozesse für Bewertung, Aufbereitung und Vermarktung dieses Segments aufbaut, wird diesen Bestand unter Druck managen müssen. Wer sie aufbaut, kann von Nachfrageschüben – strukturellen wie externen – profitieren.

Ausblick: Weitere Faktoren für zukünftige Beschleunigung

Zusätzlichen Schub könnte die ab 2027 steigende CO₂-Abgabe im Rahmen des nationalen Emissionshandels liefern. ^[2] Steigende Kraftstoffkosten erhöhen den relativen Kostenvorteil elektrischer Fahrzeuge – insbesondere für gewerbliche Nutzer mit hohen Jahresfahrleistungen. Sollte dieser Effekt eintreten, wäre mit einem weiteren Anstieg der Flottenabgaben und damit perspektivisch des Angebots gebrauchter E-Autos zu rechnen.

[Diese Prognose bleibt abhängig von der tatsächlichen Preisentwicklung im Emissionshandel und wird hier als mögliches Szenario, nicht als gesicherte Aussage eingeordnet.]

Die Plattformdaten von mobile.de liefern zwei Indikatoren für die Nachfrageentwicklung: die Anzeigezeit (Dauer eines Inserats bis zu seiner Beendigung) und den Preisindex. Beide zeigen im vorliegenden Beobachtungszeitraum Bewegung.

Anzeigezeit: Ein starkes Signal

Die Anzeigezeit gebrauchter E-Autos auf mobile.de sank bis April 2026 auf einen Indexwert von 61,8 (Basis: Mai 2024 = 100).^[3]
Fahrzeuge fanden damit deutlich schneller Käufer als im Referenzmonat.

Methodische Einschränkung: Der Beobachtungszeitraum fällt in eine Phase signifikant gesteigener Kraftstoffpreise, ausgelöst unter anderem durch geopolitische Ereignisse. Steigende Spritkosten erhöhen die relative Attraktivität von E-Fahrzeugen kurzfristig – ohne dass sich die strukturellen Kaufbarrieren (Ladeinfrastruktur, Reichweitenbedenken, Restwertrisiko) verändert hätten. Kürzere Anzeigezeiten können daher sowohl strukturelle Nachfragerreifung als auch eine temporäre Verschiebung durch externe Kosteneffekte widerspiegeln. Die vorliegenden Daten erlauben keine Unterscheidung zwischen diesen beiden Erklärungen.

Preisindex: Korrektur und partielle Erholung

Der Preisindex fiel im Februar 2026 auf 92,0 und erholte sich bis April 2026 auf 97,3. Der Rückgang ist plausibel erklärbar durch das gestiegene Angebotsvolumen: Mehr Ware im Markt erhöht den Preisdruck. Die anschließende Erholung könnte auf eine Annäherung von Angebot und Nach-

frage hindeuten – sie kann aber ebenso eine nachfragegetriebene Preisstabilisierung durch den Kraftstoffpreisschock sein, die sich bei veränderten Rahmenbedingungen wieder umkehrt.

Pauschale Bewertungsabschläge auf gebrauchte E-Autos sind unter diesen Bedingungen nicht länger gerechtfertigt. Eine differenzierte Preisargumentation auf Basis von Marke, Modell, Batteriezustand, Laufleistung, Softwarestand und Garantiumfang ist sowohl möglich als auch notwendig.

Drei Signale aus den mobile.de-Daten

Kennzahl	Indexwert	Einordnung
Angebotsbestand BEV gebraucht	Februar 2026: 127,6	Anfang 2026 stand deutlich mehr Ware im Markt als im Referenzmonat.
Anzeigezeit BEV gebraucht	April 2026: 61,8	Gebrauchte E-Autos bleiben spürbar kürzer online als im Mai 2024.
Angebotspreis BEV gebraucht	April 2026: 97,3	Nach dem Rückgang im Frühjahr zeigt der Preisindex wieder nach oben.

Externe Faktoren als Nachfragebeschleuniger: Operativ relevant, strukturell offen

Auch wenn die strukturelle Belastbarkeit der Nachfragesignale begrenzt ist, liefert die Datenlage einen wichtigen Befund für die operative Steuerung: Externe Faktoren können die Nachfrage nach gebrauchten E-Autos schnell und erheblich beeinflussen.

Steigende Kraftstoffpreise, veränderte Förderbedingungen oder neue regulatorische Impulse – etwa die CO₂-Abgabe ab 2027 – wirken als Beschleuniger, die Kaufentscheidungen in kurzer Zeit verschieben können. Händler, die auf solche Verschiebungen nicht vorbereitet sind, verlieren Marge durch zu späte Preisanpassungen oder verpassen Nachfragespitzen durch fehlenden Bestand. Händler, die über Preisflexibilität, Dateninfrastruktur und eine klare Bestandsstrategie verfügen, können von diesen Momenten profitieren. Wer hingegen das Segment mit pauschalen Annahmen steuert, wird von externen Schocks überrascht. Wer es mit Daten steuert, kann antizipieren.

4 Markenvergleich



Nicht jede Marke profitiert gleich vom wachsenden Interesse an gebrauchten E-Autos. Die mobile.de-Daten zeigen deutliche Unterschiede darin, welche Marken mit ihren E-Modellen überdurchschnittliche Aufmerksamkeit erzeugen. Für Händler ist das eine direkt verwertbare Information: Sie zeigt, wo sich

Einkauf, Bestandsaufbau und Vermarktungsaufwand voraussichtlich lohnen.

Als Nachfrageindikator dient die Anzahl der Inseratsaufrufe pro Fahrzeug, berechnet innerhalb derselben Marke und desselben Zeitfensters. Dieser Ansatz reduziert allgemeine Marktver-

zerrungen – kann jedoch nicht vollständig ausschließen, dass der Kraftstoffpreisschock infolge des Irankriegs die Nachfrage innerhalb von Markenportfolios asymmetrisch zugunsten von E-Modellen verschoben hat. Die Befunde sind daher insbesondere als Richtungssignale zu lesen.

Junge Gebrauchte (Erstzulassung ab 2022)

Bei 14 der 15 meistgesuchten Marken auf mobile.de erzielen gebrauchte E-Modelle mehr Views pro Fahrzeug als Verbrenner und Hybride derselben Marke. Die Breite und Konsistenz dieses Musters – über Premiummarken, Volumenmarken und verschiedene Preisklassen hinweg – macht es zu einem starken Signal.

Marke	Andere	Elektro	Marke	Andere	Elektro
	127,6	217,1		108,9	133,4
	100,0	186,3		95,3	129,5
	199,0	185,5		97,1	115,8
	77,3	184,5		79,3	106,8
	119,2	161,9		63,8	106,1
	73,2	158,2		54,5	97,7
	106,7	152,5		75,4	90,1

Nachfrageindex: Views pro Fahrzeug nach Antrieb. Junge Gebrauchte ab Erstzulassung 2022.

Index: Audi (andere Antriebe) = 100. **Datenbasis:** mobile.de, April 2026.

An der Spitze steht BMW mit einem Elektro-Index von 217,1 gegenüber 138,7 für andere Antriebe. Für Händler mit BMW-Bestand bedeutet das: Wer gebrauchte BMW-E-Modelle sichtbar und gut dokumentiert anbietet, bedient eine messbar höhere Nachfrage als mit vergleichbaren Verbrennern. Ähnlich ausgeprägt ist der Abstand bei Cupra – E-Modelle erreichen 161,3, andere Antriebe nur 66,2 – sowie bei Skoda und Volkswagen, wo elektrische

Modelle jeweils mehr als doppelt so viele Views pro Fahrzeug erzielen wie der Rest des Portfolios.

Eine Ausnahme bildet Porsche: Hier liegen Verbrenner und Hybride mit 199,0 knapp vor den E-Modellen (185,5). Das ist kein Schwächesignal für Porsche-BEV, sondern ein Hinweis auf die starke Gesamtnachfrage der Marke – beide Antriebsarten performen weit über dem Referenzwert.

Am unteren Ende der Elektro-Nachfrage rangieren Toyota (90,1), Opel (97,7) sowie Renault und Peugeot knapp über 106. Für Händler, die diese Marken im BEV-Bestand führen kann das ein relevantes Signal sein: Selektiver Einkauf mit klarer Preispositionierung kann hier die sinnvollere Strategie sein gegenüber einem Volumenaufbau.

Ältere Jahrgänge (Erstzulassung 2018 bis 2022)

Das grundlegende Muster wiederholt sich: E-Modelle erzielen in den meisten Marken höhere Views pro Fahrzeug als andere Antriebe. Für Händler relevant ist dabei die Frage nach dem Preis-Nachfrage-Verhältnis: Ältere E-Jahrgänge sind günstiger in der Beschaffung und sprechen eine andere Käufergruppe an – preissensiblere Kunden, für die der Einstieg in die Elektromobilität über ein gebrauchtes Fahrzeug unter 15.000 Euro attraktiv ist.

Wer in diesem Segment aktiv ist, sollte Batteriedokumentation und Ladehistorie besonders sorgfältig aufbereiten: Gerade bei älteren Fahrzeugen ist die Unsicherheit über den Batteriezustand der häufigste Grund für Kaufzurückhaltung.

Was Händler daraus ableiten können

Die Daten geben eine Orientierung: Gebrauchte E-Modelle der Marken BMW, Audi, Skoda, Cupra, Mercedes-Benz und Volkswagen erzeugen überdurchschnittliche Aufmerksamkeit pro Fahrzeug. Wer diese Fahrzeuge gezielt beschafft, sauber dokumentiert und mit einer

differenzierten Preisargumentation vermarktet, arbeitet mit dem Markt, nicht gegen ihn.

Gleichzeitig gilt: Ein hoher Nachfrageindex bedeutet auch stärkeren Wettbewerb um eben diese Fahrzeuge im Einkauf. Wer zu spät

einkauft oder zu undifferenziert bewertet, zahlt möglicherweise zu viel – und verliert die Marge, die der Nachfragevorteil eigentlich bieten würde. Datenbasierter Einkauf und schnelles Pricing sind daher zwei Seiten derselben Medaille.

Implikation für die Bestandsplanung: Marke allein ist kein hinreichendes Kriterium für Einkaufsentscheidungen im BEV-Segment. Kunden priorisieren konkrete Nutzungsvorteile: Reichweite, Ladeleistung, Softwarestand, Batteriezustand, Garantie und Preis. Die Marke bleibt ein Vertrauensanker, hat aber ihre frühere Dominanz als alleiniges Entscheidungskriterium verloren. Die Daten geben Händlern eine klare Orientierung, welche Marken und Modelle bei gebrauchten E-Autos überdurchschnittliche Aufmerksamkeit erzeugen – und wo Erklärungsaufwand und Preisargumentation besonders wichtig sind.

Chinesische Elektromarken sind im deutschen Gebrauchtwagenmarkt angekommen. Der indexierte Angebotsbestand chinesischer BEV-Marken auf mobile.de lag im Februar 2026 bei 496,0, nahezu dem Fünffachen des Referenzniveaus von Mai 2024, und im April 2026 noch bei 414,5. Kein anderes Segment des E-Gebrauchtwagenmarkts wächst angebotsseitig mit vergleichbarer Geschwindigkeit. Ein guter Grund, diesen Markt intensiv zu betrachten.

Bisher hält die Nachfrage mit diesem Angebotswachstum nicht Schritt. Kein chinesischer Hersteller ist derzeit in den Top 15 der meistgesuchten Marken auf mobile.de vertreten. Das ist jedoch weniger ein Urteil über die Qualität der Nachfrage als ein Hinweis auf die noch kurze Marktpräsenz: Marken mit geringem Grundbestand erzeugen zwangsläufig weniger absolute Suchanfragen.



500

**Indexentwicklung des Angebotsbestands:
BEV-Gebrauchtwagen gesamt und
BEV-Gebrauchtwagen chinesischer Marken.**

Referenz Mai 2024 = 100. Aussage: Chinesische Marken haben im E-Gebrauchtwagenmarkt deutlich an Sichtbarkeit gewonnen. Wie es weitergeht, hängt stärker von Markenqualität, Serviceversprechen, Preispositionierung und Beratungsleistung ab.

**Bestand
chinesischer
E-Fahrzeuge**

100

Juli 2024

Juli 2025

Januar 2026

Kunden lehnen neue Marken nicht grundsätzlich ab. Was sie brauchen, sind nachvollziehbare Antworten auf drei Fragen: Wer steht hinter diesem Fahrzeug? Was passiert, wenn etwas nicht stimmt? Und was ist das Auto in zwei Jahren noch wert? Händler, die diese Fragen nicht beantworten können, werden Schwierigkeiten haben, chinesische E-Modelle zu marktgerechten Preisen zu verkaufen – unabhängig davon, wie attraktiv das Fahrzeug selbst ist.

Chinesische Marken sind dabei keine homogene Gruppe – und für Händler ist genau diese Differenzierung entscheidend. BYD und MG haben in Deutschland bereits funktionierende Vertriebs- und Servicenetze aufgebaut. Für Händler, die diese Fahrzeuge in den Bestand

nehmen, sind die wesentlichen Voraussetzungen – Ersatzteilversorgung, Werkstattzugang, Garantieabwicklung – grundsätzlich erfüllbar.

Das reduziert das Integrationsrisiko erheblich. Andere chinesische Anbieter verfügen

bisher über deutlich weniger gut ausgebaute Infrastrukturen. Hier ist das Risiko für den Händler höher: nicht, weil die Fahrzeuge schlechter sind, sondern weil im Servicefall die Kette nicht zuverlässig funktioniert – und das auf den Händler zurückfällt.



Was Händler jetzt tun sollten

Das Angebotswachstum chinesischer BEV-Marken rechtfertigt aktive Marktbeobachtung. Eine pauschale Empfehlung zum Bestandsaufbau gibt es nicht – wohl aber eine klare Prüfliste:

Ist für diese Marke ein Servicenetz vorhanden? Sind Garantiebedingungen und Ersatzteilversorgung verlässlich geklärt? Gibt es regionale Nachfrage, die sich in Probefahreranfragen oder Inse-ratsresonanz zeigt? Wer diese Fragen beantworten kann, hat eine valide Grundlage für eine selektive Bestandsentscheidung.

Die Plattformdaten beschreiben die Struktur des Marktes. Was davon im Tagesgeschäft ankommt, zeigen konkrete Rückmeldungen aus dem Handel. Dabei tauchen drei Themen konsistent auf: Preisstellung, verständliche Erklärung des Nutzungssystems und Transparenz beim Fahrzeugzustand.

- 1 BOB Automotive**
Stephan Beermann betont die Bedeutung einer aktiven Vermarktungsstrategie: „Eine aktive Vermarktung und wettbewerbsfähige Preisgestaltung sind entscheidend.“ Gebrauchte E-Autos verkaufen sich nicht über ihre technische Aktualität allein. Sie benötigen eine klare Positionierung und eine Ansprache, die die Informationsbedarfe der Kunden ernst nimmt.
- 2 Autohaus Böttcher**
Marko Böttcher verweist auf eine überraschend starke Nachfrage im unteren Preissegment: „Bei kleineren Modellen unter 20.000 Euro sehen wir eine überraschend gute Nachfrage, vorausgesetzt, der Preis stimmt.“ Damit rückt eine Käufergruppe in den Fokus, die primär über Budget, Fahrprofil und Ladeoptionen entscheidet. Wer über keine eigene Wallbox verfügt, benötigt Beratung zu Ladekosten, Reichweite und dem Ladealltag im öffentlichen Netz.
- 3 Autohaus Kurt Stricker**
Christoph Stricker macht auf den Zusammenhang zwischen Bestandsgröße und wahrgenommener Kompetenz aufmerksam: „Elektro-Kompetenz wird auch durch einen großen Bestand suggeriert.“ Sichtbarkeit erzeugt Vertrauen – und verpflichtet gleichzeitig: Wer mehrere elektrische Modelle führt, muss Fragen zu Softwareständen, Ladeleistung und Batteriegarantie sicher beantworten können.
- 4 Auto Eder Gruppe**
Christian Kraft beschreibt den Kauf eines gebrauchten Elektrofahrzeugs als komplexen Entscheidungsprozess, bei dem neben dem Fahrzeug selbst auch Ladeinfrastruktur, Reichweite und Wertentwicklung eine Rolle spielen: „Transparente Informationen zum Batteriezustand und belastbare Batteriezertifikate werden zunehmend zum Verkaufsfaktor.“ Dokumentierter Batteriezustand, Restgarantie und eine nachvollziehbare Prüfhistorie stützen den Preis und reduzieren die Kaufunsicherheit.



Fazit: Beratungsqualität ist kein weiches Differenzierungsmerkmal, sondern ein messbarer Wettbewerbsfaktor. Die Konvergenz der Rückmeldungen – Preis, Batterietransparenz, Alltagserklärung – deckt sich mit den Befunden aus den Plattformdaten und bestätigt, wo Handlungsbedarf besteht.

Strukturelles Angebotswachstum, relativer Nachfragevorteil für E-Modelle auf Markenebene, volatile externe Einflussfaktoren – das alles lässt sich zu einem konkreten Arbeitsprogramm zusammenfassen. Die folgenden Empfehlungen sind direkt aus den validierten Daten abgeleitet und gelten für Einzelbetriebe ebenso wie für große Handelsgruppen – mit unterschiedlichen Umsetzungswegen, bei identischen strategischen Prioritäten.



BEV-Prozesse jetzt aufbauen

Das Angebotswachstum ist strukturell und unabhängig von der kurzfristigen Nachfrageentwicklung. Händler, die heute keine Prozesse für Bewertung, Aufbereitung und Vermarktung gebrauchter E-Autos aufbauen, werden diesen Bestand unter Druck managen müssen. Der richtige Zeitpunkt für den Aufbau dieser Kompetenz ist vor dem Volumenwachstum – nicht danach.



Bestand marken- und modellspezifisch steuern

Die Nachfrageunterschiede zwischen Marken sind erheblich. BMW-, Audi- und Cupra-E-Modelle erzielen überdurchschnittliche Views pro Fahrzeug; Einkaufsentscheidungen sollten immer auch auf Basis von Nachfragedaten getroffen werden, nicht auf Basis von Markenintuition allein.



Preisstellung flexibel und datenbasiert halten

Externe Faktoren können die Nachfrage nach gebrauchten E-Autos schnell verschieben. Pauschale Bewertungsabschläge auf E-Fahrzeuge sind nicht länger gerechtfertigt. BEV-Preise sollten regelmäßig anhand von Nachfrageindikatoren, Anzeigzeiten und vergleichbaren Inseraten überprüft werden. Händler mit flexibler Preisstrategie können von Nachfragespitzen profitieren; Händler mit fixen Annahmen verlieren Marge.



Batterie sichtbar machen

Die Batterie ist das zentrale Vertrauenselement beim gebrauchten E-Auto. Batteriezertifikate, Prüfprotokolle, Restgarantie und Ladehistorie gehören in die Fahrzeugpräsentation. Sie stützen den Preis, reduzieren Kaufunsicherheit und verkürzen den Entscheidungsprozess. Das Bestätigen auch die Handelsstimmen: Batterietransparenz ist kein Nice-to-have, sondern ein Verkaufsfaktor.



Beratung als Wertschöpfung verstehen

Beim gebrauchten E-Auto kauft der Kunde ein Nutzungssystem: Laden, Reichweite, Stromkosten, Software, Garantie und Alltagstauglichkeit. Verkaufsteams müssen diese Themen strukturiert erklären können. Wer Beratung als Teil der Wertschöpfung versteht, differenziert sich vom Wettbewerb und rechtfertigt höhere Preise.



Neue Marken selektiv und kriterienbasiert beobachten

Das Angebotswachstum chinesischer BEV-Marken rechtfertigt Marktbeobachtung und Bestandsanalyse. Entscheidend bleiben: Serviceinfrastruktur, Ersatzteilversorgung, Garantiebedingungen und – sobald verfügbar – belastbare Nachfragedaten auf Inseratebene.

Der Markt für gebrauchte batterieelektrische Fahrzeuge wächst. Das Angebot nimmt strukturell zu, getrieben durch den planmäßigen Rücklauf von Leasing- und Flottenfahrzeugen. Dieser Trend wird sich in den nächsten Jahren fortsetzen, unabhängig davon, wie sich die kurzfristige Nachfrage entwickelt.

Gleichzeitig ist die Nachfrage-seite dieses Segments komplexer und volatiler als klassische Gebrauchtwagenkategorien. Externe Faktoren – Kraftstoffpreise,

Förderprogramme, regulatorische Veränderungen – können die Nachfrage nach gebrauchten E-Autos schnell und erheblich beeinflussen. Das ist kein Argument gegen das Segment, sondern ein Argument für eine datenbasierte Steuerung, die auf Flexibilität ausgelegt ist.

Auf Markenebene zeigen die Daten einen robusten Befund: Gebrauchte E-Modelle erzielen innerhalb etablierter Markenportfolios überdurchschnittliche Aufmerksamkeit pro Fahrzeug.

Das ist ein Nachfragesignal, das Einkaufs- und Bestandsentscheidungen leiten kann – auch wenn es keine Aussage über die absolute Marktgröße trifft.

Händler, die das BEV-Segment mit datenbasierter Präzision steuern – beim Einkauf, in der Preisstellung, bei der Batteriedokumentation und in der Beratung – verschaffen sich einen messbaren Vorteil in einem Markt, der an Volumen und Komplexität gleichzeitig zunimmt.

Methodik und Begriffe

BEV-Gebrauchtwagen	Rein batterieelektrische Gebrauchtfahrzeuge gewerblicher Händler auf mobile.de.
Bestand	Durchschnittliche Zahl aktiver Inserate pro Monat (tägliche Messung).
Anzeigezeit / Standtage	Dauer eines Inserats bis zu seiner Beendigung, etwa durch Verkauf oder Rücknahme.
Nachfrage pro Fahrzeug	Inseratsaufrufe dividiert durch den durchschnittlichen Bestand der Marke im jeweiligen Monat.
Indexbasis	Bestand, Preis, Anzeigezeit: Mai 2024 = 100. Markenvergleich: Audi (andere Antriebe) = 100.
Markenvergleich	Top 15 Marken nach Inseratsaufrufen, gewerbliche Gebrauchtwagen, getrennt nach Antrieb und Erstzulassung (ab 2022 bzw. 2018 bis 2022).
Einbezogene chinesische Marken	Omoda & Jaecoo, Lynk & Co, BYD, Changan, BAIC, GWM, Foton, XPENG, u.a.
Datenquelle	Inserats- und Nachfragedaten von mobile.de, Mai 2024 bis April 2026.

Lust auf mehr Branchen-Insights?

Der neue m.Q-Report von mobile.de erscheint im November und bündelt die Entwicklungen, die jeder Autohändler kennen sollte.

Im Fokus stehen unter anderem Elektromobilität, Leasing, Gebrauchtwagen und internationale Marktbewegungen.



Hinweis zur Datenbasis

Die Auswertung basiert auf indexierten Daten von mobile.de für gebrauchte batterieelektrische Pkw. Absolute Stückzahlen, Inseratszahlen oder View-Zahlen werden nicht ausgewiesen. Die Daten zeigen Richtung und Dynamik der Marktentwicklung, treffen jedoch keine Aussage über die absolute Marktgröße.