

Presseinformation

AutoScout24 Umfrage: Markentreue beim Autokauf im Schwinden

Nur jede:r Zehnte bleibt der bisherigen Automarke konsequent treu. Für die Mehrheit geben letztlich Preis, Ausstattung und Verfügbarkeit den Ausschlag.

Wien, 09. September 2026 – Ob sportlicher Klassiker, verlässlicher Familienwagen oder vertraute Automarke: Beim Autokauf spielen persönliche Vorlieben eine wichtige Rolle. Doch wie eng ist die Bindung der Österreicher:innen an einen bestimmten Hersteller tatsächlich? Eine aktuelle, repräsentative Integral-Umfrage im Auftrag von AutoScout24 unter 500 Autobesitzer:innen zeigt, dass nur jede:r Zehnte der eigenen Automarke konsequent treu bleibt. Für die Mehrheit zählen neben dem Markennamen vor allem Preis, Ausstattung und Angebot. Besonders relevant ist die Marke für jüngere Käufer:innen.

„Markenbindung bedeutet heute nicht automatisch Markentreue. Gerade die unter 30-Jährigen haben besonders häufig eine bevorzugte Automarke, legen sich beim Kauf aber dennoch kaum darauf fest. Das zeigt, dass Marken für die Orientierung und Vorauswahl relevant bleiben, die tatsächliche Entscheidung jedoch meist erst im Vergleich mit konkreten Angeboten fällt“, so Nikolaus Menches, Country Manager von AutoScout24 Österreich.

Nur jede:r Zehnte bleibt der eigenen Automarke treu

Einmal BMW, immer BMW oder nach dem Volkswagen kommt wieder ein Volkswagen? So eindeutig ist die Markenbindung nur bei wenigen. 10 Prozent der Österreicher:innen wissen bereits heute, dass beim nächsten Autokauf praktisch nur die bisherige Marke infrage kommt. Deutlich mehr lassen sich zumindest auf andere Möglichkeiten ein. 25 Prozent haben zwar einen bevorzugten Hersteller, schauen sich aber auch bei der Konkurrenz um und treffen erst am Ende ihre Entscheidung.

Für die größte Gruppe ist das Logo auf der Motorhaube nur ein Teil des Gesamtpakets. 33 Prozent beziehen die Marke in ihre Überlegungen ein, lassen sich bei einem besseren Preis, einer attraktiveren Ausstattung oder einem überzeugenderen Angebot aber gerne umstimmen. Insgesamt 18 Prozent ist die Automarke zweitrangig. Sie greifen unabhängig vom Hersteller zu jenem Fahrzeug, das aktuell am besten zu ihren Bedürfnissen passt. Weitere 14 Prozent interessieren sich überhaupt nicht für den Namen auf dem Auto. Für sie zählen ausschließlich Preis, Funktionalität und Verfügbarkeit.

Unter 30-Jährige haben einen klaren Favoriten

Gerade die jüngere Generation weiß häufig genau, welche Marken ihr gefallen. Knapp jede:r Zweite ist markenaffin: 47 Prozent der 18- bis 29-Jährigen sind absolut markentreu oder haben einen bevorzugten Hersteller. Damit liegt ihr Anteil deutlich über jenem der 30- bis 49-Jährigen mit 30 Prozent und der 50- bis 69-Jährigen mit 36 Prozent.

Bei den 30- bis 49-Jährigen zählt am stärksten das Gesamtpaket. Für 39 Prozent ist die Automarke zwar relevant, aber eben nur einer von mehreren Faktoren. Wenn Preis, Ausstattung oder Angebot bei einem anderen Hersteller überzeugender ausfallen, wird gewechselt.

Männer etwas markenbewusster als Frauen

Bei der kompromisslosen Markentreue sind sich Männer und Frauen einig. Jeweils 10 Prozent bleiben ihrem bisherigen Hersteller treu. Einen klaren Favoriten haben Männer mit 28 Prozent jedoch häufiger als Frauen mit 23 Prozent. Frauen entscheiden dafür etwas öfter völlig unabhängig vom Markennamen. Für 16 Prozent von ihnen ist die Automarke egal, unter den Männern trifft das auf 11 Prozent zu.



Presseinformation

Wiener:innen lassen sich besonders leicht von Alternativen überzeugen

Wer in Wien ein besseres Angebot findet, verabschiedet sich offenbar besonders schnell von der bisherigen Marke. Für 46 Prozent der Wiener Autobesitzer:innen ist der Hersteller lediglich einer von mehreren Faktoren. Nur 7 Prozent bleiben der eigenen Automarke konsequent treu, 20 Prozent haben einen persönlichen Favoriten.

Im Osten Österreichs ist die feste Markenbindung mit 6 Prozent am geringsten. Gleichzeitig haben dort 26 Prozent eine bevorzugte Automarke. Im Westen sieht das etwas anders aus. Hier halten 15 Prozent ihrem bisherigen Hersteller die Treue und damit deutlich mehr als im österreichweiten Durchschnitt. Weitere 26 Prozent gehen mit einem klaren Favoriten auf Fahrzeugsuche.

Über die Trendumfrage:

* Für die Trendstudie hat Integral Markt- und Meinungsforschung im Jänner 2026 für AutoScout24 500 österreichische Autobesitzer:innen von 18 bis 69 Jahren online repräsentativ für diese Zielgruppe befragt.

Über AutoScout24 und gebrauchtwagen.at

AutoScout24 ist mit über 2 Millionen Fahrzeuginseraten, rund 30 Millionen monatlichen Nutzern und mehr als 45.000 Händlerpartnern einer der führenden Online-Automarktplätze in Europa. Neben Österreich ist die AutoScout24 Gruppe in den europäischen Kernmärkten Deutschland, Luxemburg, Niederlande, Italien, Frankreich, Belgien, Norwegen, Dänemark, Polen und Schweden vertreten und beschäftigt rund 2.000 Mitarbeitende in insgesamt 19 Ländern.

Die Plattform ermöglicht es Nutzern, Neu- und Gebrauchtwagen zu suchen, zu vergleichen, zu finanzieren, zu kaufen und zu verkaufen. Durch gezielte Akquisitionen hat AutoScout24 sein Leistungsportfolio in den vergangenen Jahren deutlich erweitert: Mit der Übernahme von LeasingMarkt.de im Jahr 2020 wurde Deutschlands größter Marktplatz für Leasingangebote integriert, seit 2022 gehört zudem die schnell wachsende B2B-Plattform AutoProff zur Gruppe. Ende 2024 erweiterte AutoScout24 mit der Übernahme der Trader Corporation (AutoTrader.ca und AutoHebdo.net) seine Präsenz erstmals auch nach Nordamerika.

In Österreich ist gebrauchtwagen.at seit 2017 Teil der AutoScout24-Gruppe. Gemeinsam verzeichnen die beiden Portale rund 7,2 Millionen Besuche pro Monat (Google Analytics Durchschnitt 2025) und bieten Nutzerinnen und Nutzern Zugriff auf rund 120.000 Fahrzeugangebote.

Weitere Informationen finden Sie unter [autoscout24.at](https://www.autoscout24.at) und [gebrauchtwagen.at](https://www.gebrauchtwagen.at)

Maria Hirzinger

Extern für AutoScout24 tätig

Tel.: 0043 699 195 444 62

E-Mail: maria.hirzinger_ext@autoscout24.com