

**Joachim Czychy**  
Landespressesprecher  
Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe  
Landesverband Niedersachsen-Bremen

---



## **Statement**

**Jahrespressekonferenz  
Niedersachsen**

**26. März 2026**

Der niedersächsische Gebrauchtwagenmarkt hat im vergangenen Autojahr zwei Gesichter gezeigt. Erstens ein fröhliches, zweites ein nachdenkliches. Das erste fröhliche Gesicht reflektiert den Gesamtmarkt mit 713.758 Pkw-Besitzumschreibungen, eine Steigerung von 1,2 Prozent. Das nachdenkliche Gesicht schaut auf die Veränderungen der Marktanteile und hier im Besonderen auf die hohen Verluste des Markenhandels. Sechs Prozentpunkte weniger für den Markenhandel sind auf die veränderte Vertriebslandschaft zurückzuführen, aber auch auf die steigende Preissensibilität der Privatkunden.

Gewinner 2025 waren der freie Gebrauchtwagenhandel mit einem Plus von 4 Prozentpunkten auf 38 Prozent und der Privatmarkt mit einer Steigerung von 2 Prozentpunkten auf 26 Prozent Marktanteil. Erstmals hat der freie Handel den Markenhandel im Gebrauchtwagenmarkt eingeholt, ja sogar überholt.

94,2 Prozent der Besitzumschreibungen, das waren in Niedersachsen rund 672.000 Halterwechsel, gingen auf das Konto der Privathaushalte, die mehrheitlich im vergangenen Jahr den Euro mindestens einmal umgedreht haben. Im Allgemeinen gilt bekanntlich, dass der Gebrauchtwagenmarkt der Ort für die bezahlbare individuelle Mobilität geworden ist. Zwei Zahlen dazu: ein neuer Pkw hat im vergangenen Jahr durchschnittlich 44.780 Euro gekostet, ein Gebrauchter im Schnitt 18.560 Euro.

Je nach Teilmarkt variieren diese Preise für gebrauchte Pkw, im Übrigen keine E-Pkw, zwischen 13.880 und 26.140 Euro. Diese Preisschere gab es schon immer, denn zwischen dem Markenhandel und dem Privatmarkt gibt es nicht nur preisliche Unterschiede. Gebrauchte aus dem Markenhandel sind im Durchschnitt 3,9 Jahre alt, die aus Privathand 8,5 Jahre. Der Kilometerstand: rund 40.000 im Markenhandel und rund 86.000 aus Privathand, mehr als das Doppelte. Das sind Marktdaten aus dem aktuellen DAT-Report, also einer Verbraucherbefragung.

Und dieser Report hat meine Erfahrungen und Beobachtungen bestätigt: Gebrauchtwagenkäufer wissen, was sie wollen. Nämlich einen neuen gebrauchten Pkw. Lediglich 7 Prozent hatten einen Neuwagenkauf nicht ausgeschlossen. Wichtigster Grund für den Kauf waren erwartete hohe Reparaturkosten. Bei einem durchschnittlichen Fahrzeualter von fast 11 Jahren kein Wunder.

Ausgeschlossen hat laut Report den Kauf eines E-Pkw die Mehrheit der Gebrauchtwagen-Interessenten. Da mag der Preis bei durchschnittlich 33.000 Euro eine große Rolle gespielt haben, es sind aber auch oder vor allem die weichen Faktoren. Auch wenn die nachfolgenden Bedenken längst von der Realität eingeholt wurden, sie halten sich hartnäckig: fehlende Reichweite, lückenhafte Ladeinfrastruktur und kleine Modell-Vielfalt in den bezahlbaren Segmenten.

Als aktiver Autohändler sage ich, im Kundengespräch sind diese Hürden durchaus zu überwinden, denn die meisten Vorbehalte sind Vorurteile. Wir müssen aber für den Kundenkreis unterscheiden: überzeugte Gegner der E-Mobilität oder Kunden ohne E-Erfahrung. Ich bin überzeugt, dass eigene Erfahrungen mit dieser Antriebstechnologie unabdingbar sind, um einen Hochlauf der Elektromobilität überhaupt möglich zu machen.

Egal ob elektrischer Neuwagen oder elektrischer Gebrauchtwagen: ein Ärgernis ist die Intransparenz an den Ladesäulen, die gestiegenen Preise, die je nach Standort des Ladens die Kostenschere zwischen Stromer und Diesel sehr schnell schmälern. Da gibt es also Handlungsbedarf, ebenso bei den Hausaufgaben für die Politik. Die Kaufprämie des Staates sollte sehr schnell den Gebrauchtwagenmarkt erfassen. Die Politik sollte die Ladeinfrastruktur für Laternen-Parker ohne Wallbox verbessern und die Politik sollte mit einer neuen Ladesäulenverordnung die transparente Preisgestaltung vereinfachen. Die „Verordnung zur Neuordnung des Ladesäulenrechts“ ist zu Jahresbeginn 2026 in Kraft getreten. Warten wir also diese Neuordnung ab.

In diesem Kontext komme ich zurück auf die Eingangs angesprochenen Veränderungen der Teilmärkte. Der Preis spielt beim Kaufort eine große Rolle. Und da Punkten vor allem der Privatmarkt und der freie Handel. Die Verkaufspreise sind dort um rund 45 Prozent günstiger. Das sagt die Statistik.

Kaum überraschend ist, dass nicht nur der Kaufort, sondern auch die Marke beim Preis entscheidend ist. Dem aktuellen DAT-Report habe ich entnommen, dass Deutsche Marken im Schnitt 19.690 Euro kosten, Import-Marken 15.960 Euro. Wer sich für eine Premium Marke entscheidet, hat im Durchschnitt 26.310 Euro zu bezahlen.

Der Blick in die statistische Realität sagt aber auch, dass der Markenhandel die deutlich jüngeren Pkw hat und die mit einer deutlich kleineren Laufleistung sowie dem nahezu flächendeckenden Garantie-Angebot. Beim Thema Finanzierung hat der Markenhandel ebenfalls die besseren Noten. Für den Verbraucher heißt dies, nicht allein auf den Preis zu schauen. Auch die Zusatzleistungen können von Vorteil sein.

Stichwort Finanzierung: 49 Prozent der Gebrauchtwagenkäufe sind im vergangenen Jahr finanziert worden durch Voll- und Teilfinanzierungen. Bei der Teilfinanzierung ging es um rund 7.400 Euro. 14 Prozent der Kunden haben vollfinanziert und da kommt dann die Summe von rund 860 Millionen Euro zusammen. Mit der Teilfinanzierung für fast 120.000 Käufer ergibt sich die Gesamtsumme der Finanzierungen beim Gebrauchtwagenkauf von 1,7 Milliarden Euro in Niedersachsen.

Veränderungen gibt es auch in den Privathaushalten: Fast ein Drittel aller Haushalte wäre, wie das Statistische Bundesamt veröffentlicht hat, aufgrund der eigenen finanziellen Situation nicht in der Lage, größere Ausgaben aus eigenen Finanzmitteln zu bestreiten. Das bedeutet: keine finanziellen Reserven. Das bedeutet auch: Gebrauchtwagen dort zu erwerben, wo sie preisgünstig sind.

Ich folgere daraus, dass die angesprochenen Veränderungen in den Teilmärkten noch nicht am Ende sind. Die Veränderungen in den Vertriebslandschaften werden weitergehen. Gekündigte Markenhändler aber scheiden nicht aus dem Automarkt aus, sie geben das Logo eines Herstellers ab. Ohne dieses Logo aber bleiben sie im Service und auch im Gebrauchtwagenmarkt aktiv.

Wir müssen als der klassische Automobilhandel aufpassen, dass uns die Butter noch auf dem Brot bleibt. Die sogenannten Big Player haben den Handel mit gebrauchten Fahrzeugen entdeckt. Handelsplattformen haben sehr große Online-Marktplätze, für die sie auch die Werbetrommel mit prominenter Hilfe rühren. Ebenso die Hersteller und Importeure, die zusammen mit Aufbereitungszentren wachsen.

Ich will abschließend in der gebotenen Kürze den Arbeitsmarkt im Kraftfahrzeuggewerbe betrachten. Weniger neue Ausbildungsverträge sind kein gutes Signal mit Blick auf den Fachkräftemangel in unseren Werkstätten. Da müssen wir auch mit Instrumenten der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gegensteuern. Wir müssen deutlicher als bisher darüber informieren, dass die Elektromobilität nicht nur eine Antriebsart ist, sondern dass Stromer und Plug-in-Hybride mit dieser Technologie den Werkstatt-Arbeitsplatz verändert haben und weiter verändern werden.

Der Arbeitsmarkt ist im Wandel. Für uns im Kraftfahrzeuggewerbe gilt, dass wir mit Handel und Handwerk mittendrin in dieser Transformation stehen. Digitalisierung und Vernetzung sind heute automobiler Alltag. Fortschritte in Künstlicher Intelligenz, Automatisierung und digitale Infrastrukturen gehören zu den stärksten Treibern für den Wandel. Im Handwerk hat die KI aber Grenzen.

Abschließend verweise ich auf eine Studie, die vier Haupttreiber für den Wandel in unserer Branche benannt hat. Die zunehmende Fahrzeug-Digitalisierung, die Digitalisierung von Geschäfts-Prozessen, die Elektrifizierung des Antriebs und sich verändernde Vertriebsmodelle.

Mit dem technologischen Fortschritt im Automobilbau wird sich der Arbeitsmarkt in Handel und Handwerk stetig verändern. Wir müssen uns mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern diesen Veränderungen anpassen.