

Pressemitteilung

Effektvolles Facelift für den Gebrauchten

Autoverkäufer können mit wenig Einsatz den Verkaufserfolg deutlich steigern

München, 14. September 2016 – Mut zur Delle oder den Kotflügel doch lieber reparieren? Besitzer eines Gebrauchtwagens fragen sich, wieviel Zeit und Geld sie unmittelbar vor dem Verkauf noch in ihr Auto investieren sollen. Große Reparaturen lohnen sich nur selten, doch bestimmte kleine Maßnahmen durchaus. AutoScout24 zeigt drei Aktionen, die sich positiv auf den Verkaufspreis auswirken.

Gütesiegel: Auf Herz und Nieren geprüft

Gehört das Fahrzeug schon einem älteren Semester an und ist die [Hauptuntersuchung](#) (Kosten um die 100 Euro) ohnehin bald fällig, so macht es Sinn, sie vor dem Verkauf durchführen zu lassen, wenn man an eine Privatperson verkaufen möchte. Denn Verkäufer und das Fahrzeug gewinnen durch die offizielle Plakette an Glaubwürdigkeit. Sie zeigt, hier gibt es keine versteckten Mängel, sondern das Fahrzeug ist intakt und es stehen fürs Erste keine größeren Reparaturen an. Über das AutoScout24 Werkstattportal können Autohalter online außerdem einen [Sicherheitscheck](#) buchen. Schon für um die 20 Euro führen Werkstätten verschiedene Sicht- und Funktionsprüfungen durch – etwa des Keilriemens, der Stoßdämpfer oder der Lenkung.

Weniger ist mehr - meistens

Bei einem Verkauf an private Abnehmer lohnt sich darüber hinaus die Beseitigung von Schönheitsfehlern. Kleinere Macken wie Kratzer, Beulen und andere Schäden am Lack sind meist sofort sichtbar und drücken den Preis. Oft zahlt sich deren Beseitigung per [Smart-Repair](#)-Methode aus. Dazu gehört beispielsweise Spot-Repair, also das Ausmerzen von kleineren Lackschäden oder Brandflecken in Leder und Textilien. Aber auch Kunststoffschäden und Beulen können in vielen Fällen direkt am Fahrzeug entfernt werden, ohne die entsprechenden Teile abzumontieren. „Vor dem Verkauf eines Gebrauchtwagens lohnt sich ein prüfender Blick auf seine inneren und äußeren Werte. Hat das Auto nur kleinere Schäden, helfen Smart-Repair-Techniken. Angeben muss der Fahrzeughalter Unfallschäden natürlich trotzdem“, sagt Sebastian Lorenz, Vice President Consumer bei AutoScout24.

Manche Mängel sind jedoch so groß, dass der Mechaniker ihnen mit der Smart-Repair-Methode nicht Herr wird – ein zu großer Lackschaden etwa. Dazu Sebastian Lorenz: „Die Entscheidung für oder gegen eine kostspielige Reparatur hängt vom potenziellen Verkaufspreis ab und vom Käufer. Händler können Schäden günstig selbst beheben. Beim Verkauf an Privatpersonen gilt die Faustregel: Ist das Vehikel noch mindestens 6.000 Euro wert, können sich Reparaturen rentieren.“ Wer sich nicht sicher ist, wie viel sein Auto noch Wert ist, kann online kostenlos auf www.autoscout24.de/fahrzeugbewertung seine Fahrzeugdaten eingeben und bekommt den individuellen Wert berechnet.

Seite 2

Makellose Präsentation

Bereits online sollte das Fahrzeug glänzen. Hierbei spielen die Qualität der Fotos, ein ordentlicher Hintergrund und der sichtbare Zustand des Autos eine Rolle. Auch bei der Probefahrt wirkt sich die Sauberkeit positiv auf die Wahrnehmung aus. Wer einen besonders guten Eindruck machen möchte, sollte nicht nur durch die Waschanlage fahren, sondern Karosserie, Felgen sowie Chrom- und Verbundteile per Hand polieren. Das Wageninnere profitiert neben einer gründlichen Reinigung per Staubsauger und beispielsweise milder Seifenlauge auch von zusätzlicher Geruchsbeseitigung. Wer natürliche Mittel bevorzugt, lässt eine Schale mit Essigessenz oder Kaffeebohnen im Auto stehen. Bei stärkeren Geruchsproblemen hilft eine Ozonbehandlung.

Für Autobesitzer mit wenig Zeit: Professionelle Fahrzeugaufbereiter lassen Fahrzeuge in neuem Glanz erstrahlen. Das investierte Geld – etwa 100 bis 200 Euro – ist meist gut angelegt, denn die saubere Anmutung schlägt sich häufig in einem höheren Verkaufspreis nieder.

Über AutoScout24

AutoScout24 ist europaweit das größte online Automobil-Anzeigenportal. Der Marktplatz ermöglicht es seinen Kunden, sich den Traum vom eigenen Auto einfach, effizient und stressfrei zu erfüllen. Auf AutoScout24 können Händler und Privatverkäufer Anzeigen für Gebraucht- und Neuwagen schalten. In Deutschland genießt AutoScout24 in seiner Zielgruppe eine einzigartige gestützte Markenbekanntheit von 95 Prozent.

AutoScout24 gehört zur Scout24-Gruppe. Diese betreibt führende Online-Marktplätze für Immobilien und Automobile in Deutschland und anderen ausgewählten europäischen Ländern.

Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.autoscout24.de>

Kontakt:

Marion Modes
Senior PR Manager
AutoScout24 GmbH
Dingolfinger Str. 1-15
D-81673 München
Tel.: +49 89 444 56-1380
Mail: mmodes@autoscout24.de

Steffen Schneider
Lewis Communications GmbH
Karlstraße 64
80335 München
Tel: +49 89 1730 1920
Mail: autoscout24DE@teamlewis.com