



HPP Strategie- und Marketingberatung GmbH

Frankfurt am Main | September 2025

HPP Auto-Abo Ranking 2025

Kundenerwartungen und Handlungsfelder im Auto-Abo Markt

Unser Dank in 2025 gilt nachfolgenden Unternehmen und Gesprächspartnern, die im Rahmen von Interviews maßgeblich zum Gelingen der Studie beigetragen haben

FAAREN



Niels Reimann
Head of Growth

„Der Bedarf zur **flexiblen Nutzung statt Besitz** wächst weiterhin stark und Kund:innen fragen eine [...] **sofort verfügbare Mobilitätsoption** wie das Auto-Abo verstärkt nach.“

vibe
moves
you.



Martin Rada
CEO | Managing Director

„Zu den zentralen **Trends** im Auto-Abo-Markt zählen aus unserer Sicht die **fortschreitende Digitalisierung, vernetzte Fahrzeuge und ganzheitliche Plattformlösungen.**“

 **Carvolution**



Olivier Kofler
CEO

„Ich bin davon überzeugt, dass sich der Markt für Auto-Abos zu einem **"Winner takes it all"-Szenario** entwickeln wird.“

Um ein **tiefgreifendes Verständnis** sowie eine **fundierte Analyse des Auto-Abo Marktes im DACH-Raum** zu erlangen, haben wir mit den **führenden Auto-Abo Anbietern aus drei Ländern** gesprochen. Dabei wurden unter anderem **Marktstrukturen, aktuelle Entwicklungen und Trends und Herausforderungen** in der Branche thematisiert.

Management Summary | Der Auto-Abo Markt boomt – Anbieter stehen vor zunehmend hartem Wettbewerb und müssen sich strategisch positionieren



#1

Seit 2020 ist die **Bekanntheit** und das **Interesse** an Auto-Abos **um das Elfache gestiegen**. In unserer diesjährigen Kundenumfrage liegt der Anteil der **Nutzenden und potenziell Interessierten** bei **57%** - ein deutlicher Beleg für das **rasante Wachstum** des Auto-Abo-Marktes.



#2

Die **Anbieterlandschaft** im Auto-Abo-Markt im DACH-Raum ist von einer **hohen Fragmentierung** geprägt: Akteure aus diversen Branchen mit variierenden Geschäftsmodellen formen eine vielschichtige und **heterogene Marktstruktur**.



#3

Aufgrund gesteigerter Nachfrage im **B2B-Segment** sowie nach **elektrifizierten Fahrzeugen** sollten Anbieter ihr Angebot durch **flexible Gewerbekonzepte** und den **Ausbau elektrischer Flotten** gezielt erweitern, um neue Kunden zu gewinnen und **Wachstumspotenziale** zu nutzen.



#4

Laut unserer Kundenumfrage bleibt die **Kostenwahrnehmung** das **zentrale Wachstumshemmnis** für Auto-Abos (70%). Eine **transparente Kommunikation** der Vorteile ist essenziell, um **Preisskepsis abzubauen** und die Akzeptanz bei potenziellen Kund:innen zu erhöhen.



#5

Zentrale Handlungsfelder liegen in der **Professionalisierung** des **Bestandskundenmanagement**, der Entwicklung **zielgruppenspezifischer Angebote** sowie Erschließung **komplementärer Geschäftsfelder** – mit Ziel **signifikantes Umsatzpotenzial** pro Kunde zu realisieren.



#6

Anbieter sollten in **effizientere interne Prozesse** investieren – etwa durch optimierte Service- und Werkstattabläufe, integrierte Plattformlösungen und KI-gestütztes Flottenmanagement. So lassen sich **Skalierbarkeit** und **Wettbewerbsfähigkeit** langfristig sichern.

What's new: Im Vergleich zu 2022 wurden im HPP Auto-Abo-Ranking 2025 einige neue Inhalte aufgenommen sowie bestehende Inhalte verbessert



Veränderungen im HPP Auto-Abo-Ranking 2025 im Vergleich zur letzten Ausgabe



Verstärkter Fokus auf Markttrends und -entwicklungen, Wachstumstreiber, Kundenbedürfnisse und Handlungsfelder im Markt für Auto-Abos



Einbindung der HPP-Expertenmeinung in Form praxisrelevanter Implikationen für Abo-Anbieter – passend zu den jeweiligen Ergebnissen der Kundenbefragung sowie zu aktuellen Trends



Weiterentwicklung unseres HPP Scoring-Modells durch die Integration zusätzlicher KPIs, um die Bewertungsgenauigkeit im Anbieter-Ranking gezielt zu optimieren



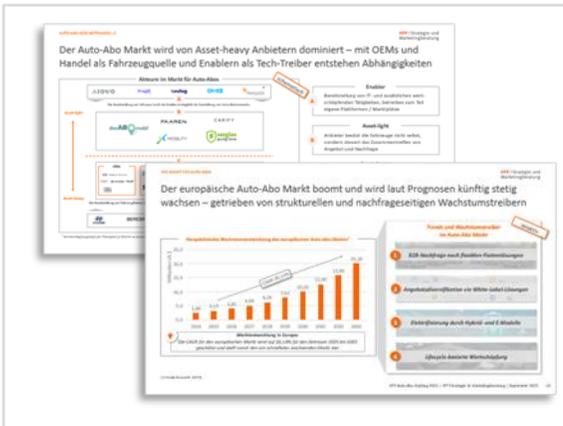
Separierung vom HPP Mobilitätsanbieter-Ranking und Konsolidierung aller Informationen - inkl. Experten-Interviews und Anbieter-Ranking - zur Erstellung einer fundierten Gesamtstudie

Die HPP Auto-Abo-Studie liefert eine aktuelle Einschätzung entlang der Dimensionen Markt, Kunde, Wettbewerb und zeigt Abo-Anbietern relevante Handlungsfelder auf

Umfang & Scope 2025



Markt



Analyse aktueller Marktentwicklungen und Trends



Kunde



Befragung von insgesamt **1.184** Probanden aus dem DACH-Raum



Wettbewerb



Auszeichnung der **Top-10** von 74 betrachteten Anbietern



Handlungsfelder



Ableitung von **sechs prioritären** strategischen Handlungsfeldern

Gestützt auf eine fundierte Markt-, Kunden- und Wettbewerbsanalyse identifiziert die vorliegende Studie zentrale Handlungsfelder, die als strategische Hebel für zukünftige Wettbewerbsfähigkeit und nachhaltiges Wachstum dienen.

Der Markt für Auto-Abos ist durch Vielfalt und aufstrebende Startups geprägt, verzeichnet jedoch auch Rückzüge und Konsolidierungen von Anbietern



Die **Vielfalt der Anbieter** im Markt für Auto-Abos wächst rasant und zeichnet sich durch eine **zunehmende Diversifikation** aus. **Startups** wie FINN zählen heute teils zu den **Marktführern**, während andere Anbieter wie Shell oder Sonnen ihren **Rückzug verzeichneten**. Auffällig ist zudem das **wachsende Engagement** branchenfremder Akteure wie **Banken und Versicherungen**, die häufig als Unterstützer im Hintergrund agieren. Diese Entwicklungen verdeutlichen das **anhaltend hohe Interesse** am Auto-Abo-Modell – sowohl **aus Kundensicht** als auch seitens **potenzieller Kooperationspartner**.

Der Auto-Abo-Markt in der DACH-Region befindet sich weiterhin in einer dynamischen Wachstumsphase – getrieben von vielfältigen Wachstumstreibern

	B2B-Nachfrage nach flexiblen Flottenlösungen	Angebotsdiversifikation via White-Label-Lösungen	Elektrifizierung durch Hybrid- und E-Modelle	Lifecycle-basierte Wertschöpfung
Wachstumstreiber im Markt	<ul style="list-style-type: none"> Unternehmen zeigen wachsenden Bedarf an flexiblen, kosteneffizienten und skalierbaren Mobilitätslösungen Auto-Abos reduzieren administrativen Aufwand, erleichtern die Anpassung an veränderte Markt- und Personalbedarfe und senken zugleich finanzielle Risiken durch Über- oder Unterkapazitäten 	<ul style="list-style-type: none"> Händler und OEMs suchen verstärkt den schnellen Zugang zum Abo-Markt – getrieben durch Digitalisierung, Bedarf an neuen Umsatzquellen und den Wunsch nach flexibleren Vertriebsmodellen White-Label-Lösungen erleichtern die Marktexpansion, sichern den Auftritt unter eigener Marke und erschließen Umsätze mit Bestandskunden 	<ul style="list-style-type: none"> Auto-Abos senken die Eintrittsbarrieren für E-Mobilität, indem sie Kund:innen das risikofreie Testen von BEV sowie PHEV ohne lange Bindung und Restwertrisiko ermöglichen Strengere EU-CO₂-Flottenziele und nationale Förderprogramme beschleunigen die Elektrifizierung von Fuhrparks 	<ul style="list-style-type: none"> Die steigende Nachfrage nach jungen Gebrauchtwagen ermöglicht Abo-Anbietern eine profitable Zweitmarktplatzierung, optimierte Restwerte und höhere Profitabilität bei geringerem Risiko Die Kombination digitaler Plattformen mit physischer Präsenz in Outlets steigert Sichtbarkeit, erleichtert Kundenzugang und eröffnet Wachstumsmöglichkeiten
Best Practice	<ul style="list-style-type: none"> FINN bietet all-inclusive B2B-Abos mit flexiblen Laufzeiten an Das Unternehmen erzielte 2023 45% seines Umsatzes mit gewerblichen Abos 	<ul style="list-style-type: none"> FAAREN bietet neben dem klassischen Abo-Angebot ein Abo-Shopsystem als White Label für Geschäftskunden an Individuell anpassbare Software bedient neben Autohäusern auch OEMs, Banken und Versicherungen 	<ul style="list-style-type: none"> Vibe bietet ein komplett elektrisches Fahrzeugportfolio Simple Flottenmanagement dank zentraler, automatisierter Fahr-, Lade- und Routen-datenerfassung 	<ul style="list-style-type: none"> Carvolution erweitert mit dem „Carvolution Outlet“ seine Marktreichweite, indem zuvor abonnierte Fahrzeuge als geprüfte Gebrauchtwagen verkauft werden 

Eine von HPP in 2025 durchgeführte Befragung mit mehr als 1.100 Probanden liefert ein aktuelles Stimmungsbild bestehender und potenzieller Auto-Abo Kund:innen

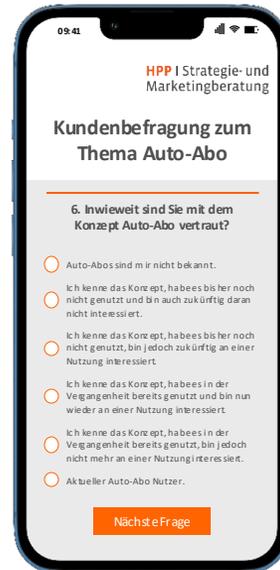
57% der Befragten **nutzen bereits ein Auto-Abo** oder sind **am Abschluss eines Abos interessiert** – die Bekanntheit ist seit 2020 um **50% gestiegen**.



74% der Befragten nennen **Kostentransparenz als wichtigstes Merkmal** bei der Entscheidung für ein Auto-Abo – gefolgt von den Motiven Flexibilität (69%) und Simplizität (68%).



70% der Befragten geben **zu hohe Monatsbeträge** als Hauptgrund gegen ein Auto-Abo an, was die hohe **Preissensibilität** im Markt unterstreicht.



59% der Befragten würden bei der Abo-Konfiguration ihres nächsten Fahrzeugs eine **alternative Antriebsart** wie Elektro oder Plug-in-Hybrid wählen.



66% der Befragten würden sich bei der Abo-Konfiguration ihres nächsten Fahrzeugs für eine **Volumenmarke** entscheiden, während nur 34% eine Premiummarke wählen würden.



63% der Befragten halten es für wahrscheinlich, dass sie künftig **digitale Zusatzservices** wie z.B. Fahrzeugzustand per Handy abrufen oder Fahrzeugentriegelung per App für ihr Fahrzeug konfigurieren werden.



Basierend auf der Auswertung von acht gewichteten KPIs in unserem HPP Scoring-Modell belegt FINN den Spitzenplatz – dicht gefolgt von FAAREN und Carvolution



HPP Auto-Abo Ranking 2025 | Top 3 Anbieter



Auto-Abo Platzierungen 2025



Vergleich zum Ranking 2022

FINN und FAAREN klettern im Ranking auf die Spitzenpositionen und bestätigen damit ihr **kontinuierliches Wachstum** über die letzten Jahre - Carvolution festigt den dritten Platz und unterstreicht seine **stabile Marktposition**

n = 74



Analyse von 8 KPIs im Rahmen unseres gewichteten HPP Scoring-Modells



Erfahrung im Markt: Gründungsjahr des Unternehmens bzw. Geschäftsbereichs Auto-Abo



Verfügbare Fahrzeuge: Durchschnittliche Anzahl verfügbarer Fahrzeuge pro Monat



Umsatz: Umsatz des Unternehmens im Geschäftsbereich Auto-Abo



Aktive Verträge: Durchschnittliche Anzahl aktiver Verträge pro Monat



Kundenzufriedenheit: Kundenzufriedenheits-Scores auf öffentlich zugänglichen Plattformen



Lieferzeit: Durchschnittliche Lieferzeit der angebotenen Fahrzeuge



Service-Portfolio Tiefe: Bereitstellung vielfältiger Service-Angebote



Markenbekanntheit: Prozentualer Anteil der Befragten, die den Anbieter kennen

Auf Basis unserer Markt- und Kundenanalyse haben wir sechs zentrale strategische Handlungsfelder für langfristigen Erfolg von Auto-Abo Anbietern identifiziert

#1



Professionalisierung Bestandskundenmanagement

#2



Plattform- und Technologieintegration

#3



Optimierung Service- und Werkstattprozesse

#4



KI-basiertes Flottenmanagement

#5



Zielgruppenspezifische Angebote

#6



Erschließung komplementärer Geschäftsfelder

Kontakt



Ansprechpartner
Dr. Thorsten Liebehenschel

Telefon: +49 (0) 69 | 66 88 526

Mobil: +49 (0) 171 | 37 71 197

E-Mail: thorsten.liebehenschel@hpp-consulting.de



Ansprechpartner
Max Köppl

Telefon: +49 (0) 69 | 66 88 512

Mobil: +49 (0) 170 | 33 03 516

E-Mail: max.koeppel@hpp-consulting.de



Ansprechpartner
Patrick Bender

Mobil: +49 (0) 160 | 74 54 98 4

E-Mail: patrick.bender@hpp-consulting.de

HPP Harnischfeger, Pietsch & Partner
Strategie- und Marketingberatung GmbH

Goldsteinstraße 114
D-60528 Frankfurt am Main

Website: www.hpp-consulting.de