



Eine Marke der Tamoil Group

Deutsche Tamoil GmbH
Alsterufer 5
20354 Hamburg

Pressestelle

Tel: 040 524 744-142

Fax: 040 524 744-642

E-Mail: presse@tamoil.de

PRESSEMITTEILUNG

#Carlover: Mit dem eigenen Auto in den sozialen Netzwerken punkten

Missgeschicke im Straßenverkehr sind für 65 Prozent besonders unterhaltsam

Hamburg, 6. Mai 2024 – Soziale Netzwerke nehmen einen großen Stellenwert im Alltag vieler Autofahrer ein. Aus diesem Grund finden jegliche Themen rund ums Auto nicht mehr ausschließlich auf der Straße, sondern immer häufiger auch auf unseren mobilen Bildschirmen statt. Die sozialen Medien bieten für viele Autofahrer eine Plattform, auf der sie sich aktiv zu ihren Erfahrungen austauschen, Tipps geben und Empfehlungen aussprechen können. Darüber hinaus werden Facebook, Instagram und Co. aber auch gerne für unterhaltende Inhalte genutzt. Ob witzige Memes über das Autofahren oder beeindruckende Fahrzeugvorstellungen – die sozialen Netzwerke bieten eine breite Palette an Inhalten, die Spaß machen und die Gemeinschaft der Autofahrer stärken. Eine aktuelle Umfrage der Tankstellenkette HEM zum Thema „Das Auto in den sozialen Netzwerken“¹ zeigt, welche Auto-Themen besonders viele Likes einheimsen und wie sich deutsche Autofahrer selbst auf ihren sozialen Profilen präsentieren.

Etwa 45 Prozent der Autofahrer bekommen mehrmals täglich Beiträge auf ihren Social-Media-Plattformen ausgespielt, die mit Autos und Autofahren zu tun haben. Nur sechs Prozent der Befragten geben an, diese Inhalte in sozialen Netzwerken nie zu Gesicht zu bekommen. Grund genug, genauer hinzusehen und zu prüfen, welcher Content in der Gunst der Algorithmen steht und bei den Nutzern besonders gut ankommt.

Ratgeber und Auto-Fails: Diese Themen sind besonders beliebt

Soziale Netzwerke bieten die Möglichkeit, sich ausgiebig zu bestimmten Themen zu informieren und auszutauschen. Diesen Vorteil erkennen auch Autofahrer, die gerne von der umfassenden Expertise anderer Verkehrsteilnehmer profitieren: Besonders interessant sind demnach Vergleiche und Ratgeber rund um Fahrzeuge (50 Prozent), Automarken (34 Prozent) sowie Inhalte zu Innovationen und Technologien der Mobilitätsbranche (29 Prozent).

Doch auch zum Lachen hält die Autowelt gut her: Für mehr als 65 Prozent der Befragten sind Missgeschicke rund um das Fahrzeug und für fast die Hälfte der Befragten lustige Geschichten über Fahrerfahrungen besonders unterhaltsam. Gerne geschmunzelt wird in den sozialen Netzwerken zudem auf Kosten bestimmter Automarken, Auto- oder Stereotypen. Das bestätigt fast jeder dritte Befragte (30 Prozent). Zudem halten lustige

¹ Basierend auf einer Marktforschungsumfrage zum Thema „Das Auto in den sozialen Netzwerken“, die von der Tankstellenkette HEM im April 2024 mit 951 Personen über 18 Jahren durchgeführt wurde.

Auto-Memes für etwa jeden Dritten (31 Prozent) zum Zeitvertreib her, während fast jeder Fünfte (17 Prozent) auf Videos schwört, in denen Fahrer unglaubliche Stunts oder waghalsige Manöver meistern.

Von Auto-Influencern und solchen, die es werden wollen

Um den entsprechenden Content nicht zu verpassen, folgt mehr als jeder Zweite (54 Prozent) bestimmten Personen, Marken oder Profilen auf Social Media, die sich mit Autos, Motorsport oder verwandten Themen beschäftigen. Etwa jeder Dritte (36 Prozent) würde die fachliche Meinung von Auto-Influencern sogar berücksichtigen, wenn es um die Wahl oder Ausstattung des eigenen Fahrzeugs geht.

Abgeneigt, auch selbst Auto-Inhalte zu posten, wären 47 Prozent der Befragten nicht. Dafür eignen sich für mehr als jeden Fünften (22 Prozent) unter anderem Erlebnisse von Urlaubsreisen oder Ausflügen. Auf die Frage, aus welchen Gründen Autofahrer Inhalte über ihr eigenes Fahrzeug teilen würden, gaben 23 Prozent ihre Leidenschaft an. Auch das Interesse von Freunden und Followern am eigenen Wagen ist für 18 Prozent der Befragten Motivation genug, eigenen Auto-Content zu posten. Um diesen Posts genug Nachdruck zu verleihen, werden hauptsächlich emotionale Hashtags wie #Autoliebe, #Carlover oder #Fahrspass verwendet (162 individuelle Nennungen).

HEM – Eine Marke der Tamoil Group

Die Deutsche Tamoil GmbH mit Sitz in Hamburg gehört zur niederländischen Oilinvest-Gruppe. Oilinvest betreibt rund 2.450 Tankstellen in Europa und eine eigene Raffinerie in Hamburg. Mit mehr als 400 Stationen zählt die Deutsche Tamoil zu den zehn größten Tankstellenunternehmen Deutschlands. Aufgrund der schlanken Unternehmensstruktur und eines starken Fokus auf Kosteneffizienz kann die Deutsche Tamoil mit der Marke HEM in der Regel Kraftstoff zu einem günstigeren Preis als die großen Marken anbieten. Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website www.hem-tankstelle.de sowie unter www.facebook.com/HEM.Deutschland und www.instagram.com/hem_deutschland.