Gebrauchtes Fahrzeug kaufen: Finden Sie Ihr Wunschauto

geschrieben von Enesa Sefedini | Juni 23, 2026

1. Analysieren Sie Ihren Bedarf

Überlegen Sie sich, welcher Fahrzeugtyp am besten zu Ihrem Leben passt. Bei der Planung Ihres Budgets zählen nicht nur die Anschaffungskosten, sondern auch laufende Ausgaben wie Versicherungen, Unterhaltskosten und Service. Klären Sie ebenfalls, welche Antriebsform Sie wünschen – ob Benziner, Diesel, Elektro oder Hybrid.

2. Vergleichen Sie gezielt Marktpreise

Nehmen Sie mehrere Angebote unter die Lupe. Vergleichsdienste wie Comparis, TCS oder Eurotax helfen Ihnen, einen realistischen Preis zu ermitteln. Achten Sie darauf, dass Sie Fahrzeuge mit ähnlichem Kilometerstand und Zustand vergleichen.

3. Besichtigen Sie mit System

Kennen Sie jemanden, der viel über Autos weiss? Nehmen Sie diese Person mit zur Besichtigung. Kontrollieren Sie Lack und Karosserie sorgfältig auf Schäden oder Spuren von Unfällen. Ein Blick ins Serviceheft zeigt, ob Wartungen lückenlos dokumentiert sind. Prüfen Sie den Motorraum auf Lecks.

4. Machen Sie eine Probefahrt

Nutzen Sie die Chance einer Probefahrt: Prüfen Sie das Fahrverhalten, achten Sie auf ungewöhnliche Geräusche und kontrollieren Sie, ob Warnleuchten aufleuchten oder das Auto beim Bremsen abweicht.

5. Achten Sie auf einen vollständigen Kaufvertrag

Erfragen Sie Unfallvorgeschichte, grosse Reparaturen und den Verkaufsgrund. Dokumentieren Sie diese Informationen auch im Vertrag: Dort sollten neben dem Preis auch festgestellte Mängel, Garantien und zugesicherte Eigenschaften festgehalten

werden. Gewerbliche Händler bieten zusätzlich oft Occasionsgarantien.

Versicherung nicht vergessen
Neben der obligatorischen Haftpflicht empfiehlt sich eine Teilkasko, die z.B. bei Diebstahl oder Hagel greift. Für neuere Occasionen kann eine Vollkasko sinnvoll sein, denn sie deckt auch selbst verursachte Schäden am Fahrzeug. So sind Sie bestens abgesichert und können Ihr neues Gebrauchtfahrzeug entspannt geniessen.

Sonderkonditionen
Als Mitglied vom Verband Öffentliches Personal Schweiz ZV profitieren Sie von exklusiven Sonderkonditionen auf Versicherungsprodukte von Zurich.

Hier mehr erfahren

Innovation als Prinzip

geschrieben von Enesa Sefedini | Juni 23, 2026
1886 patentiert Carl Benz seinen Motorwagen. Im gleichen Jahr beweist seine Frau Bertha auf einer 106 Kilometer langen Fahrt dessen Alltagstauglichkeit. Damit legen beide den Grundstein für eine einzigartige Firmengeschichte, deren zentraler Antrieb seit 140 Jahren unverändert ist: Innovation.

Ein «Automobil» war zu Beginn der 1880er-Jahre noch «Science-Fiction». Ein Gefährt, welches sich ohne Muskelkraft von Pferd oder Mensch eigenständig fortbewegt? Schwer vorstellbar. Zugleich tüftelten viele Erfinder an der pferdelosen Kutsche. Doch ihre Maschinen waren allesamt unzuverlässig, laut, unbequem und damit alles andere als alltagstauglich.

Die erste Influencerin der Weltgeschichte

Zwei Menschen wollten diesen Zustand nicht akzeptieren: Während Carl Benz unablässig daran arbeitete, seinen Motorwagen zu perfektionieren, unterstützte ihn seine Frau Bertha nicht nur finanziell tatkräftig. Im Januar 1886 wurde der Benzsche «Motorwagen» zum Patent angemeldet. Allerdings liess der Erfolg auf sich warten, bis Bertha Benz, quasi als erste Influencerin der Weltgeschichte, 1888 zu einer ungeheuren Reise aufbrach: Ohne ihren Mann darüber zu informieren, begab sie sich in Begleitung ihrer Söhne auf eine 106 Kilometer lange Fahrt von Mannheim nach Pforzheim. Unterwegs behob sie nicht nur eigenhändig eine Panne, sie begründete mit dem Kauf von Ligorin als Treibstoff in der Stadt-Apotheke in Wiesloch zugleich die erste Tankstelle der Welt. Der Rest ist Geschichte.

Innovation: Fortschritt als System

Und die Geschichte macht klar: Innovation ist bei Mercedes-Benz keine auferlegte Pflicht, sondern Ursprung und Kern des Unternehmens. Carl und Bertha Benz interessierten weder Trends noch öffentliche Meinung. Sie verfolgten ihre eigene Vision der Mobilität. Eine Geisteshaltung, die sich konsequent durch die Unternehmensgeschichte zieht. Von den Anfängen des Automobils über die Erfolge der legendären Silberpfeile bis hin zu hoch digitalisierten und effizienten E-Autos der neuesten Generation.

Sicherheit: Verantwortung, die Leben rettet

Schon in den ersten Jahren des Automobils entstand der Wunsch nach mehr Sicherheit. Ein Grundwert, den das ab 1926 «Mercedes-Benz» genannte Unternehmen tief in seiner DNA verankert hat. Innovationen, die das Autofahren sicherer machen, sind ein steter Begleiter der Unternehmensgeschichte. Innovationen, die oftmals nicht nur für die Marke mit Stern, sondern für eine gesamte Industrie neue Standards in der Fahrzeugsicherheit setzten: Knautschzone (1959), Antiblockiersystem (1978), Airbag (1981) und ESP (1995) sind

heute nicht nur selbstverständlich, sondern sogar Pflicht in allen Autos.

Komfort: Technik, die entlastet

Komfort ist bei Mercedes-Benz kein Luxus um seiner selbst willen. Gemeint ist vielmehr eine Form von Technik, die Mobilität bequemer im Sinne von «einfacher» macht. Schon früh verfolgte die Marke diesen Ansatz. Bereits 1961 war die S-Klasse mit einer Luftfederung erhältlich: ein Meilenstein für den automobilen Komfort. In den folgenden Jahrzehnten kamen elektronische Assistenzsysteme hinzu, die das Fahren Schritt für Schritt müheloser machten: von der Park-Distance-Control über den Nachtsichtassistenten bis hin zum adaptiven Tempomaten. Komfort entsteht dabei nicht durch maximale Ausstattung, sondern durch intelligente Reduktion von Belastung.

Alle Innovationsfelder in einem Fahrzeug

Perfekt kombiniert werden alle Innovationsfelder von Mercedes-Benz in der S-Klasse, die in der gesamten Automobilwelt einen Sonderstatus geniesst. Kaum ein anderes Modell steht so konsistent für herausragende Qualität, aussergewöhnlichen Komfort und stetige Innovation. Die S-Klasse ist eine Pionierin für Technologien, die Jahre oder gar Jahrzehnte später den Durchbruch in der gesamten Automobilwelt schaffen. Auch die neueste Generation, die auf den Tag genau 140 Jahre nach der Patentierung des Motorwagens präsentiert wurde, macht hier keine Ausnahme. Sie verkörpert die Essenz der Marke: Pioniergeist, technische Exzellenz und Handwerkskunst.



Die neue S-Klasse verkörpert Pioniergeist, technische Exzellenz und Handwerkskunst.

Erfahren Sie mehr über die faszinierenden Welt von Mercedes-Benz: www.mercedes-benz.ch/online-magazin