



Illustration: Christoph Buehner

Der Porsche-Fahrer: Arrogant und humorlos

Wenn sich über den Porsche-Fahrer eines mit Sicherheit sagen lässt, dann dieses: Er ist arrogant. Das glauben zumindest 68 Prozent in einer Umfrage, zu der 1000 repräsentativ ausgesuchte Bundesbürger befragt wurden. Wer also Wert darauf legt, als demütig und bescheiden wahrgenommen zu werden, der steige in einen Fiat, Hyundai oder Toyota. Der Porsche-Fahrer dagegen, man kann es nicht anders sagen,

hat obendrein einen einschlägigen Ruf als Umwelt-Sau (noch mieser als Jaguar- und Ferrari-Piloten). Um dies auszuhalten in diesen Zeiten, braucht es ein stilles Selbstbewusstsein. Das zumindest trauen ihm die Leute zu: Hintern Porsche-Lenkraft vermuten diese Karrieremenschen, der 900 Euro im Monat nach Hause trägt, zu 87 Prozent ist der Typ männlich und lacht eher selten.



Der Ford-Fahrer: Dick und unsportlich

O je, der Ford-Lenker ist sehr spießig und dick. Und im Vergleich zu Fahrern anderer günstiger Marken auch noch eher, konservativ und unsportlich. Nicht einmal auf die Umwelt achtet er, der Muffel im Ford. Seine Karriere? Eher traurig, der berufliche Status ist noch niedriger als beim ewigen Rivalen Opel. Sacharbeiter und abwärts. Zumindest gilt der Fahrer von S-Max, Focus oder Mondeo jünger als

der Durchschnitt. „Darauf lässt sich für Ford aufbauen“, sagt Progenium-Chef Michael Mandat. Und noch einen Trost hat er parat: Der Fiat-Pilot ist zwar viel hübscher, schlanker, weltoffener, am Monatsende aber hat er noch wahrscheinlicher sie – weniger Geld auf dem Konto als die Ford-Klientel: 1900 Euro netto traut man den Fans der Italo-Marke zu, 1700 Euro den Ford-Fahrern.



Der Ferrari-Fahrer: Reich und selbstherrlich

Der Ferrariist ist der Extremist unter den Autofahrern: Extrem männlich, extrem arrogant, extrem reich. Auf zu 400 Euro Nettogehalt taxieren ihn die Bundesbürger – im Monat! Sogar der Porsche-Fahrer ist dagegen ein besserer Harz-IV-Empfänger. Damit steht fest: Der Ferrari ist nichts für das mittlere Management, im Ferrari sitzt ein Chef. Ein eher junger Chef (im Schnitt 48), ein Draufgänger, keiner, der sich brav

nach oben gedient hat. Schlank und rink ist dieser Typ, durchtrainiert, ansonsten aber eher unlosig und nur mittelschwer hübsch. Um die Umwelt schert er sich einen Dreck, das behauptet zumindest die Umfrage. Italienische Leichtigkeit wird dem Ferrari-Piloten kaum zugestraft, dafür ist er weltanschaulich so festgelegt wie kein anderer Auto-Fahrer: Ein Ferrariist wählt laienförmlich. Basta.



Der VW-Fahrer: Nett und bescheiden

Wer der größte Autohersteller der Welt werden will, darf sich nicht auf eine Nische kaprizieren. VW-Chef Martin Winterkorn, der sich fast vorgenommen hat, Toyota zu überholen, zieht auf die Masse, und die bekommt er auch: Der VW-Fahrer hebt sich kaum ab vom Durchschnitt. „VW besetzt die Mitte“, sagt Progenium-Chef Michael Mandat. Zwar von drei Befragten glauben, dass der VW-Fahrer eine mittlere

Position im Beruf hat, 2100 Euro netto verdient und ansonsten ein ganz netter Kerl ist – oder (zu 43 Prozent) eine ganz nette Frau. Dumm für die Wolfsburger: Der Toyota-Lenker genießt noch mehr Sympathien: hübscher, sportlicher, weniger spießig – und vor allem noch umweltbewusster als ein VW-Fahrer. Unter den deutschen Marken hat VW den höchsten Zerspruch im rot-grünen Lager. Toyota ist noch grüner.

Eine kleine Autokunde

Sage mir deine Automarke, und ich sage dir, wer du bist: In einer repräsentativen Umfrage hat die Beratungsfirma Progenium für die F.A.S. das Profil der Autofahrer ermittelt: Wer sitzt in welchem Auto? Welche Marke zieht die Hübschen und Reichen an? Welche die Langweiler? Die Sonntagszeitung fragt die Leser: Welcher Typ Autofahrer ist Ihnen der liebste? Mailen Sie uns Ihre Favoriten (autotyp@faz.de), oder stimmen Sie im Internet ab (www.faz.net/autotyp).

Von Georg Meck



Der BMW-Fahrer: Jung und weltoffen

Der BMW-Fahrer ist der Draufgänger unter den Premiumkunden: jünger, weltoffener und hübscher als die Mercedes- und Audi-Fahrer, dafür aber auch arroganter. Komischerweise halten die Leute den BMW-Fahrer für weniger sportlich, obwohl der Konzern seit Urzeiten das sportliche Fahren in seinem Marketing betont. Die Öko-Offensive der Bayern mit Elektro-Minis und Autos in ultraleichtem Carbon-Kleid ver-

schafft ihnen einen Vorteil gegen die Konkurrenz aus Stuttgart, Audi dagegen erhält noch mehr Punkte in der Kategorie ökologisch-korrekt. Phantastische Werte räumt BMW-Chef Norbert Reithofer für den Mini ab: Wahre Schönheitskutschieren mit der kleinsten BMW-Marke durch die Stadt, fröhlich und weltoffen sind sie dazu. Nur die Fiat-Fahrerin verströmt ähnlichen Sex-Appel.



Der Jaguar-Fahrer: Attraktiv und wohlhabend

Der Jaguar-Fahrer ist der Senior der Landstraße: im Schnitt 57 Jahre alt und damit noch reifer als der Mercedes-Kutscher. Dafür besticht der Jaguar-Chauffeur durch sein angenehmes Äußeres: Im Jaguar sitzen die attraktivsten Männer (Frauen eher selten), glaubt Volkes Stimme. Damit ist laut Umfrage verbürgt: Das Traumpaar der Autobahn besteht aus dem graumelierten, gutsituierten

Jaguar-Fahrer und der – klicheoemäßig längbeinigen – Schönheit im Mini: Dort werden nämlich die hübschesten Frauen vermutet. Ob aus dem Pärchen etwas wird, hängt davon ab, ob der eher dröge, eher arrogante Jaguar-Liebhaber etwas anfangen kann mit der lebenslustigen Mini-Pilotin, die gerade mal auf ein Drittel seines Gehalts kommt. Wer Wohlstand signalisieren möchte, fährt gut in Jaguar.



Der Dacia-Fahrer: Dick und ärmlich

Wer einen Dacia kauft, pfeift auf sein Image. So kokettiert die Werbung der in Rumänien gefertigten Billigmarke. Dass der Wagen den Ruf seines Fahrers aber dermaßen ruiniert, das kann dem Konzern nicht recht sein: Der Dacia-Käufer ist laut Umfrage dick und hässlich (unattraktiver noch als der Langweiler im Hyundai Neben). Spießiger und unsportlicher als der Rest der Bevölkerung ist er obendrein. Von

den ärmlichen Vermögensverhältnissen ganz zu schweigen: Was bleibt dem Menschen da außer der Bescheidenheit als einziger Zier? Eines aber ist gewiss: Wer sich einen Dacia leistet, der muss ein genaues Selbstbewusstsein mitbringen, will er nicht leiden unter der Verachtung seiner Mitmenschen. Sucht also ein blendend aussehender Spitzenverdiener ein Auto zur Tarnung – nichts eignet sich besser als ein Dacia.



Der Audi-Fahrer: Fröhlich und mittelmäÙig

Audi ist die Automarke, die in den letzten Jahren imaginemäßig am stärksten aufgeholt hat: Weit war der Weg von der Jähren Sentimentalkeits bis zur Diätenlimonade für Kanzlerin und Konzernbosse. Warum aber steigen die Wichtigen heute in den Audi, und nicht mehr zwangsläufig in eine S-Klasse? Weil die Autos so toll sind, würden sie in Ingolstadt wohl sagen. Weil Audi-Fahrer als sympathisch wahrgenommen werden, behauptet die Umfra-

ge: weltgewandter, attraktiver, fröhlicher als der Rest der Menschheit. Der Audi ist demnach der perfekte Wagen für Menschen, die nicht den dicken Maxe herausschauen lassen. Audi steht für Understatement: Darin wird nicht der Chef vermutet, sondern der solide Angestellte; mittlere Karriere, mittleres Gehalt, weltanschaulich schwer auszurechnen.



Der Opel-Fahrer: Bieder und ernst

Wohl wahr, Opel hat einiges durchlitten in den vergangenen Jahren: Pleite des Mutterkonzerns General Motors, stiefmütterliche Behandlung durch die Amerikaner, häufig wechselnde Chefs. Und dazu noch das Problem mit dem Image: „Jeder Popel fährt nen Opel“, gegen den Uralterspruch kämpfen die Rüsselheimer PR-Strategen seit Jahren an; mit mäßigem Erfolg, da können sie noch so blutjunge, rattscharfe Sänge-

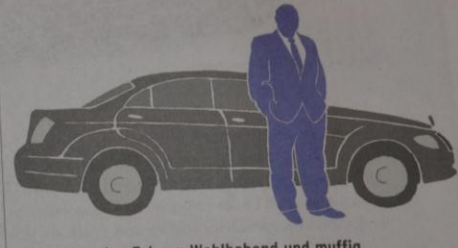
rinnen durch ihre Spots fahren lassen: Denn wofür steht Opel? Für den deutschen Spieler, ziemlich unschon anzuschauen, dafür aber erstaunlich arrogant. Wenig schlechthafte Werte erbrachte die Umfrage: Der Opel-Lenker ist demnach dicker, ärmer und ernster als der Rest der Bevölkerung. Im Schnitt ist er 42 Jahre alt, eher männlich und tendiert in der Wahlkabine mit kleinem Vorsprung zu Rot-Grün.



Der Renault-Fahrer: Arm und sexy

Die Franzosen produzieren Autos für die Unterschicht: Wer es zu etwas gebracht hat in Deutschland, steigt in keinen Renault (so weit wie in einem Peugeot), es sei denn, er will seine Umwelt überraschen: Vermutet wird im Renault ein Fahrer mit niedriger beruflicher Position und ähnlich mäßigem Gehalt wie im Opel. Nur ist der Renault-Typ viel sympathischer, Weltoffen, attraktiv, bescheiden, fröhlich, das sind die Stich-

wort, die zu Renault-Fahrern fallen. Als sehr umweltbewusst werden sie wahrgenommen: eher jung, schlanker und sportlicher als der Schnitt der Bevölkerung. Politisch agiert der Renault-Kunde ziemlich in der Mitte, weil weniger festgelegt als die Peugeot-Klientel. Wenn es eine Automarke gibt, die für das rot-grüne Milieu steht, dann ist es Peugeot (allenfalls Fiat und mit einigem Abstand Toyota koniat und mithalten.)



Der Mercedes-Fahrer: Wohlhabend und müffig

Verglichen mit den Erzrivalen BMW und Audi kennzeichnen den Mercedes-Fahrer drei Eigenschaften: Er ist deutlich älter (im Schnitt Mitte 50), deutlich wohlhabender und deutlich müffig. Politisch agiert der Mercedes-Besitzer gilt immer noch als der Spießer unter den Autofahrern (schlimmer noch als der Kerl im Opel), beruflich zwar

erfolgreicher als die BMW- und Audi-Liebhaber, aber nicht wirklich sympathisch. Als dick und arrogant wird er geschmäht. Niemand sei unsportlicher, behauptet die Umfrage. Den Daimler-Schnitt in Sachen Athletik und Ästhetik hebt einzig der Smart: In dem Kleinwagen sitzen gut anzusehende Sportler, in der Mehrzahl weiblich. Bessere Laune hat die Smart-Klientel auch, obwohl sie weniger verdient.