

## Presseinformation

### Vernunft schlägt Gefühl

**Was begeistert Autofahrer am Automobil? Diese Frage stellte die Unternehmensberatung PROGENIUM 1.000 Autobesitzern.**

München, den 25. Juli 2011

Der Autokäufer ist zu einem durch und durch Vernunft bestimmten Wesen mutiert, fasst Dr. Michael Mandat, Geschäftsführer der Unternehmensberatung PROGENIUM, die Ergebnisse einer Studie zusammen, bei der 1.000 Autofahrern die Frage gestellt wurde: Was begeistert Sie am Auto? Der emissionsarme Motor rangiert weit vor hoher Geschwindigkeit, ein günstiger Preis gepaart mit niedrigen Unterhaltskosten schlägt Design, viel transportieren können ist wichtiger als die Möglichkeit zur individuellen Ausgestaltung des Fahrzeugs. Wenig Begeisterung löst beim heutigen Konsumenten auch das Fahren mit offenem Verdeck sowie die Marke des Herstellers aus. Dr. Mandat: „Es ist offensichtlich, dass wesentliche Werte, die die Automobilindustrie seit Jahren werblich verkauft, weit weg sind vom aktuellen Zeitgeist.“ Auch wenn die eigentliche Kaufentscheidung nicht deckungsgleich sein muss mit Antworten in einer Befragung, so macht die Studie laut Mandat doch eines klar: „Vor allem wenn die Erwartungen der deutschen Autofahrer bei rationalen Faktoren übertroffen werden, entsteht Begeisterung.“

Im Einzelnen erzielten in der PROGENIUM-Analyse die Kategorien „geringer Verbrauch/hohe Reichweite“ und „günstiger Preis/niedrige Unterhaltskosten“ auf einer Skala von 1 (sehr begeistert) bis 4 (überhaupt nicht begeistert) mit einer 1,2 den besten Wert. Dem folgen „elektronische Hilfsmittel wie Navigation oder Spurassistent“ mit einer 1,4 sowie ein „emissionsarmer Motor“ mit 1,5 auf den Plätzen. „Viel transportieren können“ (1,6) ist das am nächst wichtigste Kriterium, das den deutschen Autofahrer begeis-

tert. Mandat: „All das zeugt davon, dass der moderne Autofan Technik und Funktionalität schätzt.“ Am unteren Ende der Skala rangieren „Fahren mit offenem Verdeck“ (3,2), „Motorenklang“ (3,1), die „Marke des Herstellers“ (2,5), „einzigartiges Design“ (2,4) sowie „hohe Geschwindigkeit“ (2,4). Auch die „Beziehung zu meinem Händler“ zieht die Autofahrer mit einer 2,7 nicht wirklich in den Bann. Dr. Mandat: „Dies ist ein großes Manko, denn gerade der Händler müsste den Kunden begeistern, um Bindung zu erzeugen.“

Die Ergebnisse der aktuellen Befragung bestätigen die Ergebnisse einer vor einem halben Jahr ebenfalls von PROGENIUM veröffentlichten Studie. Demnach hat das Auto für viele Menschen als Statussymbol ausgedient. Nur noch sehr wenige Menschen definieren sich heute über Automarke und PS, so Dr. Mandat.

Bei der Befragung nach „Begeisterung am Auto“ ergeben sich jedoch signifikante Unterschiede hinsichtlich des Alters und Geschlecht. So sind junge Autofahrer durch „Entertainment im Fahrzeug wie Musik, TV oder Internet“ mit 1,3 deutlich begeisterungsfähiger als der Durchschnitt mit 1,7. Auch die „kraftvolle Beschleunigung“ mit 1,6 (Durchschnitt 1,9), das Fahren mit offenem Verdeck, Design, und eine hohe Geschwindigkeit kommen bei den 18-bis 29jährigen besonders gut an. Bei der jungen Zielgruppe, so Dr. Mandat, scheint der Faktor „Benzin im Blut“ noch höher zu sein. Die Gruppe der über 60jährigen setzt sich hingegen vom Durchschnitt am deutlichsten bei der Frage nach einem „hohen Restwert“ ab. Geben alle dieser Kategorie eine 1,9 begeistert der hohe Wiederverkaufswert die Älteren mit einer 1,5 besonders.

Auch Frauen sind beim Thema Auto anders begeisterungsfähig als Männer. Bei 13 der 20 abgefragten Kategorien sind sie grundsätzlich weniger begeistert als Männer. Nur bei zwei Kategorien, dem emissionsarmen Motor und dem geringen Verbrauch/große Reichweite sind Frauen begeisterter als Männer. Dr. Mandat: „Das Bild vom rationalen Autokäufer, der weniger auf Äußeres achtet und mehr auf Ökologie und Effizienz potenziert sich bei Frauen nochmals.“

## Über PROGENIUM

Wir sind fest überzeugt davon, dass Erfolg kein Zufall ist – Erfolg ist ein Ergebnis. Das Ergebnis von fundierten Analysen, strategischen Zielen, richtigen Entscheidungen, einer konsequenten Umsetzung und einer klaren Wertebasis.

Seit 2002 begleiten wir internationale Industrie- und Dienstleistungsunternehmen von der Strategieentwicklung bis hin zur erfolgreichen Umsetzung um den Unternehmenswert unserer Kunden nachhaltig zu steigern.

Als erfolgreich inhabergeführtes Beratungsunternehmen agieren wir – PROGENIUM – unabhängig auf dem Markt und richten unser Geschäftsmodell und unsere Kompetenzen konsequent auf die Anforderungen der Kunden und deren Erfolg aus. „creating success“ ist für uns Anspruch und gleichzeitig Versprechen an unsere Kunden.

Unsere Berater sind mehr als exzellente Analysten und Strategen. Unsere Berater sind starke und kreative Persönlichkeiten und verbinden Beratung, Wissenschaft und Unternehmertum auf besondere Art und Weise. In der Zusammenarbeit mit unseren Kunden leiten uns dabei folgende Werte: Vertrauenswürdigkeit, Tatkraft und Exzellenz. Gemeinsam mit unseren Kunden haben wir bereits mehr als 500 Projekte in über 30 Märkten erfolgreich abgeschlossen.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Dr. Michael Mandat

+49 89 315 687 80

[www.PROGENIUM.com](http://www.PROGENIUM.com)