

Frauen für Autobauer immer wichtigere Zielgruppe

Frauen sind für die Autohersteller eine immer wichtiger werdende Zielgruppe. In diesem Jahr (Januar bis September) waren bisher über 34 Prozent aller privaten Neuwagenkäufer Frauen, ergab eine am Sonntag veröffentlichte Auswertung des CAR- Center Automotive Research der Universität Duisburg-Essen. Dieser Anteil werde auch für das Gesamtjahr erwartet.

Nur 2009 habe der Frauenanteil wegen des Sondereffekts der Abwrackprämie mit 39 Prozent höher gelegen, da Frauen mehr Kleinwagen kaufen. Ansonsten gebe es über die Jahre einen steten Anstieg. Im Jahr 2000 lag der Frauenanteil demnach bei 30 Prozent.

Der Direktor des CAR-Instituts, Ferdinand Dudenhöffer, geht davon aus, dass noch vor 2020 der Frauenanteil an den privaten Neuwagenkäufern auf über 40 Prozent steigt. Das lege die Entwicklung beim Erwerb eines Führerscheins nahe.

Überwiegend kaufen die Frauen beim Auto eine Nummer kleiner und die reinen Sportwagen sind laut Dudenhöffer genauso wenig Frauensache wie Luxus Schlitten. Das klassische Frauenauto ist der Mini: 53,8 Prozent aller Minis wurden in den ersten neuen Monaten des Jahres 2010 auf Frauen zugelassen. /hgo/DP/he

07.11.2010

Frauen für Autobauer immer wichtigere Zielgruppe

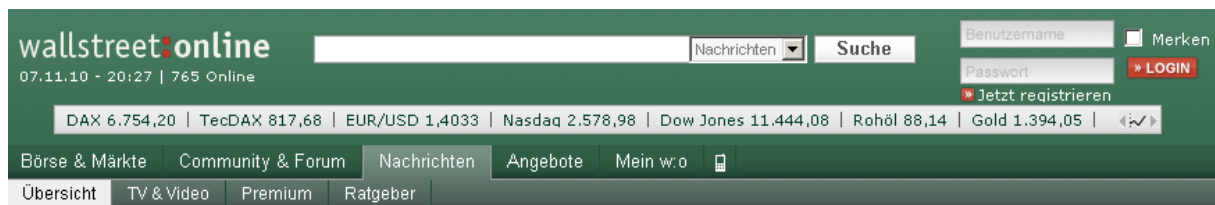
Frauen sind für die Autohersteller eine immer wichtiger werdende Zielgruppe. In diesem Jahr (Januar bis September) waren bisher über 34 Prozent aller privaten Neuwagenkäufer

Frauen, ergab eine am Sonntag veröffentlichte Auswertung des CAR- Center Automotive Research der Universität Duisburg-Essen. Dieser Anteil werde auch für das Gesamtjahr erwartet.

Nur 2009 habe der Frauenanteil wegen des Sondereffekts der Abwrackprämie mit 39 Prozent höher gelegen, da Frauen mehr Kleinwagen kaufen. Ansonsten gebe es über die Jahre einen steten Anstieg. Im Jahr 2000 lag der Frauenanteil demnach bei 30 Prozent.

Der Direktor des CAR-Instituts, Ferdinand Dudenhöffer, geht davon aus, dass noch vor 2020 der Frauenanteil an den privaten Neuwagenkäufern auf über 40 Prozent steigt. Das lege die Entwicklung beim Erwerb eines Führerscheins nahe.

Überwiegend kaufen die Frauen beim Auto eine Nummer kleiner und die reinen Sportwagen sind laut Dudenhöffer genauso wenig Frauensache wie Luxusschlitten. Das klassische Frauenauto ist der Mini: 53,8 Prozent aller Minis wurden in den ersten neuen Monaten des Jahres 2010 auf Frauen zugelassen./hgo/DP/he



Frauen für Autobauer immer wichtigere Zielgruppe

Autor: [dpa-AFX](#)

| 07.11.2010

DUISBURG/ESSEN - Frauen sind für die Autohersteller eine immer wichtiger werdende Zielgruppe. In diesem Jahr (Januar bis September) waren bisher über 34 Prozent aller privaten Neuwagenkäufer Frauen, ergab eine am Sonntag veröffentlichte Auswertung des CAR- Center Automotive Research der Universität Duisburg-Essen. Dieser Anteil werde auch für das Gesamtjahr erwartet.

Nur 2009 habe der Frauenanteil wegen des Sondereffekts der Abwrackprämie mit 39 Prozent höher gelegen, da Frauen mehr Kleinwagen kaufen. Ansonsten gebe es über die Jahre einen steten Anstieg. Im Jahr 2000 lag der Frauenanteil demnach bei 30 Prozent.

Der Direktor des CAR-Instituts, Ferdinand Dudenhöffer, geht davon aus, dass noch vor 2020 der Frauenanteil an den privaten Neuwagenkäufern auf über 40 Prozent steigt. Das lege die Entwicklung beim Erwerb eines Führerscheins nahe.

Überwiegend kaufen die Frauen beim Auto eine Nummer kleiner und die reinen Sportwagen sind laut Dudenhöffer genauso wenig Frauensache wie Luxusschlitten. Das klassische Frauenauto ist der Mini: 53,8 Prozent aller Minis wurden in den ersten neuen Monaten des Jahres 2010 auf Frauen zugelassen./hgo/DP/he