



Autofarben 2012 - Weiß weiter im Aufwind, Braun liegt im Trend

Weiß und braun lackierte Fahrzeuge steigern ihren Marktanteil bei den Neuzulassungen 2012 deutlich. Laut einer Universitätsstudie wirken weiße Autos leiser als farbig lackierte.

(ddp direct) Die Statistik des Kraftfahrt-Bundesamtes (KBA) beweist es: Zwei Farben dominieren wie in den Jahren zuvor das Straßenbild in Deutschland. Noch immer sind fast 60 Prozent der in Deutschland neu zugelassenen Autos schwarz oder silber/grau. An dritter Stelle folgen ? wie in den beiden Vorjahren ? weiß lackierte Pkw. Mit einem Anteil von 15,7 Prozent aller Neuzulassungen legte Weiß, die Trendfarbe der vergangenen Jahre, nochmals um 2,7 Prozentpunkte gegenüber 2011 zu. ?Da in Deutschland die Farbe Weiß auch in den eigenen vier Wänden eine Renaissance erlebt, wird auch auf unseren Straßen der Anteil weißer Autos weiter zunehmen?, prognostiziert Michael Bross, Geschäftsführer des Deutschen Lackinstituts in Frankfurt. Farbe ja, aber nicht jedeNeben Weiß lagen 2012 überraschenderweise Brauntöne wie Mokka-, Kaffeebraun und Bronze klar im Trend. Diese Farbtöne legten das fünfte Jahr in Folge fast unbemerkt stark zu ? insbesondere bei den deutschen Premium- und Volumenherstellern. Waren es 2008 noch 39.766 Autos, wuchs die Zahl der braun lackierten Neuzulassungen 2012 auf 205.175 ? das entspricht einem Marktanteil von 6,7 Prozent gegenüber 1,3 Prozent im Jahr 2008. Dagegen verliert Blau hierzulande weiter an Zuspruch bei den Autokäufern (?? 0,8 Prozentpunkte) und auch der Anteil grüner Fahrzeuge ist weiterhin rückläufig. Dennoch ist auf unseren Straßen viel Farbe im Spiel: So legten Lackierungen in gelb und orange in der Gunst der Käufer leicht zu. Vor allem Kleinwagen sind in dieser Statistik vorn zu finden. Die Beliebtheit der Farbe Rot, Ende der achtziger Jahre noch Deutschlands beliebteste Autofarbe, ist mit 5,9 Prozent über alle Marken hinweg sogar hinter Braun zurückgefallen.

Können Farben laut oder leise sein? Dass Farben die menschliche Sichtweise prägen, ist allgemein bekannt. Neu ist jedoch eine Erkenntnis der Universität Duisburg-Essen, dass manche Farben auch akustisch ?laut? wirken, andere eher ?leise?. Dazu ließ das Center of Automotive Research (CAR) unter der Leitung von Prof. Ferdinand Dudenhöffer sieben absolut baugleiche Autos, die sich jedoch durch die Lackierung unterschieden, mit Tempo 30 an mehr als 250 Testpersonen vorbeifahren. Das Ergebnis überrascht: Danach wirkte der weiße Pkw bei 78 Prozent der Personen leise bis extrem leise. Das grüne Fahrzeug stuften jedoch nur 58 Prozent als leise ein, 23 Prozent hingegen als laut. Das Geräusch des weißen Autos empfanden zudem die meisten Testpersonen als angenehm, während das grüne Auto ein eher unangenehmes Geräusch machte. Rote und schwarze Autos wirkten auf die Probanden sportlich, silberne dagegen träge und schwach. ?Zwar wird die Geräuschwahrnehmung einer Fahrzeugfarbe sicher nicht zu einem entscheidenden Kriterium für den Kauf eines Autos werden?, erklärt Bross. ?Gerade die Farbe der Lackierung ist bei einem Neuwagen ganz besonders eine Frage des persönlichen Geschmacks. Aber möglicherweise nehmen wir den Verkehrslärm auf unseren Straßen bei einer zunehmenden Zahl weißer Fahrzeuge als weniger aufdringlich wahr. Vorausgesetzt, wir sehen die Autos.?

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/iyxr4r>

Permanenter Link zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/vermischtes/autofarben-2012-weiss-weiter-im-aufwind-braun-liegt-im-trend-49727>

=== Autofarben 2012 - Weiß weiter im Aufwind (Bild) ===

Shortlink:

<http://shortpr.com/5qcibr>

Permanenter Link:

<http://www.themenportal.de/bilder/autofarben-2012-weiss-weiter-im-aufwind>

Pressekontakt

Shining Public Relations GmbH

Herr Matthias Beiderbeck
Honiggasse 2
50129 Bergheim

matthias.beiderbeck@shiningpr.com

Firmenkontakt

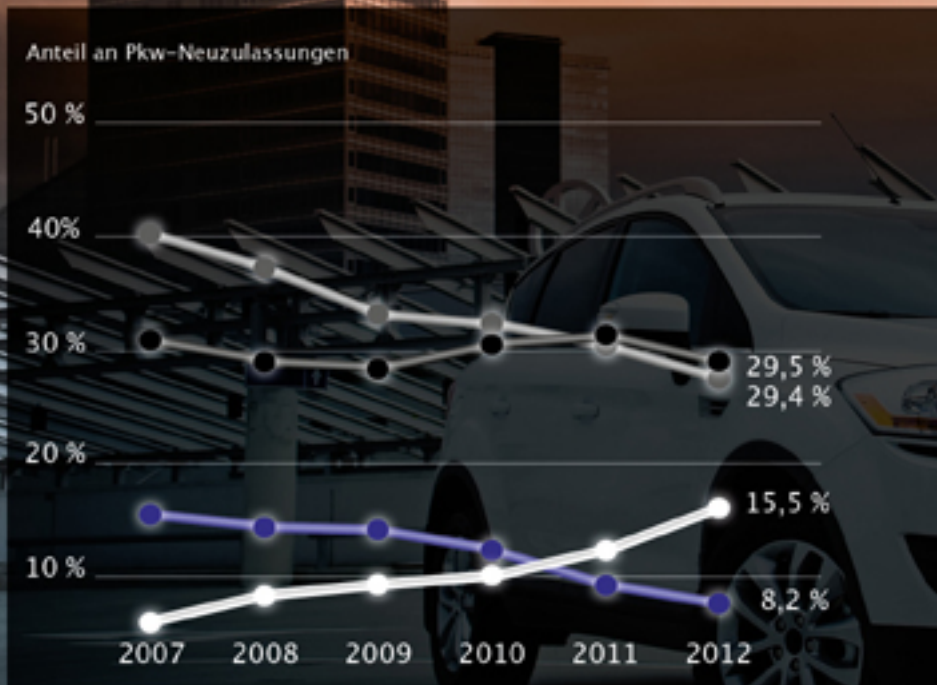
Shining Public Relations GmbH

Herr Matthias Beiderbeck
Honiggasse 2
50129 Bergheim

shortpr.com/iyxr4r
matthias.beiderbeck@shiningpr.com

Das Deutsche Lackinstitut GmbH (DLI) ist eine Gemeinschaftseinrichtung der Lackhersteller in Deutschland. Das Institut wurde 1969 gegründet, um die Verbreitung des Wissens um Lack und Lackerzeugnisse, insbesondere ihre Bedeutung auf kulturellem, technischem und wirtschaftlichem Gebiet zu fördern. Das DLI betreibt dazu Markt- und Meinungsforschung, Public Relations sowie Gemeinschaftswerbung und erstellt Gutachten. Wesentliche Tätigkeit ist seit vielen Jahren die Herausgabe von Informationsschriften zu verschiedenen Themen, etwa der Schriftenreihen Ratgeber Farbe, Dokumente zu Lacken und Farben oder des Informationsdienstes Lack im Gespräch. Mit diesen Medien, aber auch dem Internetauftritt wird eine herstellerunabhängige Verbraucherinformation über Lacke und Farben gewährleistet. Das Deutsche Lackinstitut hat seinen Sitz in Frankfurt am Main.

Autofarben: Weiß auch 2012 weiter im Aufwind



Quelle: Kraftfahrt-Bundesamt (KBA)

Grafik: Deutsches Lackinstitut GmbH