Neuwagenkauf-Studie zum Weltfrauentag: Frauenanteil im Internetmarkt mehr als doppelt so hoch wie im Gesamtmarkt

Schon 27,62 Prozent aller Internet-Neuwagenkäufer sind weiblich; Frauen geben immer weniger für ihren Neuwagen aus und stehen auf andere Modelle als Männer

(ddp direct) Die Geschlechter-Analyse im kürzlich veröffentlichten Neuwagen Markt Report 2012 zeigt: Schon mehr als jeder 4. Online-Neuwagenkunde ist eine Frau. Damit ist die ?Frauenquote? im Internet doppelt so hoch wie die im Gesamtmarkt, wo lediglich 13,45 Prozent aller Neuwagenkäufer weiblich sind. Im Jahr 2011 lag der prozentuale Anteil der Frauen beim Online-Neuwagenkauf noch bei 24,23 Prozent.

Im Umkehrschluss bedeutet dies: Männer verlieren beim Neuwagenkauf im Internet an Bedeutung. Erstmals ist der Anteil der Männer unter den Neuwagenkäufern im Internet unter die 75-Prozent-Marke gefallen (72,38%).

?Frauen nutzen sehr gerne das Internet als Ort für den Neuwagenkauf. Besonders geschätzt wird die Gewissheit, einen guten Preis für das neue Auto zu erzielen und einer meist als unangenehm empfundenen Verhandlungssituation im Autohaus aus dem Weg zu gehen?, nennt Marktexperte Alexander Bugge einen Grund für den im Vergleich zum Gesamtmarkt hohen Frauenanteil beim Online-Neuwagenkauf.

Frauen geben 2012 online im Durchschnitt rund 1.500? weniger für ihr neues Auto aus als 2011

Ein Blick auf die Ausgaben und die beim Online-Neuwagenkauf erzielten Rabatte zeigt, dass die Frauen in 2012 noch preisbewusster als 2011 waren. Beim Online-Neuwagenkauf sind Frauen zudem bei weitem weniger ausgabefreudig als die Herren der Schöpfung. Während das durchschnittliche ?Frauen-Auto? im letzten Jahr 18.773 Euro (Internetpreis) kostete, gaben die Männer im Schnitt 22.052 Euro für ihr neues Fahrzeug aus; ein Unterschied von immerhin 3.279 Euro.

Frauen erzielen immer höhere Nachlässe beim Neuwagenkauf

Frauen erzielten 2012 durchschnittlich 21,83 Prozent Nachlass auf ihren Neuwagen beim Kauf über das Internet. Das sind 1,62 Prozent mehr Nachlass als noch 2011.

VW up! ist nur bei den Frauen ein Hit, beliebtestes Modell bleibt der VW Polo

Auch im vergangenen Jahr hat es sich bestätigt, dass Frauen tendenziell kleinere (und preisgünstigere) Autos als Männer kaufen. So war 2012 bei den Damen der Kleinwagen VW Polo mit einem Marktanteil von 7,12 Prozent trotz deutlicher Verluste zu 2011 nach wie vor das beliebteste Modell. Der Ende 2011 am Markt eingeführte VW up! eroberte mit einem Marktanteil von 3,37 Prozent auf Anhieb Rang 6 der bei den Frauen beliebtesten Modelle.

Bei den Männern war in 2012 mit dem ?Titelverteidiger? VW Golf (5,86% Marktanteil) ein Fahrzeug der Kompaktklasse das beliebteste Modell des Jahres. Darüber hinaus fiel auf, dass sich mit dem VW Tiguan, dem Nissan Qashqai, dem Skoda Yeti und dem Mazda CX-5 gleich vier Kompakt-SUVs unter den Top 10 der bei den Männern beliebtesten Modelle befanden, was einmal mehr die generell große Beliebtheit von Fahrzeugen aus dem SUV-Segment bei der Männerwelt bestätigt. Der VW up! hingegen ist nur bei den Frauen ein echter Verkaufsschlager. Bei den Männern reicht es mit einem Marktanteil von 1,55 Prozent nur für den 18. Rang.

Weitere Themen im Neuwagenmarkt Report 2012

Rabattentwicklung beim Neuwagenkauf im Internet; Neuwagenkauf im Internet nach Altersklassen, Marken, Modellen & Segmenten

Über MeinAuto.de

MeinAuto.de ist Experte für den Neuwagenkauf im Internet. Kunden wählen bei MeinAuto.de ihren Wunschneuwagen aus 35 Marken (über 500 Modelle) aus, erhalten eine persönliche Kaufberatung und kaufen zum Internetpreis. Das Portal wurde vom heutigen Geschäftsführer Alexander Bugge mitgegründet und ging am 22.1.2007 erstmals online ? mittlerweile hat die Firma <80 Mitarbeiter (Stand: März 2013). Durch mehrere Millionen Neuwagen-Konfigurationen im Jahr sowie durch Kontakte zu Händlern und Herstellern verfügt es über Brancheninformationen, Datenmaterial und Statistiken rund um das Thema Neuwagenkauf im Internet. Lieferbereit stehen Experteneinschätzungen zu Nachfrageverhalten und Trends beim Neuwagenkauf oder zur aktuellen Nachlasssituation im deutschen Markt. Besuchen Sie dazu: http://www.meinauto.de/presse/

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
http://shortpr.com/rhtph0

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
http://www.themenportal.
de/kfz-markt/neuwagenkauf-studie-zum-weltfrauentag-frauenanteil-im-internetmarkt-mehr-als-doppelt-so-hoch-wie-im-gesamtmarkt-95
014

=== Neuwagenkauf-Studie zum Weltfrauentag: Frauenanteil im Internetmarkt mehr als doppelt so hoch wie im Gesamtmarkt 27,62 Prozent aller Internet-Neuwagen (Bild) ===

Neuwagenkauf-Studie zum Weltfrauentag: Frauenanteil im Internetmarkt mehr als doppelt so hoch wie im Gesamtmarkt
27,62 Prozent aller Internet-Neuwagenkäufer sind weiblich; Frauen geben immer weniger für ihren Neuwagen aus und stehen auf andere Modelle als Männer
Köln, 7. März 2013 Die Geschlechter-Analyse im kürzlich veröffentlichten Neuwagen Markt Report 2012 zeigt: Schon mehr als jeder 4. Online-Neuwagenkunde ist eine Frau. Damit ist die Frauenquote im Internet doppelt so hoch wie die im Gesamtmarkt, wo lediglich 13,45 Prozent aller Neuwagenkäufer weiblich sind. Im Jahr 2011 lag der prozentuale Anteil der Frauen beim Online-Neuwagenkauf noch bei 24,23 Prozent.
Im Umkehrschluss bedeutet dies: Männer verlieren beim Neuwagenkauf im Internet an Bedeutung. Erstmals ist der Anteil der Männer unter den Neuwagenkäufern im Internet unter die 75-Prozent-Marke gefallen (72,38%).
Frauen nutzen sehr gerne das Internet als Ort für den Neuwagenkauf. Besonders geschätzt wird die Gewissheit, einen guten Preis für das neue Auto zu erzielen und einer meist als unangenehm empfundenen Verhandlungssituation im Autohaus aus dem Weg zu gehen, nennt Marktexperte Alexander Bugge einen Grund für den im Vergleich zum Gesamtmarkt hohen Frauenanteil beim Online-Neuwagenkauf.
Frauen geben 2012 online im Durchschnitt rund 1.500 weniger für ihr neues Auto aus als 2011
Ein Blick auf die Ausgaben und die beim Online-Neuwagenkauf erzielten Rabatte zeigt, dass die Frauen in 2012 noch preisbewusster als 2011 waren. Beim Online-Neuwagenkauf sind Frauen zudem bei weitem weniger ausgabefreudig als die Herren der Schöpfung. Während das durchschnittliche Frauen-Auto im letzten Jahr 18.773 Euro (Internetpreis) kostete, gaben die Männer im Schnitt 22.052 Euro für ihr neues Fahrzeug aus; ein Unterschied von immerhin 3.279 Euro.
Beide Geschlechter profitierten von gestiegenen Nachlässen auf Neuwagen

Beide Geschlechter konnten in 2012 beim Neuwagenkauf deutlich höhere Nachlässe als noch 2011 erzielen. Insbesondere die Herren konnten mit einem Anstieg des Durchschnittsnachlasses von 19,64 auf 22,03 Prozent nicht nur mehr sparen als 2011, sondern übertrumpfen dadurch auch die Damen, die 2012 durchschnittlich 21,83 Prozent Nachlass auf ihren Neuwagen erhielten.

Die geschlechterspezifischen Vorlieben beim Neuwagenkauf: VW Polo ist die Nummer 1 bei den Frauen; Männer stehen auf Kompakt-SUVs und den VW Golf; VW up! ist nur bei den Frauen ein Hit
Auch im vergangenen Jahr hat es sich bestätigt, dass Frauen tendenziell kleinere (und preisgünstigere) Autos als Männer kaufen. So war 2012 bei den Damen der Kleinwagen VW Polo mit einem Marktanteil von 7,12 Prozent trotz deutlicher Verluste zu 2011 nach wie vor das beliebteste Modell. Der Ende 2011 am Markt eingeführte VW up! eroberte mit einem Marktanteil von 3,37 Prozent auf Anhieb Rang 6 der bei den Frauen beliebtesten Modelle.
Bei den Männern war in 2012 mit dem Titelverteidiger VW Golf (5,86% Marktanteil) ein Fahrzeug der Kompaktklasse das beliebteste Modell des Jahres. Darüber hinaus fiel auf, dass sich mit dem VW Tiguan, dem Nissan Qashqai, dem Skoda Yeti und dem Mazda CX-5 gleich vier Kompakt-SUVs unter den Top 10 der bei den Männern beliebtesten Modelle befanden, was einmal mehr die generell große Beliebtheit von Fahrzeugen aus dem SUV-Segment bei der Männerwelt bestätigt. Der VW up! hingegen ist nur bei den Frauen ein echter Verkaufsschlager. Bei den Männern reicht es mit einem Marktanteil von 1,55 Prozent nur für den 18. Rang.

Weitere Themen im Neuwagenmarkt Report 2012
Rabattentwicklung beim Neuwagenkauf im Internet; Neuwagenkauf im Internet nach Altersklassen, Marken, Modellen & Segmenten

Über MeinAuto.de
MeinAuto.de ist Experte für den Neuwagenkauf im Internet. Kunden wählen bei MeinAuto.de ihren Wunschneuwagen aus 35 Marken (über 500 Modelle) aus, erhalten eine persönliche Kaufberatung und kaufen zum Internetpreis. Das Portal wurde vom heutigen Geschäftsführer Alexander Bugge mitgegründet und ging am 22.1.2007 erstmals online mittlerweile hat die Firma <80 Mitarbeiter (Stand: März 2013). Durch mehrere Millionen Neuwagen-Konfigurationen im Jahr sowie durch Kontakte zu Händlern und Herstellern verfügt es über Brancheninformationen, Datenmaterial und Statistiken rund um das Thema Neuwagenkauf im Internet. Lieferbereit stehen Experteneinschätzungen zu Nachfrageverhalten und Trends beim Neuwagenkauf oder zur aktuellen Nachlasssituation im deutschen Markt. Besuchen Sie dazu: http://www.meinauto.de/presse/

Shortlink:
Permanentlink:
http://www.themenportal.
de/bilder/neuwagenkauf-studie-zum-weltfrauentag-frauenanteil-im-internetmarkt-mehr-als-doppelt-so-hoch-wie-im-gesamtmarkt-27-62
-prozent-aller-internet-neuwagen

Pressekontakt

MeinAuto GmbH

Herr Andreas Partz
Venloer Straße 151
50672 Köln

Andreas.Partz@meinauto.de

Firmenkontakt

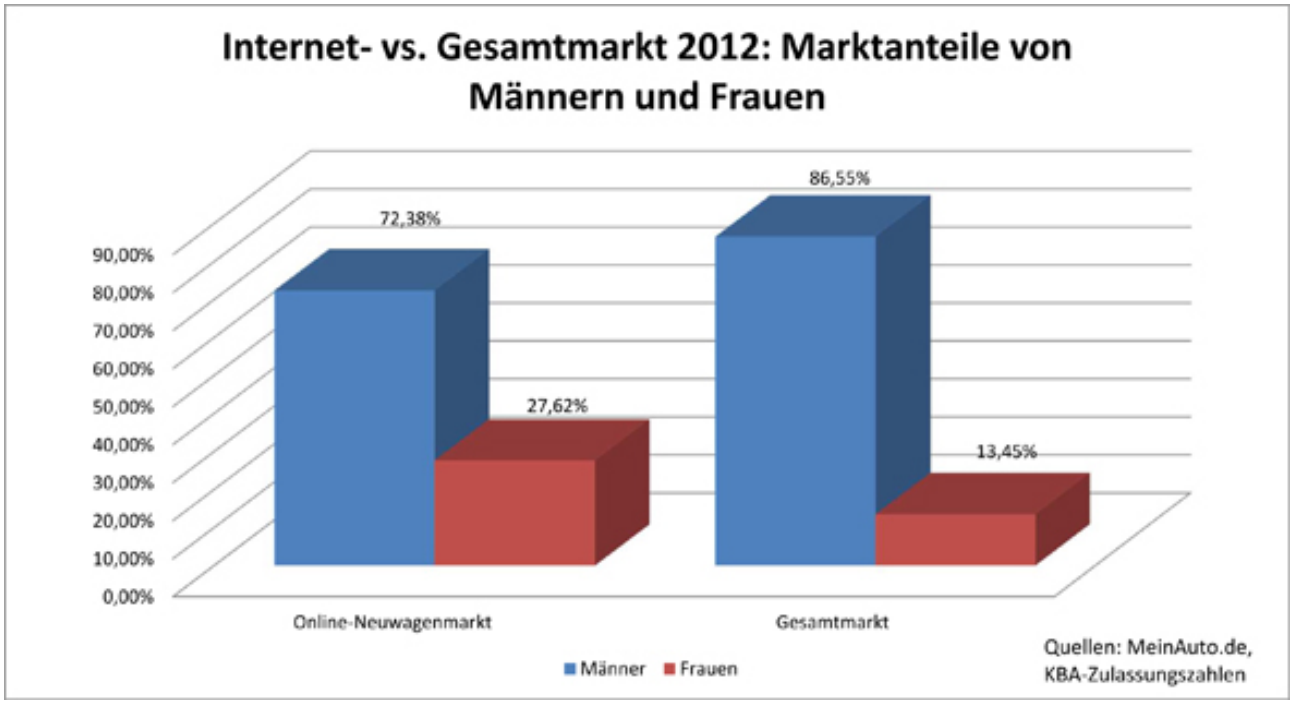
MeinAuto GmbH

Herr Andreas Partz
Venloer Straße 151
50672 Köln

meinauto.de
Andreas.Partz@meinauto.de

MeinAuto.de ist Experte für den Neuwagenkauf im Internet. Kunden wählen bei MeinAuto.de ihren Wunschneuwagen aus 34 Marken (über 500 Modelle) aus, erhalten eine persönliche Kaufberatung und kaufen zum Internetpreis. Das Portal wurde vom heutigen Geschäftsführer Alexander Bugge mitgegründet und ging am 22.1.2007 erstmals online mittlerweile hat die Firma <80 Mitarbeiter (Stand: Januar 2013). Durch mehrere Millionen Neuwagen-Konfigurationen im Jahr sowie durch Kontakte zu Händlern und Herstellern verfügt es über Brancheninformationen, Datenmaterial und Statistiken rund um das Thema Neuwagenkauf im Internet. Lieferbereit stehen Experteneinschätzungen zu Nachfrageverhalten und Trends beim Neuwagenkauf oder zur aktuellen Nachlasssituation im deutschen Markt. Besuchen Sie dazu: http://www.meinauto.de/presse/
Textredakteur: Philipp Stolz

Anlage: Bild


Internet- vs. Gesamtmarkt 2012: Marktanteile von Männern und Frauen
90,00%
80,00%
70,00%
60,00%
50,00%
40,00%
30,00%
20,00%
10,00%
0,00%
72,38%
27,62%
86,55%
13,45%
Online-Neuwagenmarkt
Gesamtmarkt
Männer
Frauen
Quellen: MeinAuto.de, KBA-Zulassungszahlen