

PRESSEMITTEILUNG

10.08.2016



Ziele setzen – Gas geben!

Eine Frau rollt den Autohandel auf: „DAS Frauenauto gibt es nicht!“

Jetzt abgeschlossene Umfrage von Ulrike Aichhorn belegt: Autohäusern entgehen Aufträge in Millionenhöhe

(Salzburg) Frauen fahren den Wagen, den ihr Partner ausgesucht hat und stehen vor allem auf Kleinwagen mit Einparkhilfe? Alles Unfug, weiß Ulrike Aichhorn, Expertin für Kundinnen-Gewinnung. „Viele Autohäuser und Werkstätten sind sich gar nicht bewusst, dass sie ihren Umsatz im Idealfall verfünffachen können – wenn sie auf die Bedürfnisse der Zielgruppe Frau eingehen.“ Die Unternehmensberaterin und Vortragsrednerin wollte es genau wissen und rief daher eine Studie zum Thema ins Leben, die jetzt abgeschlossen ist. Die Ergebnisse sprechen Bände: 92% der Teilnehmerinnen gaben an, die Kaufentscheidung für ihren Neuwagen selbst getroffen haben. Und nicht nur das: Sie sind auch gewillt, ihr selbstverdientes Geld in ein hochklassiges Modell zu investieren. Allein der potenzielle Auftragswert der Umfrage beträgt mehr als sieben Millionen Euro! Doch bis zum Kauf ist es oft ein steiniger Weg, denn viele Unternehmen tappen immer noch im Dunkeln, wenn es um die Bedürfnisse ihrer Kundinnen geht. Ulrike Aichhorns Studie verdeutlicht, dass in Sachen Kundinnen-Betreuung in vielen Punkten noch Luft nach oben ist.

Ein brisantes und hochaktuelles Thema, dem sich am vergangenen Freitag auch der [österreichische TV Sender Servus TV](#) widmete. Ulrike Aichhorn stellt im Beitrag klar heraus, dass Frauen beim Autokauf mit Klischeés zu kämpfen haben und in ihrer Kaufkraft stark unterschätzt werden. Eine fatale Fehleinschätzung, die Unternehmen teuer zu stehen kommt: Bei 30% der Teilnehmerinnen ihrer Umfrage lag der Kaufpreis des avisierten Wagens bei über 40.000 Euro, bei 25% sogar bei mehr als 55.000 Euro und damit klar im hochpreisigen Segment. Frau fährt, Mann zahlt? Auch dabei handelt es sich um ein längst überholtes Stereotyp. Ganze 89% gaben an, 31 Jahre oder älter zu sein, mitten im Berufsleben zu stehen und den Wagen selbst zu finanzieren. Außerdem wird deutlich, dass eine essentielle Botschaft noch nicht angekommen ist: Es gibt nicht DIE Zielgruppe Frau, sondern eine Vielfalt an Lebensentwürfen: Familienmanagerinnen, alleinerziehende Mütter, kinderlose Businessfrauen und viele mehr. Sie alle haben höchst individuelle Bedürfnisse, die Einfluss auf die Wahl eines neuen Autos haben. Wenn die Automobilindustrie alle diese Frauen als Kundinnen gewinnen möchte, ist es Zeit loszulassen und sich zu verabschieden – von der Idee eines „Frauen-Autos“ und von der Vorstellung, dass es DIE Kundin gibt.

Autohandel und Werkstätten verprellen Kundinnen durch altmodische Denke

Ulrike Aichhorn belegt mit ihrer Studie schwarz auf weiß, was viele Frauen schon lange im Gefühl haben: Werkstätten und Autohäuser müssen gerade in Punkto Respekt und Wertschätzung ordentlich aufholen. Viele der Befragten gaben an, sich darüber geärgert zu haben, dass sie nicht als Käuferin wahrgenommen und herablassend behandelt wurden und man ihnen mangelndes technisches Verständnis und Interesse unterstellt hätte. Der schlimmste Fauxpas: In mehreren Fällen sprach der Verkäufer nur mit dem Partner – obwohl die potenzielle Kundin vorher deutlich kommuniziert hatte, dass sie das Auto nutzen und bezahlen würde. „Hier herrscht dringender Handlungsbedarf“, resümiert Ulrike Aichhorn.

„Unternehmen sollten ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entsprechend schulen und auch ihr Marketing anpassen, um Frauen als Kundinnen nicht mehr zu vergraulen, sondern zu gewinnen. Dabei gilt es auch zu beachten, dass jede Frau ein personalisierter Multiplikator ist – 82% der Teilnehmerinnen haben ihre Erfahrungen an Freunde und Bekannte weitergegeben“, fasst Ulrike Aichhorn die To-dos für die Automotive-Branche zusammen.

die AICHHORN®
Gneiser Straße 18
A-5020 Salzburg

T +43 (0)662 / 840555-0
M +43 (0)664 / 3041200
E info@die-aichhorn.com
I www.die-aichhorn.com

602 Frauen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz haben an der Umfrage teilgenommen.

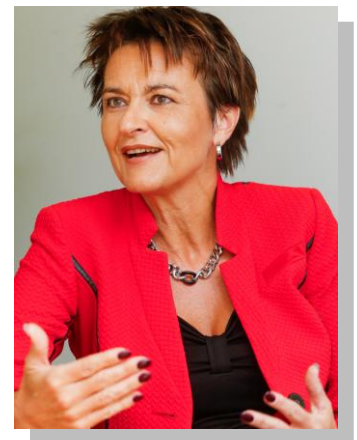
[Die Studie sowie Detailauswertungen können Sie hier direkt anfordern.](#)

[Sehen Sie hier den Beitrag auf Servus TV mit Ulrike Aichhorn.](#)

Über Ulrike Aichhorn:

„80% der Kaufentscheidungen werden von Frauen getroffen.“ Dieses Ergebnis internationaler Studien macht sich die Salzburger Unternehmensberaterin, Rednerin und Trainerin Ulrike Aichhorn zu Nutze. Sie hält mitreissende Vorträge zum Thema „Kundinnen-Gewinnung“ und entwickelt neue Marketingstrategien mit Unternehmen, um die vielversprechendste Zielgruppe anzuziehen: Die Frauen. Sie ist selbst eine der „selbst.bewussten Kundinnen“ und weiß daher, wie diese behandelt werden wollen, was ihnen wichtig ist – und was gar nicht geht. Mit ihrem Versprechen „So gewinnen Sie die stärkste Zielgruppe der Welt“ ist sie vor allem in der Finanzwirtschaft und in der Automotivebranche als Speaker und Consultant zum Thema „Kundinnen-Gewinnung“ aktiv. Zwölf Jahre Managementenerfahrung in nationalen und internationalen Großkonzernen, ein Master of Advanced Studies, ein Master in Training and Development und ihr Studium mit Abschluss zum Professional Speaker (GSA STI, Berlin) qualifizieren Ulrike Aichhorn für eine hochklassige Wirtschaftsberatung. Als erste Österreicherin erhielt sie im Sommer 2015 in Washington D.C. den Certified Speaking Professional® CSP, die höchste internationale Speaker-Auszeichnung.

www.die-aichhorn.com



Kontakt:



Ulrike Aichhorn MAS, MTD
die AICHHORN®
Gneiser Straße 18
A - 5020 Salzburg
Tel: +43-662-84 05 55-0
info@die-aichhorn.com
www.die-aichhorn.com

Pressekontakt:



PS:PR Agentur für Public Relations GmbH
Laura Krüppel
Grimmelshausenstraße 25
D - 50996 Köln
Tel: +49-221-77 88 98-12
laura.krueppel@pspr.de
www.pspr.de