



Die Befragten bemängeln, dass es oft lange dauert, bis Verkäufer die Kundinnen beachten.

Symbolbild: Reuters

„Autohäusern entgehen Millionen“

Gibt es ein typisches Frauen-Auto? Eine neue Studie widmete sich dem Thema Frauen beim Autokauf und attestiert Autoverkäufern altmodische Denkweisen

Von Markus Prinz

SALZBURG. Ein kleiner Stadtflitzer mit Einparkhilfe – der große Traum aller Frauen? „Nein“, besagt eine Studie von Unternehmensberaterin Ulrike Aichhorn, „ein typisches Frauen-Auto gibt es nicht.“

„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“, sagt die Salzburgerin. Frauen hätten internationalen Studien zufolge immer stärkere Entscheidungskraft und könnten bei richtiger Beratung und entsprechenden Angeboten Umsätze steigern. Deshalb habe sie eine Studie gemacht, bei der mehr als 600 Frauen aus Österreich, Deutschland und der Schweiz über ihre Erfahrungen beim Autokauf berichten. Die Teilnehmerinnen aus dem großen Netzwerk der Unternehmensberaterin verdeutlichten in der „nicht ganz repräsentativen“ Umfrage, wie unterschiedlich die Interessen bei der Anschaffung eines Pkw innerhalb der weiblichen Zielgruppe sind. Familienmütter, Alleinerziehende oder kinderlose Geschäftsfrauen – die Bedürfnisse sind grundverschieden.

Kundin nicht beachtet

Nicht unbedingt förderlich dabei sind Verkäufer, die Frauen das Fachwissen von vornherein absprechen. „Viele der Befragten gaben an, sich darüber geärgert zu haben, dass sie nicht als Käuferin wahrgenommen und herablassend behandelt wurden. Man hat ihnen mangelndes technisches Verständnis und Interesse unterstellt“, sagt Aichhorn, die im Vorjahr

selbst „Opfer“ eines schlechten Verkaufsteams wurde.

In einem Autohaus sei sie 25 Minuten lang gesehen, aber nicht beachtet worden. Nachdem sie den Verkäufer nach einigen technischen Daten befragt hatte, wurde dieser immer respektvoller. Ein Verkaufabschluss gelang ihm allerdings nicht, Aichhorn kaufte ihr Fahrzeug in Innsbruck statt beim Händler in ihrer Heimatstadt Salzburg. Vorfälle wie dieser hätten sie zur Durchführung der Studie inspiriert.

Nur mit Partner gesprochen

In mehreren Fällen berichteten die Umfrage-Teilnehmerinnen, dass der Verkäufer nur mit dem männlichen Partner gesprochen habe – obwohl die potenzielle Kundin vorher deutlich kommuniziert habe, dass sie das Auto nutzen und bezahlen werde. In Werkstätten sei das

„Viele der Befragten ärgern sich darüber, dass sie nicht als Käuferin wahrgenommen wurden.“



Foto: privat

Ulrike Aichhorn, Studieninitiatorin

Problem oftmals, dass die Reparatur-Anliegen der Kundinnen nicht ernst genommen würden. Einer Befragten wurde unterstellt, sie bilde sich die beanstandeten Geräusche nur ein.

Die Reparaturechnungen seien vielfach bei Männern nicht höher als veranschlagt. Bei einem Teil der befragten Frauen sei das sehr wohl so gewesen. In Österreich attestier-

ten die Damen den Autohäusern größtenteils zufriedenstellende Bewertungen. In den Punkten „Wertschätzung und Respekt“, „Wartezeiten“ und „Interesse am Anliegen“ schnitten österreichische Autohäuser und Werkstätten besser ab als jene in der Schweiz und Deutschland.

Zielgruppe größer als China

Mercedes-Chef Dieter Zetsche überraschte im Vorjahr, als er bei einem Kongress in Stuttgart über einen Markt sprach, der größer als jener in China sei. Gemeint waren die Frauen, die beim deutschen Premiumhersteller künftig mehr Berücksichtigung erfahren sollten.

„Es rücken mittlerweile etliche weibliche Führungskräfte nach“, sagt Aichhorn. Das sei positiv, denn schließlich seien Erfindungen wie beispielsweise die elektrische Heckklappe, die per Fuß geöffnet wird, von Frauen entwickelt worden.

Grundsätzlich gehe es aber weniger um spezielle Angebote denn um besseren Service. Dass der richtige Umgang mit Kundinnen wichtig ist, weiß auch der Paschinger Toyota-Händler Markus Mitterbauer: „Wir versuchen, jeden Kunden gleich gut zu betreuen und auf die jeweiligen Anliegen detailliert einzugehen. Aus Erfahrung kann ich bestätigen, dass die Frauen – selbst bei Paaren – eher die Entscheidungsträger sind. Wichtig ist am Ende nur, dass der Kunde – egal ob Mann oder Frau – zufrieden ist, wenn er unser Autohaus verlässt.“

Auf www.nachrichten.at/motor finden Sie einen TV-Beitrag über die Studie. Weitere Details zur Umfrage erfahren Sie auf www.die-aichhorn.com

DETAILS AUS DER STUDIE

Für die Studie wurden Frauen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt. Die meisten Teilnehmerinnen kamen aus Österreich (333).

92 Prozent wählen ihr Fahrzeug selbst aus, bei sieben Prozent entscheidet der Partner oder eine andere Person aus dem Umfeld.

Abgefragt wurden Besuche von Autohäusern (46 Prozent) und Werkstätten (54 Prozent).

51 Prozent der Frauen führen zum Zeitpunkt der geschilderten Erlebnisse VW, Audi, BMW und Mercedes

Aktuell fahren 54 Prozent der Befragten diese vier Marken. 89 Prozent der Befragten sind älter als 31 Jahre und berufstätig.

Unter dem Punkt „Was ich noch loswerden möchte“ gaben die meisten Teilnehmerinnen an, dass „auch Frauen gut vorbereitet zum Autokauf gehen“.

30 Prozent der Befragten gaben an, dass der Kaufpreis ihres Autos über 40.000 Euro liegt, bei 25 Prozent sogar bei mehr als 55.000 Euro.

10 Prozent der Befragten fahren bereits ihr Traumauto.

Inhalt

Test Honda Jazz »Seite 2

Sunshine Tour 2016
VW Beetle-Treffen in
Travemünde »Seite 3

Test Mazda CX-5 »Seite 4

Digital Die Technik-Trends
auf der IFA in Berlin »Seite 6

Kommentar

Von Clemens
Schuhmann



Hilfreiche Ellipsen

2015 starben in Österreich 83 Menschen bei Motorradunfällen, mehr als 4100 wurden zum Teil schwer verletzt. Die Unfallhergänge ähneln einander dabei häufig: In einer unübersichtlichen Linkskurve kommt der Zweirad-Lenker in Schräglage der Mittellinie – meist unbewusst, weil intuitiv – gefährlich nahe, dann gibt es plötzlich Gegenverkehr, der Biker will ausweichen, verreiselt – und fliegt aus der Kurve. Untersuchungen des Kuratoriums für Verkehrssicherheit (KfV) haben gezeigt – ein Großteil von mehr als 800 analysierten Motorradfahrern beim Durchfahren von gefährlichen Linkskurven eine zu enge, gefährliche Linie wählten. Nur fünf Prozent wählten eine sichere Fahrlinie.

Ein neues Projekt der KfV-Unfallforschung hat sich daher dieses Themas angenommen (Bericht Seite 6), schließlich ist hier das Potenzial zur Unfallreduzierung hoch: Aufgemalte Ellipsen in verschiedenen Größen bei Gefahrenstellen sollen den Motorradfahrern den Weg weisen und ihnen helfen, in Linkskurven eine sichere Fahrlinie zu finden. Ein Probelauf in Kärnten hat erste positive Auswirkungen gezeigt – ein Großteil der Biker folgte dieser Fahrlinie. Das sind gute Nachrichten, denn jeder Unfall und jeder Todesfall, der so verhindert werden kann, ist ein Glücksfall.

c.schuhmann@nachrichten.at

WERBUNG

Stets sicher ankommen

Sicheres Fahren darf aus dem Alltag nicht verdrängt werden. Um beruhigt unterwegs sein zu können, ist die ordnungsgemäße Wartung von Auto und Motorrad unumgänglich. Die Einhaltung der Serviceintervalle wahrt bei Neufahrzeugen nicht nur die Hersteller- und Mobilitätsgarantie. Sie gibt auch Sicherheit und kann Leben schützen. Bei älteren Modellen ist die Kontrolle und Instandhaltung der Sicherheitseinrichtungen mindestens ebenso wichtig. Wir empfehlen für einen ausreichenden Fahrzeugcheck die praktische Kombination mit der Pickerüberprüfung. Die österreichischen Kfz-Werkstätten unterliegen übrigens einer strengen Behördenkontrolle und setzen aus Überzeugung auf top-geschulte Mitarbeiter.



WKÖ
WIRTSCHAFTSKAMMER DER ÖSTERREICH
Der Fahrzeughandel

Adolf Seifried,
Obmann ÖÖ Fahr-
zeughandel,
WKÖ

Foto: WKÖ