Frauen und Autos – Honda und Mercedes treffen den richtigen Nerv

FRAUEN UND AUTOFAHREN – ein aus meiner Sicht ziemlich „ausgelutschtes“ Thema. Denn bei der Beantwortung der Frage, ob nun ER oder SIE besser fährt, spielen nicht selten zweifelhafte Statistiken sowie Vorurteile eine wichtige Rolle. Zumal sich nach meinen Eindrücken in den letzten Jahren Frauen und Männer bei der Fahrweise sehr angenähert haben – im Positiven wie im Negativen. Deshalb betrachte ich das Thema FRAUEN UND AUTOS als wesentlich interessanter. Oder konkreter gesagt: welche Autos bevorzugt das weibliche Geschlecht? Eine Antwort auf diese interessante Frage haben 20 Motorjournalistinnen aus 15 Ländern – darunter neun aus Europa – gegeben, die die Automobil-Neuheiten des letzten Jahres beurteilt haben. Und zwar nach den Kriterien Design, Funktionalität, Attraktivität, Laderaum und Komfort sowie „Sex-Appeal“ und Kosten-Nutzen-Verhältnis. Allesamt Punkte, die für Frauen beim Autokauf nach Meinung der Jurymitglieder eine besonders große Bedeutung besitzen. Hoch im Kurs stehen beim vermeintlich schwachen Geschlecht nicht zuletzt Honda und Mercedes.

So wurde der Honda Jazz zum „Frauenauto des Jahres 2014“ in der Kategorie „Budget Car“ (wirtschaftlichstes Auto) gekürt. Dazu meint Sandy Myhre, Gründerin des „Women’s World Car of the Year”: „Honda kann stolz auf diese Leistung sein, denn es ist äußert schwierig, einen Platz auf unserer Nominierungsliste zu ergattern. Motorjournalistinnen sind sehr anspruchsvoll – in einer unserer Kategorien zu gewinnen ist etwas ganz Besonderes." Man darf gespannt sein, ob dieser Award bei den Werbemaßnahmen im Rahmen der Markteinführung des neuen Jazz im Sommer eine Rolle spielen wird. Rund um andere Preise wie dem „Auto des Jahres“ sind in der Vergangenheit bereits ganze Marketingkampagnen aufgebaut worden. Allerdings hat diese Auszeichnung einen ungleich höheren Stellenwert …

Den Sieg in der Kategorie „Luxury Car“ errang bei der vom neuseeländischen Women’s World Magazin zum fünften Mal vergebenen Auszeichnung – wen überrascht’s? – die Mercedes S-Klasse. Und nicht nur das: denn das schwäbische Flaggschiff holte von allen Kategoriesiegern – darüber hinaus werden noch Familien- und Sportwagen sowie SUV, das umweltfreundlichste und eben auch das wirtschaftlichste Auto bewertet – die meisten Punkte. Somit ist die S-Klasse quasi das Frauen-Auto schlechthin und erhielt in diesem Zuge zudem den „Supreme Award“ verliehen. „Mit dieser Würdigung festigte die S-Klasse ihren Ruf als technologischer Trendsetter und Inbegriff des luxuriösen Reisens“, kommentiert Mercedes den Preis als „Women’s World Car of the Year” sachlich-nüchtern.

Man könnte jetzt natürlich diesen von Motorjournalistinnen verliehenen Preis als Spielerei einer weit entfernt in Ozeanien sitzenden Frauenzeitschrift abtun. Sollte man aber nicht! Denn die Zielgruppe Frauen genießt bei den Automobilherstellern eine immer höhere Priorität. Einerseits als potenzielle Kundinnen, und andererseits als wichtige Beraterinnen bei der Anschaffung eines Autos ihres Partners. Diese Aspekte gewinnen zusätzlich an Bedeutung, weil so mancher von der Automobilindustrie erwartete Wachstumsmarkt wie Brasilien, Indien oder Russland (noch) nicht die Erwartungen erfüllt und sich Europa weiterhin auf niedrigem Niveau bewegt. Unter diesen Umständen dürfte es für Frauen Schlimmeres geben, als von den Automobilherstellern als potenzielle Käuferinnen „umschmeichelt“ zu werden …

Bildquelle: Honda/Mercedes