

Studie mit Statista: Wie wichtig ist Autofahrer*innen ihr Fahrzeug?

Hannover, im Juli 2022. Vom eigenen Namen über die regelmäßige Pflege bis zu einer bestimmten Dekoration – wenn das Auto einen hohen Stellenwert hat, investieren Pkw-Besitzer*innen gerne Zeit und Energie. Das zeigen die Ergebnisse einer aktuellen Statista-Befragung, die Vergölst in Auftrag gegeben hat. Im Kern stand die Frage: Wie wichtig ist deutschen Autofahrer*innen ihr fahrbarer Untersatz?

Sei es Herbie aus dem gleichnamigen Film oder „K.I.T.T.“ aus Knight Rider – viele Autos mit persönlichem Namen haben heute einen Kultstatus erreicht. Aber wie halten die Deutschen es eigentlich mit Spitznamen für ihr eigenes Fahrzeug? Das deutsche Marktforschungsinstitut Statista hat im Auftrag von Vergölst 1.000 Pkw-Besitzer*innen hierzu befragt. Mit dem erstaunlichen Ergebnis: Nahezu jeder fünfte hat einen Namen für das eigene Auto. Die offenen Antworten zeigten, dass hier vor allem „Baby“ und „Dicker“ hoch im Kurs stehen – dicht gefolgt vom Namen des bereits erwähnten vierrädrigen Filmhelden „Herbie“.

Auto-Dekoration – ja oder nein?

Deutlich höher fiel die Anzahl der „Ja“-Stimmen dahingegen bei der Frage nach Autodekoration aus. Seien es besondere Fußmatten (51 Prozent), Sonnenschutz-Utensilien für die hinteren Fensterscheiben (9 Prozent) oder spezielle Duftbäume (15 Prozent) – bei 68 Prozent der Befragten kommen diese und weitere Dekoartikel im Auto zum Einsatz. Bei den offenen Nennungen tauchten zudem besonders häufig Glücksbringer in Form von Anhängern für den Innenspiegel auf – beispielsweise Schutzengel –, mit denen die Besitzer ihr Auto optisch herausputzen möchten.

Wie sauber sind deutsche Autos?

Putzen ist das passende Stichwort: Die Teilnehmer der Umfrage wurden auch danach gefragt, wie oft sie ihr Fahrzeug reinigen. Die Mehrheit (43 Prozent) legte sich auf „mehrmals im Jahr“ fest. 25 Prozent der 1.000 Befragten gaben an, einmal im Monat eine Waschstraße mit ihrem Auto aufzusuchen – 6 Prozent sogar einmal pro Woche. Am anderen Ende der Skala outeten sich insgesamt 12 Prozent der Teilnehmer als Putzmuffel: 9 Prozent putzen ihr Auto nur einmal im Jahr und 3 Prozent noch seltener.

Die Bedeutung des eigenen Fahrzeugs

Alle Fragen der Befragung zielten am Ende darauf ab, zu ermitteln, wie wichtig den Deutschen ihr Auto ist: „(...) 77 Prozent gaben auf die Frage „sehr wichtig“ oder „wichtig“ an, 18 Prozent bewerteten die Bedeutung ihres Autos als mittelmäßig, während 5 Prozent der Befragten ihr Auto als „überhaupt nicht wichtig“ oder „nicht wichtig“ beschrieben.“ Hierzu passend wären nur 21 Prozent dazu bereit, auf ihr eigenes Auto zu verzichten, um z.B. auf ein Carsharing-Modell umzusteigen. Weitere Informationen zum Thema „Das Auto und die Umwelt“ gibt es in den weiteren Ergebnissen der Befragung, die im August veröffentlicht werden.

Zur Methodik

Im Auftrag der Vergölst GmbH hat das Marktforschungsinstitut Statista im März 2022 eine repräsentative Online-Befragung von 1.000 Pkw-Eigentümern im Alter von 18 bis 65 Jahren in Deutschland durchgeführt.

Kontakt für Journalisten

Marlene Friessner
Marketing Managerin DACH

Triesterstr. 14
2351 Wiener Neudorf

Telefon: +43 2236 / 9009 - 20
E-Mail: marlene.friessner@contitrade.at
www.vergoelst.de

Links

Pressetexte und Fotos zum Download finden Sie unter

<https://vergoelst.de/presse.html>

<https://instagram.com/vergoelst/>

<https://www.facebook.com/vergoelst/>

<https://www.youtube.com/user/VergoelstReifen>

Über Vergölst

Mit einem Netzwerk von über 450 Standorten sichert Vergölst bundesweit die Mobilität der Kunden. 1926 in Aachen gegründet ist der Spezialist für Reifen und Autoservice stetig gewachsen. Seit 1974 ist Vergölst Teil der Continental AG und hat seine Zentrale in Hannover. Heute erwirtschaften rund 1.900 Mitarbeiter in ganz Deutschland einen jährlichen Umsatz von etwa 330 Millionen Euro.