

# Presse-Information 3hm

## **Mehr als ein Drittel der älteren Autofahrer können sich fürs Auto begeistern.**

Es ist festzustellen, dass sich in letzter Zeit Unternehmen und Handel vermehrt mit der wachsenden Generation der 50plus aus Marketingsicht beschäftigen. Dabei ist bereits seit langem bekannt, dass das Einstellungsverhalten der Verbraucher seit jeher durch die jeweiligen Lebensphasen bestimmt ist. So ist beispielsweise derjenige Teil der älteren Autofahrer, der durch entsprechende Vorsorge über ausreichende finanzielle Mittel verfügt, auch in der Lage sich das Beste für das Auto zu gönnen.

Knapp 36 % der über 60-jährigen Autofahrer können sich für Autos richtig begeistern. Bei älteren Autofahrern ab Mittelklasse-Fahrzeuge und von Premiummarken steigt die Begeisterung fürs Autofahren sogar auf über 40 %. In einem ähnlichen Verhältnis bewegt sich das Interesse am Motorsport, wie die 3hm Strategie- und Marketingberatung in einer Analyse auf Basis einer repräsentativen Befragung herausfand. In dieser Hinsicht liegt die Einstellung auf einer Ebene mit den jüngeren Autofahrern.

### **Gut informiert.**

Immerhin 44% der über 60-jährigen Autofahrer gaben an, dass sie über Neuerungen für Autos gut informiert sind, wogegen die unter 50-jährigen nur einen Wert von 30 % erreichen. Vertreter der älteren Generation sind beispielsweise der Kundentyp „Anspruchsvolle“ und der so genannte „Erfolgreiche“: Sie haben viel Zeit, informieren sich ausführlich und erwarten eine gute und respektvolle Beratung, wie das marktpsychologische Institut Psyfact herausgefunden hat.

### **Sind Kosten orientiert.**

Bei aller Euphorie über die „Best Ager“ darf nicht vergessen werden, dass über 80 % der älteren Autofahrer auf die Unterhaltskosten für ihr Auto achten, ja achten müssen, wobei dieser Wert leicht über dem Durchschnitt aller Autofahrer mit 78 % liegt. Erwartungsgemäß sind hier vor allem Fahrer von kleineren Fahrzeugen betroffen. Mehr denn je, steht bei den über 60-Jährigen dabei die Funktionalität im Vordergrund, also zusätzliche Ausstattungsmerkmale des Autos sind hier weniger gefragt.

### **Legen Wert auf individuelles Aussehen.**

Diejenigen Autofahrer über 60 Jahre, die es sich leisten können, und das sind immerhin 40 %, sind bereit für das individuelle Styling ihres Fahrzeugs einen Mehrbetrag auszugeben. In seiner Freizeit kümmern sie sich auch mit 62 % überdurchschnittlich um die Pflege für ihr Auto.

Das Kauf- und Einstellungsverhalten der älteren Autofahrer ist im Grunde nicht neu, denn es entspricht der derzeitigen Lebensphase. Im Zuge einer stärkeren Kundenorientierung ist jedoch eine feinere Zielgruppenansprache notwendig. Damit lassen sich auch in konjunkturell schwachen Zeiten noch Kaufpotenziale heben.

Für weitere Auskünfte stehen Ihnen die Berater von  
3hm Automotive gerne zur Verfügung.

Telefon: 06061/70.18.83 Hans Herrmann

eMail: [kontakt@3hm.de](mailto:kontakt@3hm.de)

3hm Automotive GmbH  
Dr.-Albach-Straße 28  
64720 Michelstadt