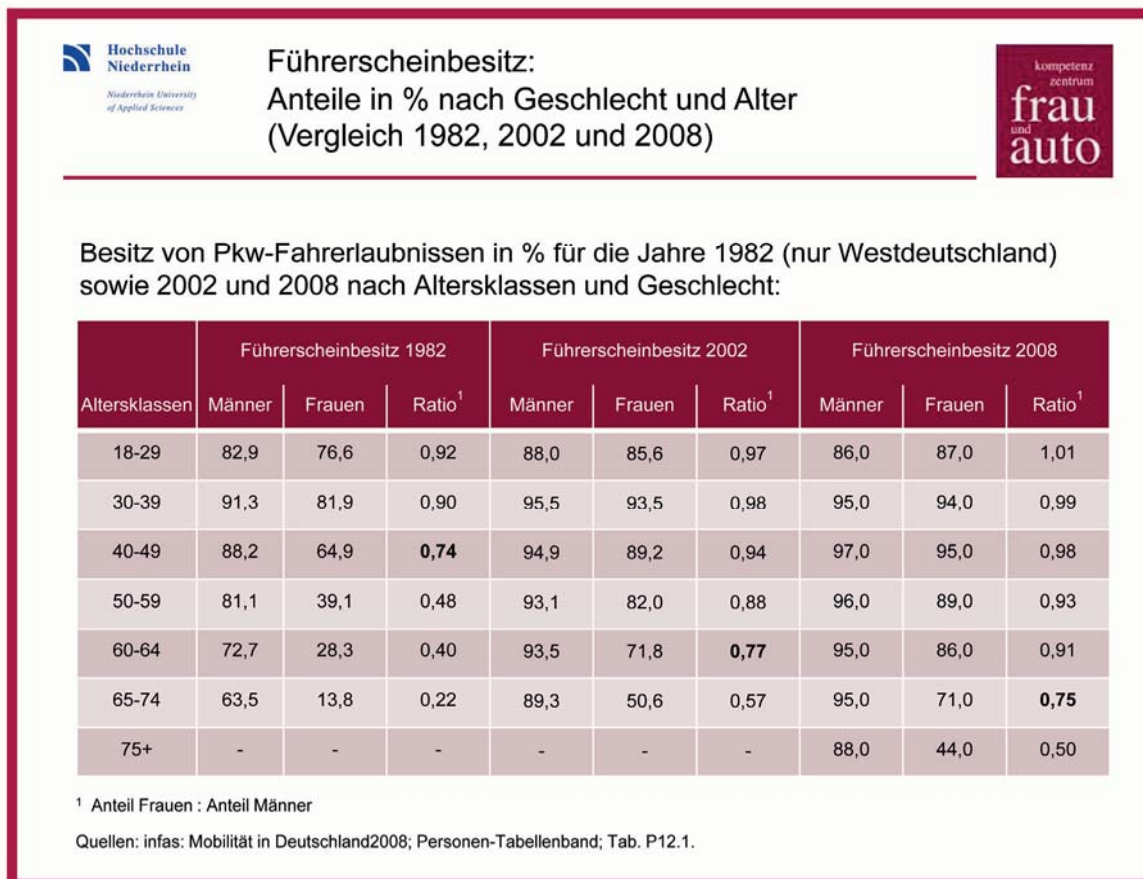


1 Zielgruppe Autofahrerinnen

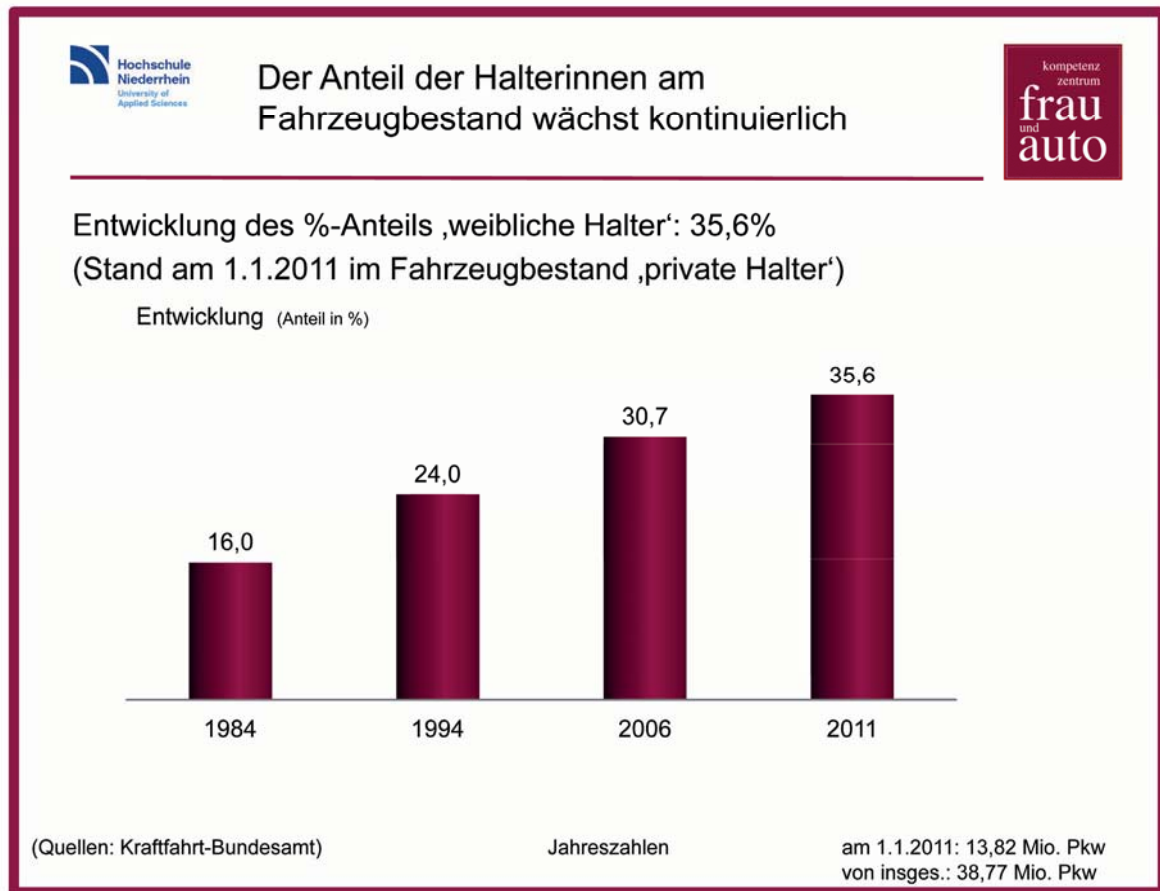
Der Besitz eines Führerscheins ist für Frauen in Deutschland mittlerweile fast eine Selbstverständlichkeit.

Abbildung 1.1 Führerscheinbesitz Frauen in 1982, 2002 und 2008



Mehr als jedes dritte Auto auf deutschen Straßen hat inzwischen eine Frau als Halterin, wie die Zahlen des Kraftfahrtbundesamtes zum Stichtag 1.1.2011 ausweisen.

Abbildung 1.2 Anteil der Halterinnen am Fahrzeugbestand wächst kontinuierlich



Der demografische Wandel kann sehr gut an den Pkw-Besitzquoten abgelesen werden. Die untenstehende Abbildung zeigt nach Altersklassen aufgeschlüsselt in den dunkelgrauen Säulen die jeweilige Zahl der Frauen in der Alterskohorte. Hier springt die Generation Babyboomer, d.h. die heute zwischen 40 und 49 Jahre alten Frauen, als höchste Säule in den 10-Jahres-Altersschritten (Ausnahme: Zusammenfassung der 18 bis 29-jährigen Frauen) deutlich hervor. Selbst die Generation der Wirtschaftswunderkinder, d.h. die Frauen, die heute zwischen 50 und 59 Jahre alt sind, ist als Alterskohorte stärker besetzt als die 18 bis 29-Jährigen.

Nimmt man den Führerscheinbesitz als Voraussetzung für einen Pkw-Kauf und betrachtet diese Ziffer als Potenzialgröße für den maximalen Absatz in den jeweiligen Alterskohorten, zeigt sich ein sehr ähnliches Bild: Die Zahl der Führerscheinbesitzerinnen ist die höchste mit insgesamt ca. 6,5 Mio. Frauen in der Generation der Babyboomer-Frauen, gefolgt von den Ziffern der Führerscheinbesitzerinnen in der Generation der Wirtschaftswunderkinder und anschließend derjenigen in der Generation der Digital Natives, d.h. der 18 bis 29-Jährigen.

Die Ziffern zum Marktvolumen, d.h. der Pkw-Besitz in den einzelnen Altersgruppen, bestätigt nochmals die zuvor geschilderten Relationen: Die meisten Pkw-Halterinnen finden sich

mit ca. 3,81 Mio. weiblicher Halter in der Babyboomer-Generation, gefolgt von 3,38 Mio. Pkw-Halterinnen in der Generation der Wirtschaftswunderkinder. Die übrigen Alterskohorten zeigen allesamt einen niedrigeren Pkw-Besitz pro Altersklasse. Im Umkehrschluss könnte aus automobilwirtschaftlicher Sicht argumentiert werden: Die Frauen aus den Generationen der Digital Natives und der Generation Golf (d.h. die 30 bis 39-Jährigen) müssen noch auf das Niveau des Pkw-Besitz in der Babyboomer-Generation gebracht werden. Ein Erreichen einer vergleichbar hohen Absolutzahl von Halterinnen ist jedoch angesichts der merkbar kleineren Kohortengrößen eher unwahrscheinlich. Dies bedeutet, dass der Automobilwirtschaft für den Verkauf von Neu- und Gebrauchtwagen in den jungen Generationen schlichtweg das ‚nachwachsende Potenzial‘ fehlt. Diese Entwicklung wird zusätzlich beschleunigt durch die gute Akzeptanz multimodaler Mobilitätskonzepte in jungen Zielgruppen. Multimodale Konzepte binden in aller Regel dynamisierte CarSharing-Angebote mit ein, d.h. den zuvor registrierten Zugriff auf ein Fahrzeugangebot, das fast über die ganze Stadtfläche verteilt ‚zum Einstieg bereit steht‘. Diese neuen Konzepte lassen insbesondere in Großstädten die Absicht des Erwerbs eines eigenen Fahrzeugs, das von jungen Menschen immer häufiger als zu teuer in Kauf und Unterhalt eingestuft wird, wenig attraktiv erscheinen.

Abbildung 1.3 Ausschöpfungsquoten nach Altersgruppen

