

Pressemitteilung

Von sexy BMW- und selbstbewussten Porsche-Fahrern: So wirkt die Automarke auf andere

Kleinmachnow/Berlin, 24. Juli 2024 – Zeige mir dein Auto und ich sage dir, wer du bist: Welche Charaktereigenschaften welcher Automarke zugeschrieben werden, zeigt eine aktuelle bundesweite Umfrage* von mobile.de, Deutschlands größtem Fahrzeugmarkt.

Mehr als der Hälfte der deutschen Autofahrerinnen und -fahrer (55 Prozent) ist es wichtig, welchen Eindruck ihr Fahrzeug auf andere macht. Fast jeder Dritte (31,2 Prozent) ist überzeugt davon, dass das Auto positiv auf das soziale Umfeld wirkt – darunter vor allem diejenigen, die Porsche (65,5 Prozent), Land Rover (52,3 Prozent) oder BMW (51 Prozent) fahren. Doch wie wirken die Marken tatsächlich? Nach Meinung der Deutschen sind Fahrerinnen und Fahrer von BMW (20,1 Prozent), Mercedes-Benz (17,8 Prozent) und Porsche (17,5 Prozent) im Vergleich zu anderen Automarken besonders sexy. Mercedes-Benz-Fahrerinnen und Fahrer gelten zudem als besonders traditionell (22,2 Prozent), wer einen Porsche (35,5 Prozent) fährt als selbstbewusst. Mit einem VW punktet die Person hinter dem Lenkrad wiederum mit inneren Werten und erhält den mit Abstand größten Sympathiebonus (13,6 Prozent).

Raser oder Schleicher?

Die Automarke ist zudem bezeichnend für die Wahrnehmung des Fahrstils: So wird Fahrerinnen und Fahrern von Mercedes-Benz (33,2 Prozent), Volvo (24,7 Prozent) und Audi (24,2 Prozent) zugeschrieben, auf der Straße besonders auf Sicherheit bedacht zu sein. Mit einem BMW hingegen wird am offensivsten (36,3 Prozent) gefahren, gefolgt von Porsche (29,6 Prozent) und Audi (21,7 Prozent). Auch bei der Geschwindigkeit zeigen sich Unterschiede in der Wahrnehmung: Während Smart (11,1 Prozent) und Fiat (10,9 Prozent) langsamer unterwegs sind, verbinden Befragte mit den Marken Porsche (53,5 Prozent) und BMW (45 Prozent) sportlich-schnelles Fahrverhalten im Straßenverkehr.

Sex im Auto: am liebsten im Land Rover

Apropos Verkehr: Am häufigsten sind es sportliche (54,9 Prozent) Autofahrerinnen und Autofahrer, die nach eigenen Angaben schon einmal Sex im Auto hatten. Insgesamt hat bereits jeder Dritte (39,2 Prozent) den Liebesakt auf vier Rädern vollzogen. Insbesondere Fahrerinnen und Fahrer von Land Rover (74,9 Prozent),

Volvo (71,3 Prozent) und Tesla (70,1 Prozent) gaben dies im Rahmen der Befragung zu.

***Umfragebedingungen**

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der vom 27. März bis 2. April 2.040 Personen teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

Über mobile.de

mobile.de ist Deutschlands größter Fahrzeugmarkt mit rund 1,4 Millionen inserierten Pkw, Nutzfahrzeugen, Motorrädern und E-Bikes. Sowohl Privatkunden als auch mehr als 40.000 registrierte Fahrzeughändler nutzen die Plattform und profitieren dabei von 108 Millionen Visits pro Monat (Quelle: mobile.de Google Analytics Tracking, Ø Monat Januar bis Dezember 2023). Als „One-Stop-Shop“ umfasst das Angebot von mobile.de neben dem An- und Verkauf auch Finanzierungs- und Leasinglösungen. Das 1996 gegründete Unternehmen ist ebenso wie Kleinanzeigen ein Tochterunternehmen von Adevinta, einem weltweit führenden Anbieter für Online-Kleinanzeigenportale.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

mobile.de GmbH, Nils Möller, Senior Manager Communications
Albert-Einstein-Ring 26, 14532 Kleinmachnow
Tel: 0152-54802957, E-Mail: nils.moeller@adevinta.com

Achtung! GmbH, Isabel Eichhorn, Account Manager
Straßenbahnring 3, 20251 Hamburg
Tel: 0151-51796419, E-Mail: isabel.eichhorn@achtung.de