

13.11.2019

## ZAHL DER WOCHE

### Image ist nicht alles

**Trotz aufwändiger Imagekampagnen und permanenter Präsenz auf den Straßen: Für nur 19 Prozent der Autofahrer in Deutschland sind Image und Prestige einer Marke wichtig oder sehr wichtig bei der Kaufentscheidung.**



*Fotoquelle: Adobe Stock*

#### Pressekontakt

Sabine Gemballa  
Business Partner  
CosmosDirekt  
T +49 (0) 681 966-7560

Stefan Göbel  
Unternehmenskommunikation  
Leiter Externe Kommunikation  
T +49 (0) 89 5121-6100

presse.de@generali.com

c/o follow red GmbH  
Ute Schmidt  
Waldburgstraße 17/19  
70563 Stuttgart  
Tel.: +49 (0)711-90140-483  
ute.schmidt@followred.com

**Generali Deutschland AG**  
Adenauerring 7  
81737 München

[www.cosmosdirekt.de](http://www.cosmosdirekt.de)  
[www.generali.de](http://www.generali.de)

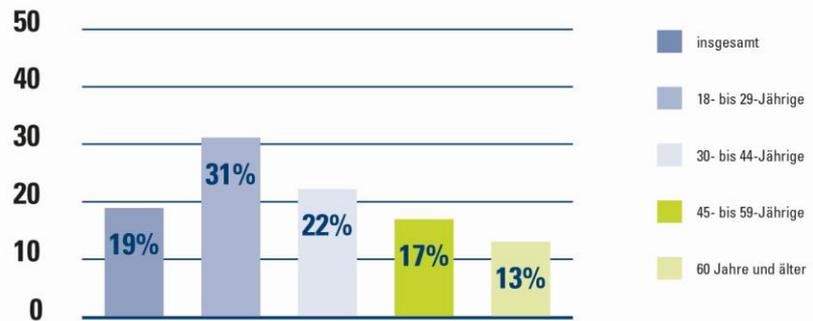
Twitter: @GeneraliDE

Saarbrücken – Man(n) ist, was man fährt – so oder so ähnlich stellen sich das Autohersteller vor, wenn sie ihre Fahrzeuge inszenieren. Der Interessent soll davon überzeugt werden, dass im neuen Wagen nicht nur Technologie, Qualität und Design steckt, sondern auch ein ganz bestimmter Markenglanz, in dem man sich als Besitzer präsentiert. Bei genauem Hinsehen rangiert aber das Image und Prestige eines Fahrzeugs bei der Kaufentscheidung weit hinter Faktoren wie Kaufpreis, Sicherheit oder Umweltfreundlichkeit. Das ergab die aktuelle forsa-Studie „Einstellungen zum eigenen Auto“<sup>1</sup> im Auftrag von CosmosDirekt, dem Direktversicherer der Generali in Deutschland.

Demnach ist für nur 19 Prozent der befragten Autofahrer das Image bzw. Prestige des Autos (sehr) wichtig, wenn sie sich nach einem neuen Wagen umschauen. Dabei sinkt die Bedeutung mit dem Alter: Wo die befragten Autofahrer U30 noch mit 31 Prozent auf das Image einer Automarke achten, liegt der Wert bei der älteren Zielgruppe ab 60 Jahre nur noch bei 13 Prozent. Ein ähnliches Gefälle weisen die Geschlechter auf: 24 Prozent der Männer finden das Image (sehr) wichtig beim Autokauf, während das nur bei 14 Prozent der Frauen der Fall ist.

<sup>1</sup> Bevölkerungsrepräsentative Studie „Einstellungen zum eigenen Auto“ des Meinungsforschungsinstituts forsa im Auftrag von CosmosDirekt, dem Direktversicherer der Generali in Deutschland. Im September 2019 wurden 1.505 Autofahrer ab 18 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland befragt.

### Bedeutung von Image/Prestige des Autos beim Kauf (Auszug)



forsa Studie im Auftrag von CosmosDirekt vom 19.09.2019

Wenn Sie detaillierte Informationen zu der forsa-Studie „Einstellungen zum eigenen Auto“ benötigen, wenden Sie sich gerne an den Pressekontakt. Alles Wissenswerte über den Kfz-Versicherungsschutz von CosmosDirekt gibt es unter [www.cosmosdirekt.de/kfz-versicherung/ratgeber-kfz-versicherung/](http://www.cosmosdirekt.de/kfz-versicherung/ratgeber-kfz-versicherung/).

#autoliebe

#### COSMOSDIREKT

CosmosDirekt ist Deutschlands führender Online-Versicherer und der Direktversicherer der Generali in Deutschland. Mit einfachen und flexiblen Online-Angeboten und kompetenter persönlicher Beratung rund um die Uhr setzt das Unternehmen neue Maßstäbe in der Versicherungsbranche. Zum Angebot zählen private Absicherung, Vorsorge und Geldanlage. Mehr als 1,8 Millionen Kunden vertrauen auf CosmosDirekt

#### GENERALI IN DEUTSCHLAND

Die Generali in Deutschland ist mit 14 Milliarden Euro Beitragseinnahmen sowie rund 10 Millionen Kunden der zweitgrößte Erstversicherungskonzern auf dem deutschen Markt. Zum deutschen Teil der Generali gehören die Generali Deutschland Versicherung, AachenMünchener Lebensversicherung, CosmosDirekt, Dialog, Central Krankenversicherung, Advocard Rechtsschutzversicherung und Deutsche Bausparkasse Badenia.

Die Sicherheit Ihrer persönlichen Daten ist uns sehr wichtig. Bitte teilen Sie uns mit, wenn Sie keine weiteren Informationen mehr von uns wünschen. Wir werden Ihre Daten dann aus unserem Verteiler löschen.