

Ja wo sind denn die tollen Farben geblieben?

Kann man doch mal fragen, wenn man sich die Statistiken der weltweit beliebtesten Autofarben ansieht, wie wir das in dieser Ausgabe von FML auch tun.

Grau, weiß, schwarz - von bunt ist ja nun seit Jahren keine Rede mehr! In diesem Zusammenhang gibt es eine hochinteressante Studie von Wendy Lord, einer britischen Wirtschaftspsychologin, die diese umfassende Studie im Auftrag von Ford erstellt hat.

„Die Farbwahl beim Autokauf kann sehr aufschlussreich sein - je nachdem, ab die Person hinter dem Lenkrad ein Mann oder eine Frau ist“, so Lord, die mit ihrem Team 2000 Testpersonen im Alter von 25 bis 65 Jahren befragt hat. Sie kann damit also eher einen Trend beschreiben, als eine repräsentative Aussage treffen.

Für viele Menschen würden die Farbe und der Stil ihres Autos zeigen, wie sie von der Welt gesehen werden wollen.

„Besonders spannend waren Gespräche mit Menschen, die sich für Bicolor wie schwarz-rote Farbkombinationen interessieren. Unabhängig vom Geschlecht neigten diese Leute zu riskanten Aktivitäten, die einen Adrenalinstoß auslösen“, erklärt die Wissenschaftlerin.

Woher sie das weiß? Weil Lord psychometrische Testberaterin ist und neben der Farbwahl einen Fragebogen zu Vorlieben und Selbsteinschätzungen der Probanden ausgewertet hat.

Ihr Fazit: Silberfarbene Autos sprechen besonders Männer an, die unter Stress ruhig bleiben. Männer, die rote Autos wählen, zeigten im Rahmen der Studie keine besonders hervorstechenden Charakterzüge.

Frauen dagegen schon. Zum Beispiel Frauen, die schwarze Autos bevorzugen, würden sich selbst sehr oft als clever und lösungsorientiert einschätzen. Sie geben auch zu, leicht reizbar zu sein, wenn Dinge nicht nach ihrem Willen laufen.

Männer mit Vorliebe für schwarze Autos beschreiben sich unterdessen als impulsiv, tendenziell unorganisiert und leicht ablenkbar.

Die Wahl der Autofarbe sage einiges über die Persönlichkeit von Kunden und deren Selbstbild aus, so Lord. Und in vielen Fällen gibt es deutliche Unterschiede zwischen Frauen und Männern, obwohl sie die gleiche Wagenfarbe wählen.

Zum ersten Mal seit zehn Jahren ist der Anteil weißer Lackierungen nicht mehr rasant gestiegen.

Ist der Weiß-Boom also vorbei? Sicher noch nicht, aber es gibt Anzeichen dafür.

Diese gesamte Farblosigkeit gab es nicht immer!

Noch Mitte der 90er-Jahre ließen die Deutschen ihre Neuwagen am liebsten in „echten“ Farben lackieren. Auf dem Höhepunkt dieses Trends, 1996, waren zwei Drittel der Neuwagen rot, grün,

blau oder Gelb. Im Jahr nach der Wende, 1991, wurden sogar fast 30 Prozent der neuen Autos in Rot bestellt.

Und dann begann der Silber-Boom. Grün, ohnehin eher ein Exot unter den Autofarben, ist seither fast völlig verschwunden.

Dabei lässt sich die Dominanz der gedeckten Lackfarben leicht erklären. Der Zusammenhang ist, dass ein großer Teil der Neuwagen hierzulande als Firmenwagen zugelassen wird. Und Flottenwagen sind nun einmal in aller Regel möglichst neutral lackiert.

Da kannst Du als Mann noch so gefühlsbetont sein und auf Dein Bauchgefühl hören - also der „Blautyp sein - ein schwarzes, graues, weißes Auto verkauft sich einfach leichter. Herzlich, Ihr



Wolfgang Auer, Chefredakteur