

Andere Länder, anderes Fahrverhalten

Deutschlands größter Fahrzeugmarkt mobile.de hat in Kooperation mit der Ebay Classifieds Group eine repräsentative Studie durchgeführt, die das Fahrverhalten europäischer Autofahrer untersucht. Dabei kam heraus, dass sich verschiedene Nationen selbst hinter dem Lenkrad ihrem gängigen Naturell entsprechend verhalten, während der Blick auf das Geschlechterverhältnis überrascht.

Italienern sagt man bekanntlich nach, sie seien temperamentvoll und leidenschaftlich. Dass diese Eigenschaft auch für ihren Fahrstil zutrifft, bestätigt die Studie, aus der die heißblütigen Südländer mit 21 Prozent als Spitzenreiter des Fahrstils „risikofreudig“ hervorgehen. Damit sind die Italiener auch die Unfallanfälligen (9 %). Außerdem schenken die offensichtlich designbewussten Italiener ihrem Prestigeobjekt „Automobil“ besonders viel Hege und Pflege (23 %).

Der Deutsche ist der Performancekünstler unter den Befragten: Das Design ist weniger wichtig, stattdessen legen wir einen höheren Wert auf Leistung, Pferdestärken und Leidenschaft beim Fahren als unsere Nachbarn. Circa jeder fünfte Deutsche rast über die hiesigen Autobahnen. Als ein praktisches Transportmittel, um von A nach B zu kommen, sehen die Niederländer ihr Auto und machen mit 24 Prozent den größten Anteil der Notwendigkeitsfahrer aus. Sie sind also wie erwartet eher zweckmäßige Autofahrer und in ihrer Freizeit eher auf dem Rad als im Auto anzutreffen.

Die Dänen setzen auf die Beständigkeit ihres Fahrzeuges. Sie werfen von den befragten Nationen den genauesten Blick auf das richtige Kosten-Nutzen-Verhältnis. Generell behaupten nur sehr wenige Europäer von sich selbst, sie seien besonders vorsichtige Autofahrer. Bedenkt man das vermeintliche Verkehrschaos in Paris, ist es aber doch überraschend, dass gerade die Franzosen als besonders vorsichtig beim Fahren gelten (7 %).

In der Studie von mobile.de wird deutlich, dass obwohl 58 Prozent der Frauen vorsichtig unterwegs sind, machen sie trotzdem über die Hälfte (54 %) der unfallanfälligen Halter aus. Hierbei gleichen sich die Geschlechter wohl aus. Sind Männer die Autofahrer, die ihr Fahrzeug pflegen und sich mit hochkarätigen Marken brüsten? Nein, denn

überraschenderweise liegen diese mit 47 Prozent bei dem Fahrertyp „Imagepflege“
knapp hinter den Frauen. (ampnet/nic)