

Vrouw wil SUV, man een station

03-01-2008 00:00

Nederlandse vrouwen rijden graag in cabriolets en SUV's, mannen kiezen eerder voor een stationwagon, zo blijkt uit een analyse van het RAI Data Centrum. De onderzoekers vergeleken het aankoopgedrag van mannen en vrouwen op de automarkt.

Het marktsegment van de cabrio's wordt overheerst door vrouwen. Bij andere automodellen zijn de verschillen tussen mannelijke en vrouwelijke kopers kleiner. Zowel mannen als vrouwen kiezen het liefst voor een hatchback (een auto met achterklep, ook wel derde of vijfde deur genoemd). Dit model betreft inmiddels bijna 46 procent van alle nieuwe auto's. Op de tweede plaats van beide seksen staat de MPV. Pas op de derde plaats in de ranglijst is er een groot verschil. Vrouwen kiezen daar voor een SUV en mannen voor een stationwagon.

De verkoop van personenauto's in Nederland is vorig jaar met ruim 4 procent gestegen. Er werden 504.197 nieuwe auto's verkocht. De populairste auto's in 2007 waren de Peugeot 207, Opel Corsa, VW Golf, Opel Astra en Ford Focus. De meest verkochte merken waren Volkswagen, Opel, Ford, Toyota en Peugeot.

Opvallend is de grote verkoopstijging bij Toyota met 12,7 procent. Het merk Dacia, dat de als 'vrekkenauto' bestempelde Logan op de markt heeft gebracht, zag de verkoop meer dan verdubbelen: van 780 naar 1907 auto's. Ook Lada noteerde een flinke stijging, van 52 naar 90 auto's. Verder zagen Dodge, Fiat, Citroën, Opel, Porsche, Suzuki en Volvo hun marktaandeel groeien. Een flinke daling vertoonden de verkopen van Nissan en Jaguar.