

Literatur:

Brachat, H.: Autohaus-Management 2010. Strategien für erfolgreiche Automobilbetriebe; AutoBusiness Verlag, Ottobrunn 2002

Dietz, W.: Automobilmarketing; Verlag Moderne Industrie, Landsberg/Lech 2000

Dudenhöffer, F.: Die Langfrist-Entwicklung des Automobilmarktes in Deutschland; in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, 50. Jg., Heft 3, 2004, S. 262-275

Kompetenzzentrum Frau und Auto: Ergebnisse der großen Marktforschungsstudie ‚Frauenindex‘: Befragung von 1.223 Autofahrerinnen im Mai und Juni 2004, Hochschule Niederrhein, Mönchengladbach 2004

Kraftfahr-Bundesamt, Pressemitteilung Nr. 5/2005: Der Fahrzeugbestand am 1.1.2005

Leonhard, L. S.: Die Deutschen möchten alles erklärt bekommen, in: mobil 02/2005, S. 48-51

Melk, M.: „Frau und Auto“ Frauen sind eine Zielgruppe von großer Bedeutung, in: FAZ, Nr. 164, 17.7.04, S. 52

o.V.: Neuzulassungen in Westeuropa nach Ländern; in: Automobilproduktion; Ausg. 1, Jan. 2005, S. 2

Prahalad, C.H.; Ramaswamy, V.: The Future of Competition. Co-Creating Unique Value with Customers. Harvard Business School Press, Boston, Mass., 2004

Shell-Studie 2004: Shell PKW-Szenarien bis 2030. Flexibilität bestimmt Motorisierung; Hamburg 2004

Underhill, P.: Warum kaufen wir? Die Psychologie des Konsums; Econ Verlag Berlin 2000