

Notizen:

puls Studie zu den Folgen von Corona für die Automobilbranche  
**Corona beflügelt die Autonutzung**

Nürnberg, 20. März 2020

1 Um jenseits von subjektiven Bewertungen Licht ins Dunkel der  
 wirtschaftlichen Folgen der Corona-Krise zu bringen, hat die  
 5 [Nürnberger Marktforschung puls](#) eine repräsentative Stichprobe von  
 1.054 Personen in Deutschland zu den Auswirkungen von Corona auf  
 die Anschaffung und Nutzung von Autos befragt. Entgegen der weit-  
 verbreiteten Panikmache zeigen die Ergebnisse, dass aus Corona  
 auch positive Trends und Chancen für die Automobilbranche resul-  
 10 tieren. So geben laut *puls* Studie stattliche 55 Prozent der Deut-  
 schen an, dass die Corona-Krise bei ihnen dazu führt, dass sie  
 von öffentlichen Verkehrsmitteln auf Autos umsteigen, weil sie  
 dort vor Ansteckung besser geschützt sind. Was die Anschaffung  
 von Autos betrifft, so stellen einerseits 29 Prozent aufgrund der  
 von Corona ausgehenden Verunsicherung ihre geplante Autoanschaf-  
 15 fung zurück. Andererseits geben immerhin 8 Prozent an, dass sie  
 die Corona-Krise in der Autoanschaffung bestärken wird. Unter den  
 bislang besonders „autokritischen“ Jüngeren beträgt dieser Anteil  
 sogar 18 Prozent. „Offensichtlich fördert der Schutz vor Anste-  
 ckung nicht nur die Nutzung, sondern auch die Anschaffung von Au-  
 20 tos“, kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner die Er-  
 gebnisse der Studie. Die Zeit nach Corona verspricht in jedem  
 Fall für die Automobilbranche spannend zu werden, geben doch le-  
 diglich 28 Prozent der Deutschen an, dass Corona keinen Einfluss  
 auf die Anschaffung und Nutzung von Autos hat.

25 -ENDE-

Anzahl Zeilen: 23  
 Anzahl Anschläge: 1.446 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)  
 Datum: 20. März 2020  
 Ansprechpartner: Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400  
 Abdruck honorarfrei

---

**Über *puls* Marktforschung**

Seit über 25 Jahren konzentriert sich *puls* darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung und daraus abgeleitete Maßnahmenempfehlungen abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 18 hochqualifizierte Mitarbeiter. Bei *puls* gibt es kein Marktforschungsprojekt ohne konkrete Maßnahmenempfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien.

Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „For Better Decisions“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie Santander, Mercedes-Benz, Consorsbank, GORE-TEX, Quirin Privatbank, mobile.de, TÜV Süd oder STABILO sichern ihr weiteres Wachstum durch maßgeschneiderte Marktforschung von *puls* ebenso ab wie mittelständische Unternehmen.

Mehr Informationen über *puls* Marktforschung finden Sie unter [www.puls-marktforschung.de](http://www.puls-marktforschung.de).