

Notizen:

puls Studie zur Autofertigung in Deutschland

**Tesla profitiert von der Präferenz für Autofertigung in Deutschland**

Nürnberg, 1. April 2020

1 Die Corona-Krise führt die Unsicherheiten und Gefahren drastisch  
 vor Augen, die in der Globalisierung der Lieferketten in der Au-  
 tomobilindustrie stecken. Ein Weg zur Sicherstellung einer stabi-  
 5 len Wertschöpfung ist die Intensivierung bzw. Rückholung der Au-  
 tomobilfertigung nach Deutschland als wirtschaftlich und poli-  
 tisch stabiles Land. Vor diesem Hintergrund hat die [Nürnberger  
 Marktforschung puls](#) im Rahmen einer repräsentativen Studie bei  
 10 1.041 Autokäufern herausgefunden, dass stattliche 36 Prozent der  
 deutschen Autokäufer großen Wert auf die Fertigung ihres Wunsch-  
 fahrzeugs in Deutschland legen. Bei den deutschen Premiummarken  
 BMW und AUDI liegen diese Anteile sogar bei 47 und 40 Prozent.  
 Die insbesondere bei Käufern von Premiumfahrzeugen vorhandene  
 15 Präferenz für Autofertigung in Deutschland nutzt offensichtlich  
 auch der amerikanische Elektroauto-Pionier Tesla clever für seine  
 Profilierung. Eine Trendauswertung des *puls* AutokäuferMonitors  
 belegt eindrucksvoll, dass die positive Pressewahrnehmung von  
 Tesla seit dem dritten Quartal 2019 kontinuierlich so deutlich  
 20 zunimmt, dass die Newcomer-Automarke aus dem Silicon Valley im  
 ersten Quartal 2020 bei der positiven Pressewahrnehmung sogar zu  
 den deutschen Premiummarken AUDI und BMW aufschließt. Diese er-  
 staunliche Entwicklung liegt offensichtlich in der von Tesla be-  
 ziehungsweise seinem charismatischen Gründer Elon Musk medien-  
 wirksam angekündigte Fertigung des Model Y in Grünheide bei Ber-  
 25 lin. „Das Beispiel Tesla zeigt, welches Profilierungspotenzial im  
 Aufbau einer Fertigung in Deutschland und der damit verbundenen  
 Schaffung von Arbeitsplätzen steckt“, kommentiert *puls* Geschäfts-  
 führer Dr. Konrad Weßner die Ergebnisse. Die Automobilindustrie  
 kann vor dem Hintergrund der Ergebnisse der *puls* Studie aus der  
 30 Not (Stabilisierung der Lieferketten durch Fertigung in Deutsch-  
 land) eine Tugend (Profilierung beim Kunden) machen.

-ENDE-

35

40

45

Anzahl Zeilen:	30
Anzahl Anschläge:	1.891 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	1. April 2020
Ansprechpartner:	Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400
<i>Abdruck honorarfrei</i>	

---

**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).