

Notizen:

puls Trendstudie zum Einfluss von Kindern auf den Autokauf  
**Kinder – Die stille Macht beim Autokauf**

Nürnberg, 04. August 2020

1 Corona sorgt nicht nur für eine zunehmende Digitalisierung der  
 Autoanschaffung, sondern führt auch dazu, dass Autoanschaffungen zu  
 einem zunehmend familiären Entscheidungsprozess werden. So beeinflussen  
 in 64 Prozent (!) der Haushalte mit Kindern zwischen 10 und 16 Jahren  
 5 die Sprösslinge den Entscheidungsprozess bei der Autoanschaffung. Unter  
 Jüngeren Haushaltsvorständen (bis 30 Jahre) geben sogar satte 95 Prozent  
 an, dass die Kinder beim Autokauf mitreden. Dies ist das Ergebnis einer  
 repräsentativen Studie der [Nürnberger Marktforschung puls](#) bei 1.036  
 10 Personen in Deutschland, die eine Autoanschaffung planen bzw. vor Kurzem  
 getätigt haben. Wie die *puls* Trendstudie deutlich zeigt, lag der Anteil  
 der Haushalte, bei denen die Kinder bei der Autoanschaffung mitreden,  
 vor 10 Jahren bei noch deutlich geringeren 51 Prozent. Ursächlich dafür  
 sind zwei Entwicklungen: Zum einen wird „Dank Corona“ das Auto (wieder)  
 zunehmend zum „familiären Urlaubs-Vehicle“. Zum anderen informieren sich  
 15 Kinder Dank der sozialen Medien selbst immer intensiver und besser über  
 aktuelle Automodelle und deren digitale Infotainment-Ausstattungen. So  
 beeinflussen laut der *puls* Trendstudie Kinder vor allem die Wahl des  
 Automodells und der Ausstattungen gefolgt von der Farbe und der  
 20 Motorisierung. „Cleverer Automobilverkäufer tragen der zunehmenden Macht  
 der Kinder auf die Autoanschaffung Rechnung, indem sie die Sprösslinge  
 zusätzlich aktiv ins Autohaus bzw. zur Probefahrt einladen. Weil Kinder  
 die „digitale Aufrüstung“ der Autos in Richtung Infotainment-  
 Ausstattungen treiben, wird dieser Mut mit hoher Wahrscheinlichkeit auch  
 belohnt.

25 -ENDE-

30 Anzahl Zeilen: **24**  
 Anzahl Anschläge: **1.623** (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)  
 Datum: **4. August 2020**  
 Ansprechpartner: **Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400**  
 35 *Abdruck honorarfrei*

---

**Über *puls* Marktforschung**

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

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 17 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 Audi, Opel, Volkswagen, Audi, GORE-TEX, ZF Services oder BASF 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).