

Notizen:

puls Studie zu Hochleistungs-Filtersystemen für Auto-Innenräume
40% der deutschen Autokäufer wollen keimfreie Atemluft im Auto

Nürnberg, 12. Januar 2021

1 Der Umgang mit dem leidigen Corona-Virus führt wohl unumkehrbar zu einem
steigenden Bedürfnis nach Hygiene und Infektionsschutz. Vor diesem
Hintergrund verwundert es nicht, dass 40 Prozent der deutschen
Autokäufer Interesse an Hochleistungs-Filtersystemen äußern, die Viren
5 und Schadstoffe keimfrei aus Auto-Innenräumen herausfiltern.
Überdurchschnittliches Interesse an frischer Atemluft im Auto zeigen
Käufer der Premiummarken BMW (56 Prozent), Volvo (48 Prozent), AUDI (47
Prozent) und Hyundai (44 Prozent). Damit nicht genug: Den an modernen
Filtersystemen interessierten Autokäufern ist die mit Operationssälen
10 vergleichbare keimfreie Luft im Auto knapp 800 Euro Aufpreis wert. Dies
sind die wichtigsten Ergebnisse einer aktuellen Studie der [Nürnberger
Marktforschung puls](#) bei 1.053 Autokäufern in Deutschland. „Vor dem
Hintergrund dieser Erkenntnisse sollte das aktive Angebot von
15 innovativen Filtersystemen als Rückenwind für die Autoanschaffung 2021
genutzt werden“, empfiehlt *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weißner. Dies
gilt vor allem deshalb, weil laut *puls* Studie mit 46 Prozent
insbesondere jüngere Autokäufer Interesse an keimfreier Luft in Auto-
Innenräumen äußern. Interessant ist auch, dass Frauen mit 36 Prozent
20 zwar ein etwas geringeres Interesse an modernen Filtersystemen haben,
mit 1.216 Euro dafür aber eine deutlich höhere Preisbereitschaft zeigen.
Pionier für die neuen hocheffektiven HEPA-Filter, die kleinste
Staubteilchen, Viren und unangenehme Gerüche aus Auto-Innenräumen
herausfiltern, ist einmal mehr die kalifornische Lifestyle-
25 Elektroautomarke Tesla. Auch die deutschen Premiummarken geben aber bei
diesem Zukunftsthema Gas. So bietet Mercedes bei dem für das Frühjahr
angekündigten Elektro-Ableger der neuen S-Klasse ebenfalls Hightech-
Filtersysteme der neuesten Generation an. Weil Elektroautos den
notwendigen Platz für moderne Filtersysteme bieten, werden sich diese
wohl parallel zur Elektrifizierung der Autos etablieren. „Um den Verkauf
30 anzukurbeln, sollten Automarken und Händler den Kunden zeigen, wie die
neuen Filtersysteme funktionieren“, empfiehlt *puls* Chef Weißner.

-ENDE-

35

40

45

Anzahl Zeilen: **31**
Anzahl Anschläge: **2.111** (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum: **12. Januar 2021**
Ansprechpartner: **Dr. Konrad Weißner +49 (0) 911-9535-400**
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, 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.