

KINDER – DIE STILLE MACHT BEIM AUTOKAUF

04. August 2020

Corona sorgt nicht nur für eine zunehmende Digitalisierung der Autoanschaffung, sondern führt auch dazu, dass Autoanschaffungen zu einem zunehmend familiären Entscheidungsprozess werden. Das ergab eine neue Studie des Puls Marktforschungsinstitut.



Bild: Auto-Medienportal.NET

So beeinflussen in 64 Prozent (!) der Haushalte mit Kindern zwischen 10 und 16 Jahren 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 1036 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 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 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. (pd/ir)

www.puls-marktforschung.de

Quelle: <https://auto-wirtschaft.ch/news/8068-kinder-die-stille-macht-beim-autokauf>