

17. April 2020

## Die Corona-Studie zum Autokäuferverhalten



Keimfrei fahren - das ist momentan der Wunsch vieler Autofahrer.

© Foto: hedgehog94 / stock.adobe.com

**In der regelmäßigen Studie hat puls Marktforschung 1.000 deutsche Autokäuferinnen und Autokäufer befragt. „Dabei zeigte sich, dass die Autokäufer massiv verunsichert, aber solidarisch sind. So verschiebt jeder Zweite seine geplante Autoanschaffung, jeder Dritte will diese aber unmittelbar nachholen. Aufgeschoben ist von daher nicht aufgehoben“, so Geschäftsführer Dr. Konrad Weißner.**

Neben der Solidarität der Kunden analysiert Weißner weitere Trends für das Geschäft in der „neuen“ Normalität. So wird in der Informationsphase vor dem Kauf die Digitalisierung eine noch deutlich größere Rolle spielen. „Die Kunden kommen informiert wie nie zum Autohaus“, so Weißner. Riechen, Fühlen, Schmecken und vor allem das Probefahren des Wunschfahrzeugs bringt den Kunden aber unverändert für den Kaufabschluss ins Autohaus.

Aus Budgetvorsicht werden Konsumenten teilweise auf kleinere Fahrzeuge umsteigen, was durchaus dem Trend zu smarten, umweltfreundlichen Fahrzeugen entspricht, der sich schon vor der Krise entwickelt hat.

Aufgrund der Angst vor einer Corona-Infektion würden 86% der von Puls Marktforschung befragten Endkunden von öffentlichen Verkehrsmitteln auf das Auto als „geschütztem Rückzugsraum“ umsteigen. Die potenziellen Neukunden könne man mit „on-demand“-Lösungen wie Auto-Abo, Miete oder Kurzzeitleasing gewinnen, so Weißner.

Nicht zuletzt sieht Weißner die Hygienemaßnahmen als wichtigen Punkt. Desinfektion als sichtbare Dienstleistung wird zum Unterscheidungsmerkmal.

Quelle: <https://www.motor-freizeit-trends.at/die-corona-studie-zum-autokaueuferverhalten/38523>