

puls Studie zur neuen CO2 Richtlinie der EU

**Jeder fünfte Autokäufer zeigt Bereitschaft zum Downsizing**

Nürnberg, 25. Juli 2019

Ab 2020 gilt für alle neuzugelassenen PKW der neue Grenzwert von 95 Gramm CO2-Ausstoß pro Kilometer. Diese sportliche Vorgabe der EU entspricht einem Durchschnittsverbrauch von 4,1 Litern Benzin und 3,6 Litern Diesel pro 100 Kilometer oder anders ausgedrückt einer Reduktion des Kraftstoff-Verbrauchs um circa 30 Prozent. Automarken, deren Flotten diese Vorgaben nicht erfüllen, drohen Strafzahlungen in Milliardenhöhe.

Weil sich dabei die Frage stellt, ob die Autokäufer bei dem geforderten Downsizing mitspielen, hat die [Nürnberger Marktforschung puls](#) im Juli 1.022 Autokäufer befragt, ob sie aufgrund der neuen CO2-Grenzwerte bereit sind, auf ein kleineres Auto mit weniger Motorleistung umzusteigen. Mit überraschenden Ergebnissen: Immerhin 21 Prozent und damit gut jeder Fünfte zeigt sich zum Verzicht bereit. Unter Frauen und Jüngeren liegen die Anteile der „Verzichtsberreiten“ sogar bei 26 und 24 Prozent. Erstaunlich ist auch, dass laut puls Studie Käufer der deutschen Premiummarken Audi und BMW mit 29 und 25 Prozent eine überdurchschnittliche Bereitschaft zum Downsizing ihres Autos bekunden. Am stärksten zum Verzicht bereit sind Käufer der Marken Citroen (35 Prozent), Ford (24 Prozent), VW (23 Prozent) und Seat (22 Prozent). Unter Mercedes-Benz Käufern liegt der Anteil der zum Downsizing bereiten Kunden dagegen bei unterdurchschnittlichen 17 Prozent. *„Automarken sind vor dem Hintergrund dieser Erkenntnisse gefordert, markeninterne Downsizing-Quoten in Richtung Elektro, Hybrid und geringerer Motorisierung umzusetzen und mit guten Argumenten wie Klimaschutz und der geplanten CO2 Besteuerung aus der Not eine Tugend zu machen“*, kommentiert puls Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner die Ergebnisse der Studie.

-ENDE-

Anzahl Zeilen:	30
Anzahl Anschläge:	1.724 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	25. Juli 2019
Ansprechpartner:	Dr. Konrad Weßner +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 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 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](http://www.puls-marktforschung.de).