

puls Studie zum Einsatz der Politik für Autofahrer
Autofahrer ohne Lobby

Nürnberg, 15. Oktober 2019

Mit Gerhard Schröder hatte Deutschland in grauer Vorzeit einmal einen Autokanzler. Die Zeiten sind vorbei, beklagen sich doch 41 Prozent der deutschen Autofahrer, dass sie sich von keiner politischen Partei in Deutschland mehr vertreten fühlen. Dies ist das wichtigste Ergebnis einer repräsentativen Studie bei 1.042 Autofahrern in Deutschland durch die [Nürnberger Marktforschung puls](#). „Angesichts einer immer wieder geschürten negativen Autostimmung, hat in Deutschland offensichtlich kaum noch ein Politiker den Mut, sich für die Belange der immerhin 47 Millionen PKW-Fahrer in Deutschland einzusetzen“, kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner die Ergebnisse. Am ehesten sehen sich Deutschlands Autofahrer noch mit 27 Prozent durch die CDU/CSU vertreten. Mit kümmerlichen 9 Prozent folgen FDP und AFD beziehungsweise 7 Prozent die SPD. Dabei gäbe es laut *puls* Studie für die Autofahrer in Deutschland viel zu tun: an oberster Stelle geben 58 Prozent der Autofahrer an, dass sich die Regierung um die Instandhaltung und Erneuerung der Straßen kümmern sollte. Es folgen eine umweltfreundliche Verkehrspolitik (44 Prozent), Lösungen für den Parkplatzmangel in Innenstädten (41 Prozent) und Steuersenkungen für Autofahrer (38 Prozent). Die heiß diskutierte Einführung einer CO2-Steuer liegt mit 18 Prozent ganz unten auf der Agenda der Autofahrer.

-ENDE-

Anzahl Zeilen:	22
Anzahl Anschläge:	1.356 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	15. Oktober 2019
Ansprechpartner:	Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400

Abdruck honorarfrei

Über *puls* Marktforschung

Seit über 25 Jahren konzentriert sich *puls* 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 Santander, Mercedes-Benz, Consorsbank, GORE-TEX, Quirin Privatbank, mobile.de, TÜV Süd oder STABILO 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.