

Notizen:

puls Studie zu Charakteristika von Tesla-Interessenten
Vielfahrer mit hoher Zahlungsbereitschaft – Tesla spricht lukrative Kunden an

Nürnberg, 06. Februar 2020

Auch wenn die Aktienrallye des amerikanischen Elektroauto-Pioniers Tesla eine Atempause eingelegt hat, wird der Herausforderer der etablierten Automobilhersteller aus Palo Alto wohl auch weiterhin für Furore sorgen. Wie eine Sonderauswertung der Nürnberger Marktforschung puls aus dem puls AutokäuferMonitor nämlich zeigt, hat Tesla wohl noch große Potenziale im deutschen Markt. Um die markanten Charakteristika von Tesla-Interessenten herauszufinden hat puls eine Sonderauswertung bei insgesamt über 12.312 Personen in Deutschland durchgeführt, die eine Autoanschaffung planen beziehungsweise vor kurzem getätigt haben. Demnach sind Tesla-Interessenten eher männlich, gebildet und gehören mit durchschnittlich über 20.000 Kilometern pro Jahr überraschenderweise zu den Vielfahrern. „Tesla widerlegt somit die landläufige Meinung, dass Elektroautos primär etwas für Kurzstrecken und Stadtverkehr sind“, kommentiert puls Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner die Ergebnisse. Wie die puls Studie weiter zeigt, verfügen stattliche 37 Prozent der Tesla-Interessenten über ein Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 4.000 Euro. Von den übrigen Autokäufern in Deutschland gehören deutlich geringere 23 Prozent zu dieser einkommensstarken Gruppe. Damit im Zusammenhang steht auch die hohe Preisbereitschaft von 48.600 Euro, die Tesla-Interessenten für ihr zukünftiges Fahrzeug einplanen. Auto-Interessenten, die Tesla nicht erwägen, liegen mit einer Preisbereitschaft von 28.100 Euro deutlich unter diesem Budget. Dazu passend weist die puls Studie auch aus, dass Tesla wohl vor allem für die Interessenten der deutschen Premiummarken Audi, BMW und Mercedes sowie für VW eine (attraktive) Alternative sind. Wie die puls Sonderauswertung weiter zeigt, sind Tesla-Interessenten auch deutlich offener für Innovationen und Umwelttechnologien. Von daher, so puls Chef Weßner weiter, „sollten gerade die etablierten deutschen Autobauer den Newcomer aus Kalifornien als Ansporn für die schnelle Markteinführung eigener attraktiver Elektroautos ansehen“.

-ENDE-

Anzahl Zeilen:	33
Anzahl Anschläge:	2.039 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	06. Februar 2020
Ansprechpartner:	Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400
Abdruck honorarfrei	

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Tel. 0911-9535-400
Fax 0911-9535-404

info@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

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.