

Notizen:

puls Studie zur Handynutzung im Auto

**Vorsicht Ablenkung: Jeder 5. nutzt sein Smartphone am Steuer**

Nürnberg, 05. März 2020

Wohl jeder Autofahrer hat schon erlebt, dass der Verkehrsfluss z. B. vor einer Ampel stockt, weil der eine oder andere Autofahrer mehr auf sein Handy anstelle des grünen Ampelsignals achtet. Andererseits geraten viele Autofahrer selbst in Versuchung, sich wenn auch nur kurz mit dem Handy zu beschäftigen, wenn sich eine Nachricht ankündigt. Vor dem Hintergrund der damit verbundenen Unfallgefahr hat die [Nürnberger Marktforschung puls](#) 1.020 Autofahrer zur Nutzung des Smartphones am Steuer befragt. Mit erschreckenden Ergebnissen: 21 Prozent der deutschen Autofahrer geben offen und ehrlich zu, dass sie während der Fahrt ihr Handy nutzen. Mit unrühmlichen Quoten von 33 Prozent führen Seat- und Nissan-Fahrer dieses zweifelhafte Ranking an. Es folgen BMW (31 Prozent), Hyundai und Renault (jeweils 26 Prozent) und Skoda- und Audi-Fahrer mit 25 und 24 Prozent. Positiv im Sinne der Vermeidung einer Ablenkung des Fahrers ist zu vermerken, dass immerhin 60 Prozent ihr Handy während der Fahrt in einer festen Halterung und 30 Prozent via Sprachsteuerung bedienen. Erschreckend und unfallträchtig erscheint dagegen die Tatsache, dass Smartphones während der Fahrt neben dem Telefonieren und Navigieren vor allem für den Kurznachrichtendienst WhatsApp genutzt werden. „Vor dem Hintergrund der alarmierenden Ergebnisse zur Ablenkung des Fahrers durch Handynutzung am Steuer erscheint Aufklärung zu diesem Thema mehr denn je notwendig“, empfiehlt puls Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner. Für den Automobilhandel ergibt sich die Chance, durch den Verkauf von Handyhalterungen und Sprachsteuerungssystemen einen Beitrag zur Verkehrssicherheit zu leisten.

-ENDE-

Anzahl Zeilen:	26
Anzahl Anschläge:	1.647 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	05. März 2020
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](http://www.puls-marktforschung.de).