

Notizen:

puls Studie zu den Folgen von Corona für die Automobilbranche  
**Corona beflügelt die Autonutzung**

Nürnberg, 20. März 2020

Um jenseits von subjektiven Bewertungen Licht ins Dunkel der wirtschaftlichen Folgen der Corona-Krise zu bringen, hat die Nürnberger Marktforschung puls eine repräsentative Stichprobe von 1.054 Personen in Deutschland zu den Auswirkungen von Corona auf die Anschaffung und Nutzung von Autos befragt. Entgegen der weitverbreiteten Panikmache zeigen die Ergebnisse, dass aus Corona auch positive Trends und Chancen für die Automobilbranche resultieren. So geben laut *puls* Studie stattliche 55 Prozent der Deutschen an, dass die Corona-Krise bei ihnen dazu führt, dass sie von öffentlichen Verkehrsmitteln auf Autos umsteigen, weil sie dort vor Ansteckung besser geschützt sind. Was die Anschaffung von Autos betrifft, so stellen einerseits 29 Prozent aufgrund der von Corona ausgehenden Verunsicherung ihre geplante Autoanschaffung zurück. Andererseits geben immerhin 8 Prozent an, dass sie die Corona-Krise in der Autoanschaffung bestärken wird. Unter den bislang besonders „autokritischen“ Jüngeren beträgt dieser Anteil sogar 18 Prozent. „Offensichtlich fördert der Schutz vor Ansteckung nicht nur die Nutzung, sondern auch die Anschaffung von Autos“, kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner die Ergebnisse der Studie. Die Zeit nach Corona verspricht in jedem Fall für die Automobilbranche spannend zu werden, geben doch lediglich 28 Prozent der Deutschen an, dass Corona keinen Einfluss auf die Anschaffung und Nutzung von Autos hat.

-ENDE-

Anzahl Zeilen:	<b>23</b>
Anzahl Anschläge:	<b>1.446</b> (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	<b>20. März 2020</b>
Ansprechpartner:	<b>Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400</b>
	<i>Abdruck honorarfrei</i>

---

**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).