

puls Studie zur Inzahlungnahme von Autos

**Probleme bei der Inzahlungnahme bremsen den Automobilverkauf**

Nürnberg, 10. Juli 2020

Allen kritischen Diskussionen rund ums Auto zum Trotz beflügelt die Corona-Krise die Anschaffung und Nutzung von Autos als virengeschützte Rückzugsräume und „Urlaubsvehikel“. Die wieder deutlich anziehende Anschaffungsneigung neuer und gebrauchter Autos setzt aber eine funktionierende Inzahlungnahme des Vorfahrzeugs zu einem fairen Preis voraus. Laut einer aktuellen Studie der [Nürnberger Marktforschung puls](#) bei 1.035 Autokäufern gibt es dabei aber offensichtlich schon deshalb Probleme, weil die Höfe der Händler nach dem Lockdown mehr oder weniger voll sind. Von daher bricht laut *puls* Studie jeder fünfte Auto-Interessent wegen Problemen bei der Inzahlungnahme seines Vorfahrzeugs den Autokauf ab. Weitere 44 Prozent erhalten vom Händler überhaupt kein Inzahlungnahme-Angebot. Als Gründe für Kaufabbrüche wegen Problemen bei der Inzahlungnahme geben die Kunden laut *puls* Studie schlechte bzw. unfaire Preise für den Vorwagen (83 Prozent) und die Tatsache an, dass sie vom Händler überhaupt kein Inzahlungnahme-Angebot erhalten haben (21 Prozent). Da der Preis für das häufig geliebte „Altfahrzeug“ immer ein kritisches Thema ist, wünschen sich die Auto-Interessenten unisono mehr Transparenz und bessere Nachvollziehbarkeit, wie die angebotenen Preise für die Inzahlungnahme zu Stande kommen. „Automobilhändler sollten von daher ihre Inzahlungnahme-Angebote nachvollziehbar erklären“, empfiehlt *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner. Eine weitere Möglichkeit zur Lösung dieses Problems liegt in der internationalen Vermarktung der in Zahlung genommenen Gebrauchtfahrzeuge. Je besser dies gelingt, desto erfolgreicher wird die Automobilbranche von der Renaissance des Autos profitieren.

-ENDE-

|                   |   |
|-------------------|---|
| Anzahl Zeilen:    | 25  |
| Anzahl Anschläge: | 1.692 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen) |
| Datum:            | 10. Juli 2020                                   |
| 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 17 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, Audi, 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).