

Notizen:

puls Trendstudie „Tuning und Autozubehör“

**Meiner wie keiner: Jeder Dritte will sich mit seinem Auto von der Masse abheben**

Nürnberg, 10. Oktober 2020

1 Der Trend zur Individualisierung von Produkten macht vor Autos nicht  
halt. Im Gegenteil: 35 Prozent der Autokäufer/innen in Deutschland  
äußern den Wunsch, dass sich ihr Fahrzeug von der Serie abhebt und  
individuell zu ihnen passt. Dass dann deutlich geringere 11 Prozent ihr  
5 Fahrzeug tatsächlich individualisieren, lässt auf unausgeschöpfte  
Marktpotenziale im profitablen Individualisierungsgeschäft schließen.  
Das sind die wichtigsten Ergebnisse einer repräsentativen Studie der  
Nürnberger Marktforschung puls bei 1.021 Personen in Deutschland, die  
eine Autoanschaffung planen bzw. vor Kurzem getätigt haben. Um in diesem  
10 Wachstumsmarkt erfolgreich mitzuspielen, sollte zunächst der Begriff  
„Tuning“ zurückgefahren werden, verbinden die Kunden laut puls Studie  
damit doch eher kritische Assoziationen wie „angeben“ oder  
„Selbstdarstellung“. Individualisierung steht dagegen deutlich positiver  
für „Einzigartig, Ausdruck seiner Persönlichkeit“ und „Mein Auto wie  
15 kein anderes“. Dass es sich für Automarken und Händler lohnt, im  
Individualisierungsgeschäft Flagge zu zeigen, zeigt die  
Aufpreisbereitschaft von 15 Prozent für ein individualisiertes Fahrzeug.  
Das i-Tüpfelchen auf die Sehnsucht nach dem „automobilen Maßanzug“ ist  
aber die Personalisierung: So spricht fast jeden Zweiten das aktuelle  
20 Angebot von Porsche an, individuelle Fingerabdrücke oder Namensinitialen  
in den Lack mehr oder weniger auffällig einzuarbeiten. „Diese Ergebnisse  
zeigen, dass es über Individualisierung und Personalisierung gelingen  
kann, Autos mit einem neuen Status aufzuladen und deren Begehrlichkeit  
deutlich zu steigern“, kommentiert puls Geschäftsführer Dr. Konrad  
25 Weßner die Ergebnisse. Je uniformer die Autos werden desto größer ist  
offensichtlich die Sehnsucht, sich mit seinem Auto von der Masse  
abzuheben.

-ENDE-

Anzahl Zeilen: 27  
Anzahl Anschläge: 1.797 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)  
Datum: 10. Oktober 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).