

Notizen:

puls Studie zur Bewertung klimafreundlicher Automobilantriebe
Kunden sehen in der Vielfalt neuer Automobilantriebe die Zukunft

Nürnberg, 22. Juni 2021

Wenn es um die Reduktion der CO2-Emissionen von Autos bzw. klimafreundliche Mobilität geht, haben sich viele Automobilhersteller und die Politik ganz offensichtlich auf Elektroautos als alleinigem Allheilmittel eingeschworen. So verkünden VW bzw. Audi einen kompromisslosen Fokus auf Elektromobilität bzw. die vollständige Verbannung von Verbrennern ab 2030 aus dem Angebot. Dazu passend übertreffen sich die politischen Parteien gegenseitig im Überbietungswettbewerb bei der Verschärfung der CO2-Klimaziele. Allen voran kündigen die Grünen in ihrem Parteiprogramm ein vollständiges Verbot der Neuzulassung von Verbrennern ab 2030 an. Als einer der wenigen hält BMW CEO Oliver Zipse dagegen und gibt zu bedenken, dass wir mit einem zu frühen Abschied vom Verbrenner und dem alleinigen Fokus auf Elektroautos einen Schrumpfkurs riskieren. Weil gesunder Wettbewerb um die beste Lösung erfahrungsgemäß das Geschäft belebt und darüber hinaus auch die Kundenmeinung zählt, wollte die [Nürnberger Marktforschung puls](#) im Rahmen einer repräsentativen Befragung von insgesamt 1.042 Autokäufern wissen, wo deren Präferenzen bei diesem „heißen“ Thema liegen. Die Ergebnisse sprechen eine klare Sprache: Vor die Wahl gestellt zieht laut *puls* Studie die Mehrheit der deutschen Autokäufer (57%) ein umfassendes Angebot von Autos mit unterschiedlichen, zum jeweiligen Fahrprofil passenden klimafreundlichen Antrieben vor. Dagegen präferieren deutlich geringere 18% den ausschließlichen Fokus auf Elektroautos. Dazu passend sind 54% der deutschen Autokäufer der Meinung, dass der Vielfalt verschiedener Automobilantriebe die Zukunft gehört. Deutlich geringere 16% sehen dagegen in einer Antriebstechnologie die Zukunft. „Um Zugkraft in das Thema zu bringen sollten Automarken bzw. Händler vor dem Hintergrund der Ergebnisse unserer Studie Fahrzeugmodelle mit unterschiedlichen klimafreundlichen Antrieben im Rahmen eines Kompetenz- und Erlebnisbereichs präsentieren. Das hilft dem Verkauf von Elektroautos und dem Klima“, kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner die Ergebnisse der Studie.

-ENDE-

Anzahl Zeilen: 31
 Anzahl Anschläge: 2.082 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
 Datum: 22. Juni 2021
 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, 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.