



Jeder Dritte will die Autonutzung reduzieren

puls Studie bei 1.003 Autofahrern in Deutschland zu den Auswirkungen der hohen Spritpreise auf das Mobilitätsverhalten

von

puls Marktforschung GmbH

Dr. Konrad Weßner

Geschlecht

Weiblich	39%
Männlich	61%

Alter

Durchschnittsalter	ca. 42 Jahre
Bis zu 30 Jahre	35%
31-50 Jahre	30%
Über 50 Jahre	35%

Kaufsituation

Intender (max. 6 Monate <u>vor</u> dem Kauf)	51%
Buyer (max. 12 Monate <u>nach</u> dem Kauf)	49%

Fahrzeugtyp

Neuwagen	51%
Gebrauchtwagen	49%

 **Zielgruppe**
Autofahrer / Personen, die in den nächsten 6 Monaten eine Autoanschaffung planen oder in den vergangenen 12 Monaten getätigt haben.

 **Stichprobe**
n=1.003

 **Befragungszeitraum**
Januar 2022

 **Konzeption, Durchführung und Empfehlungen**
puls Marktforschung GmbH Schwaig b. Nürnberg

37% reduzieren ihre Autonutzung, 34% behalten ihre Autonutzung bei, jüngere forcieren andere Verkehrsmittel.

Auswirkung der hohen Spritpreise auf die Autonutzung und Mobilität

	Gesamt	GESCHLECHT		ALTER		
		♀	♂	≤ 30 J.	31-50 J.	> 50 J.
Reduktion der Autonutzung	37%	40%	36%	38%	38%	37%
Rückenwind für Elektroautos und Hybride	27%	21%	31%	29%	30%	23%
Stärkere Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel im Nahverkehr	17%	17%	18%	27%	12%	13%
Stärkere Nutzung der Bahn	13%	13%	14%	20%	12%	8%
Rückenwind für spritsparende Dieselaautos	12%	7%	15%	16%	10%	10%
Stärkere Nutzung von Fernbussen	6%	7%	5%	9%	4%	3%
Keine Veränderung der Autonutzung	34%	37%	33%	26%	39%	39%

puls über puls

Gründungsjahr: 1992

Feste Mitarbeiter: 18

Firmensitz: Schwaig bei Nürnberg

Kerngeschäft: Integrierte Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien
(Schwerpunkte: Automotive & Finance)

Unser Leistungsversprechen: *For Better Decisions*

Aktive Mitgliedschaft:



Referenzen



Laufende Projekte von puls in der Automobilbranche



Autohaus » Panel

Autohaus Online-Panel

Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern



AUTOHAUS
pulsSchlag

pulsSchlag

Monatliche Erhebung der Konjunktur- und Verkaufserwartungen der Autohäuser
(Seit 2000 in Kooperation mit der Fachzeitschrift AUTOHAUS)



Banken
Monitor 2021

puls HändlerRadar/ AUTOHAUS BankenMonitor/ AUTOHAUS VersicherungsMonitor

Jährliche Messungen der Händlerzufriedenheit mit Herstellern/Importeuren, Autobanken und Versicherungen.



Autokäuferpuls

Autokäuferpuls/ Autoflottenpuls

Markenübergreifende Befragung von monatlich 1.000 Autokäufern und 1.500 Autoflottenkunden (2x jährlich).



http://

Automotive WebScreening/ Google Trends

Analyse der Kundenbewertungen im Web 2.0 sowie der Google-Suchanfragen zu Automobilherstellern, Fahrzeugen, Autohäusern etc.



For Better Decisions – Seit über 25 Jahren konzentriert sich die *puls* Marktforschung darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 18 hochqualifizierte Mitarbeiter. Dabei gibt es bei *puls* kein Marktforschungsprojekt ohne Maßnahmenempfehlungen zur Optimierung der Kundenbindung und Marktausschöpfung.

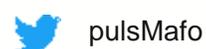
Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „*For Better Decisions*“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie Audi, Opel, Volkswagen, GORE-TEX, ZF Services, Uniqo oder BASF sichern ihr weiteres Wachstum durch maßgeschneiderte Marktforschung von *puls* ebenso ab wie mittelständische Unternehmen.

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Telefon 0911 9535-400
Fax 0911 9535-404

wessner@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de



Ihr Ansprechpartner



Dr. Konrad Weßner
Geschäftsführer

puls Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig b. Nürnberg

Telefon: + 49 911 9535-400 | Fax -404
E-Mail: wessner@puls-marktforschung.de
Internet: www.puls-marktforschung.de

