

Notizen:

Inflation, Energiekosten, Rezession - Wie reagieren Deutschlands Autokäufer? Neue puls Studie

Jeden 4. Auto-Interessenten lässt die Krise kalt

Nürnberg, 20. Oktober 2022

Die PKW-Neuzulassungen in Deutschland befinden sich nach 9 Monaten mit minus 7% im Sinkflug. Einen Hoffnungsschimmer verheißt der September mit einem satten Plus von 14%. Deutet sich hier eine Kehrtwende an oder dämpfen die Inflation, die steigenden Energiekosten und Rezessionsängste auch weiterhin die Lust der Deutschen auf's Auto? Antworten auf diese Frage gibt eine neue Studie des Marktforschungsunternehmens *puls* bei 1.001 repräsentativ ausgewählten Autofahrern/Autokäufern. Mit überraschend positiven Ergebnissen: Jeder 4. Auto-Interessent (24%) gibt an, dass die diversen Verunsicherungen keinen Einfluss auf die Autoanschaffung haben. Besonders unbeeindruckt zeigen sich Männer mit 28% und Ältere (über 50 Jahre) mit 33%. Weitere 30 bzw. 24% wollen laut *puls* Studie kleinere Fahrzeuge anschaffen bzw. auf Ausstattungen verzichten. Eher positiv zu werten ist auch, dass 28% angeben, ihre geplante Autoanschaffung zu verschieben bzw. nach der Krise nachzuholen. Laut *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weißner hatten wir zu Beginn der Corona Krise eine ähnliche Situation. „Damals“ waren DIE Automarken bzw. Händler die Gewinner, die im darauffolgenden Herbst liefern konnten bzw. bei der Werbung den Kopf nicht in den Sand gesteckt haben. Die laut dem Automotive Marketing Index von *puls* stark rückläufige Wahrnehmung der Verkaufsförderung und Werbung zeigt, dass Letzteres der Fall ist und Marketing- und Werbebudgets eingefroren werden. Von daher empfiehlt *puls* Chef Weißner gerade in dieser Situation antizyklische Werbung. So könnte die Automobilbranche mit Angeboten smarter Kompaktwagen und flexiblen Autonutzungsangeboten punkten. Immerhin präferieren 13% als Reaktion auf die Krise Leasing- oder Abo-Verträge mit kürzeren Laufzeiten. Motto: Wer weiß schon, was Morgen ist.

-ENDE-

| | |
|-------------------|---|
| Anzahl Zeilen: | 29 |
| Anzahl Anschläge: | 1.784 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen) |
| Datum: | 20. Oktober 2022 |
| Ansprechpartner: | Dr. Konrad Weißner +49 (0) 911-9535-400 |

Abdruck honorarfrei

Über *puls* Marktforschung

***puls* Marktforschung GmbH**

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Tel. 0911-9535-400
Fax 0911-9535-404

info@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

Seit 30 Jahren konzentriert sich *puls* darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung und daraus abgeleitete Maßnahmenempfehlungen abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 14 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 Markenavigation 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.