

Bedenken gegenüber gebrauchten Elektroautos

puls Studie zur Haltung von Autokäufern/innen gegenüber gebrauchten Elektroautos

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weißner

Geschlecht

| | |
|----------|-----|
| Weiblich | 39% |
| Männlich | 61% |

Kaufsituation

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

Alter

| | |
|--------------------|--------------|
| Durchschnittsalter | ca. 41 Jahre |
| Bis zu 30 Jahre | 34% |
| 31-50 Jahre | 36% |
| Über 50 Jahre | 30% |

Fahrzeugtyp

| | |
|----------------|-----|
| Neuwagen | 52% |
| Gebrauchtwagen | 48% |

Mit der Stichprobe bilden wir zukunftsorientiert repräsentativ die Autoanschaffung ab.

Im Autokäufer*Monitor* befragen wir monatlich mehr als 1.000 Autofahrer/ Personen, die in den nächsten 6 Monaten eine Autoanschaffung planen oder in den vergangenen 12 Monaten getätigt haben.



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

August 2022

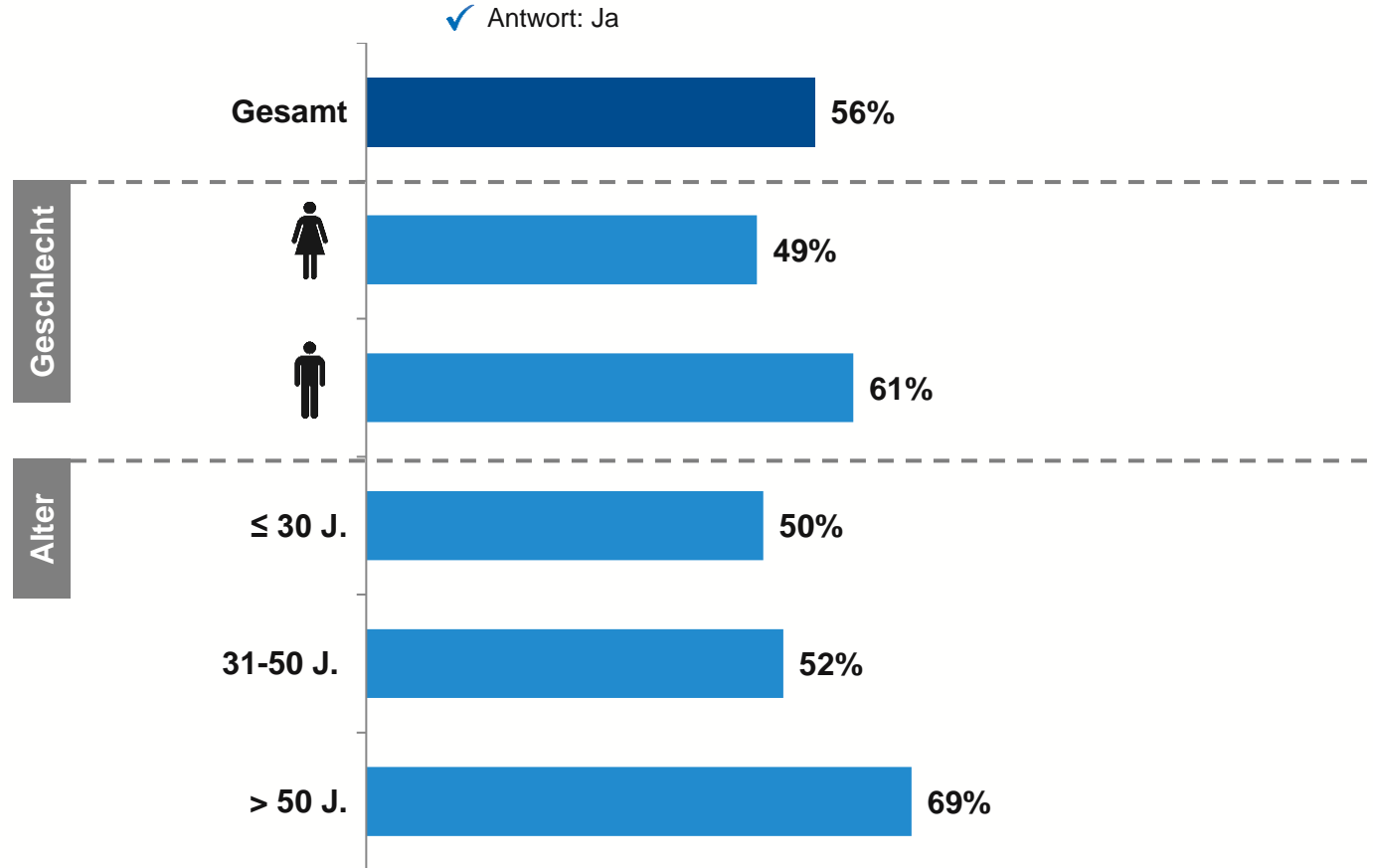


Konzeption, Durchführung und Empfehlungen

puls Marktforschung GmbH Schwaig b. Nürnberg

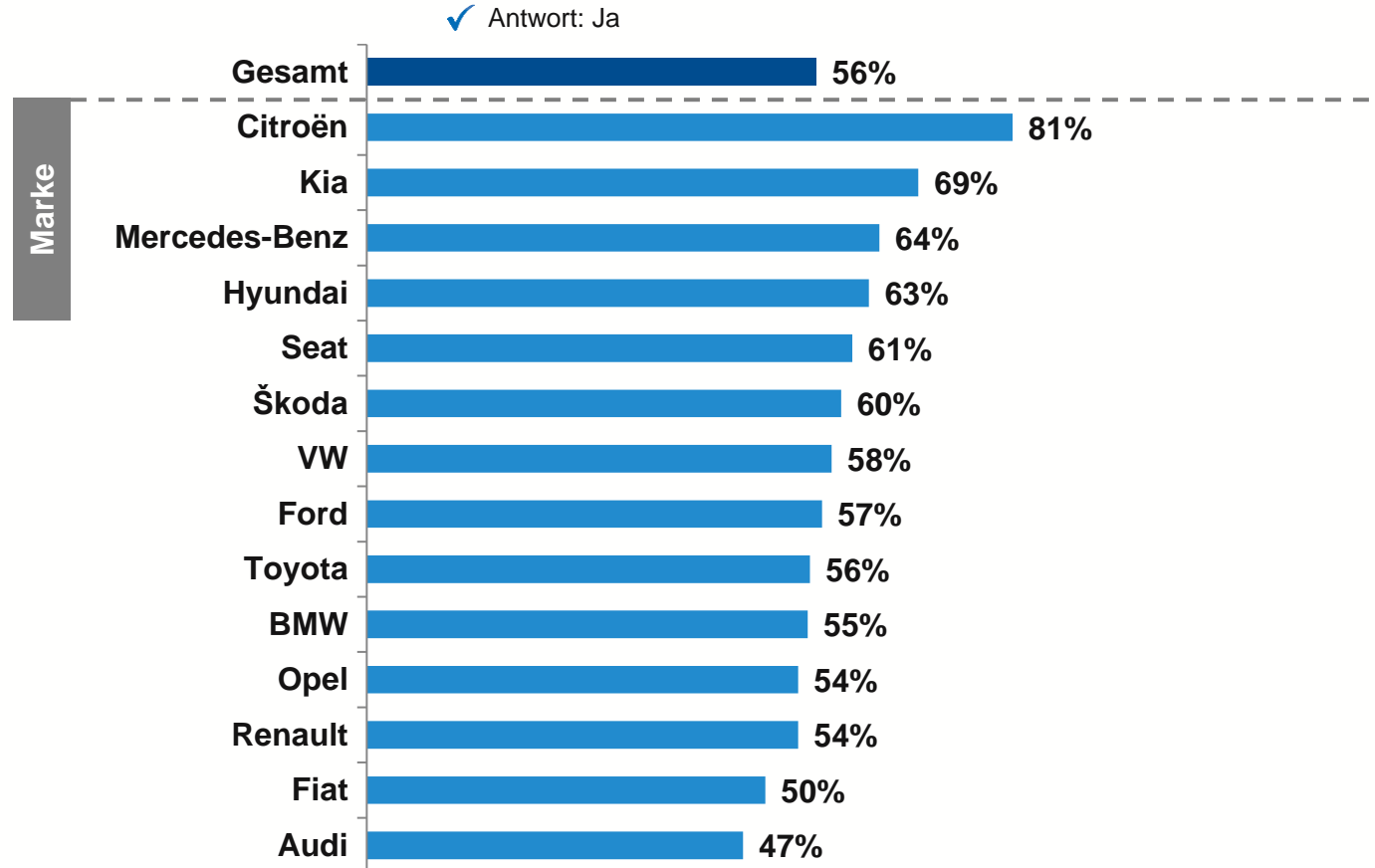
Vor allem Ältere äußern Bedenken.

Hätten Sie Bedenken ein gebrauchtes Auto zu kaufen?





Vor allem Citroën-Käufer/Interessenten haben Bedenken

Hätten Sie Bedenken ein gebrauchtes Auto zu kaufen?



Die größten Bedenken liegen in der nachlassenden Batterieleistung.

Was wären Ihre Bedenken ein gebrauchtes Elektroauto zu kaufen?

| | Gesamt | GESCHLECHT | | ALTER | | |
|--|--------|---|---|---------|----------|---------|
| | |  |  | ≤ 30 J. | 31-50 J. | > 50 J. |
| Batterieleistung des Fahrzeugs lässt nach | 53% | 56% | 52% | 52% | 50% | 58% |
| Batterien von neuen E-Autos sind weiter entwickelt | 35% | 37% | 33% | 36% | 33% | 35% |
| Wiederverkaufspreis des Elektroautos | 23% | 21% | 24% | 25% | 21% | 23% |
| Ich erhalte keine staatliche Förderung | 21% | 23% | 21% | 24% | 23% | 18% |
| Nachfrage nach Elektroautos könnte abnehmen | 13% | 13% | 13% | 15% | 15% | 10% |
| Kaufe generell keine gebrauchten Autos | 15% | 8% | 18% | 11% | 16% | 16% |
| Kaufe generell keine Elektroautos | 38% | 43% | 36% | 44% | 30% | 40% |

puls über puls

Gründungsjahr: 1992

Feste Mitarbeiter: 14

Firmensitz: Schwaig bei Nürnberg

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

Unser Leistungsversprechen: *For Better Decisions*

Aktive Mitgliedschaft:

ADM.



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 2022

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 14 hochqualifizierte Mitarbeiter. Dabei gibt es bei *puls* kein Marktforschungsprojekt ohne Maßnahmenempfehlungen zur Optimierung der Kundenbindung und Marktausschöpfung.

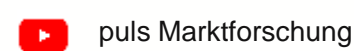
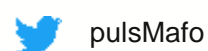
Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „*For Better Decisions*“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie Audi, Opel, Volkswagen, GORE-TEX, ZF Services, 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

