

Notizen:

puls Studie bei 1.014 Autokäufern

**Chinesische Automarken: Die unbekannte Macht**

Nürnberg, 24. August 2023

1 Chinesische Automarken greifen einen wichtigen Pfeiler des Wohl-  
stands in Deutschland an: Die Automobilindustrie. Vorboten wie  
MG, Polestar oder BYD kündigen eine Welle chinesischer Automarken  
an, die sich aufmachen, den deutschen bzw. europäischen Automarkt  
5 zu erobern. Weil die Kunden aber vor erfolgreiches Neu- und Ge-  
brauchtwa-gengeschäft die Bekanntheit gesetzt haben hat die Nürn-  
berger Marktforschung *puls* die gestützte Bekanntheit der wich-  
tigsten 22 chinesischen Automarken bei Autokäufern in Deutschland  
10 in Erfahrung gebracht. Dabei haben sich aktuell 6 Automarken ei-  
nen deutlichen Vorsprung erarbeitet: Als klare Nummer 1 führt Po-  
lestar die Liste mit einer gestützten Bekanntheit von beachtli-  
chen 37% an. Dahinter folgen MG und BYD mit jeweils 21% sowie  
Nio, Lynk & Co und Geely mit Bekanntheitswerten von 16, 15 und  
15 13%. Aways, Great Wall, Xpeng, Ora und Chery reihen sich mit  
großem Abstand dahinter ein. Beim Blick auf die Umsetzung der Be-  
kanntheit in Kaufinteresse fällt auf, dass die bekanntesten Auto-  
marken aus Fernost überdurchschnittliche Ausschöpfungen zwischen  
14% (Great Wall) und 28% (Ora) erreichen. Im Durchschnitt zeigt  
20 laut *puls* Studie jeder 5. „Kenner“ einer chinesischen Automarke  
auch Kaufinteresse. „Diese hohe Ausschöpfung liegt wohl v. a. an  
den Fortschritten der chinesischen Automarken bei Design, Ferti-  
gungsqualität und Value for Money“, kommentiert *puls* Geschäfts-  
führer Dr. Konrad Weßner die Ergebnisse. Weil starke Vertriebs-  
partner aber eine wichtige Voraussetzung für den Verkaufserfolg  
25 sind werden sich die Verantwortlichen chinesischer Automarken  
wohl verstärkt auf die Suche nach leistungsfähigen Händlern bege-  
ben. Händler, die mit chinesischen Automarken liebäugeln sollten  
auf der anderen Seite systematisch prüfen, mit wem sie sich da  
ins Bett legen. Deshalb sollte die Zusammenarbeit mit Automarken  
30 aus Fernost laut *puls* Chef Weßner durch neutral erhobene Bekannt-  
heits- und Weiterempfehlungswerte abgesichert werden. Nützlich  
dafür ist das von *puls* geplante KPI-Tracking chinesischer Auto-  
marken.

35 -ENDE-

Anzahl Zeilen:	33
Anzahl Anschläge:	2.038 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	24. August 2023
Ansprechpartner:	Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400
<i>Abdruck honorarfrei</i>	

45

---

**Über *puls* Marktforschung**

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 Markennavigation 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](http://www.puls-marktforschung.de).