

## ***Jeder dritte Autokäufer verliert das Interesse an Elektroautos***

*puls Studie zu den Auswirkungen der abrupten  
Streichung der Elektroautoprämie*

von

*puls* Marktforschung GmbH

Dr. Konrad Weißner

Geschlecht	
Weiblich	30%
Männlich	70%

Alter	
Durchschnittsalter	ca. 45 Jahre
<hr/>	
Bis zu 30 Jahre	20%
31-50 Jahre	41%
Über 50 Jahre	39%

 **Zielgruppe**  
Autofahrer / Personen, die in den nächsten 6 Monaten eine Autoanschaffung planen

 **Stichprobe**  
n=353

 **Befragungszeitraum**  
18./19. Dezember 2023

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

## 30 Prozent der Auto-Interessenten verlieren nach der Streichung der Elektroauto-Förderung das Interesse an einem E-Auto.

Wenn Sie an die kommenden 6 Monate denken, welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu?

	Gesamt	GESCHLECHT		ALTER		
		♀	♂	<30 Jahre	30-50 Jahre	>50 Jahre
Ich plane eine Autoanschaffung und habe weiterhin Interesse an einem Elektroauto.	39%	39%	39%	49%	45%	29%
Ich plane eine Autoanschaffung und hatte vor dieser Entscheidung Interesse an einem Elektroauto, <u>ohne Bonus aber nicht mehr</u> .	30%	28%	31%	26%	31%	30%
Ich plane eine Autoanschaffung, aber habe grundsätzlich kein Interesse an einem Elektroauto.	31%	33%	30%	25%	25%	41%

# puls über puls

- Gründungsjahr:** 1992
- Feste Mitarbeiter:** 11
- 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 2023

## 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 30 Jahren konzentriert sich die *puls* Marktforschung darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 11 hochqualifizierte Mitarbeiter. Dabei gibt es bei *puls* kein Marktforschungsprojekt ohne Maßnahmenempfehlungen zur Optimierung der Kundenbindung und Marktausschöpfung.

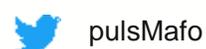
Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „*For Better Decisions*“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie Audi, Opel, Volkswagen, GORE-TEX, ZF Services, 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](mailto:wessner@puls-marktforschung.de)  
[www.puls-marktforschung.de](http://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](mailto:wessner@puls-marktforschung.de)  
Internet: [www.puls-marktforschung.de](http://www.puls-marktforschung.de)

