

# Die Studien der Woche: Weltweites Internet, weltweiter Tesla-Hype, weltweite Verbesserung der Mediaqualität

## Top 3: Tesla läuft Automobilmarken den Rang ab

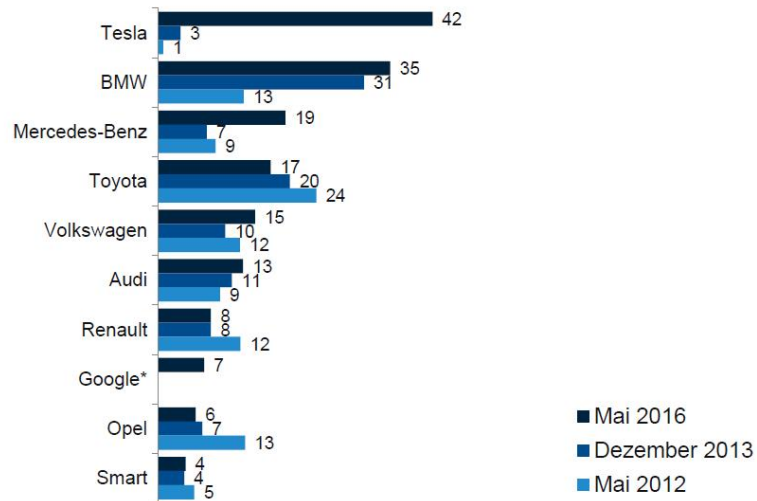
Die Einführung des neuen Tesla Model 3 hat einen in der Automobilbranche bislang nie dagewesenen Hype ausgelöst: Auch wenn möglicherweise Stornierungen zu erwarten sind, sprechen 400.000 Blindbestellungen eine eindeutige Sprache. Der sich abzeichnende Erfolg des automobilen Newcomers aus dem Silicon Valley ist umso höher zu bewerten als sich die Interessenten bis Ende 2017 als frühestmöglichen Liefertermin gedulden müssen. Vor diesem Hintergrund untersuchte die Nürnberger Marktforschung *puls* mit einer repräsentativen Studie bei 1.000 Autokäufern die Wahrnehmung der Marke Tesla, den Einfluss der Elektroauto-Kaufprämie und die typischen Charakteristika von Tesla-Interessenten. Wie die Ergebnisse zeigen, setzt Tesla Maßstäbe: So nehmen mittlerweile 42 Prozent der deutschen Autokäufer Tesla als führende Marke für Elektroautos wahr. Damit verweisen die Kalifornier BMW (35 Prozent), Mercedes Benz (19 Prozent) und Toyota (17 Prozent) beim Zukunftsthema „Kompetenz für Elektroautos“ auf die Plätze. Wie die *puls* Studie weiter zeigt, bremst auch der Ausschluss von Tesla aus der jüngst beschlossenen Kaufprämie für Elektroautos den Erfolg der Kalifornier nicht. Dazu beeindruckt diese Kaufprämie Deutschlands Autokäufer zu wenig. So geben knapp 60 Prozent der deutschen Autokäufer an, dass sie unabhängig von einer Kaufprämie kein Interesse an einem Elektroauto haben. Andererseits sagen zwei von drei Elektroauto-Interessenten, dass die Kaufprämie ihre Kaufabsicht eines Elektroautos bestärkt oder geweckt hat. Offensichtlich gelingt es Tesla, die Autokäufer unabhängig vom Preis oder einer Kaufprämie von der Marke zu überzeugen. „Bei Tesla stimmt offensichtlich das Mix aus Design, Sportlichkeit, modernster Elektroantriebstechnologie und einem innovativen Vertrieb mit eigenen Innenstadt-Stores“, kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weißner die Ergebnisse. Von daher akzeptieren laut *puls* Studie auch erstaunliche 72 Prozent der Interessenten die lange Lieferzeit des Model 3. Darüber hinaus schafft bei jedem zweiten der Besuch eines Tesla-Stores Kauflust auf die Marke. Ein weiteres Ergebnis der *puls* Studie lässt aufhorchen: Interessenten des Tesla Model 3 sind mit einem Durchschnittsalter von knapp 38 Jahren deutlich jünger als die typischen deutschen Neuwagenkäufer und erwägen neben Tesla v.a. Audi und BMW. „Tesla ist als junge Premium-Automarke offensichtlich auf Eroberungskurs bei deutschen Premium-Automarken“, resümiert *puls* Chef Weißner.

## Tesla setzt sich als führende Marke für Elektroautos an die Spitze.



### Führende Automobilhersteller – Top 10

Welche/r Automobilhersteller ist/sind Ihrem Eindruck nach heute führend bei der Entwicklung von Elektrofahrzeugen?



Quelle:  
puls Marktforschung GmbH  
puls AutokäuferMonitor

Basis: n=1.009 (2016), n=1.014 (2013), n=1.006 (2012) | \*erstmalig 2016 abgefragt | Angaben in Prozent

2

Quelle: <http://www.absatzwirtschaft.de/die-studien-der-wocheweltweites-internet-weltweiter-tesla-hype-weltweite-verbesserung-der-mediaqualitaet-81857/2/>