

puls Studie: Wie Autokäufer den Opel-Verkauf bewerten
Gespaltene Meinungen zur Opel-Übernahme

Nürnberg, 21. Februar 2017

1 Nach kurzer Sprachlosigkeit wirbt auch Opel-Chef Karl-Thomas
Neumann mittlerweile aktiv für die Eingliederung der deutschen
Traditionsmarke in den französischen PSA-Konzern. Auch die Opel-
Händler sehen die Übernahme mehrheitlich als Chance, mahnen aber
5 an, dass möglichst schnell Klarheit geschaffen werden sollte. Vor
diesem Hintergrund hat sich die [Nürnberger Marktforschung puls](#)
mit der Frage beschäftigt, wie Autokäufer den geplanten
Eigentümerwechsel von Opel bewerten. Dabei zeigen sich gespaltene
Meinungen bei den von *puls* befragten 210 deutschen Autokäufern:
10 28 Prozent bewerten den geplanten Opel-Verkauf eher positiv, 34
Prozent eher negativ. Mit 40 Prozent Befürwortern sehen Jüngere
(unter 30 Jahre) den möglichen Opel-Verkauf sogar mehrheitlich
positiv.

15 Das Thema ist in aller Munde, haben laut *puls* Studie doch vier
von fünf Autokäufern (81 Prozent) vom bevorstehenden Wechsel des
Opel-Mutterkonzerns gehört. Beim Meinungsbild zu dieser
Transaktion fällt auf, dass der Anteil der Ablehner mit 34
Prozent lediglich knapp über den 28 Prozent liegt, die den
20 geplanten Opel-Verkauf positiv sehen. „Angesichts der
langjährigen Verbindung zwischen General Motors (GM) und Opel war
das insgesamt eher gespaltene Meinungsbild und die mehrheitlich
sogar positive Bewertung des Opel-Verkaufs durch Jüngere eher
nicht zu erwarten“, kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad
25 Weßner die Ergebnisse. Bei der direkten Frage, ob Opel Teil von
GM bleiben oder in die französische PSA Gruppe integriert werden
sollte, zeigt sich ebenfalls eine eher knappe Tendenz zum
Verbleib von Opel bei GM (40 Prozent versus 31 Prozent). Opel hat
sicherlich noch eine Menge Aufklärungsarbeit zum bevorstehenden
30 Eigentümerwechsel vor sich, trifft tendenziell aber auf
überraschende Offenheit insbesondere bei jüngeren Autokäufern“,
resümiert *puls* Chef Weßner.

-ENDE-

Anzahl Zeilen: 32
Anzahl Anschläge: 1.844 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum: 21. Februar 2017
Ansprechpartner: Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400

Abdruck honorarfrei

1
5
10
15
20
25
30
35
40
45

Über *puls* Marktforschung

Seit über 20 Jahren konzentriert sich die *puls* Marktforschung darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung und daraus abgeleitete Maßnahmenempfehlungen abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 18 hochqualifizierte Mitarbeiter. Bei *puls* gibt es kein Marktforschungsprojekt ohne 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 Audi, Opel, Volkswagen, Audi, GORE-TEX, ZF Services oder BASF 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.