

puls Studie zum Siegeszug der SUVs

Hohe Kundenloyalität und weiteres Wachstum im SUV-Segment

Nürnberg, 07. März 2017

Wenn der Genfer Automobilsalon zum 87. Mal seine Pforten öffnet stehen SUVs im Mittelpunkt. In der Tat kommen Automobilhersteller, die profitabel wachsen wollen an den „Pseudo Geländewagen“ nicht vorbei. Vor diesem Hintergrund hat sich die Nürnberger Marktforschung puls mit der Frage beschäftigt, wie die SUV-Wachstumsgeschichte weitergeht. Dazu hat *puls* im Rahmen einer repräsentativen Studie 1.010 Autofahrer in Deutschland befragt.

Laut *puls* Studie fahren aktuell 10 Prozent einen kleinen, 16 Prozent einen kompakten und 6 Prozent einen Oberklasse-SUV. Fruchtbare Wachstumsgrundlage ist zunächst die hohe Kundenloyalität im SUV-Segment: So geben drei von vier aktuellen SUV-Fahrern an, dass ihr nächstes Fahrzeug wieder ein SUV sein wird. Darüber hinaus ist laut *puls* Studie ein signifikantes Wachstum durch SUV-Neueinsteiger zu erwarten, bekunden doch 31 Prozent der aktuellen Nicht-SUV-Besitzer Kaufinteresse an einem Kompakt-, 27 Prozent an einem kleinen und 19 Prozent an einem Oberklasse-SUV. Die Betrachtung der Wechselbereitschaft innerhalb der SUV-Segmente lässt ein Downsizing und besonderes Wachstum bei kompakten und kleinen SUVs erwarten. Um am Wachstum dieses Segments zu profitieren, ist es wichtig, sich die Kaufmotive für SUVs vor Augen zu führen: Geländefahrten scheiden aus, geben doch nur magere 7 Prozent an, ihren SUV regelmäßig im Gelände zu nutzen. Stattdessen verbinden Kunden mit SUVs hohe Sicherheitsstandards, modernste Antriebstechnik, Statussymbolik, Fahrspaß sowie einen hohen Wiederverkaufswert. „Vor dem Hintergrund dieser Erkenntnisse eignen sich SUVs für die Einführung neuer Sicherheits- und Antriebstechnologien deutlich besser als Oberklasse Limousinen“ resümiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner. Um den bei SUVs besonders ausgeprägten Individualisierungsbedarf zu erfüllen, sollte eine systematische Bedarfsanalyse fester Bestandteil des Verkaufsprozesses sein.

-ENDE-

Anzahl Zeilen:	32
Anzahl Anschläge:	1.909 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	7. März 2017
Ansprechpartner:	Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400

Abdruck honorarfrei

Über *puls* Marktforschung

Seit über 25 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.