

puls Studie zur Zukunft von Diesel-Autos

**Die Diskussion um Diesel-Fahrverbote lässt die Autokäufer kalt**

Nürnberg, 20. April 2017

Die Zahl der Diesel-PKW auf deutschen Straßen hat sich in den vergangenen fünfzehn Jahren fast verdoppelt. Aktuell beläuft sich der Marktanteil der Selbstzünder bei PKWs in Deutschland auf circa 42 Prozent. Vor dem Hintergrund der Bedeutung moderner Diesel-PKWs in Deutschland hat sich die [Nürnberger Marktforschung puls](#) mit der Frage beschäftigt, ob und inwieweit die Diskussion um Diesel-Fahrverbote in Innenstädten zur Zurückhaltung beim Kauf von Diesel-Autos führt. Dazu hat *puls* im Rahmen einer repräsentativen Studie 1.009 Autokäufer in Deutschland befragt. Die Ergebnisse zeigen, dass sich Deutschlands Autokäufer von der Diskussion um mögliche Innenstadt-Fahrverbote kurzfristig kaum beeindrucken lassen: Obwohl stattliche 86 Prozent von den möglichen Diesel-Fahrverboten in Innenstädten gehört haben, erwägen 42 Prozent nach wie vor die Anschaffung eines Diesel-Fahrzeugs. Da dieser Anteil gleichauf mit dem aktuellen Marktanteil von Diesel-PKWs in Deutschland liegt, kann wohl von stabilen Diesel-Marktanteilen ausgegangen werden. Positiv für die Zukunft des Diesels ist darüber hinaus auch, dass laut *puls* Studie von jüngeren Autokäufern (unter 30 Jahren) sogar 54 Prozent den Kauf eines Diesel-PKWs erwägen. „Offensichtlich sind Jüngere besonders empfänglich für den Preisvorteil des Diesels an der Zapfsäule“, interpretiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weißner die Ergebnisse.

Andererseits sehen aber trotz der modernen und mittlerweile sauberen Euro-6-Diesel 57 Prozent der deutschen Autokäufer in möglichen Fahrverboten für Selbstzünder einen langfristigen Einfluss auf den Verkauf von Diesel-Fahrzeugen. „Offensichtlich haben Diesel-Fahrzeuge in Deutschland ein Imageproblem, das durch eine Aufklärungskampagne zur Umweltfreundlichkeit der modernen Euro-6-Diesel dringend angegangen werden sollte“, empfiehlt *puls* Chef Weißner. Das Imageproblem des Diesel-Antriebs ist laut einer weiteren *puls* Trendstudie auch Rückenwind dafür, dass Elektroantriebe kontinuierlich an Zukunftskompetenz gewinnen.

-ENDE-

Anzahl Zeilen:	34
Anzahl Anschläge:	2.010 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	20. April 2017
Ansprechpartner:	Dr. Konrad Weißner +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 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 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](http://www.puls-marktforschung.de).