

puls Studie zum autonomen Parken

Deutschlands Autofahrer verbringen 39 Stunden pro Jahr mit Parkplatzzuche

Nürnberg, 27. März 2018

Wer kennt das nicht? Die Suche nach einem freien Parkplatz verleidet vielen Autofahrern zunehmend die Lust am Auto insbesondere dann, wenn es um Parkplatzzuche in Großstädten geht. Dies bestätigt eindrucksvoll eine aktuelle Studie der [Nürnberger Marktforschung puls](#) bei 1.010 Autofahrern in Deutschland. Demnach verbringen Deutschlands Autofahrer im Durchschnitt eine typische Arbeitswoche (39 Stunden) mit der Suche nach einem freien Parkplatz. Dieser Wert schwankt laut *puls* Studie zwischen 26 Stunden in ländlichen Gebieten und 53 Stunden (!) in Großstädten.

„Diesen Mangel kann und sollte die Automobil- und Parkhausbranche als Chance sehen und nutzen“, kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weißner die Ergebnisse. So führt das „Parkplatzzuchproblem“ laut *puls* Studie dazu, dass satte 52 Prozent der deutschen Autofahrer (sehr) großes Interesse an vollautonomen Ein- und Ausparken ihres Fahrzeugs äußern. Konkret geht es um den Wachstumsmarkt des „Connected Parkings“ und damit um die Möglichkeit, Autos bei Parkhäusern beziehungsweise Parkplätzen so abgeben zu können, dass diese sich automatisch einen freien Parkplatz suchen und beim Abholen zu einem festgelegten Zeitpunkt automatisch wieder zur Ausfahrt kommen. Zusätzlich werden Parkplatz-Apps beziehungsweise digitale Services zum Finden und Buchen von Parkplätzen immer wichtiger werden.

-ENDE-

Anzahl Zeilen:	24
Anzahl Anschläge:	1.354 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	27. März 2018
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 17 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.