

puls Studie bei 1007 Autokäufern in Deutschland
WLTP und Innenstadtfahrverbote bremsen die Autokäufer aus

Nürnberg, 24. August 2018

Notizen:

1 Jeder fünfte Auto-Interessent verschiebt wegen der drohenden
 Innenstadt-Fahrverbote die Autoanschaffung, mehr als jeder zweite
 beklagt lange Lieferzeiten oder die Nichtbestellbarkeit seines
 Wunschfahrzeugs in Folge der Einführung des neuen Messverfahrens
 5 WLTP. Dies sind die alarmierenden Ergebnisse einer aktuellen
 Studie der Marktforschung *puls* vom August 2018 bei 1.005
 Autokäufern in Deutschland. Die Ergebnisse sind insbesondere
 deshalb besorgniserregend, weil das neue WLTP Verfahren zur
 10 schärferen und realistischeren Messung der Schadstoffemissionen
 deutliche Bremsspuren im Automobilverkauf hinterlassen wird: Da
 viele Automobilhersteller den ab dem 1. September gesetzlich
 vorgeschriebenen WLTP Messungen nicht nachkommen können, sind
 Autos nur eingeschränkt lieferbar. 13% der Interessenten sind
 laut *puls* Studie davon so genervt, dass Sie die geplante
 15 Fahrzeuganschaffung auf Eis legen. Weitere 8% und 9% beklagen
 Lieferverzögerungen bzw. erhalten die Information, dass Ihr
 Wunschfahrzeug überhaupt nicht lieferbar ist. Der Automobilhandel
 macht aus der für viele Kfz Betriebe eigentlich
 20 existenzbedrohlichen WLTP-Not offensichtlich noch eine Tugend,
 entscheiden sich doch 48% der wegen WLTP vertrösteten
 Autointeressenten für einen Gebrauchtwagen anstelle des
 eigentlich präferierten Neuwagens und weitere 27% für ein anderes
 Fahrzeugmodell der präferierten Fahrzeugmarke. „Um die toxische
 25 Wirkung von WLTP und der drohenden Innenstadt-Fahrverbote
 abzumildern, sind v.a. die Automobilhändler gefordert, aktiv über
 die Themen aufzuklären und Vertrauen aufzubauen“, empfiehlt *puls*
 Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner.

-ENDE-

30

35

Anzahl Zeilen: 27
 Anzahl Anschläge: 1.426 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
 Datum: 24. August 2018
 Ansprechpartner: Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400

Abdruck honorarfrei

40

45

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.