

puls Studie „Mobilitätsfinanzierung 3.0“

JUNGE AUTOKÄUFER WOLLEN FLEXIBLE FINANZIERUNGS- UND LEASINGANGEBOTE

Nürnberg, 6. Juni 2014

Die Automobilbranche beklagt, dass Autos für Jüngere an Bedeutung verlieren. Eine Lösung dieses Problems könnte im Angebot innovativer Finanzierungs- und Leasingverträge liegen, die deutlich flexibler und „adaptiver“ als bisher sind. So wünschen sich vor allem jüngere Neu- und Gebrauchtwagenkäufer flexible Laufzeiten und Sonderkündigungsrechte bei Finanzierungs- und Leasingverträgen. Dies sind die Kernergebnisse einer repräsentativen Studie der Nürnberger Marktforschung *puls* bei 1.000 Neu- und Gebrauchtwagenkäufern in Deutschland.

Die *puls* Studie zeigt, dass über alle Altersgruppen hinweg, besonders aber bei Jüngeren ein ausgeprägter Wunsch nach flexiblen Finanzierungs- und Leasingverträgen besteht, die adaptiv an Veränderungen der Lebensumstände angepasst werden können. So wollen 41 Prozent der Autokäufer flexible Laufzeiten der Verträge, unter Jüngeren (bis 30 Jahre) wünschen sich dies sogar 52 Prozent. Weiteren 58 Prozent ist ein Sonderkündigungsrecht ihres Finanzierungs- und Leasingvertrags (sehr) wichtig, unter Jüngeren beträgt dieser Anteil sogar stattliche 65 Prozent. „Unsere Studie zeigt, dass innovative Autobanken mit flexiblen Finanzierungs- und Leasingangeboten die Chance haben, junge Kunden an das Auto heranzuführen“, kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weißner die Ergebnisse. Dabei spielen flexible Finanzierungs- und Leasingangebote für Gebrauchtwagen eine besondere Rolle, weil junge Autokäufer häufig über den Gebrauchtwagen an das Automobil herangeführt werden. „So könnte es durch innovative Finanzierungs- und Leasingangebote gelingen, junge Kunden frühzeitig für bestimmte Marken oder Händler zu gewinnen und dann zu loyalisieren“, so Weißner weiter.

-ENDE-

Anzahl Zeilen: **26**
Anzahl Anschläge: **1.482** (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum: **06. Juni 2014**
Ansprechpartner: **Dr. Konrad Weißner +49 (0) 911-9535-400**
Abdruck honorarfrei

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 20 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, Volkswagen, GORE-TEX, ZF Services, Uniqo 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.