

Notizen:

puls-Studie zum Einsatz der Politik für Autofahrer

**Autofahrer ohne politische Vertretung**

Nürnberg, den 10. Juni 2013

1 Mit einer Fahrzeugdichte von 640 Kfz pro 1.000 Einwohner spielen Autos  
in Deutschland eine wichtige Rolle. Darüber hinaus hängt jeder siebte  
Arbeitsplatz direkt oder indirekt an der Automobilbranche. Vor diesem  
Hintergrund ging das Marktforschungsinstitut *puls* aus Nürnberg der Frage  
nach, welche politische Partei sich eigentlich für die Autofahrer  
einsetzt. Angesichts der Bedeutung der Automobilbranche als Motor für  
Wachstum, Beschäftigung und Wohlstand erschrecken die Ergebnisse: Satte  
5 59 der Deutschen Autofahrer geben an, dass sich keine politische Partei  
für Ihre Belange einsetzt. Wenn, dann nehmen Deutschlands Autofahrer  
noch zu knapp 20 % die CDU / CSU als Partei wahr, die Ihre Interessen  
vertritt. Der SPD sprechen dies nur kümmerliche 8 % zu. Demzufolge liegt  
10 Angela Merkel mit 18 % Fürsprechern vor Ihrem Herausforderer Peer  
Steinbrück, dem 7 % der deutschen Autofahrer zusprechen, sich für Ihre  
Belange einzusetzen. Dies sind die wichtigsten Ergebnisse einer  
15 Befragung von 1.003 Autofahrern durch die Nürnberger Marktforschung  
*puls*.

Vor dem Hintergrund der hohen Fahrzeugdichte in Deutschland ist es für  
20 42 % der Deutschen Autofahrer (sehr) wichtig, dass sich eine politische  
Partei für Sie einsetzt. Angesichts der Bedeutung dieses Themas und der  
bevorstehenden Bundestagswahlen überrascht es schon, dass sich fast 60 %  
der Autofahrer in Deutschland von keiner politischen Partei vertreten  
fühlen. „Offensichtlich hat keine politische Partei den Mut, sich offen  
zu Deutschlands Autofahrern zu bekennen“, kommentiert *puls*  
25 Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner die Ergebnisse. Als Top Themen stehen  
laut *puls* Studie die Senkung der Mineralölsteuer (62 %), der Ausbau des  
Deutschen Straßennetzes (45%) und die Senkung der Kfz Steuer (44 %) auf  
der Wunschliste. Die Einführung einer PKW Maut bzw. eines Tempolimits  
auf Autobahnen wünschen sich dagegen lediglich 19 % bzw. 16 % der  
30 Deutschen Autofahrer. Gerade diese beiden, in der Gunst ganz unten  
angesiedelten Themen werden derzeit in der Politik aber heiß diskutiert.  
„Offensichtlich beschäftigen sich die Politiker gerade mit den  
Automobilthemen, die aus Sicht der Wähler/innen keine Rolle spielen“, so  
35 *puls* Chef Dr. Konrad Weßner. Noch bleiben der Politik bis zur  
Bundestagswahl einige Monate Zeit, sich für die in der *puls* Studie  
aufgezeigten Automobilthemen einzusetzen.

-ENDE-

Anzahl Zeilen: **36**  
Anzahl Anschläge: **2.337** (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)  
Datum: **10. Juni 2013**  
Ansprechpartner: **Dr. Konrad Weßner +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 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 AXA, Siemens, Volkswagen, GORE-TEX 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).