

Notizen:

puls Studie zur Wirkung einer staatlichen Kaufprämie für Elektroautos

KAUFPRÄMIE WÜRD ELEKTROAUTOS BEFLÜGELN

Nürnberg, den 01. März 2013

1 Elektroautos gehört nach Meinung vieler Experten die Zukunft. Dennoch
 5 kommt der Verkauf der „Stromer“ nicht so in die Gänge wie erhofft. Dies
 nahm das Marktforschungsinstitut *puls* aus Nürnberg zum Anlass, im Rahmen
 einer repräsentativen Studie 1.000 deutsche Autokäufer zur Wirkung einer
 staatlichen Prämie auf den Verkauf von Elektroautos zu befragen. Die
 Ergebnisse sind eindeutig: 70% der deutschen Autokäufer befürworten eine
 staatliche Kaufprämie, fast jeder zweite (48%) würde sich auf Grund der
 Kaufprämie ein Elektroauto kaufen.

10 „Das mehrheitliche Votum pro Kaufprämie zeigt, wie wirksam ein solches
 Signal für die Etablierung von Elektroautos in Deutschland wäre“,
 kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner die Ergebnisse. Laut
puls Studie würde eine staatliche Prämie das Kaufinteresse für
 15 Elektroautos vor allem bei jüngeren Personen und solchen mittleren
 Alters positiv beeinflussen. Da die öffentlichen Kassen leer sind und
 die Mühlen in Berlin langsam mahlen könnten laut *puls* Chef Konrad Weßner
 auch die Automobilhersteller bzw. Händler das Heft selbst in die Hand
 nehmen und eigene Kaufprämien zur Verkaufsförderung kreieren. Angesichts
 der positiven Kundenakzeptanz und der Imagewirkung wären kreative
 20 Verkaufsanreize in jedem Fall lohnenswert.

- ENDE -

Anzahl Zeilen: **20**
 Anzahl Anschläge: **1.270** (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
 Datum: **01. März 2013**
 Ansprechpartner: **Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400**
Abdruck honorarfrei

Über *puls* Marktforschung

Seit 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.