

Notizen:

puls Studie nimmt Automobileinsteiger unter die Lupe

VERNACHLÄSSIGTE FÜHRERSCHEINNEULINGE

Nürnberg, den 01. Februar 2013

Die Automobilbranche beklagt, dass Autos bei jungen Nachwuchskunden nicht mehr ganz oben in der Kaufpräferenz stehen. Dies nahm die Marktforschung *puls* aus Schwaig bei Nürnberg zum Anlass, Führerscheinneulinge gezielt unter die Lupe zu nehmen. Das Ergebnis überrascht: Satte 77% der Führerscheinneulinge erhalten kein gezieltes Fahrzeugangebot. Demgegenüber wünscht sich jeder dritte Führerscheinneuling ein solches. Dies sind die wichtigsten Ergebnisse einer Befragung von 154 Führerscheinneulingen in Deutschland durch die Nürnberger Marktforschung *puls*.

„Angesichts der Herausforderung, junge Autokäufer zu gewinnen überrascht es sehr, dass nur 23% der Führerscheinneulinge aktiv von der Automobilbranche angesprochen werden“, kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weißner die Ergebnisse. Dabei hätte die Automobilbranche mit entsprechenden Angeboten gute Chancen: Laut *puls* Studie wünscht sich knapp jeder dritte Führerscheinneuling ein gezieltes Angebot. Besonders interessiert sind Männer (39,4 %) und Neuwagenkäufer (41 %). Diese Chance hat der koreanische Automobilhersteller KIA jüngst erkannt und ködert Führerscheinneulinge und deren Familienangehörige mit einem Nachlass zwischen € 1.800.- und € 2.100.- beim Kauf eines Neuwagens. „Um Automobileinsteiger zu gewinnen sollten andere Automobilhersteller oder Händler ebenfalls über kreative Angebote gegenüber Führerscheinneulingen nachdenken“, empfiehlt *puls* Chef Konrad Weißner.

-ENDE-

Anzahl Zeilen: 23
Anzahl Anschläge: 1.442 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum: 01. Februar 2013
Ansprechpartner: Dr. Konrad Weißner +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.