

Notizen:

*puls Studie bei Autokäufern in Deutschland*

**Autokäufer sehen wenig Lösungskompetenz bei Politik in der Automobilkrise**

Nürnberg, 18. Dezember 2024

Das Nürnberger Marktforschungsinstitut *puls* hat untersucht, wie Autokäufer die Rolle der Politik in der aktuellen Automobilkrise und im Bundestagswahlkampf bewerten. Für die Studie wurden im Dezember 1.025 Menschen befragt, die kurz vor oder nach dem Kauf eines Autos standen.

Die Ergebnisse zeigen: Die Mehrheit (55,2 %) macht die Politik für die Probleme der deutschen Automobilindustrie verantwortlich. 37,9 % sehen die Schuld hingegen bei den Unternehmensführungen. Beide zuletzt amtierenden Regierungen – die Ampelkoalition und ihre Vorgänger – werden dabei von den Befragten als gleichermaßen mitschuldig angesehen.

Auf die Frage, wem sie im Bundestagswahlkampf zutrauen, die Probleme der Automobilindustrie zu lösen, zeigt sich ein ernüchterndes Bild: **Drei Viertel der Autokäufer (75,3 %) vertrauen keiner deutschen Spitzenpolitikerin oder keinem Spitzenpolitiker diese Aufgabe zu.**

„Keiner der politischen Führungskräfte kann sich aktuell glaubhaft als Lösungsfigur für die Krise der deutschen Automobilindustrie positionieren“, erklärt Stefan Reiser, Geschäftsführer des Forschungsinstituts *puls*. So trauen lediglich 4,0 % der befragten Robert Habeck (Grüne) und Alice Weidel (AfD) die entsprechende Lösungskompetenz zu. Friedrich Merz (CDU) und Markus Söder (CSU) folgen mit 3,7 % bzw. 2,8 %. Kanzler Olaf Scholz, Finanzminister Christian Lindner und Verkehrsminister Volker Wissing landen noch weiter hinten.

Laut Reiser wünschen sich Autokäufer vor allem **weniger Bürokratie und Regulierungen**, um die Automobilindustrie zu unterstützen. Zudem fordern sie verstärkte Investitionen in **neue Technologien**.

„Doch keiner der politischen Spitzenkräfte in Berlin kann diese Themen aktuell glaubhaft verkörpern“, so Reiser.

-ENDE-

Anzahl Zeilen:	30
Anzahl Anschläge:	1.720 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	18. Dezember 2024
Ansprechpartner:	Stefan Reiser +49(0) 911-9535-400

Abdruck honorarfrei

## Über *puls* Marktforschung

Seit 30 Jahren konzentriert sich *puls* darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung und daraus abgeleitete Maßnahmenempfehlungen abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 12 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 Santander, Mercedes-Benz, Consorsbank, GORE-TEX, Quirin Privatbank, mobile.de, TÜV Süd oder STABILO 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).

## Weitere Informationen zur Studienmethodik

Erhebung: Online-Interviews bei Personen im Alter ab 18 Jahren, bundesweit, in einem qualitativ führenden deutschen Online-Panel mit Double-Opt-In Panelisten.

Der AutokäuferMonitor ist die größte, kontinuierliche Befragung von Personen, die kurz vor oder nach dem Autokauf stehen.

Weitere Informationen zu Erhebungsphase, Stichprobe, Fragebogen etc. siehe Anlage.

Qualitätssicherungsmaßnahmen u.a.:

- Panelqualitätssicherung nach ISO-Norm 20252:2019
- Ausschluss von Bots und Betrügern in den Interviews mittels Qualitätskontrollfragen und -algorithmen
- Manuelle Datenkontrolle und -bereinigung nach Abschluss der Feldphase