

Presse-Information

3. August 2023

Umfrage: Nachhaltigkeit und E-Mobilität sind die Lifestyle-Trends

- Klimawandel und Inflation beeinflussen den Lebensstil europäischer Verbraucher
- Verbraucher wollen nachhaltig einkaufen und Haushaltskosten reduzieren
- Umstieg auf E-Mobilität gewünscht, aber nicht der Verzicht auf das eigene Auto

ANZAHL DER BEFRAGTEN DER FÜNF WICHTIGSTEN MÄRKTE IN EUROPA: 2,617*

Platz 1	Mehr Nachhaltigkeit	1.266	48 %
Platz 2	Haushaltsbudget reduzieren	964	37 %
Platz 2	Wechsel zur E-Mobilität	961	37 %
Platz 4	Weniger fliegen/fahren	866	33 %
Platz 5	Mehr online einkaufen	814	31 %
Platz 6	Mehr Fernreisen nach Corona	652	25 %
Platz 7	Wahl eines hybriden Arbeitsmodells	596	23 %
Letzter Platz	Verzicht auf das eigene Auto	311	12 %

*) Die Befragten konnten bis zu fünf Antworten auswählen

DEUTSCHLAND

Platz 1	Wechsel zur E-Mobilität	218	42%
Platz 2	Mehr Nachhaltigkeit	211	40 %
Platz 3	Weniger Flüge/Fahrten	206	39 %
Platz 4	Haushaltsbudget reduzieren	177	34 %
Platz 5	Mehr online einkaufen	147	28 %

FRANKREICH

Platz 1	Mehr Nachhaltigkeit	228	44 %
Platz 2	Weniger fliegen/fahren	218	42 %
Platz 3	Haushaltsbudget reduzieren	212	41 %

Platz 4	Wechsel zur E-Mobilität	173	33 %
Platz 5	Mehr online einkaufen	156	30 %

GROSSBRITANNIEN

Platz 1	Mehr Nachhaltigkeit	255	49 %
Platz 2	Haushaltsbudget reduzieren	232	44 %
Platz 3	Mehr online einkaufen	186	36 %
Platz 4	Wechsel zur E-Mobilität	178	34 %
Platz 5	Weniger fliegen/fahren	159	30 %

ITALIEN

Platz 1	Mehr Nachhaltigkeit	293	56 %
Platz 2	Wechsel zur E-Mobilität	206	39 %
Platz 3	Mehr online einkaufen	172	33 %
Platz 4	Haushaltsbudget reduzieren	155	30 %
Platz 5	Weniger fliegen/fahren	126	24 %

SPANIEN

Platz 1	Mehr Nachhaltigkeit	279	53 %
Platz 2	Haushaltsbudget reduzieren	188	36 %
Platz 3	Wechsel zur E-Mobilität	186	35 %
Platz 4	Mehr Fernreisen nach Corona	164	31 %
Platz 5	Weniger fliegen/fahren	157	30 %

18-34-JÄHRIGE, ANZAHL DER BEFRAGTEN: 799

Platz 1	Mehr Nachhaltigkeit	338	42 %
Platz 2	Wechsel zur E-Mobilität	315	39 %
Platz 3	Weniger fliegen/fahren	298	37 %
Platz 4	Mehr online einkaufen	279	35 %
Platz 4	Haushaltsbudget reduzieren	277	35 %
Platz 6	Mehr Fernreisen nach Corona	228	29 %
Platz 7	Wahl eines hybriden Arbeitsmodells	209	26 %
Letzter Platz	Verzicht auf das eigene Auto	112	14 %

35-49-JÄHRIGE, ANZAHL DER BEFRAGTEN: 940

Platz 1	Mehr Nachhaltigkeit	451	48 %
Platz 2	Wechsel zur E-Mobilität	368	39 %
Platz 3	Haushaltsbudget reduzieren	335	36 %

Platz 4	Mehr online einkaufen	290	31 %
Platz 5	Weniger fliegen/fahren	284	30 %
Platz 6	Wahl eines hybriden Arbeitsmodells	234	25 %
Platz 6	Mehr Fernreisen nach Corona	231	25 %
Letzter Platz	Verzicht auf das eigene Auto	127	14 %

50-69-JÄHRIGE, ANZAHL DER BEFRAGTEN: 878			
Platz 1	Mehr Nachhaltigkeit	477	54 %
Platz 2	Haushaltsbudget reduzieren	352	40 %
Platz 3	Weniger fliegen/fahren	284	32 %
Platz 3	Wechsel zur E-Mobilität	278	32 %
Platz 5	Mehr online einkaufen	245	28 %
Platz 6	Mehr Fernreisen nach Corona	193	22 %
Platz 7	Wahl eines hybriden Arbeitsmodells	153	17 %
Letzter Platz	Verzicht auf das eigene Auto	72	8 %

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen

Stephanie Niermann, Tel.: (069) 380767-475; E-Mail: stephanie.niermann@hyundai.de

Nicole Welscher, Tel.: (069) 380767-472; E-Mail: nicole.welscher@hyundai.de

Über Hyundai Motor Deutschland

Die Hyundai Motor Deutschland GmbH mit Sitz in Offenbach am Main ist eine 100-prozentige Tochter der Hyundai Motor Company. Die südkoreanische Marke hat sich mit jährlich konstant über 100.000 Neuzulassungen auf dem deutschen Markt etabliert. Überzeugend für die Kunden sind neben dem attraktiven Design und einem sehr guten Preis-Wert-Verhältnis das 5-Jahres-Garantiepaket ohne Kilometerbegrenzung und 8 Jahre Garantie für batterieelektrische Fahrzeuge. Im Jahr 2022 betrug der Marktanteil 4 Prozent, was 105.074 Zulassungen entspricht. Damit bleibt Hyundai weiterhin stärkste asiatische Marke in Deutschland. Hyundai festigt seine Position als Anbieter alternativer Antriebe. Neben den beliebten elektrifizierten SUV ist die Submarke Hyundai IONIQ mit dem vielfach ausgezeichneten IONIQ 5 und dem IONIQ 6 ein wichtiger Eckpfeiler, um in Europa ab 2035 nur noch emissionsfreie Fahrzeuge zu verkaufen. Im europäischen Forschungs- und Entwicklungszentrum in Rüsselsheim werden zwei Drittel der in Europa verkauften Fahrzeuge konstruiert und getestet. Hyundai Motor produziert für den europäischen Markt an zwei Standorten: Im tschechischen Nošovice werden die Modellreihen i30, TUCSON und KONA Elektro gefertigt, im türkischen Hyundai Assan Otomotiv laufen der i10, die i20 Modellreihe und der BAYON vom Band. Hyundai versteht sich als Mobilitätsanbieter. Bei allen Aktivitäten spielt Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle: So elektrifiziert Hyundai die Fahrzeugflotte seines Bundesliga-Partners Eintracht Frankfurt. Zudem wird für jeden in Deutschland verkauften IONIQ 5 und IONIQ 6 mit Plant-My-Tree im Rahmen eines Aufforstungsprojektes bei Lüdenscheid ein Baum gepflanzt, bis Ende 2022 bereits 15.300. In Zusammenarbeit mit der Meeresschutzorganisation Healthy Seas finden weltweit Aktionen statt, um Strände und Ozeane von Müll zu befreien. Dafür erhielt Hyundai 2022 den Deutschen Award für Nachhaltigkeitsprojekte.

Informationen und Fotos auch online unter hyundai.news/de

Über Civey

Civey steht für Citizen Survey. Das Markt- und Meinungsforschungsunternehmen wurde 2015 gegründet. Es liefert repräsentative Momentaufnahmen und Monitoring, die Unternehmen, Gesellschaft und Einzelpersonen helfen, Märkte, Trends und Positionen besser zu verstehen. Civey sammelt und analysiert kontinuierlich Daten in Echtzeit – an der Schnittstelle zwischen klassischer Statistik und moderner künstlicher Intelligenz.