

Kommunikation

## Krise bei Opel wird Verhalten wahrgenommen



**20.04.2009. Der mediale Wirbel um Opel scheint der Marke in der Öffentlichkeit und bei Autokäufern zu nutzen. Wie eine Befragung der Puls Marktforschung GmbH ergab, sprachen sich 51 Prozent von 1000**

**Autokauf-Interessierten dafür aus, dass sie sich grundsätzlich vorstellen könnten, ein Fabrikat der Marke Opel zu kaufen.**

Danach glauben 47 Prozent der an Opel interessierten Befragten, dass das Unternehmen langfristig eine Zukunft habe und fortbestehen wird. Lediglich 18 Prozent glauben dies nicht, währenddessen 35 Prozent „weiß nicht“ angegeben hätten. Die Frage „Kaufen Sie bewusst einen Opel, um dem Unternehmen in der Krise zu helfen?“ hätten immerhin 12 Prozent mit „trifft zu“ beantwortet. Demgegenüber gaben nur sieben Prozent an, dass sie wegen der Krise lieber auf einen anderen Hersteller zurückgreifen. „Die Sympathie für Opel und die Belegschaft ist durch die erhöhte Aufmerksamkeit eher gestiegen“, sagt Puls-Chef Konrad Weßner. Es gebe einen Solidarisierungsprozess.

Beim Eingriff des Staates für Opel höre die Zustimmung allerdings auf. Obwohl sich jeder Zweite am Kauf eines Opels interessiert zeige, sprächen sich 48 Prozent der Befragten gegen eine Unterstützung durch den Staat aus. Nur 22,9 Prozent plädierten für eine direkte Beteiligung des Staates an Opel, weitere 22,6 Prozent für eine Bürgschaft. Zwar seien diese Zahlen deutlich höher als bei Schaeffler, doch bleibe die Öffentlichkeit skeptisch, was die Rettung von Opel mit Steuermitteln betreffe. Dies legt laut Weßner den Schluss nahe, dass staatliche Hilfe für Opel nur bedingt als überregionales Wahlkampfthema dient.

[www.puls-marktforschung.de](http://www.puls-marktforschung.de)