

Ihr Markenreport 2017/2018

puls
Händlerradar

1. Kunde: Händler 

Modul 1 (Verfügbar ab Mai 2018)

Autokäuferpuls
Markenreport

2. Kunde: Endkunde 

Modul 2 (Verfügbar ab Januar 2018)

Input für die Optimierung Ihrer Marketing- und Vertriebsprozesse

puls Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg
www.puls-marktforschung.de



puls Händlerradar

1. Kunde: Händler

800 Markenhändler in Deutschland,
quotiert nach Marke

Computergestützte **telefonische**
Interviews
im Telefonstudio (CATI) im Hause *puls*

April – Mai 2018

ca. 15 Minuten

puls Marktforschung GmbH, Schwaig b. Nürnberg



Autokäufer *puls* Markenreport

2. Kunde: Endkunde

Autokäufer / -interessenten 12 Monate
vor bzw. nach dem Kauf
12 Erhebungswellen à n=1000

Online über den *puls*
AutokäuferMonitor

Januar 2017 – Dezember 2017

ca. 10 Minuten



Stichprobe
(Nettofallzahl)



Erhebungsmethode



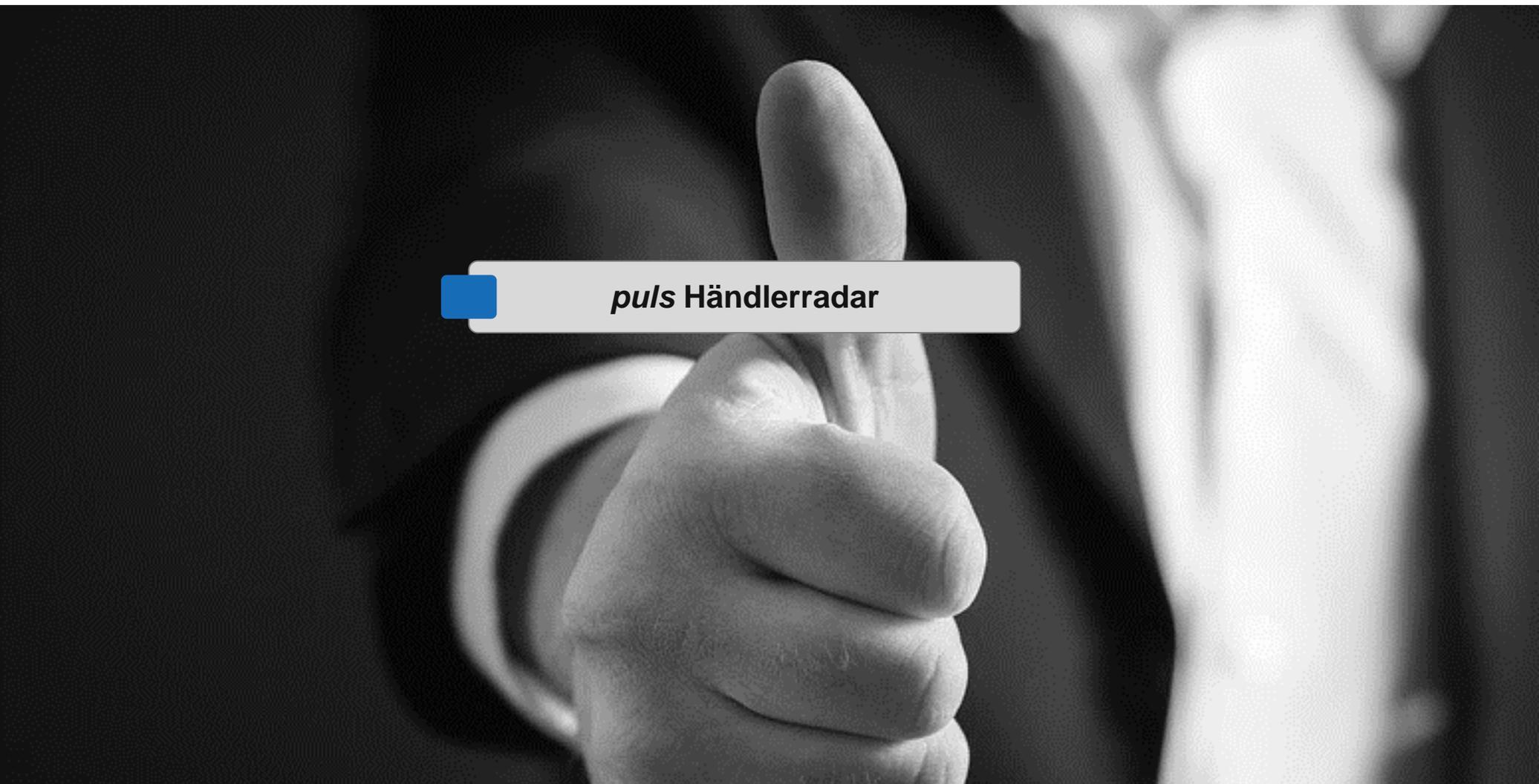
Befragungszeitraum



Befragungsdauer



**Konzeption, Erhebung,
Interpretation,
Handlungsempfehlungen**



puls Händlerradar



>690
Entscheider

19
Marken

>87%
Marktanteile NW

B2B

>2.000
Live-Statements

78%
Erklärte Varianz

**Klare
Handlungs-
felder**

**Jährliche
Trends**

„Ihr“ puls Händlerradar: Ausgewählte Themen



**Intensität des
Intrabrand-
wettbewerb?**

**Treiber der
Händler-
zufriedenheit?**

**Hersteller-
Händler-
Beziehung?
Net Promotor
Score?**

**Bedrohung
durch neue
Mitbewerber?**

**Future Retail?
Unterstützung
der Händler bei
der digitalen
Transformation
?**

**Zufriedenheit
mit der
Verkaufs-
unterstützung?**

„Ihr“ puls Händlerradar: Zukunftsorientierte Ausrichtung



Abgefragte Kriterien

Basiskriterien

1. Qualität der Fahrzeuge
2. Image der Marke
3. Vielfalt der Modellpalette
4. Verkaufsförderungsaktionen des Herstellers
5. Liefertreue des Herstellers
6. Unterstützung bei der GW-Vermarktung
7. Unterstützung zur Stärkung des Servicegeschäfts (After Sales)
8. Schulungsangebot des Herstellers
9. Zusammenarbeit mit der Herstellerbank
10. Größe des Marktbetreuungsgebiets
11. Werbliche Aktivitäten des Herstellers
12. Margen- und Bonussystem bei Neuwagen

Trendkriterien

1. Zukunftsfähigkeit der Herstellermarke
2. Bereitstellung eines innovativen Storekonzepts
3. Bereitstellung moderner technischer Geräte im Autohaus (z.B. Tablets)
4. Innovationen bei alternativen Antrieben
5. Unterstützung bei der Implementierung einer Digitalstrategie
6. Management / Weitergabe von digitalen Kundenanfragen (Leads)
7. Strategien zur Begrenzung des digitalen Direktvertriebs (z.B. auf NW-Portalen)
8. Angebot moderner technischer Tools (z.B. App zur Terminvereinbarung in Werkstatt)

Beziehungskriterien

1. Betreuung / direkter Kontakt zum Hersteller
2. Einbezug bei Entscheidungen des Herstellers
3. Prozess zur Vereinbarung der Jahresziele
4. Unterstützung der Händler als eigenständiger Unternehmer
5. Kooperation auf Augenhöhe / partnerschaftliche Zusammenarbeit
6. Unterstützung bei der individuellen Profilierung als Autohaus im Markt
7. Angemessenheit der Händlerstandards

**Jeweils offene Nachfrage,
wenn ein Kriterium sehr
negativ bewertet wurde!**



... **Porsche- und Mini-Händler** die **höchste Gesamtzufriedenheit** zeigen.

Wie **zufrieden** sind die Händler Ihrer Marke?

... der **Intrabrand-Wettbewerb** bei **BMW** am **stärksten** empfunden wird.

Wie **intensiv** wird Ihr Intrabrand-Wettbewerb empfunden?

... die **Kooperation auf Augenhöhe / partnerschaftliche Zusammenarbeit** der **Top-Treiber** der **Gesamtzufriedenheit** sind.

Was ist der **Top-Treiber** Ihrer **Händler** für die **Gesamtzufriedenheit**?

... mehr als **jeder zweite** Händler seine **Zukunft als Vertriebspartner** **kritisch** sieht.

Wie blicken Ihre **Händler** in die **Zukunft**?



Autokäufer*puls* Markenreport



>12.000
Endkunden

Kompletter
Kaufprozess
vor/ nach der
Anschaffung

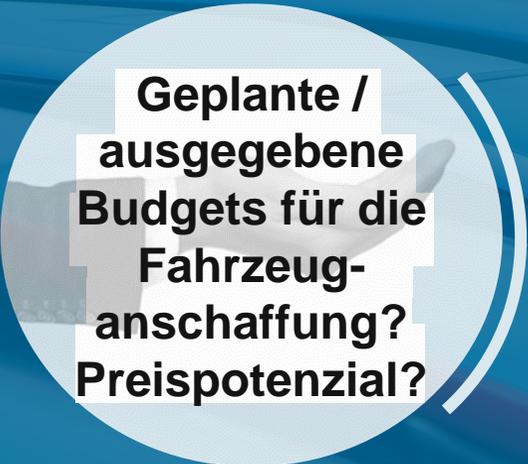
Repräsentativ
für den
deutschen
Automarkt

Marken-
übergreifend

B2C

Monatliche
Trends

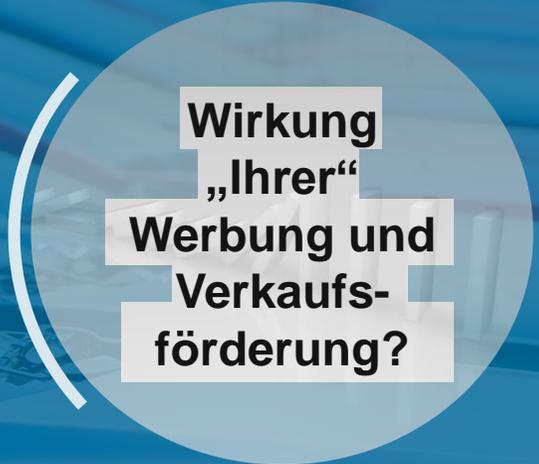
„Ihr“ Autokäuferpuls Markenreport 2017 beantwortet u. a. folgende Fragen



**Geplante /
ausgegebene
Budgets für die
Fahrzeug-
anschaffung?
Preispotenzial?**



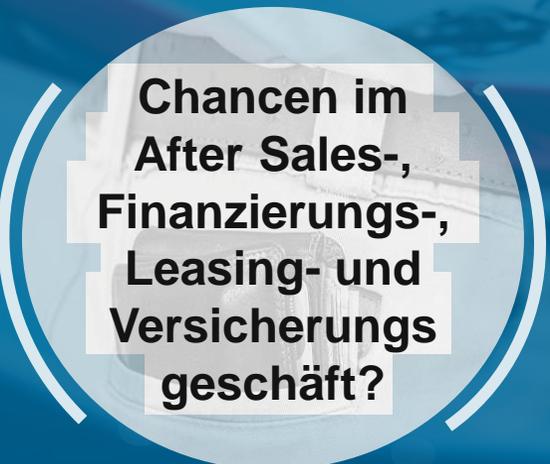
**Charakteristika
„Ihrer“
NW- und GW-
Interessenten?**



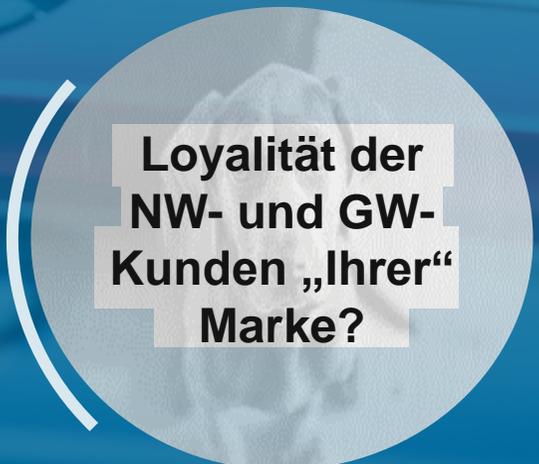
**Wirkung
„Ihrer“
Werbung und
Verkaufs-
förderung?**



**Lost Deals?
Absprung-
raten?**



**Chancen im
After Sales-,
Finanzierungs-,
Leasing- und
Versicherungs
geschäft?**



**Loyalität der
NW- und GW-
Kunden „Ihrer“
Marke?**



... **Audi (74%) und BMW (71%) die höchsten Absprungraten im Neuwagen Verkauf haben.**

Wo liegen die
Lost Deals Ihrer
Marke?

... **Mercedes-Benz Käufer für Ihren Neuwagen im Durchschnitt 40 Prozent mehr bezahlen als geplant.**

Wie hoch ist Ihre
Upselling-Quote?

... **47 Prozent der BMW NW-Käufer bereits davor einen BMW fahren, bei Mercedes-Benz sind es 60 Prozent.**

Wie **loyal** sind die
aktuellen NW- und GW-
Kunden Ihrer Marke?

... **29 Prozent der Volkswagen NW-Käufer davor bereits GW-Kunden der Marke waren.**

In welchem Maße gelingt
Ihnen die **Loyalisierung**
von GW- zu NW-Kunden?

Das Projekt wird seitens *puls* Marktforschung GmbH von nachfolgenden Mitarbeitern betreut:



Dr. Konrad Weßner
Geschäftsführer

Tel.: 0911/9535-400
E-Mail: wessner@puls-marktforschung.de



Angelika Rothermund
Consultant

Tel.: 0911/9535-410
E-Mail: rothermund@puls-marktforschung.de



Betel Abebe
Research Consultant

Tel.: 0911/9535-417
E-Mail: abebe@puls-marktforschung.de



Axel Schwalke
Leiter Online

Tel.: 0911/9535-420
E-Mail: schwalke@puls-marktforschung.de

Bestellformular

Ihr Markenreport 2017/2018

Hiermit bestelle ich folgendes Paket:

- Modul 1:**
Markenreport
puls Händlerradar
- € 7.900,- zzgl. MwSt.
Reisekosten werden separat
berechnet

Verfügbar ab Mai 2018
Ausarbeitung Ihres individuellen Reports: 10 - 14 Tage

- Modul 2:**
Autokäuferpuls Markenreport
- € 7.900,- zzgl. MwSt.
Reisekosten werden separat
berechnet

Verfügbar ab Januar 2018
Ausarbeitung Ihres individuellen Reports: 10 - 14 Tage

- Key Learnings und Maßnahmenempfehlungen
inkl. **persönlicher Präsentation**
- inkl.

- Der Markenreport 2017/2018
(Modul 1+2)**

Der **komplette Blick**
auf „Ihre“ Automobilmarke für
12.800€ zzgl. MwSt.
(statt regulären 15.800 €)



Firma: _____
Name: _____
Anschrift: _____

E-Mail: _____
Telefon: _____

Schicken Sie Ihre Bestellung bitte an folgende Faxnummer
+49 (0)911 / 95 35 404 oder per E-Mail an:
schwalke@puls-marktforschung.de

(1) Auftrag

Gegenstand des Auftrages ist die im schriftlichen *puls* Marktforschung GmbH Projektangebot definierte Leistung. Nebenabreden zum Projektangebot bedürfen der Schriftform. Als Auftragsbestätigung gilt das vom Kunden unterzeichnete und damit angenommene Projektangebot. Die *puls* Marktforschung GmbH wird mit der Auftragsausführung erst beginnen, wenn ein in dieser Form vom Kunden erteilter Auftrag vorliegt.

(2) Angebotsgültigkeit

Sofern nicht anders vereinbart, hat das Projektangebot eine beschränkte Gültigkeit von 6 Wochen ab *puls* Marktforschung GmbH Unterschriftsdatum.

(3) Mitwirkung des Auftraggebers

Der Auftraggeber sorgt von sich aus dafür, dass alle für die Ausführung des Auftrages notwendigen Unterlagen und Informationen der *puls* Marktforschung GmbH zeitgerecht zur Verfügung stehen. Er informiert die *puls* Marktforschung GmbH über alle Vorgänge, Umstände und Verhältnisse, die für die Ausführung des Auftrages von Bedeutung sind. Unterlässt der Auftraggeber die ihm obliegende Mitwirkung, so ist die *puls* Marktforschung GmbH zur fristlosen Kündigung des Vertrages berechtigt.

(4) Honorare

Die in unseren Rechnungen angegebenen Honorare beziehen sich auf den direkten Zeitaufwand unserer Mitarbeiter sowie auf die zur Anwendung kommenden Mitarbeiter-Spezialkenntnisse.

Der für das Projekt festgelegte Budgetrahmen und die Zeitplanung sind so kalkuliert, dass die beschriebenen Aufgaben erfolgreich abgewickelt werden können. Sollten sich während der Projektabwicklung Änderungswünsche ergeben, so benennt die *puls* Marktforschung GmbH den damit eventuell verbundenen Mehraufwand und stellt ihn zusätzlich in Rechnung. Dasselbe gilt für Mehraufwand durch vom Auftraggeber gewünschte Terminverschiebungen.

(5) Spesen

Die direkt mit unseren Einsätzen für den Auftraggeber verbundenen Spesen wie Reisekosten und Aufwendungen für Unterkunft und Verpflegung werden darüber hinaus separat gegen Beleg abgerechnet.

(6) Mehrwertsteuer

Auf die Beratungshonorare und Spesen wird der jeweils gültige Mehrwertsteuersatz erhoben.

(7) Fremdleistungen

Die *puls* Marktforschung GmbH ist berechtigt, sich für die Durchführung des Auftrages Dritter, sachverständiger Personen zu bedienen. Fremdleistungen, die gemäß unseres Angebotes mit einem Handlingaufschlag versehen werden, sind bei Abrechnung zu belegen. In den Fremdrechnungen muss die gesetzliche Mehrwertsteuer gesondert ausgewiesen sein.

(8) Rechnungsstellung

Die Zahlung erfolgt gemäß des vereinbarten Zahlungsplanes. Sofern im Zahlungsplan nicht anders definiert, stellt die *puls* Marktforschung GmbH 50% bei Auftragserteilung und 50% nach erfolgter Ergebnispräsentation des festgelegten Budgetrahmens in Rechnung. Die restlichen Honorare und Nebenkosten werden lt. Zahlungsplan als gekennzeichnete „Teilrechnung“ berechnet. Am Schluss des Projektes erstellt die *puls* Marktforschung GmbH eine Abschlussrechnung entsprechend den angefallenen Aufwendungen und den bereits geleisteten Zahlungen des Auftraggebers. Alle Rechnungen sind nach Erhalt innerhalb von 8 Tagen ohne Abzüge zahlbar.

(9) Vertraulichkeit

Die *puls* Marktforschung GmbH verpflichtet sich, vertrauliche Informationen oder Kenntnisse, die der *puls* Marktforschung GmbH übermittelt werden oder die die *puls* Marktforschung GmbH aufgrund dieses Vertrages erarbeitet, vertraulich zu behandeln. Zu keinem Zeitpunkt, auch nicht nach Abschluss der Projektarbeiten, dürfen ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Auftraggebers vertrauliche Informationen oder Kenntnisse an Dritte weitergeleitet werden.

(10) Haftung

Die *puls* Marktforschung GmbH wird alle Anstrengungen unternehmen, um die beschriebenen Aufgaben zur Zufriedenheit des Auftraggebers zu erledigen. Sollte dem Auftraggeber trotzdem aus unserer Arbeit ein Schaden entstehen, so gilt für unsere Haftung, gleich aus welchem Rechtsgrund, folgendes:

a. Die *puls* Marktforschung GmbH hat hinsichtlich der wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit keine anwaltliche Beratungsfunktion; die Prüfung der Konzepte auf wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit obliegt dem Kunden. Für Verstöße gegen wettbewerbsrechtliche Bestimmungen und Grundsätze haftet die *puls* Marktforschung GmbH nicht.

b. Die *puls* Marktforschung GmbH haftet bei Verletzungen einer wesentlichen Vertragspflicht nur bis zu dem Betrag des für diesen Auftrag vom Auftraggeber an uns gezahlten Beratungshonorars, es sei denn, es handelt sich um vorsätzliche oder grob fahrlässige Verletzungen solcher Pflichten.

c. Für die Verletzung nicht wesentlicher Vertragspflichten haften wir nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit. Ein eventueller Schadensersatzanspruch kann innerhalb einer Frist von 6 Monaten geltend gemacht werden, nachdem der Anspruchsberechtigte von dem Schaden und von dem anspruchsbegründenden Ereignis Kenntnis erlangt hat, spätestens aber innerhalb von einem Jahr soweit der eventuelle Schadensersatzanspruch nicht auf Grund gesetzlicher Vorschriften einer längeren Verjährung unterliegt.

(11) Treuepflicht

Die Vertragsparteien sind sich bewusst, dass die beschriebenen Aufgaben den Einsatz besonderer Methoden und Techniken erfordern können. Um die Interessen des Auftraggebers zu wahren, verpflichtet sich die *puls* Marktforschung GmbH, keinen Mitarbeiter des Auftraggebers, der mit diesem Projekt verbunden ist, in ein Angestellten- oder Beraterverhältnis zu engagieren. Diese Verpflichtung endet 12 Monate nach Vertragsbeendigung. Gleichmaßen verpflichtet sich der Auftraggeber, keinen mit diesem Projekt befassten Mitarbeiter der *puls* Marktforschung GmbH als Angestellten oder Berater zu engagieren. Darüber hinaus verpflichtet sich der Auftraggeber, ihm zur Kenntnis gelangte Kündigungs- oder Veränderungsabsichten von *puls* Marktforschung GmbH Mitarbeitern dem Auftragnehmer unverzüglich mitzuteilen. Auch diese Verpflichtung endet 12 Monate nach Vertragsbeendigung. Für den Verstoß gegen diese Regelung verpflichten sich beide Vertragsparteien zur Zahlung eines vollen Jahresgehaltes des zur Einstellung/zum Einsatz kommenden Mitarbeiters an die jeweils andere Vertragspartei.

(12) Mängelbeseitigung

Soweit erbrachte Vertragsleistungen nachbesserungsfähig sind, wird die *puls* Marktforschung GmbH etwaige durch *puls* Marktforschung GmbH Mitarbeiter zu vertretende Mängel beseitigen, soweit dies mit einem angemessenen Aufwand möglich ist. Der Auftraggeber hat etwaige Mängel schriftlich zu benennen, spätestens jedoch innerhalb von 1 Monat nach Leistungserbringung. Die Nachbesserungen werden innerhalb von 3 Kalendermonaten nach Benennung durch den Auftraggeber durch die *puls* Marktforschung GmbH erbracht.

(13) Schutz des geistigen Eigentums

Der Auftraggeber steht dafür ein, dass die im Rahmen des Auftrages vom Auftragnehmer gefertigten Berichte, Organisationspläne, Entwürfe, Zeichnungen, Aufstellungen und Berechnungen nur für die vertraglich vereinbarten Zwecke verwandt und nicht ohne Zustimmung publiziert werden.

(14) Aufbewahrungspflicht

Die *puls* Marktforschung GmbH verwahrt das Projekt betreffende Unterlagen (Berichte, Tonträger, Zeichnungen, Filme etc.) für die Dauer von 2 Jahren, beginnend ab realisierter Ergebnispräsentation. Unterlagen konzept-artigen Charakters (Textentwürfe, Layouts, Skizzen, Manuskripte etc.) unterliegen nicht der Aufbewahrungspflicht.

(15) Sonstiges

Für alle Ansprüche aus dem Vertrag gilt ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Als Gerichtsstand ist Nürnberg vereinbart.

(16) Salvatorische Klausel

Sollten Regelungen dieser Vertragsbedingungen teilweise oder ganz ungültig sein, so behalten die anderen Regelungen ihre volle Gültigkeit. Die teilweise oder im ganzen ungültigen Bedingungen werden durch solche Regelungen ersetzt, die dem beabsichtigten Willen oder den gewünschten wirtschaftlichen Folgen am nächsten kommen.



Gründungsjahr: 1992
Feste Mitarbeiter: 18
Firmensitz: Schwaig bei Nürnberg
Telefonstudio im *puls* Gebäude

Kerngeschäft: Quantitative und qualitative Marktforschung

Ziel: *For Better Decisions*
Effiziente Marktforschung und
Empfehlungen für bessere Entscheidungen
und Strategien.

Aktive Mitgliedschaften:



Aktuelle Referenzen





Autohaus » Panel

Autohaus Online-Panel

Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern



AUTOHAUS
pulsSchlag

pulsSchlag

Monatliche Erhebung der Konjunktur- und Verkaufserwartungen der Autohäuser
(Seit 2000 in Kooperation mit der Fachzeitschrift AUTOHAUS)



Banken
Monitor 2018
puls AUTOHAUS

puls Händlerradar/ AUTOHAUS BankenMonitor/ AUTOHAUS VersicherungsMonitor

Jährliche Messungen der Händlerzufriedenheit mit Herstellern/Importeuren, Autobanken und Versicherungen.



Autokäuferpuls

Autokäuferpuls/ Autoflottenpuls

Markenübergreifende Befragung von monatlich 1.000 Autokäufern und 1.500 Autoflottenkunden (2x jährlich).



http://

Automotive WebScreening/ Google Trends

Analyse der Kundenbewertungen im Web 2.0 sowie der Google-Suchanfragen zu Automobilherstellern, Fahrzeugen, Autohäusern etc.



puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Telefon 0911-9535-400
Fax 0911-9535-404

wessner@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de