# Social Media und Automobilmarketing 2018

*puls-Trendstudie zur Wahrnehmung und Erfolgsmessung der Social Media Aktivitäten von Automarken und Händlern*

*puls* Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

www.puls-marktforschung.de

# Studiendesign

**Zielgruppe**
Privatpersonen, die in den nächsten 12 Monaten den Kauf eines Neuwagens planen oder in den vergangenen 12 Monaten ein Neufahrzeug gekauft haben.

**Stichprobe**

| 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|---|---|---|
| *n=8.031* | *n=8.066* | *n=8.105* | n=8.089 |

*In insgesamt 32 Erhebungswellen*

**Erhebungsmethode**
Online

**Befragungsdauer**
ca. 10 Minuten

**Konzeption, Durchführung und Empfehlungen**
*puls* Marktforschung GmbH Schwaig b. Nürnberg

# Die Studie beantwortet u. a. folgende Fragen

- Welche sozialen Netzwerke gewinnen, welche verlieren an Bedeutung bei Autointeressenten? Wie sieht dies nach Alter, Geschlecht und Fahrzeugmarke aus?
- Wie entwickelt sich der „Platzhirsch“ Facebook im Vergleich zu den „jüngeren“ sozialen Netzwerken wie Instagram, WhatsApp, YouTube oder Snapchat?
- Welche Automobilmarken werden speziell in Facebook/Instagram wahrgenommen? Welche werden näher angeschaut, für gut befunden, interaktiv genutzt oder geteilt? Bei welchen Marken hat sich durch Facebook/Instagram die Kaufabsicht erhöht?
- Inwieweit werden Facebook/Instagram Aktivitäten von Automobilhändlern wahrgenommen?

***Nutzen Sie diese puls Trendstudie als Grundlage zur Optimierung Ihrer Social Media Strategie***

# Inhalt


A. Studiendesign

B. Expertenkommentar

C. Trends bei der Nutzung sozialer Netzwerke beim Autokauf
(Facebook/Instagram/WhatsApp/YouTube/Snapchat)

D. AILIRA Facebook-Werbewirkungsmessung

E. Facebook/Instagram im Automobilhandel

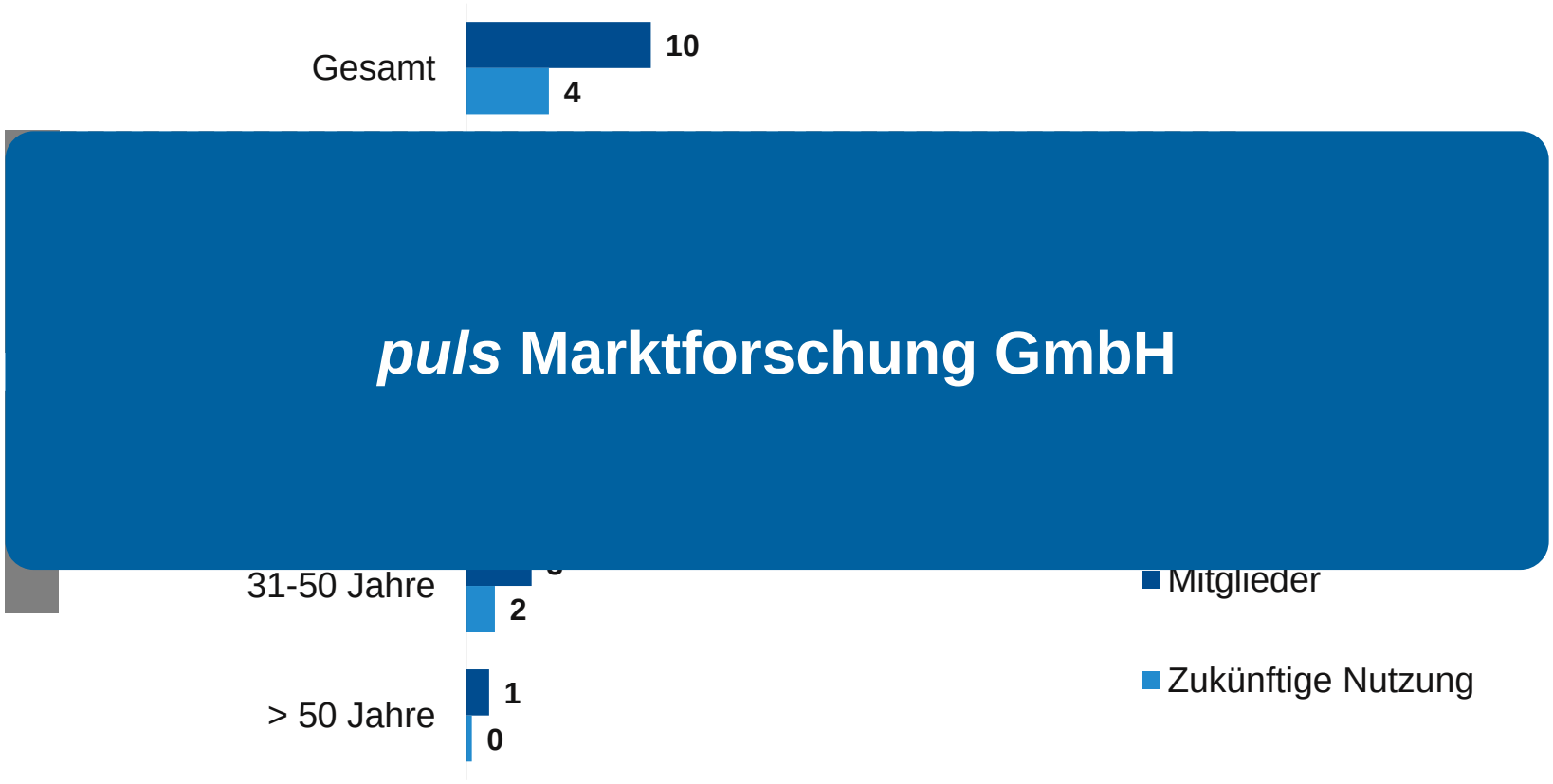
F. Spezialthema: Auswirkungen des Facebook Datenskandals

G. Key Learnings und Maßnahmenvorschläge

# *Snapchat ist aktuell insbesondere bei … und … beliebt.*

**Snapchat Mitglieder vs. Zukünftige Nutzung Snapchat 1/2**

Auf welcher sozialen Plattform sind Sie Mitglied?
Gibt es ein oder mehrere soziale Plattformen, die Sie in Zukunft intensiver nutzen werden?




*puls* Marktforschung GmbH

Basis: n=8.089 (aktuelle Nutzung), n=7.270 (zukünftige Nutzung) | Angaben in %

# *Automarke … wird am häufigsten auf Facebook wahrgenommen.*

## Attention (Top 10)

Welche Automobilmarken haben Sie in letzter Zeit in Facebook wahrgenommen?

| Wahrnehmung auf Facebook | | Marktanteile 2016 | | *Rang* | GAP-Ranking AILIRA vs. Marktanteil |
|---|---|---|---|---|---|
| Skoda | 3,8 | Skoda | 5,6 | *7* | -1 |
| Porsche | 3,6 | Porsche | 0,9 | *23* | +14 |
| Renault | 2,9 | Renault | 3,7 | *8* | -2 |
| *Keine* | *40,4* | | | | |

***puls* Marktforschung GmbH**

Basis: variiert | Angaben in %

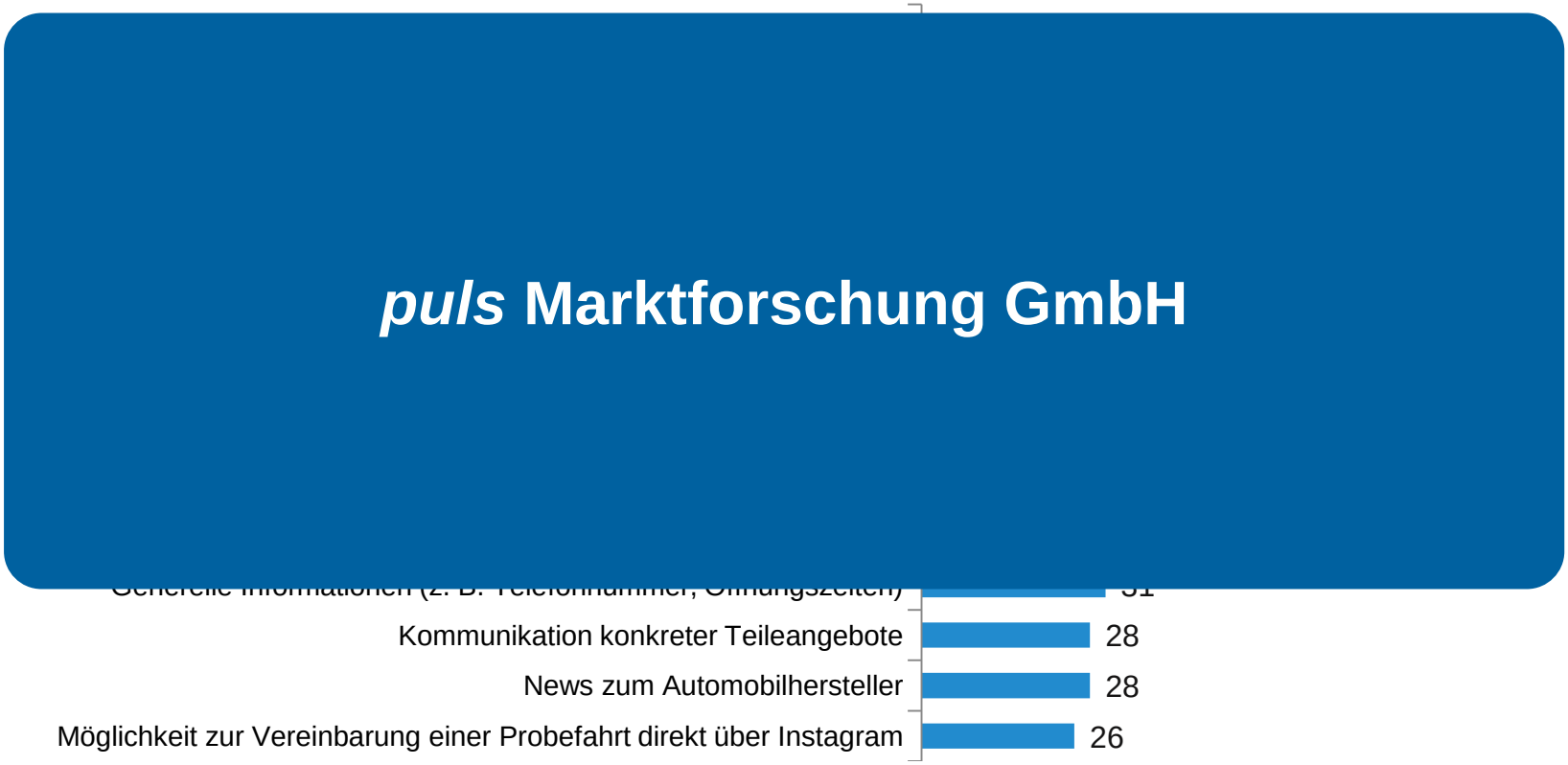
# *Händler sollten sich v. a. auf … und … fokussieren*

## Gewünschte Inhalte auf Instagram

Welche Inhalte sollte ein Autohändler Ihrer Meinung nach auf Instagram bieten?

***puls AutokäuferMonitor***
***Einfrage: Dezember 2017***

✓ **Basis: Instagram Nutzer, die einen bestimmten Autohändler auf Instagram besonders gut finden**



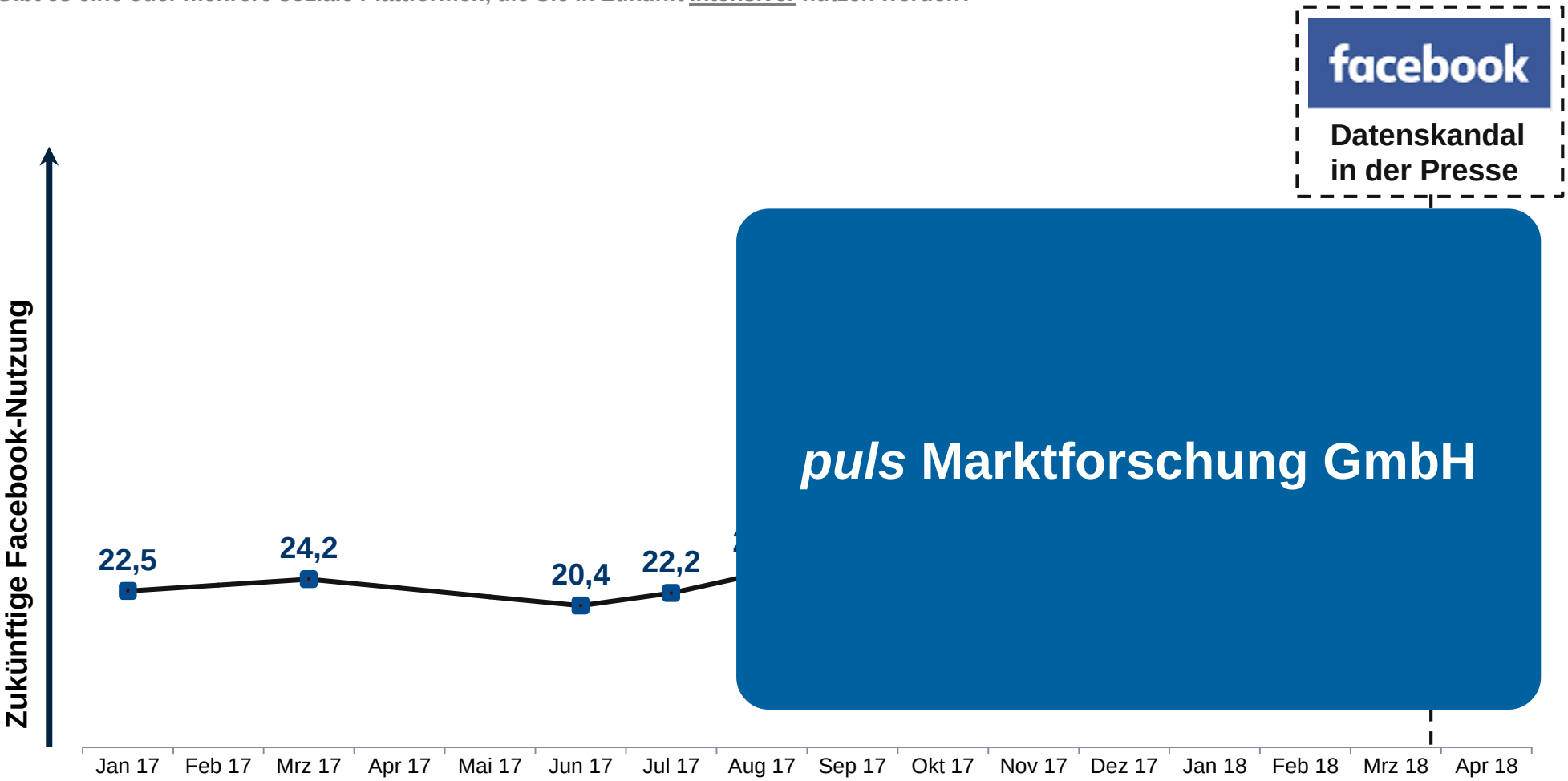

***puls* Marktforschung GmbH**

Basis: n=39 | Angaben in %

# …Trend bei der zukünftigen Nutzung von Facebook durch Autointeressenten.

**Zukünftige Nutzung von Facebook**

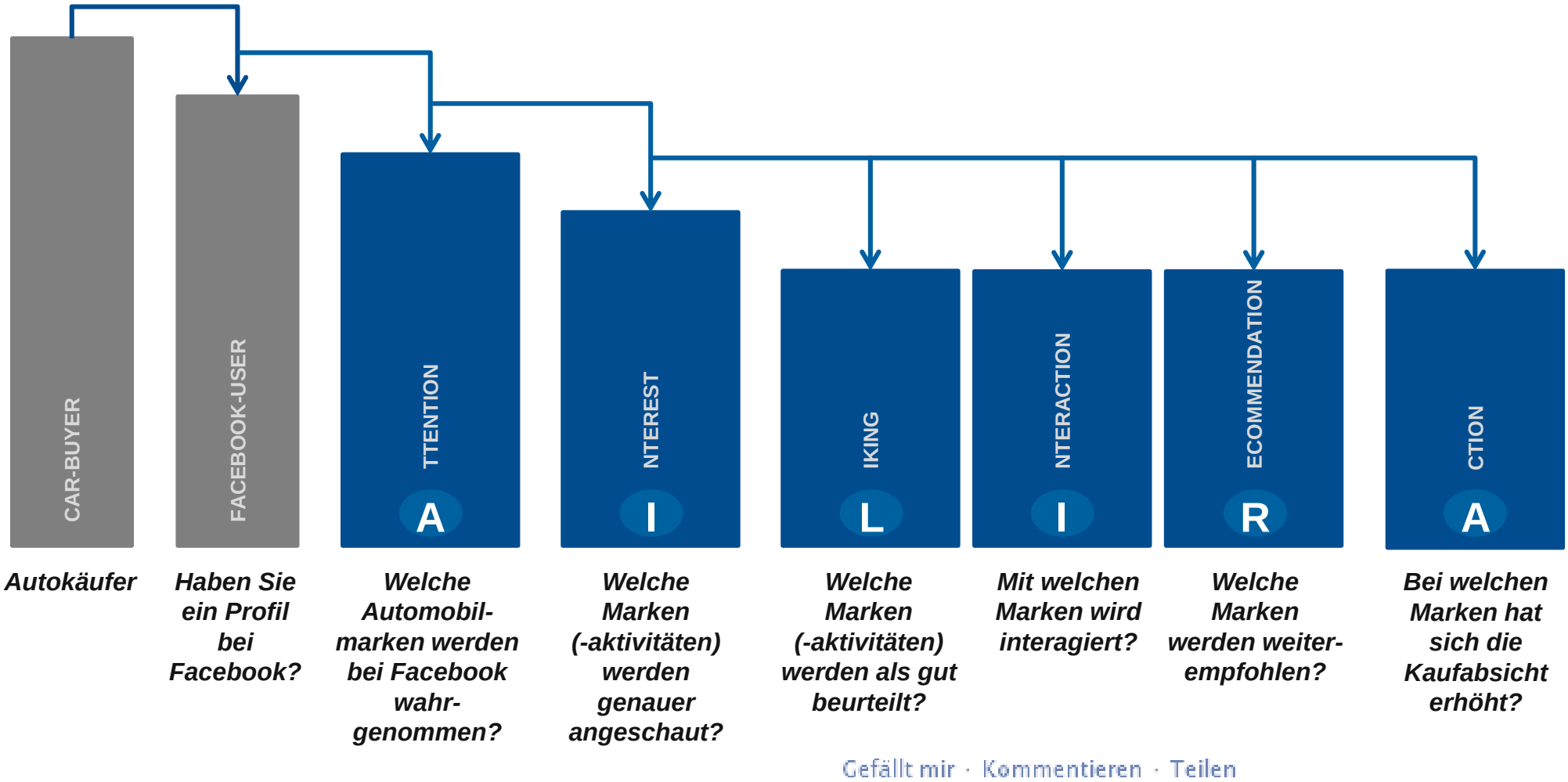
Gibt es eine oder mehrere soziale Plattformen, die Sie in Zukunft intensiver nutzen werden?




*puls* Marktforschung GmbH

Basis: n = monatlich ca. 1.000 | Angaben in %

# Das AILIRA-Stufenmodell zur Facebook/Instagram Erfolgsmessung



# *Bestellformular*
# *„Social Media und Automobilmarketing 2018“*

**Hiermit bestelle ich verbindlich folgendes Paket:**

☐ **Studie inkl. Ergebnis-Kurzbesprechung**
(als PDF-Version; nicht zur Vervielfältigung)

**€ 599,-** zzgl. MwSt.

☐ **Markenspezifische Auswertungen**

**Auf Anfrage**

☐ **Maßnahmenworkshop (2 Stunden)**
- Ein Exemplar der Studie als PDF (nicht zur Vervielfältigung)
- Präsentation durch Dr. Konrad Weßner
- Anreicherung durch weitere *puls* Studien
- Gemeinsame Ableitung individueller Maßnahmen

**€ 1.500,-** zzgl. MwSt.
Reisekosten werden separat berechnet

**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**

© Alle Rechte, insbesondere der Weiterleitung an Dritte oder der Übersetzung, vorbehalten! Alle Texte und Grafiken der Studie sind urheberrechtlich geschützt. Eine Übernahme für private Zwecke ist unter deutlicher Quellenangabe gestattet. Die Übernahme und Nutzung der Daten zu anderen Zwecken bedarf der schriftlichen Zustimmung der *puls* Marktforschung GmbH.

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

**(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 wettbewerbliche 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. Gleichermaßen 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.

# Aktuelle puls-Studien

| Thema | Erscheinungsdatum | Preis |
|---|---|---|
| Social Media und Automobilmarketing 2018 | März 2017 | € 599,- |
| Ihr Markenreport 2017/2018 | Januar 2017 | € 12.000,- |
| Marken von morgen brauchen Gesicherter – Studie zum Influencer Marketing | Oktober 2017 | € 599,- |
| Was Sie über „Ihre“ Automarke wissen sollten - Autokäufer*puls* Markenreports | Mai 2017 | € 3.000,- |
| Automobilverkäufer 4.0 | Apr 2017 | € 599,- |
| Versicherungsvertrieb über den Automobilhandel | Nov 2016 | € 599,- |
| Connect Me - Automotive After Sales #VierPunktNull | Sep 2016 | € 599,- |
| Automobilverkauf 2020 - Trends und Strategien für den Automobilhandel | Jul 2016 | € 599,- |
| Kfz-Teile online kaufen – Geht der Hype weiter? | Mai 2016 | € 599,- |

# *puls über puls*

| | |
|---|---|
| **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

# *Laufende Projekte von puls in der Automobilbranche*

**Autohaus Online-Panel**
Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern

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

***puls* Händlerradar/ AUTOHAUS BankenMonitor/ AUTOHAUS VersicherungsMonitor**
Jährliche Messungen der Händlerzufriedenheit mit Herstellern/Importeuren, Autobanken und Versicherungen.

**Autokäufer*puls*/ Autoflotten*puls***
Markenübergreifende Befragung von monatlich 1.000 Autokäufern und 1.500 Autoflottenkunden (2x jährlich).

**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


Geschäftsführer: Dr. Konrad Weßner · Ust-ID-Nr.: DE 133 554 286 · Ust-Nr.: 241/135/41 284 · Amtsgericht Nürnberg · HRB 11034