Auto und Autokauf der Zukunft

puls **Studie zu den Attraktivitätstreibern des Autos und der Mobilität von Morgen**

puls Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

www.puls-marktforschung.de

Inhalt

A. Studiendesign und Stichprobenstruktur

B. Expertenkommentar Dr. Konrad Weßner

C. Die Customer Journey beim Neu- und Gebrauchtwagenkauf

D. Die Zukunft des Automobilhandels: Unverzichtbarkeit, Walk-in‘s und Orientierungsfunktion

E. Attraktivitätstreiber des Autos der Zukunft

F. Maßnahmenempfehlungen

G. *puls* über *puls*

Studiendesign

Zielgruppe
Personen, die über den in den nächsten 12 Monaten den Kauf eines Autos planen oder in den vergangenen 12 Monaten ein Auto über den gekauft haben.

Stichprobe
n>1.000

Erhebungsmethode
Online

Befragungszeitraum
November 2017, März 2018, April 2018

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

Stichprobenstruktur

Geschlecht	
Männlich	**ca. 75%**
Weiblich	**ca. 25%**

Kaufsituation	
Intender (max. 6 Monate vor dem Kauf)	**ca. 50%**
Buyer (max. 12 Monate nach dem Kauf)	**ca. 50%**

Alter	
Durchschnittsalter	**ca. 42 Jahre**
Bis zu 30 Jahre	**ca. 33%**
31-50 Jahre	**ca. 33%**
Über 50 Jahre	**ca. 33%**

Fahrzeugtyp	
Neuwagen	**ca. 50%**
Gebrauchtwagen	**ca. 50%**

Die Studie beantwortet u. a. folgende Fragen

- Customer Journey: Bei welchen Kontaktpunkten bauen Auto-Käufer im Kaufprozess die erste Präferenz auf („First Moment of Truth“) und wo entscheiden sie sich endgültig („Final Moment of Truth“)?

- Wie häufig und warum werden Autohäuser besucht?

- Wie wirkt sich die zunehmende Auswahl von Fahrzeugmodellen und Ausstattungsvarianten auf den Autokauf aus?

- Was ist den Kunden zukünftig beim Auto und Autokauf am wichtigsten?

Nutzen Sie die puls Trendstudie „Auto und Autokauf der Zukunft“ als Grundlage zur Steigerung Ihrer Verkaufserfolge

Neuwagenportale liegen … auf Platz … wenn es um den Aufbau der ersten Präferenz für bestimmte Fahrzeuge geht.

First- und Final Moment of Truth bei der Anschaffung eines Neu- und Gebrauchtwagens

	Erste Präferenz (First Moment of Truth)		Endgültige Entscheidung (Final Moment of Truth)	
	NW	**GW**	**NW**	**GW**
Klassische Medien	14%	28%	10%	14%
Websites von Kfz-Versicherungen	8%	6%	-	14%
Sonstiges Internet (z. B. Apps, Portale)	18%	37%	18%	17%
Veranstaltungen	18%	17%	9%	17%
Soziale Netzwerke	22%	23%	22%	-

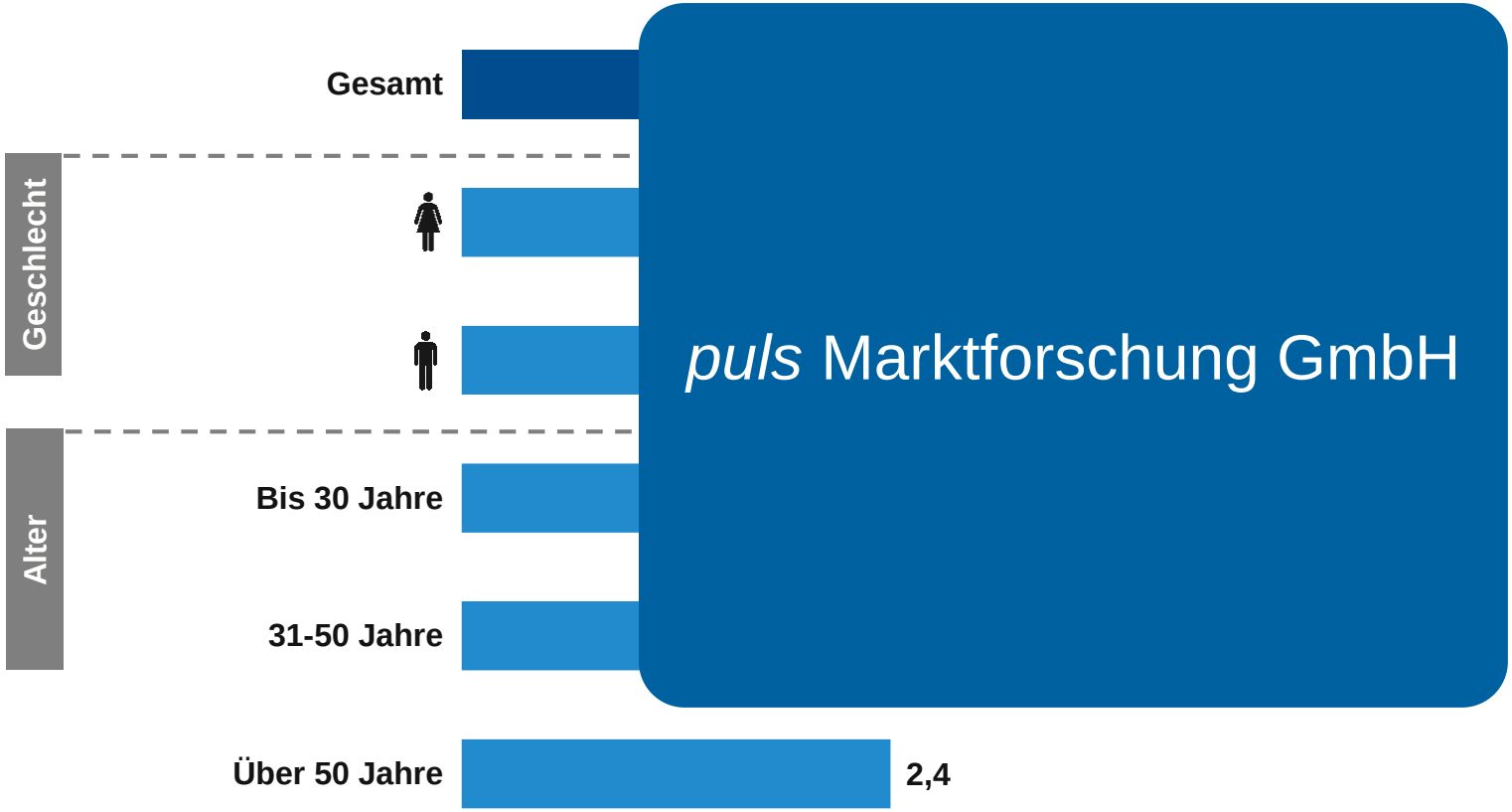
puls Marktforschung GmbH

Quelle: *puls* Marktforschung

Basis: n=474 | gerankt nach Gesamt

Autonachfrager besuchen im Zuge ihres Entscheidungsprozesses ...-mal ein Autohaus.

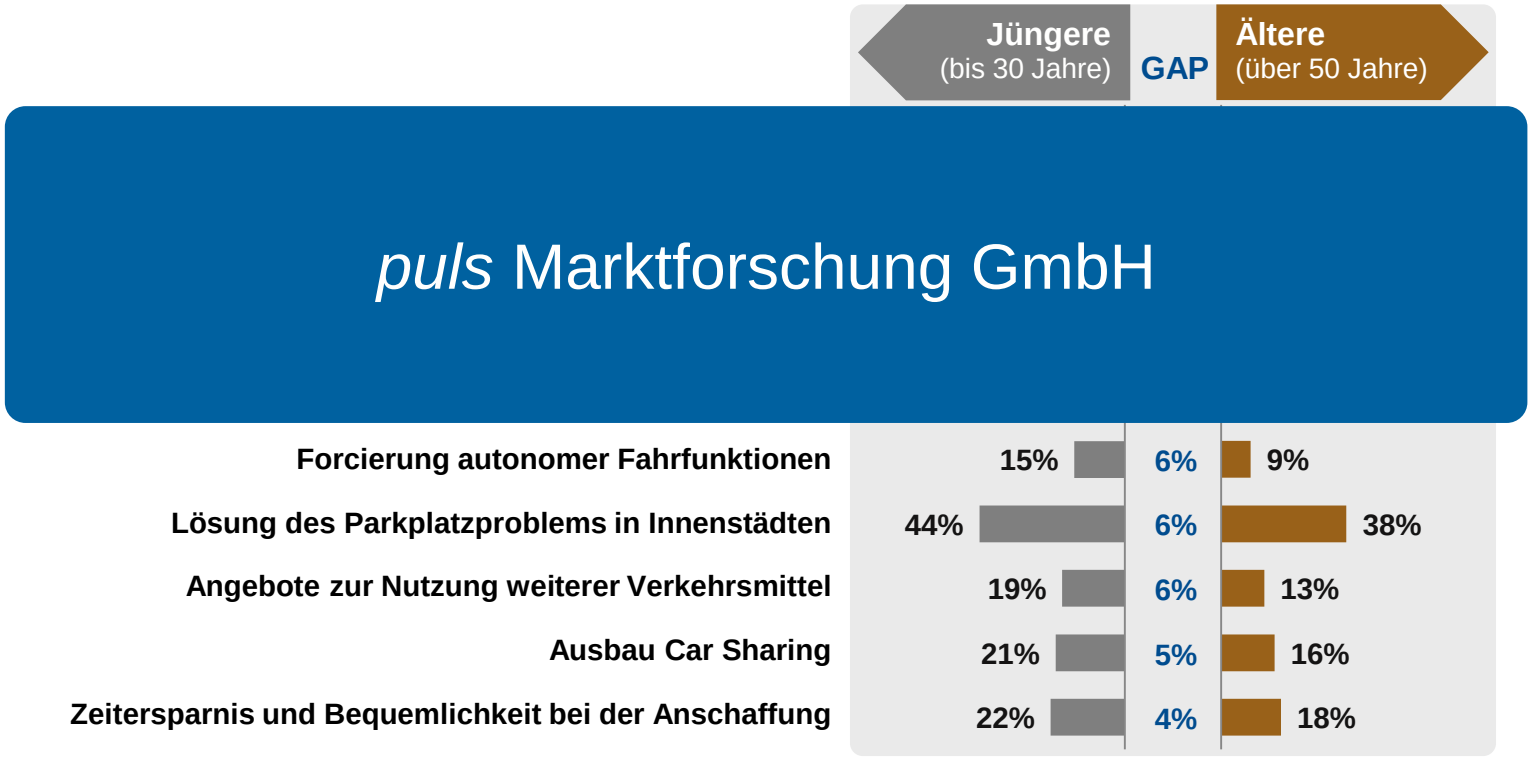
Häufigkeit von „Walk in`s“ in Autohäuser



Quelle: *puls* Marktforschung

Basis: n=372 (Käufer, die Ihr Fahrzeug im Handel gekauft haben.)

Die Entwicklung des Autos zum … als Frischzellenkur für das Auto.



Quelle: *puls* Marktforschung

Basis: n=341 (Jüngere = bis 30 J.); n=319 (Ältere = über 50 J.)

Bestellformular
„Auto und Autokauf der Zukunft“

Hiermit bestelle ich verbindlich folgendes Paket:

☐ **Studie inkl. Ergebnis-Kurzbesprechung** **€ 599,-** zzgl. MwSt.
(als PDF-Version; nicht zur Vervielfältigung)

☐ **Markenspezifische Auswertungen** **Auf Anfrage**

☐ **Maßnahmenworkshop (2 Stunden)** **€ 1.500,-** zzgl. MwSt.
Reisekosten werden separat berechnet

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

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
Auto und Autokauf der Zukunft	Juni 2018	€ 599,-
Social Media und Automobilmarketing 2018	März 2018	€ 599,-
Ihr Markenreport 2017/2018	Januar 2018	€ 12.800,-
Marken von morgen brauchen Gesichter – 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