

Vielfahrer mit hoher Zahlungsbereitschaft – Tesla spricht lukrative Kunden an

*puls Studie zu Charakteristika von Tesla-Interessenten bei 12.312 Personen,
die 2019 in Deutschland eine Autoanschaffung planen bzw. vor kurzem getätigt haben*

von

puls Marktforschung GmbH

Dr. Konrad Weißner

➤ Zielgruppe

Autofahrer / Personen, die in den nächsten 6 Monaten eine Autoanschaffung planen oder in den vergangenen 12 Monaten getätigt haben.

➤ Stichprobe

n=12.312

➤ Befragungszeitraum

Jahr 2019

➤ Konzeption, Durchführung und Empfehlungen

puls Marktforschung GmbH Schwaig b. Nürnberg



Stichprobenstruktur

Geschlecht

| | |
|-----------------|------------|
| Weiblich | 30% |
| Männlich | 70% |

Alter

| | |
|---------------------------|---------------------|
| Durchschnittsalter | ca. 42 Jahre |
| Bis zu 30 Jahre | 32% |
| 31-50 Jahre | 34% |
| Über 50 Jahre | 34% |

Kaufsituation

| | |
|---|------------|
| Intender (max. 6 Monate <u>vor</u> dem Kauf) | 54% |
| Buyer (max. 12 Monate <u>nach</u> dem Kauf) | 46% |

Fahrzeugtyp

| | |
|-----------------------|------------|
| Neuwagen | 52% |
| Gebrauchtwagen | 48% |



puls über puls

Gründungsjahr: 1992
Feste Mitarbeiter: 18
Firmensitz: Schwaig bei Nürnberg
Kerngeschäft: Integrierte Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien (Schwerpunkte: Automotive & Finance)

Unser Leistungsversprechen: *For Better Decisions*

Aktive Mitgliedschaften:



Korporatives Mitglied im BVM
„Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher“



Tesla Interessenten sind eher männlich, gebildet und Vielfahrer mit deutlich höherer Preisbereitschaft.

| | Tesla im Relevant Set | Tesla <u>nicht</u> im Relevant Set |
|---|-----------------------|------------------------------------|
| Männlich | 83% | 70% |
| Abitur, Hochschulreife | 31% | 26% |
| Studium | 48% | 31% |
| HH-Nettoeinkommen ab 4.000€ | 37% | 23% |
| Wohnort Großstadt | 42% | 33% |
| Gefahrene Kilometer pro Jahr | 20.314 | 18.565 |
| Preisbereitschaft zukünftiges Fahrzeug | 48.594€ | 28.105€ |
| Weitere Automarken im Relevant Set: Audi | 24% | 36% |
| BMW | 23% | 29% |
| VW | 17% | 30% |
| Mercedes | 14% | 19% |
| Themen-Interessen auf Facebook: | | |
| Infos zu Elektro-Autos | 57% | 23% |
| News allgemein | 48% | 30% |
| Umweltengagement | 44% | 17% |
| Infos zu Ausstattungen / Design | 44% | 29% |
| Infos zu Innovationen / neuen Technologien | 35% | 24% |



Autohaus » Panel

Autohaus Online-Panel

Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern



AUTOHAUS

pulsSchlag

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



Banken
Monitor 2020

puls Händlerradar/ AUTOHAUS BankenMonitor/ AUTOHAUS VersicherungsMonitor

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



Autokäufer puls

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.



For Better Decisions – Seit über 25 Jahren konzentriert sich die *puls* Marktforschung darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 18 hochqualifizierte Mitarbeiter. Dabei gibt es bei *puls* kein Marktforschungsprojekt ohne Maßnahmenempfehlungen zur Optimierung der Kundenbindung und Marktausschöpfung.

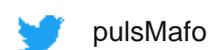
Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „*For Better Decisions*“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie Santander, Mercedes-Benz, Consorsbank, GORE-TEX, Quirin Privatbank, mobile.de, TÜV Süd oder STABILO sichern ihr weiteres Wachstum durch maßgeschneiderte Marktforschung von *puls* ebenso ab wie mittelständische Unternehmen.

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



Ihr Ansprechpartner



Dr. Konrad Weßner
Geschäftsführer

puls Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig b. Nürnberg

Telefon: + 49 911 9535-400 | Fax -404
E-Mail: wessner@puls-marktforschung.de
Internet: www.puls-marktforschung.de

