

Imagedefizit: Nur jeder dritte Autokäufer nimmt Automarken und Automobilhändler als klimafreundlich wahr

puls Studie bei 1.042 Autokäufern

von

puls Marktforschung GmbH

Dr. Konrad Weißner

21. Mai 2021

➤ Zielgruppe

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

➤ Stichprobe

n=1.042

➤ Befragungszeitraum

Mai 2021

➤ Konzeption, Durchführung und Empfehlungen

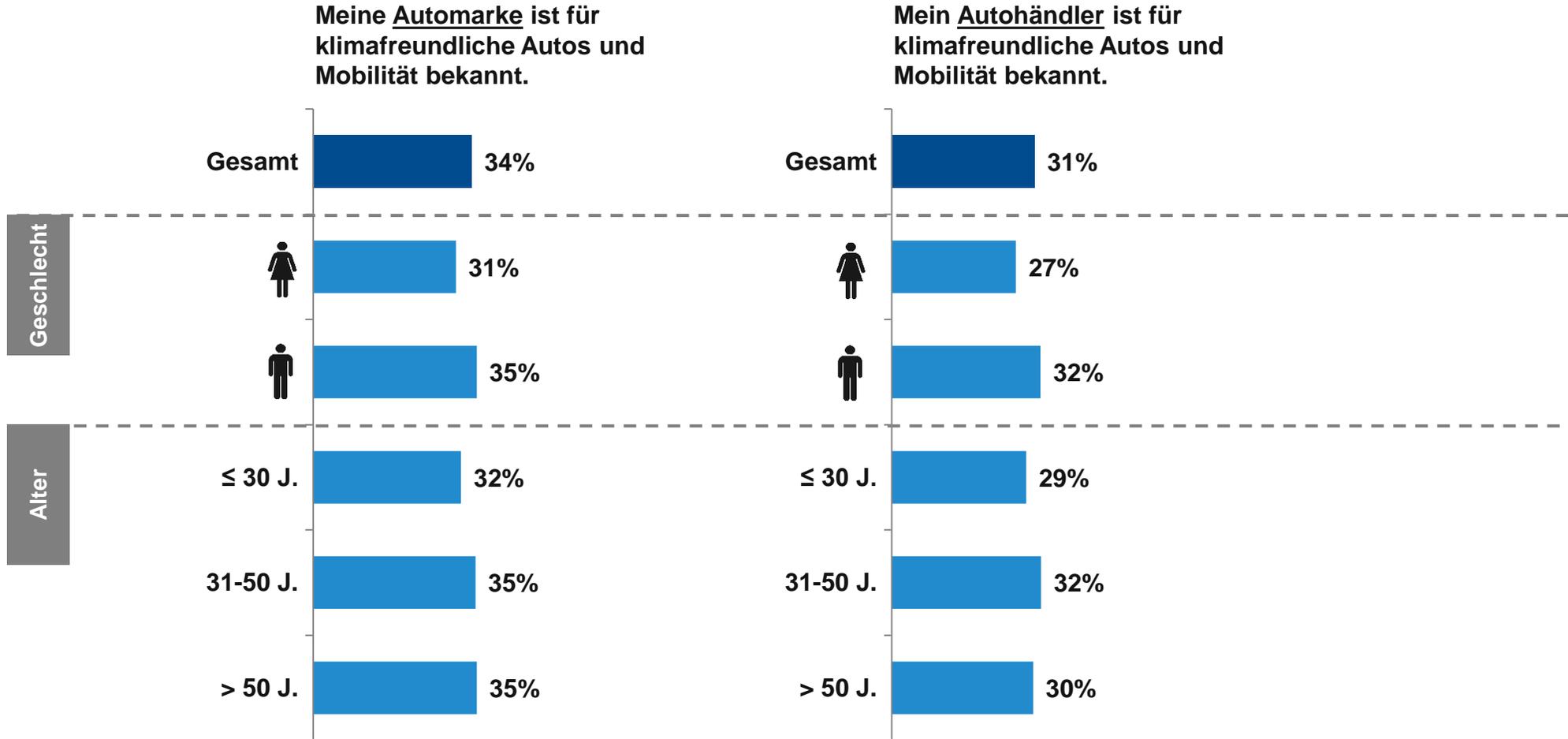
puls Marktforschung GmbH Schwaig b. Nürnberg



(Nur) jeder Dritte attestiert seiner Automarke und seinem Händler Klimafreundlichkeit.

Inwieweit stimmen Sie folgender Aussage zu?

✓ Werte 1 + 2 Stimme (voll und ganz) zu | abgefragt auf einer 6er- Skala



Bei der Weiterempfehlung von Automarken und Händlern durch Kunden spielen 2 Messgrößen eine wichtige Rolle



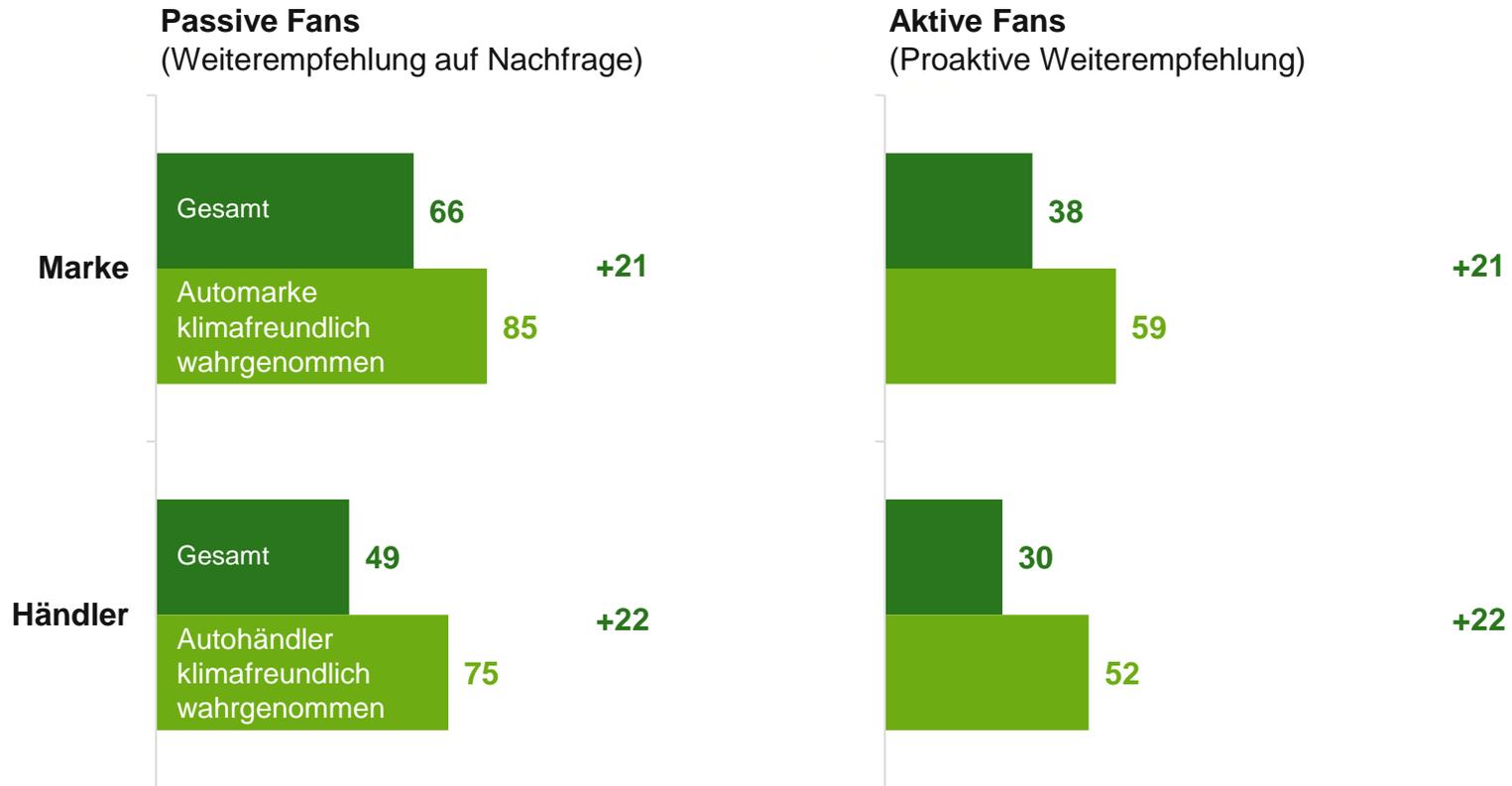
1. Der Anteil der Kunden, die „ihre“ Automarke bzw. „ihren“ Autohändler mit hoher Wahrscheinlichkeit weiterempfehlen, wenn sie danach gefragt werden:
Passive Weiterempfehlen
2. Der Anteil der Kunden, die „ihre“ Automarke bzw. „ihren“ Autohändler von sich aus aktiv mit hoher Wahrscheinlichkeit weiterempfehlen:
Aktive Weiterempfehlen/ Fans

Weil insbesondere aktive Weiterempfehlung im Freundes- und Bekanntenkreis oder im Netz immer wichtiger für andere Kunden wird, sollten Automarken und Händler dieses Kriterium zum Kern ihres Kundenfeedbacks machen und aus den Begründungen für aktive Weiterempfehlungen lernen, wie sie Kunden begeistern können.

Automarken und Händler können durch Klimafreundlichkeit ihre Weiterempfehlung deutlich steigern.

Passive und aktive Fans von Automarken und Autohäusern

✓ Werte 10 + 9 | abgefragt auf einer 11er- Skala



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 Mitgliedschaft:



Aktuelle Referenzen





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

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 und Maßnahmenempfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien



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 Audi, Opel, Volkswagen, GORE-TEX, ZF Services, Uniqo oder BASF 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

