

Jeden 4. Auto-Interessenten lässt die Krise kalt

*puls Studie zur Reaktion von Deutschlands Autokäufern
auf Inflation, Energiekosten und Rezession*

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weißner

Geschlecht

Weiblich	39%
Männlich	61%

Alter

Durchschnittsalter	ca. 42 Jahre
Bis zu 30 Jahre	37%
31-50 Jahre	29%
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	55%
Gebrauchtwagen	45%

Mit der Stichprobe bilden wir zukunftsorientiert repräsentativ die Autoanschaffung ab.

Im Autokäufer *Monitor* befragen wir monatlich mehr als 1.000 Autofahrer/ Personen, die in den nächsten 6 Monaten eine Autoanschaffung planen oder in den vergangenen 12 Monaten getätigt haben.

➔ Zielgruppe

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

➔ Stichprobe

n=1.001

➔ Befragungszeitraum

September 2022

➔ Konzeption, Durchführung und Empfehlungen

puls Marktforschung GmbH Schwaig b. Nürnberg

Jeden vierten (24%) Auto-Interessenten lässt die Krise kalt.



Einfluss von Inflation, Energiekosten und mögliche Rezession auf die Autoanschaffung

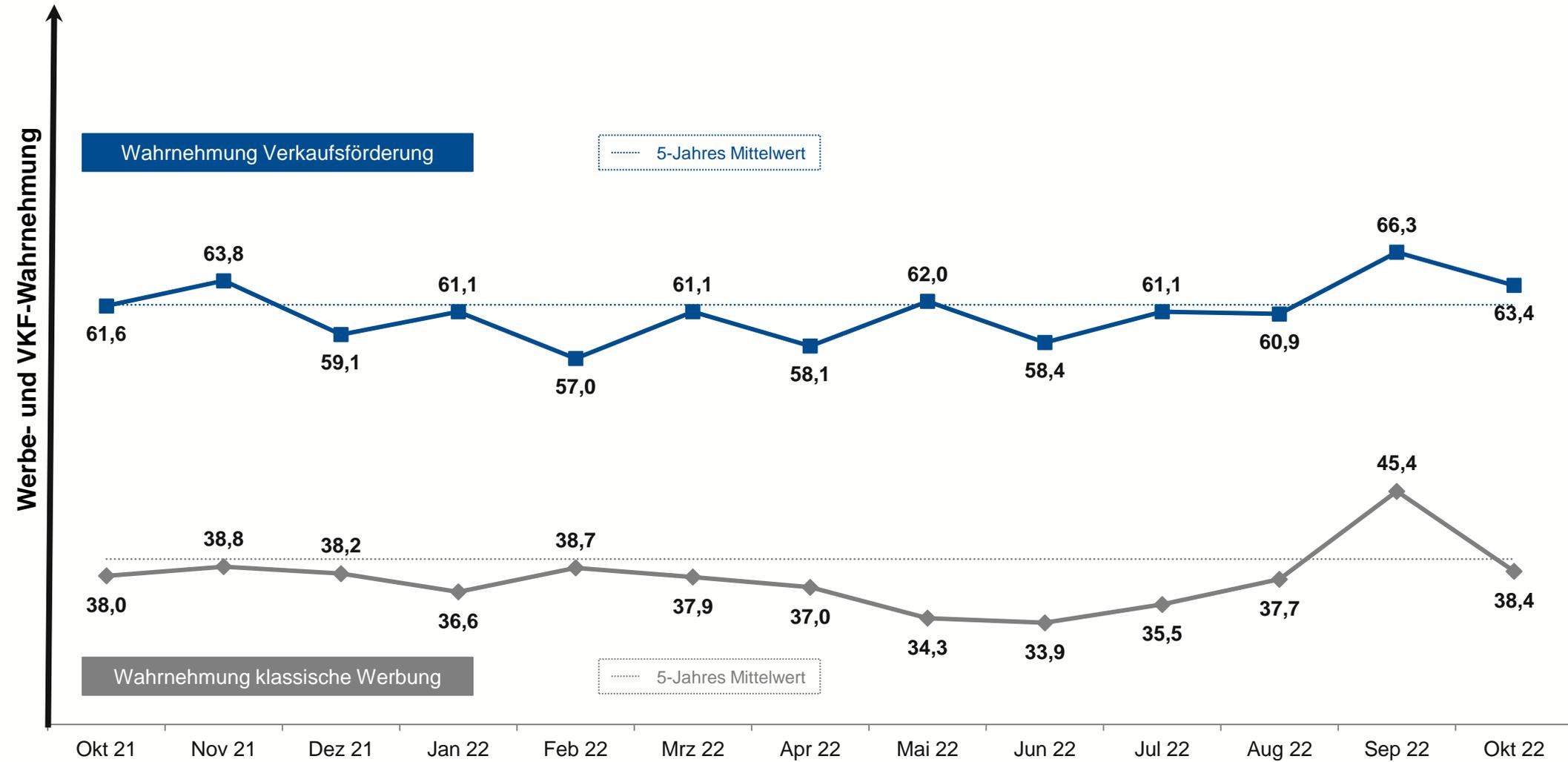
Inwieweit beeinflussen Inflation, Energiekosten und mögliche Rezession die Autoanschaffung?

	Gesamt	GESCHLECHT		ALTER		
		♀	♂	≤ 30 J.	31-50 J.	> 50 J.
Das führt zur <u>Anschaffung kleinerer Fahrzeuge.</u>	30%	28%	31%	31%	29%	30%
Das führt zur <u>Verschiebung von Autoanschaffungen</u> , die nach der Krise nachgeholt werden.	28%	30%	27%	37%	27%	19%
Das führt zum <u>Verzicht auf Ausstattungen.</u>	24%	25%	22%	27%	26%	18%
Das führt zu <u>Leasing- oder Abo Verträgen mit kürzeren Laufzeiten.</u>	13%	11%	13%	18%	12%	8%
Kein Einfluss	24%	18%	28%	17%	22%	33%

Stark rückläufige Wahrnehmung „automobiler“ Verkaufsförderung und klassischer Werbung im Oktober.

Automotive Marketing-Index

Der Automotive Marketing Index zeigt die Entwicklung der Wahrnehmung von klassischer Werbung und Verkaufsfördermaßnahmen.



puls über puls

- Gründungsjahr:** 1992
- Feste Mitarbeiter:** 14
- Firmensitz:** Schwaig bei Nürnberg
- Kerngeschäft:** Integrierte Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien
(Schwerpunkte: Automotive & Finance)
- Unser Leistungsversprechen:** *For Better Decisions*
- Aktive Mitgliedschaft:**



Referenzen



Laufende Projekte von puls in der Automobilbranche



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 2022

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.



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 14 hochqualifizierte Mitarbeiter. Dabei gibt es bei *puls* kein Marktforschungsprojekt ohne Maßnahmenempfehlungen zur Optimierung der Kundenbindung und Marktausschöpfung.

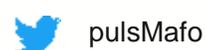
Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „*For Better Decisions*“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie Audi, Opel, Volkswagen, GORE-TEX, ZF Services, 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



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

