

Zwei von drei Kunden haben das Gefühl, sich für ein „unpassendes“ Auto entschieden zu haben

puls Studie zum Defizit-Verkauf „passender“ Autos

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weißner

Geschlecht

Weiblich	42%
Männlich	58%

Alter

Durchschnittsalter	ca. 42 Jahre
Bis zu 30 Jahre	33%
31-50 Jahre	35%
Über 50 Jahre	32%

Kaufsituation

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

Fahrzeugtyp

Neuwagen	50%
Gebrauchtwagen	50%

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

 **Stichprobe**
n=1.032

 **Befragungszeitraum**
November 2022

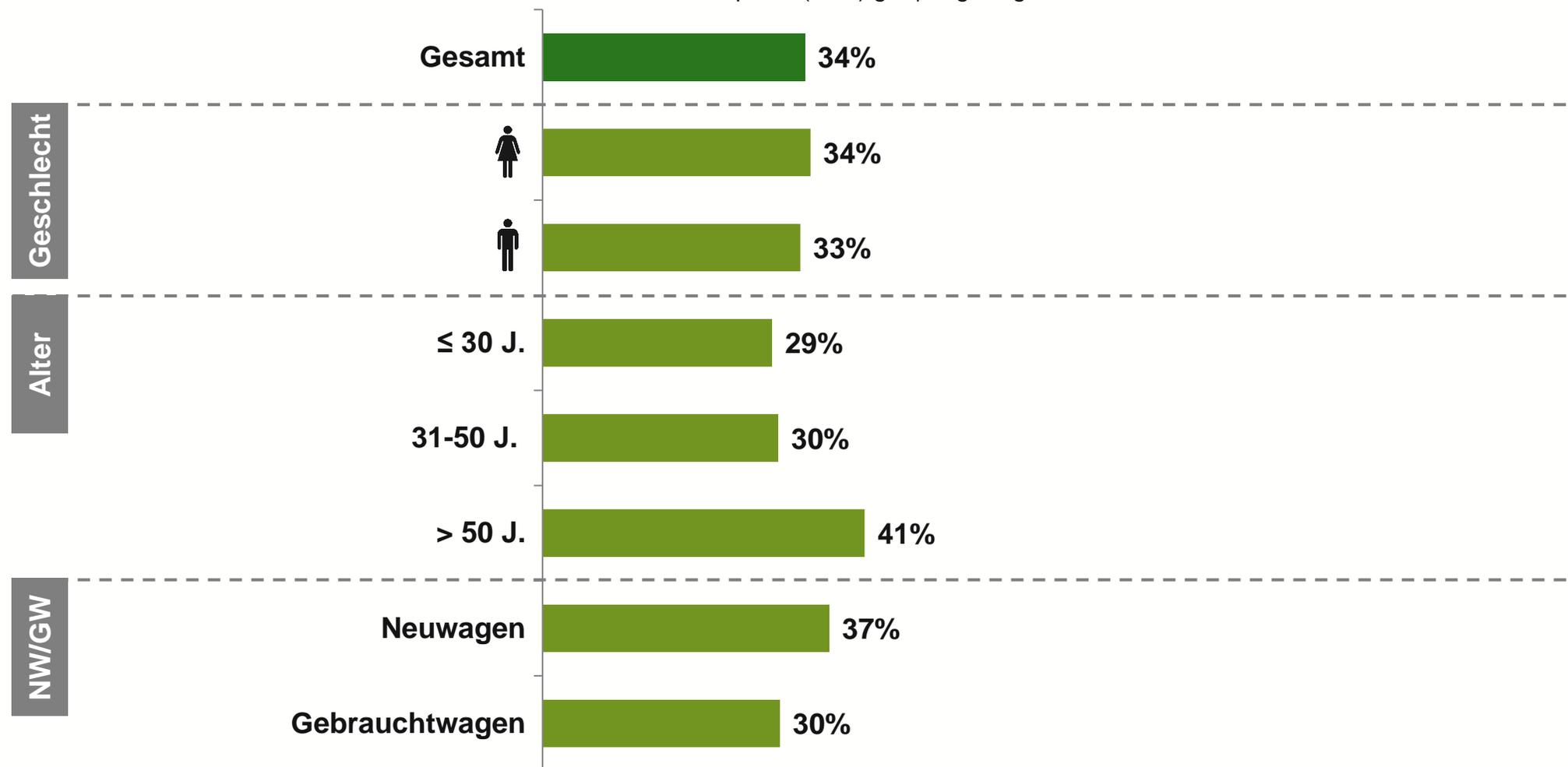
 **Konzeption, Durchführung und Empfehlungen**
puls Marktforschung GmbH Schwaig b. Nürnberg

Lediglich 34 Prozent der deutschen Autokäufer geben an, dass ihr Auto (sehr) gut zu ihnen passt.

Passendes Fahrzeug und seine Ausstattung zur Lebenssituation – nach Geschlecht, Alter und Fahrzeugart

Wie gut würden Sie sagen passt dieses Fahrzeug und seine Ausstattung zu Ihnen, Ihren Anforderungen und Ihrer Lebenssituation?

✓ Werte 10 + 9 passt (sehr) gut | abgefragt auf einer 11er- Skala

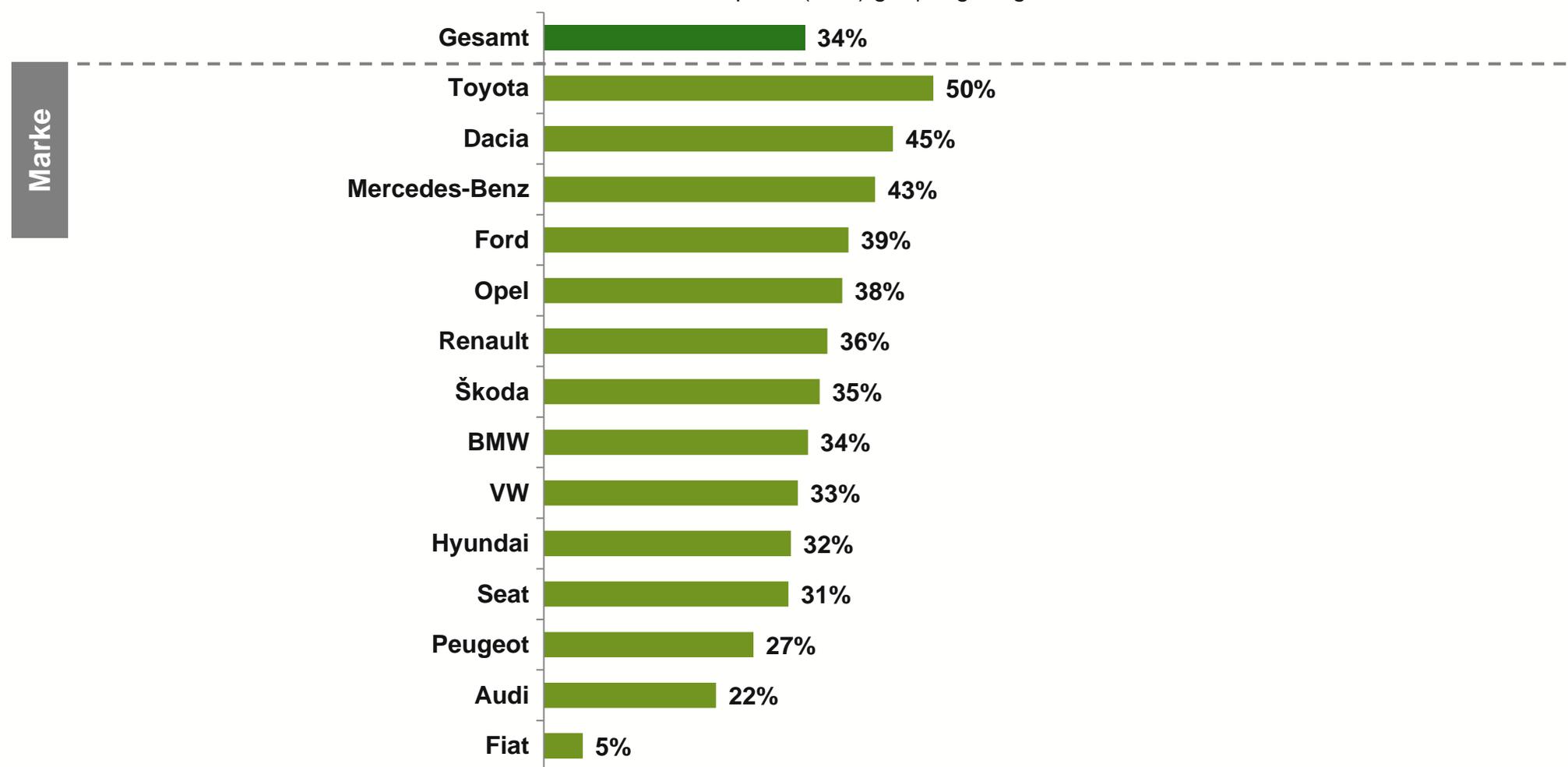


Vor allem Toyota-Fahrer finden, dass ihr Fahrzeug (sehr) gut zu ihnen passt.

Passendes Fahrzeug und seine Ausstattung zur Lebenssituation – nach Marke

Wie gut würden Sie sagen passt dieses Fahrzeug und seine Ausstattung zu Ihnen, Ihren Anforderungen und Ihrer Lebenssituation?

✓ Werte 10 + 9 passt (sehr) gut | abgefragt auf einer 11er- Skala



Je besser das angeschaffte Fahrzeug passt, desto höher ist die Weiterempfehlung von Marke und Händler.

Passendes Fahrzeug + Weiterempfehlung Automarke und Automobilhändler

	Angeschafftes Fahrzeug...	
	...passt gut	...passt weniger
Weiterempfehlung Automarke (auf Nachfrage)	82%	43%
Weiterempfehlung Automobilhändler (auf Nachfrage)	66%	33%
Aktive Weiterempfehlung Automarke (ohne Nachfrage)	53%	26%
Aktive Weiterempfehlung Autohändler (ohne Nachfrage)	43%	17%

„Autokäufer, deren angeschafftes Fahrzeug (sehr) gut zu ihnen passt, empfehlen zu 82% die Marke weiter.“

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 30 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.

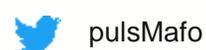
Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „*For Better Decisions*“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie Audi, Opel, Volkswagen, GORE-TEX, ZF Services,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

