

Ablenkungsgefahren durch Navis und Spracheingabe von Nachrichten

Repräsentative puls Studie zu modernen Ausstattungen im Auto 2.0

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weißner
22. März 2016



Stichprobe

Personen, die den Kauf eines Fahrzeugs planen bzw. vor kurzem ein Fahrzeug gekauft haben.

n=1.010 repräsentative Interviews



Erhebungsmethode

Online über den *puls* AutokäuferMonitor



Befragungszeitraum

Februar 2016



Befragungsdauer

10 Minuten



Konzeption, Durchführung und Empfehlungen

puls Marktforschung GmbH
Schwaig b. Nürnberg



Hohe Ablenkungsgefahr durch Navigationssysteme, Spracheingabe und Empfang von Mitteilungen während der Fahrt.

Nutzung und Ablenkungsgefahr von Ausstattungen im Fahrzeug

<i>Funktionen</i>	<i>Nutzung</i>	<i>Ablenkungsgefahr*</i>
Radio/CD-Spieler	74,8 %	18,3 %
Navigationssystem	60,8 %	40,1 %
Bordcomputer	50,4 %	19,1 %
Freisprecheinrichtung	49,3 %	15,5 %
Sprachsteuerung des Navigationssystems	18,1 %	17,5 %
Spracheingabe einer Nachricht	11,9 %	43,3 %
Head-up-Display	8,2 %	12,0 %
Massagesitz	7,6 %	22,1 %
Empfang von Mitteilungen	6,5 %	45,0 %
Zugriff auf Musik-Accounts im Infotainment-System des Fahrzeugs	3,0 %	51,8 %



Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	18
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg
Eigenes Telefonstudio:	100 freiberufliche Interviewer/innen

Kerngeschäft: Integrierte Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien

Leistungsversprechen: *For Better Decisions*

Aktive Mitgliedschaften:



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



DGOF



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



SchwackeMarkenMonitor/ 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.



puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Telefon 0911 9535-400
Fax 0911 9535-404

info@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

Geschäftsführer: Dr. Konrad Weißner · Ust-ID-Nr.: DE 133 554 286 · Ust-Nr.: 241/135/41 284 · Amtsgericht Nürnberg · HRB 11034