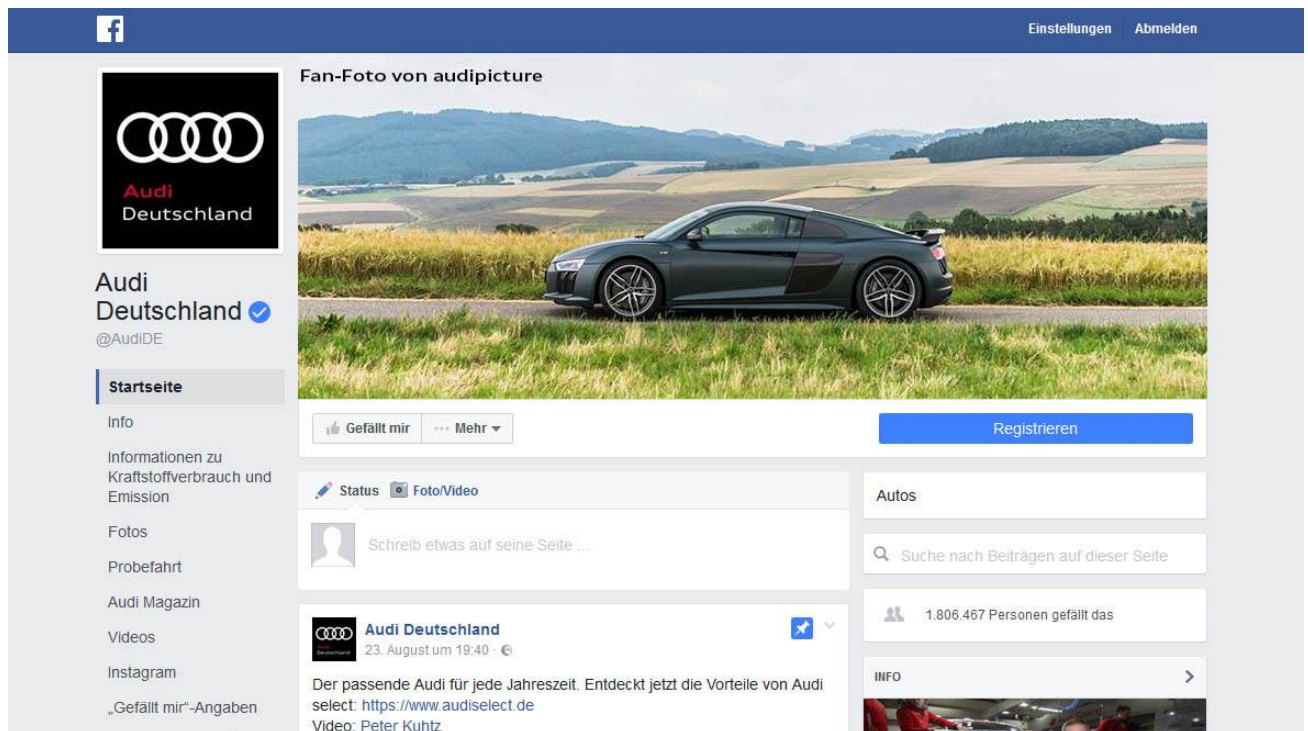


06.09.2016 Umfrage

Audi beherrscht Social Media



Audi Deutschland-Fanseite bei Facebook
© Foto: www.facebook.com/AudiDE

Den Automobilmarken gelingt es im Durchschnitt bei 13,7 Prozent ihrer Facebook-Nutzer, die Kaufabsicht zu steigern. Audi ist dabei laut einer Analyse am erfolgreichsten.

Audi betreibt Social-Media-Marketing am erfolgreichsten. Laut einer aktuellen Analyse der Puls Marktforschung in **Kooperation** mit der Universität Bamberg lösen die Ingolstädter mit überdurchschnittlichen 17,4 Prozent die höchste Kaufabsicht bei ihren Facebook-Usern aus. An zweiter Stelle bei der "Facebook-Performance" liegt **BMW** (13,5 Prozent). Es folgen mit deutlichem Abstand **Mercedes-Benz** (7,9 Prozent), **VW** (4,6 Prozent) und **Opel** (4,3 Prozent). Insgesamt gelingt es den Automobilmarken im Durchschnitt bei 13,7 Prozent ihrer Facebook-Nutzer, die Kaufabsicht zu steigern.

Die aktuelle Erhebung der Puls-Trendstudie bei 2.023 Autokäufern zeigt, dass stattliche 69 Prozent der deutschen Autokäufer Mitglieder bei Facebook sind. Unter Jüngeren (bis 30 Jahre) liegt dieser Anteil sogar bei 84 Prozent.

Während sich Facebook und WhatsApp als Platzhirsche bei Autokäufern etablieren, sind die Plattformen Youtube, Instagram und vor allem Snapchat bei jungen Autokäufern stark im Kommen. Nutzerquoten bei unter 30-jährigen von 57 Prozent (Youtube), 38 Prozent (Instagram) und 23 Prozent (Snapchat) sprechen eine deutliche Sprache. "Angesichts dieser Trends ist die kontinuierliche Messung der Nutzung sozialer Netzwerke und der ausgelösten Image- und Kaufabsichtswirkungen unerlässlich", sagte Puls-Chef Konrad Weißner. (se)

Quelle: <http://www.autohaus.de/nachrichten/umfrage-audi-beherrscht-social-media-1827613.html>