

Nachdenken über privates Carsharing lohnt sich

puls Studie bei 1.010 Autokäufern zu den Marktpotenzialen von privatem Carsharing

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weißner
30. September 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

➤ **Befragungszeiträume**
September 2016

➤ **Befragungsdauer**
10 Minuten

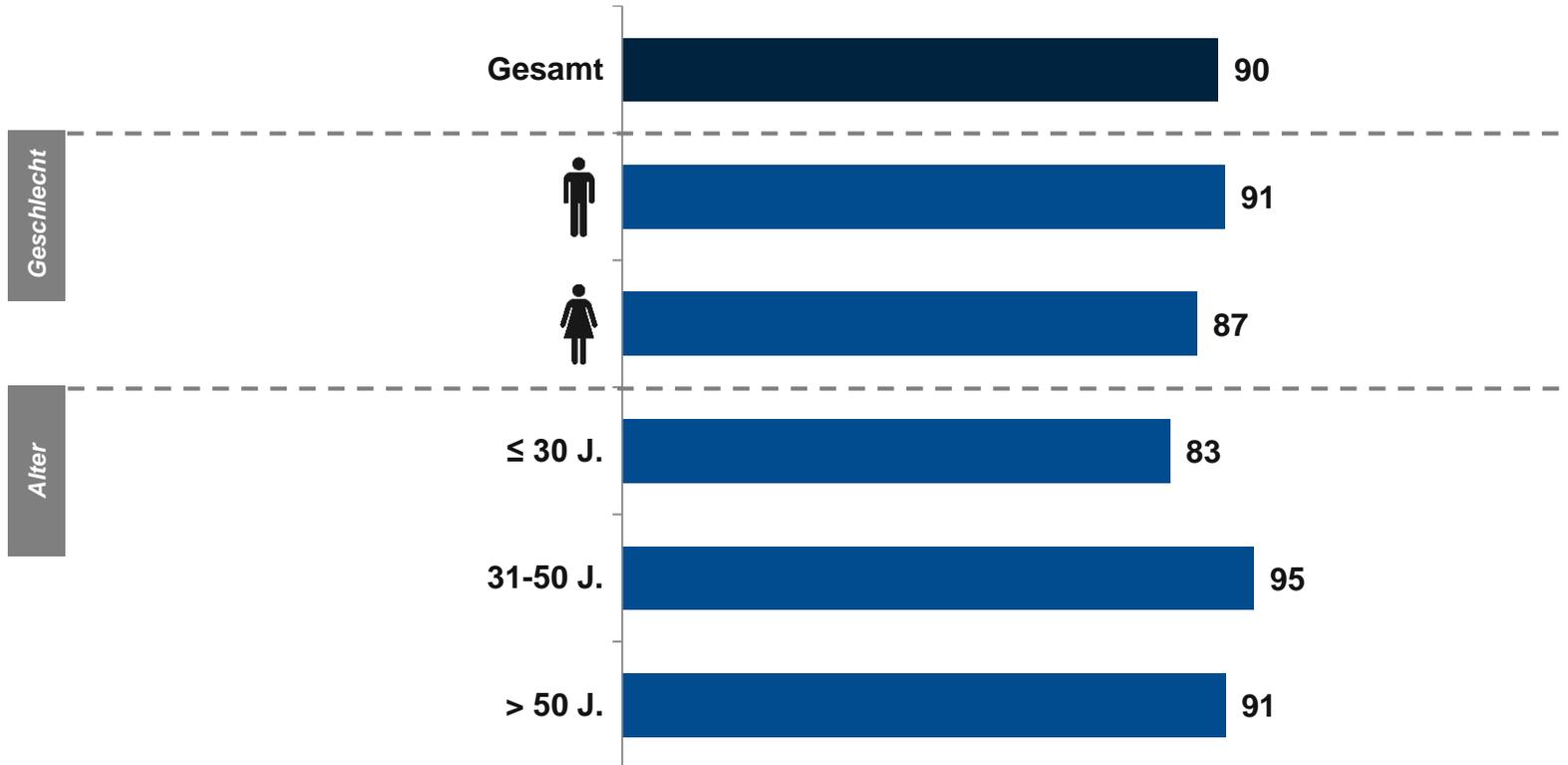
➤ **Konzeption, Durchführung und Empfehlungen**
puls Marktforschung GmbH
Schwaig b. Nürnberg



Mit 1,5 Stunden werden Autos in Deutschland zu 94% des Tages nicht genutzt.

Tägliche Fahrzeugnutzung - nach Geschlecht und Alter

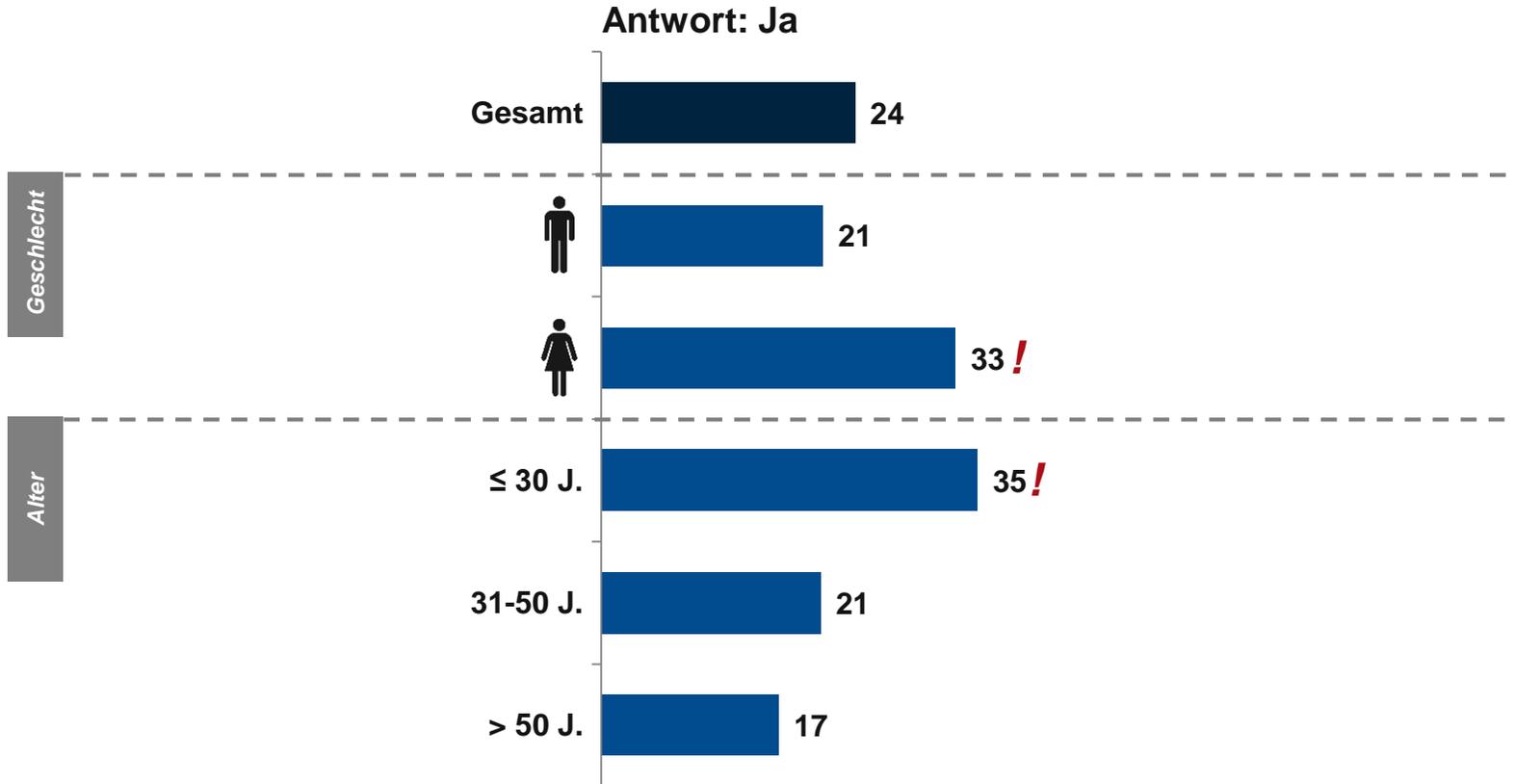
Wie viele Minuten ist Ihr Fahrzeug durchschnittlich pro Tag in Benutzung?



V. a. Frauen und Jüngere zeigen Bereitschaft, ihr Fahrzeug anderen zur Verfügung zu stellen.

Bereitschaft Peer-to-Peer Carsharing - nach Geschlecht und Alter

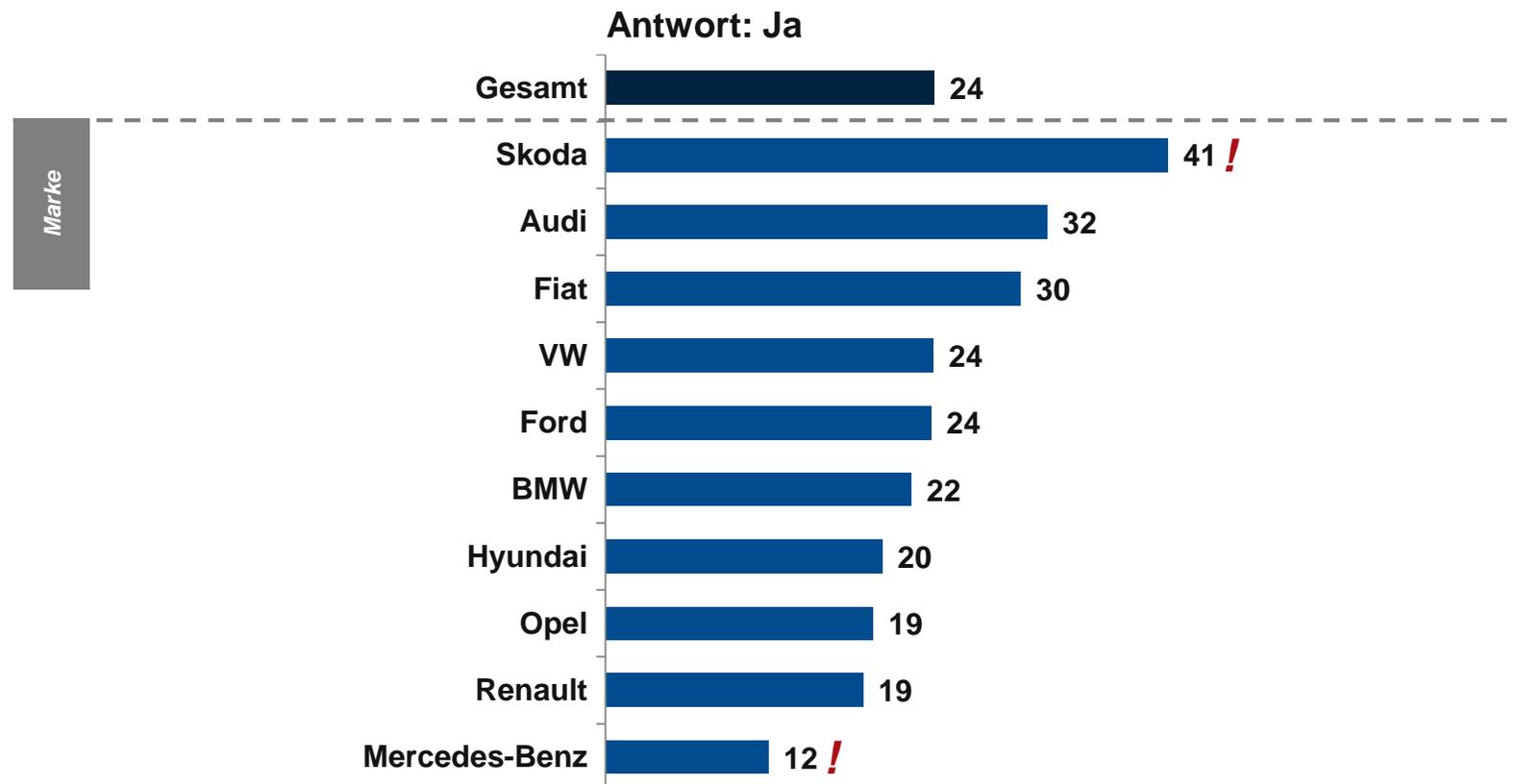
Würden Sie Ihr Fahrzeug in der Zeit, in der Sie es nicht nutzen, grundsätzlich anderen zur Verfügung stellen?



V. a. Skoda-Fahrer würden ihr Fahrzeug teilen.

Bereitschaft Peer-to-Peer Carsharing - nach Marken

Würden Sie Ihr Fahrzeug in der Zeit, in der Sie es nicht nutzen, grundsätzlich anderen zur Verfügung stellen?

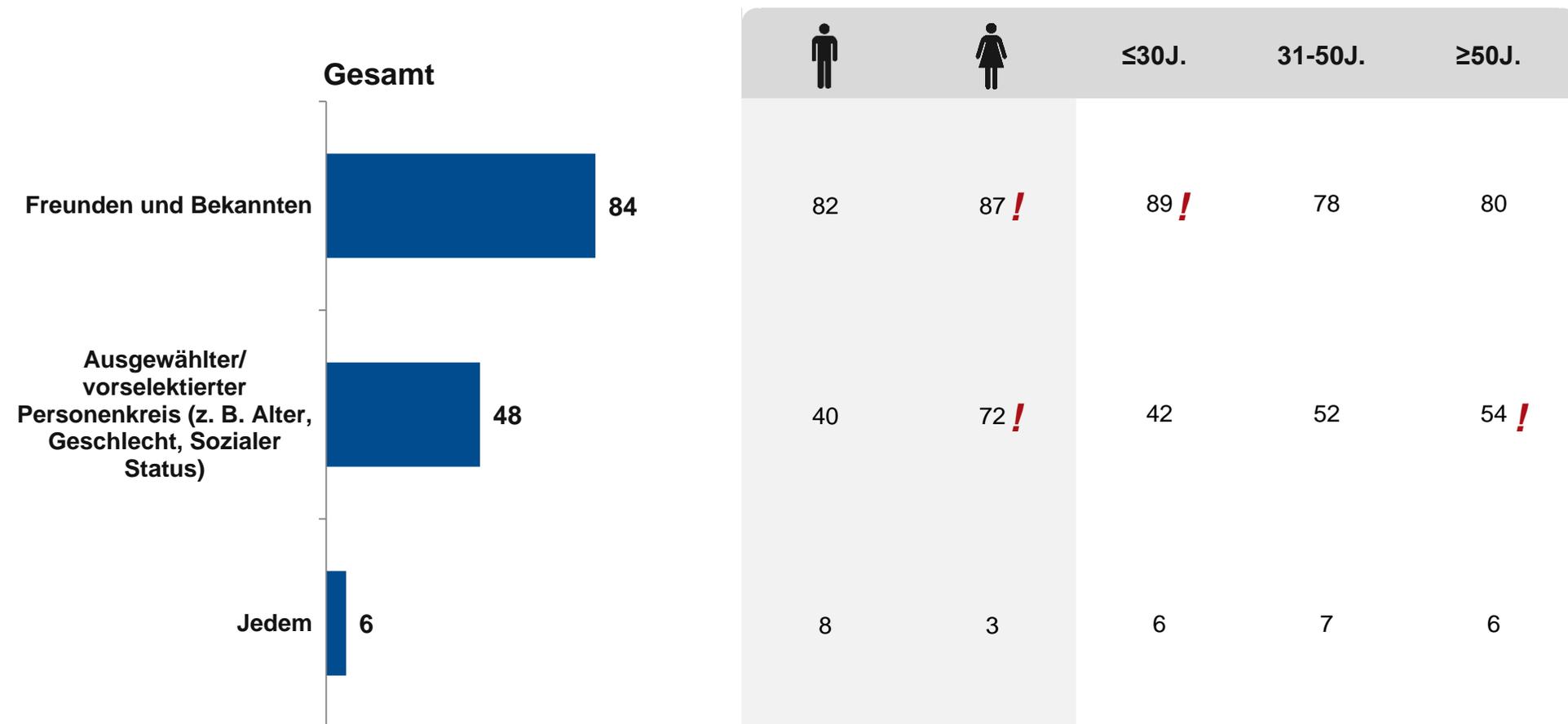


Die Autofahrer würden bevorzugt Freunden und Bekannten ihr Fahrzeug überlassen.



Nutzer Peer-to-Peer Carsharing - nach Geschlecht und Alter

Wem würden Sie Ihr Fahrzeug zur Verfügung stellen? (Mehrfachnennungen möglich!)



Quelle:
puls Marktforschung GmbH
puls AutokäuferMonitor



Gründungsjahr: 1992
Feste Mitarbeiter: 18
Firmensitz: Schwaig bei Nürnberg
Telefonstudio im *puls* Gebäude

Kerngeschäft: Integrierte Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien

Leistungsversprechen: *For Better Decisions*

Aktive Mitgliedschaften:





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 2016**

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).

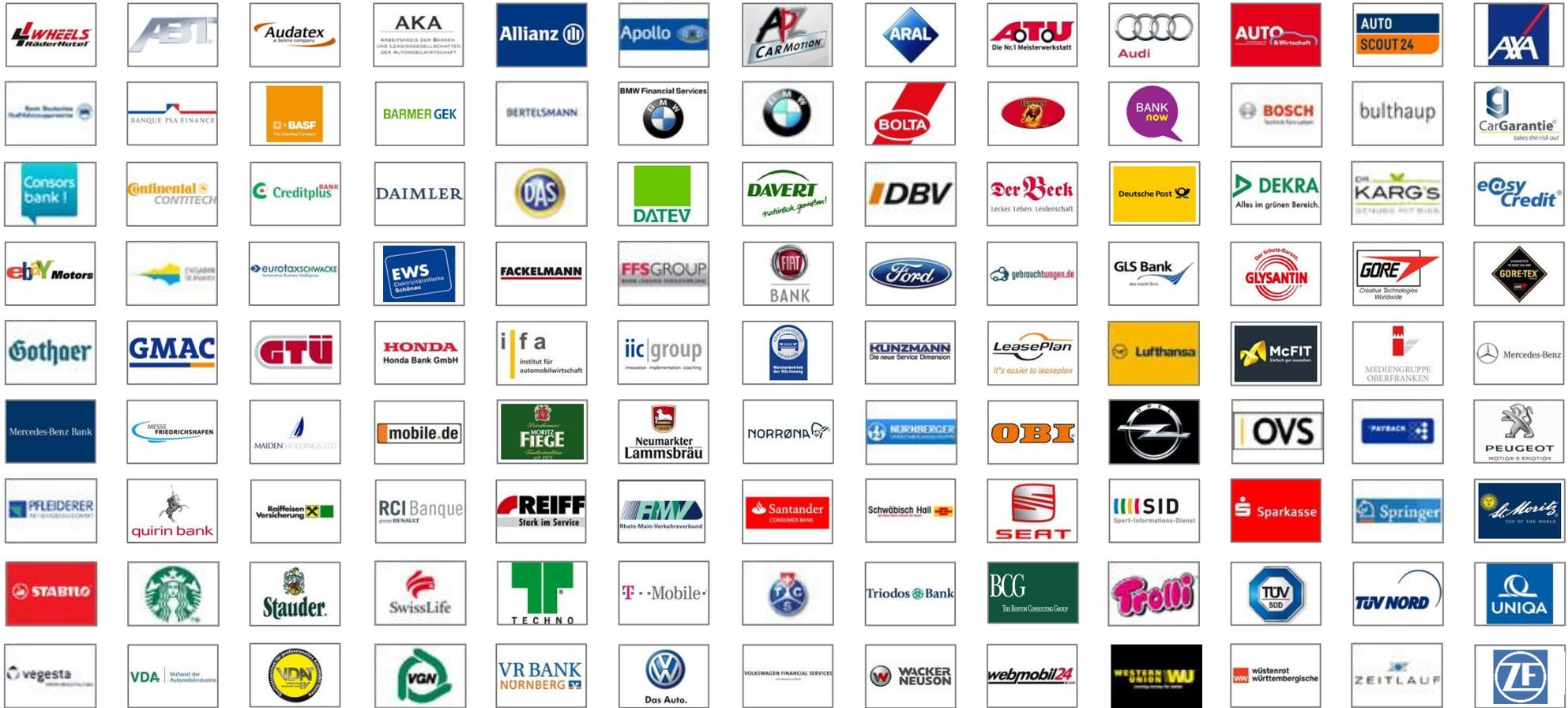


http://

Automotive WebScreening/ Google Trends

Analyse der Kundenbewertungen im Web 2.0 sowie der Google-Suchanfragen zu Automobilherstellern, Fahrzeugen, Autohäusern etc.

| | |
|------------------------------------|--|
| Automobilhersteller/Händler | Sales Driver Analysen Markendifferenzierung, Händlerzufriedenheit, Local Hero Konzepte, Marktpotenziale, Kundenfeedbackkonzepte, Analyse und Treiber der Kundenloyalität |
| Automobilvertrieb 3.0 | Customer Journey- und Kundenkontaktpunktanalysen, Multi Channel-Strategien, Google-Insights, Erfolgsmessung von Facebook-Aktivitäten, Autokaufberater GenauMeinAuto |
| Autobanken/Versicherungen | Händlerzufriedenheit / Beziehungsmanagement zu den Händlern, Customer Journey automobiler Finanzierungs- und Versicherungskunden |
| Mitarbeiter | Mitarbeiterbefragungen, Employer Branding Konzepte |





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