

Seat schiebt sich beim Status unter die deutschen Premiummarken

Repräsentative puls Studie bei 1.010 Autokäufern zum Status von Automobilen

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weißner
17. November 2016

$$n = 1.010$$

Online

puls Marktforschung GmbH Schwaig b. Nürnberg

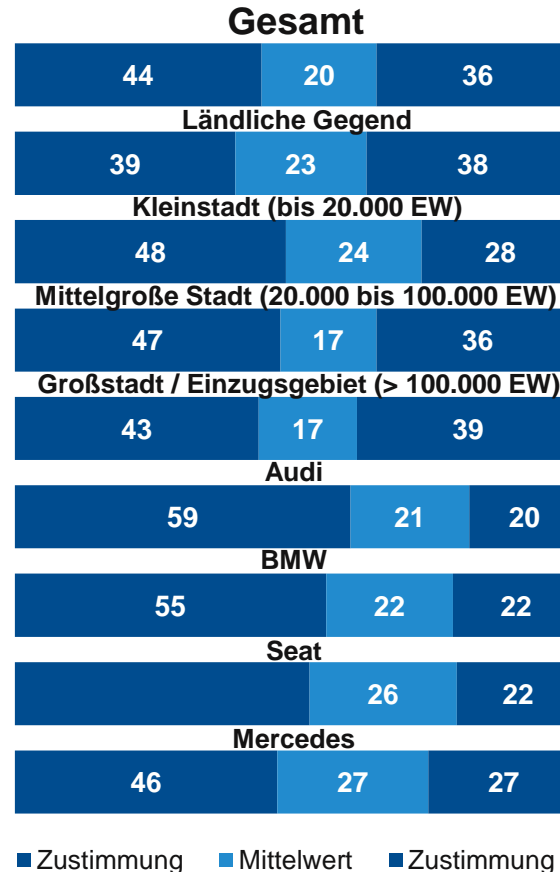


V. a. für Audi-, BMW,- Seat- (!) und Mercedes-Käufer sind Autos Statussymbole.

Auto 2020 – nach Wohnumfeld und Marke

Welche der folgenden Aussagen zum Auto 2020 sind aus Ihrer persönlichen Sicht realistischer?

**Autos bleiben auch in Zukunft
Statussymbole**



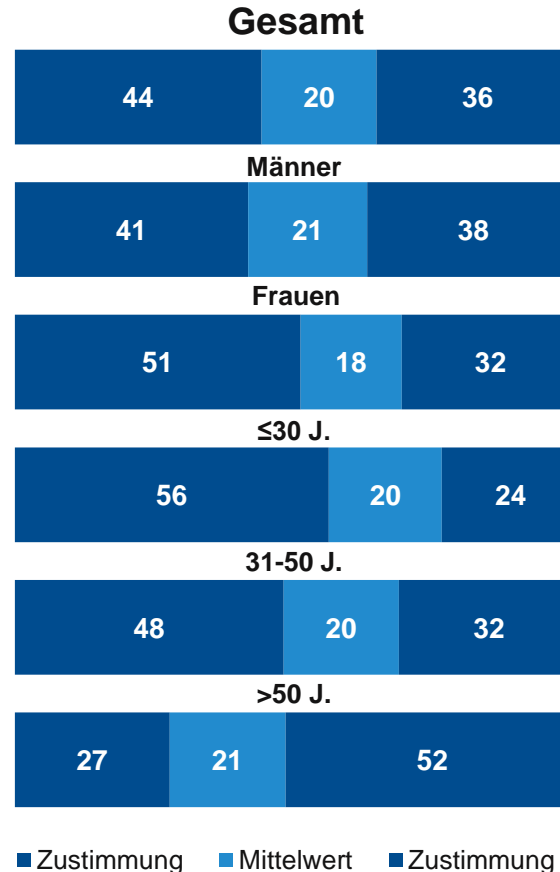
Das Auto werden eher Mittel zum Zweck, um von A nach B zu kommen

Autos bleiben v.a. für Jüngere Statussymbole.

Auto 2020 – nach Geschlecht und Alter

Welche der folgenden Aussagen zum Auto 2020 sind aus Ihrer persönlichen Sicht realistischer?

Autos bleiben auch in Zukunft
Statussymbole



Das Auto werden eher Mittel zum Zweck, um von A nach B zu kommen



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)



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).

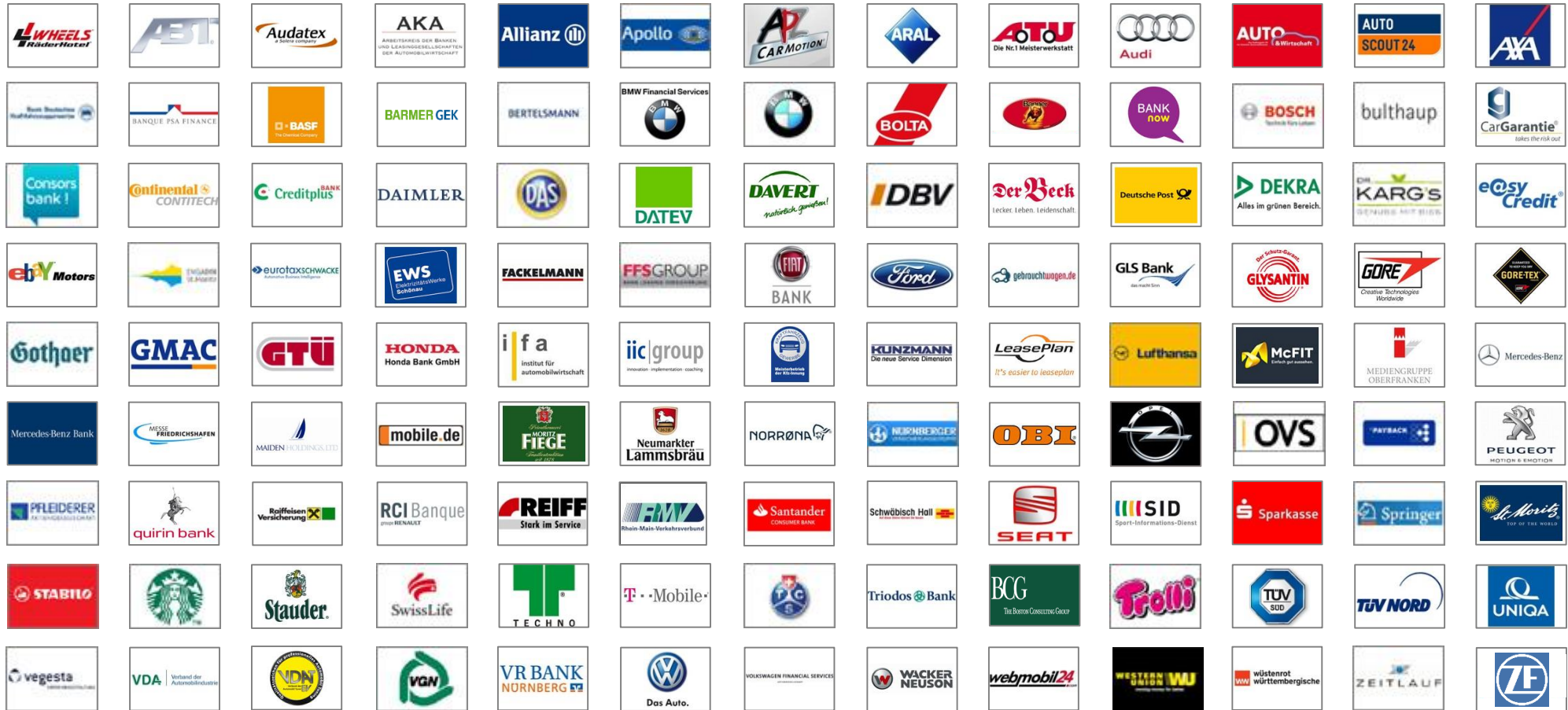


http://

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

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