

Das gläserne Auto stößt auf großes Kundeninteresse

puls Studie zum Werkstattservice für das Auto der Zukunft

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weißner
10. September 2018



Zielgruppe

Autofahrer verschiedener Marken in
Deutschland



Stichprobe

n=1.007



Erhebungsmethode

Online



Befragungszeitraum

Juni 2018



Konzeption, Durchführung und Empfehlungen

puls Marktforschung GmbH Schwaig b. Nürnberg



Geschlecht	
Weiblich	27%
Männlich	73%

Kaufsituation	
Intender (max. 6 Monate <u>vor</u> dem Kauf)	53%
Buyer (max. 12 Monate <u>nach</u> dem Kauf)	47%

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

Fahrzeugtyp	
Neuwagen	53%
Gebrauchtwagen	47%

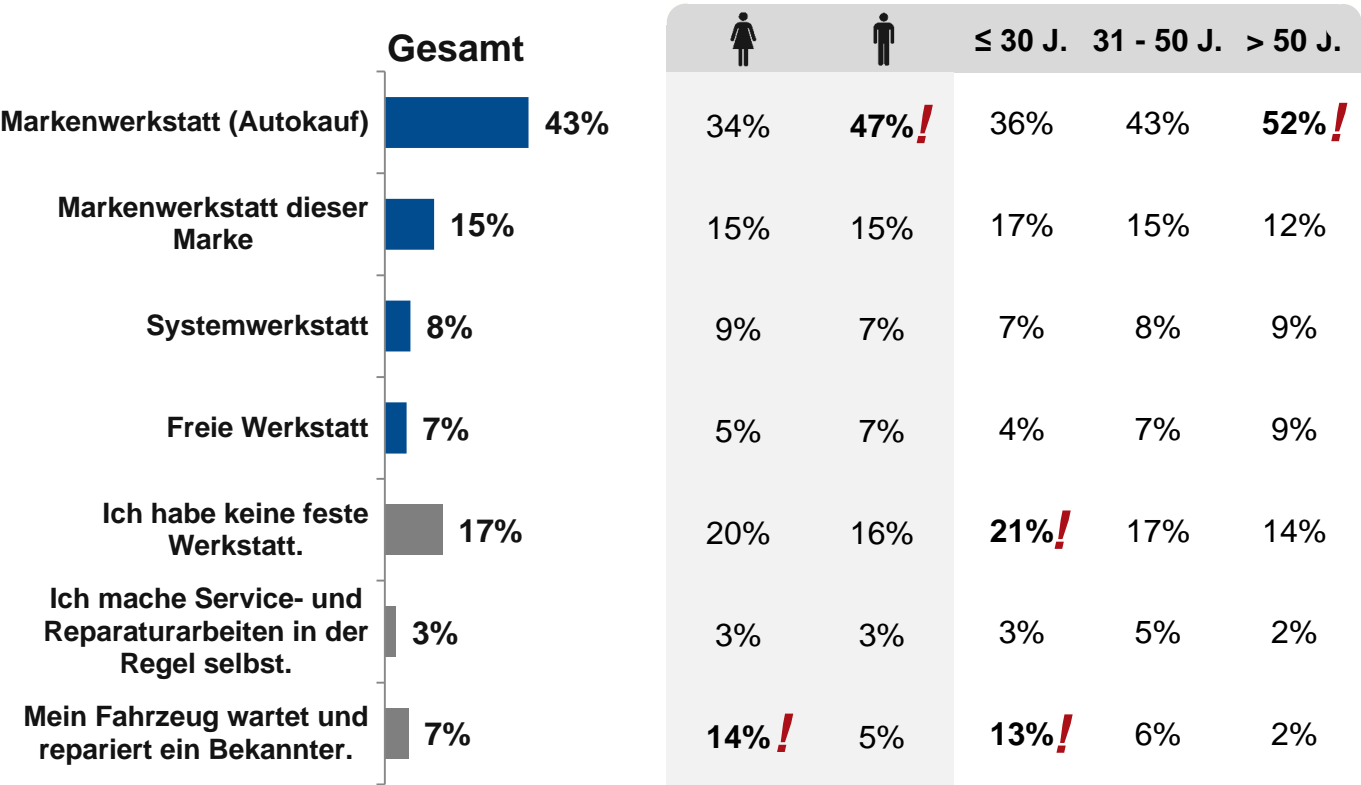


Lediglich 43% planen, ihr Neufahrzeug in der Markenwerkstatt des Autohauses warten zu lassen, in der sie es gekauft haben.



Werkstattloyalität – nach Geschlecht und Alter

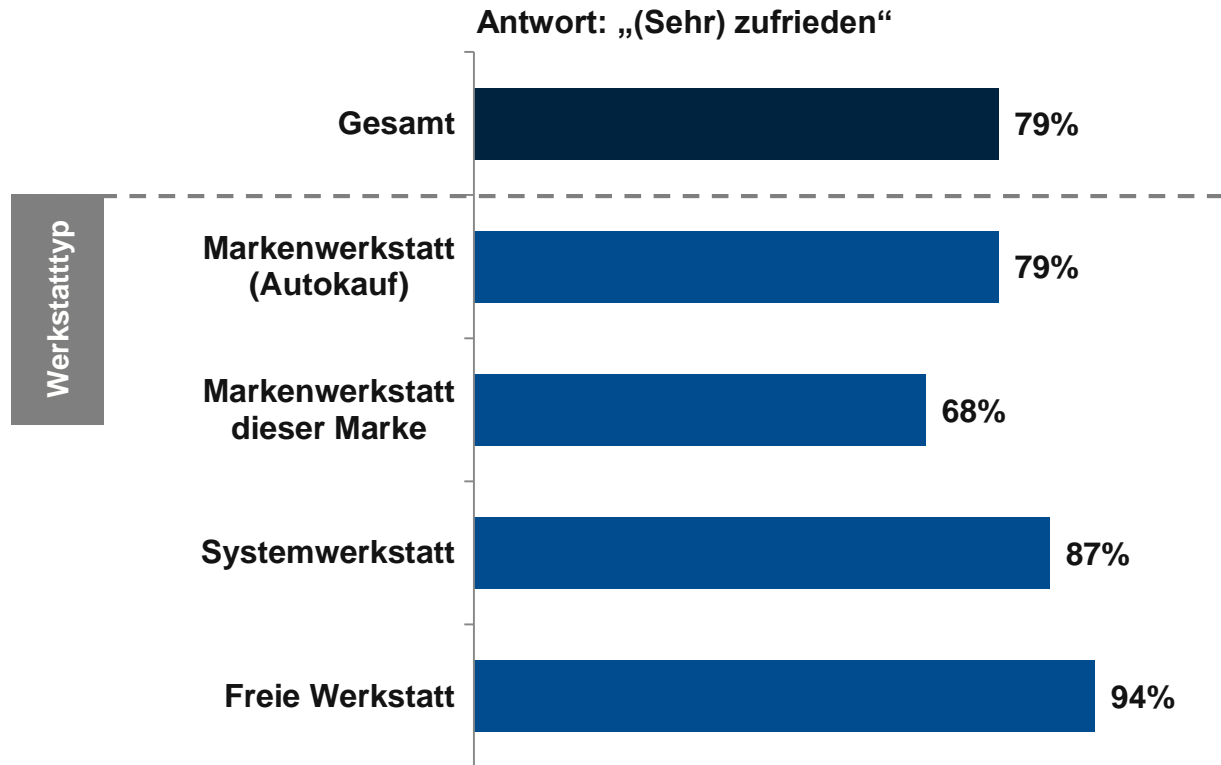
Wissen Sie bereits, wo Sie Ihr neues Fahrzeug warten und reparieren lassen?



Freie Werkstätten mit der höchsten Kundenzufriedenheit.

Gesamtzufriedenheit Werkstatt – nach Werkstatttyp

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit ihrer Werkstatt?

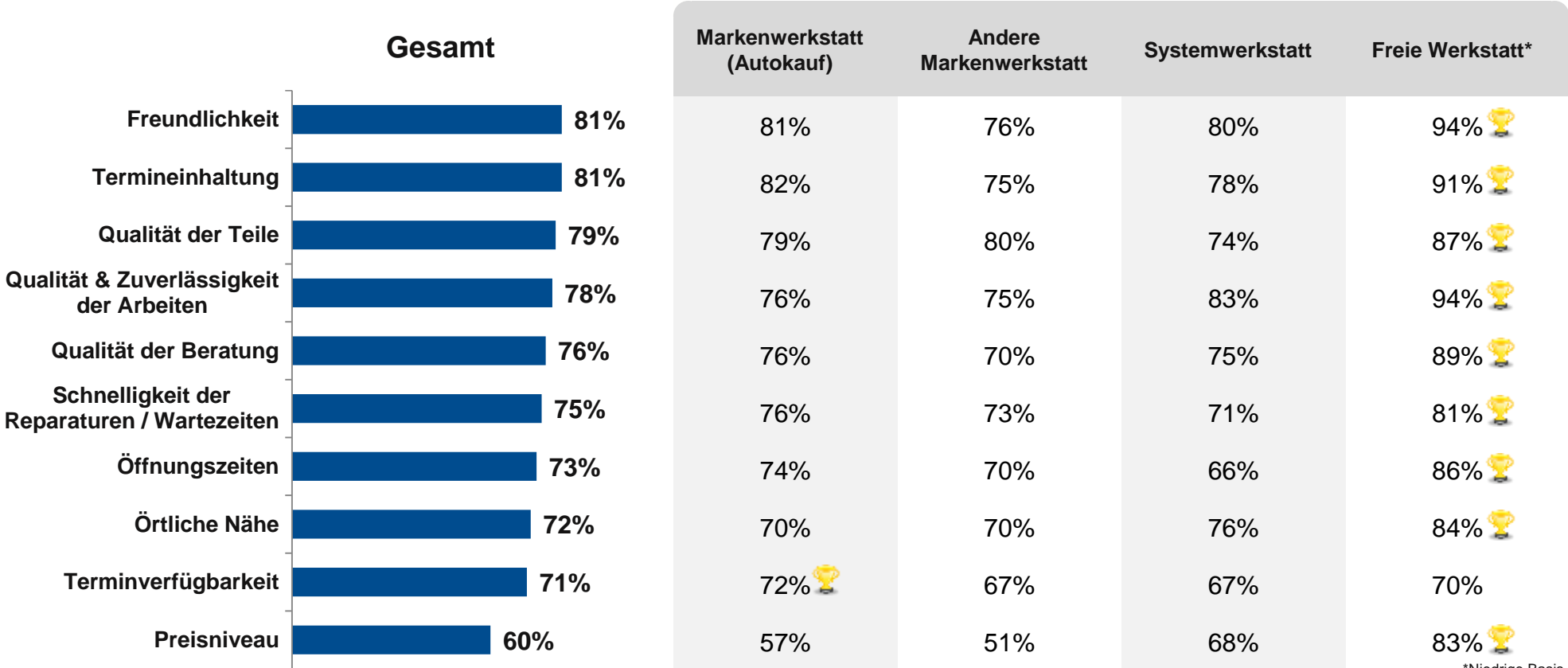


Freie Werkstätten punkten fast durchgängig gegenüber Markenwerkstätten.



Zufriedenheit Werkstattkriterien – nach Werkstatttyp

Wie zufrieden sind Sie mit der Werkstatt von der Sie aktuell überwiegend betreut werden bezüglich der folgenden Kriterien?



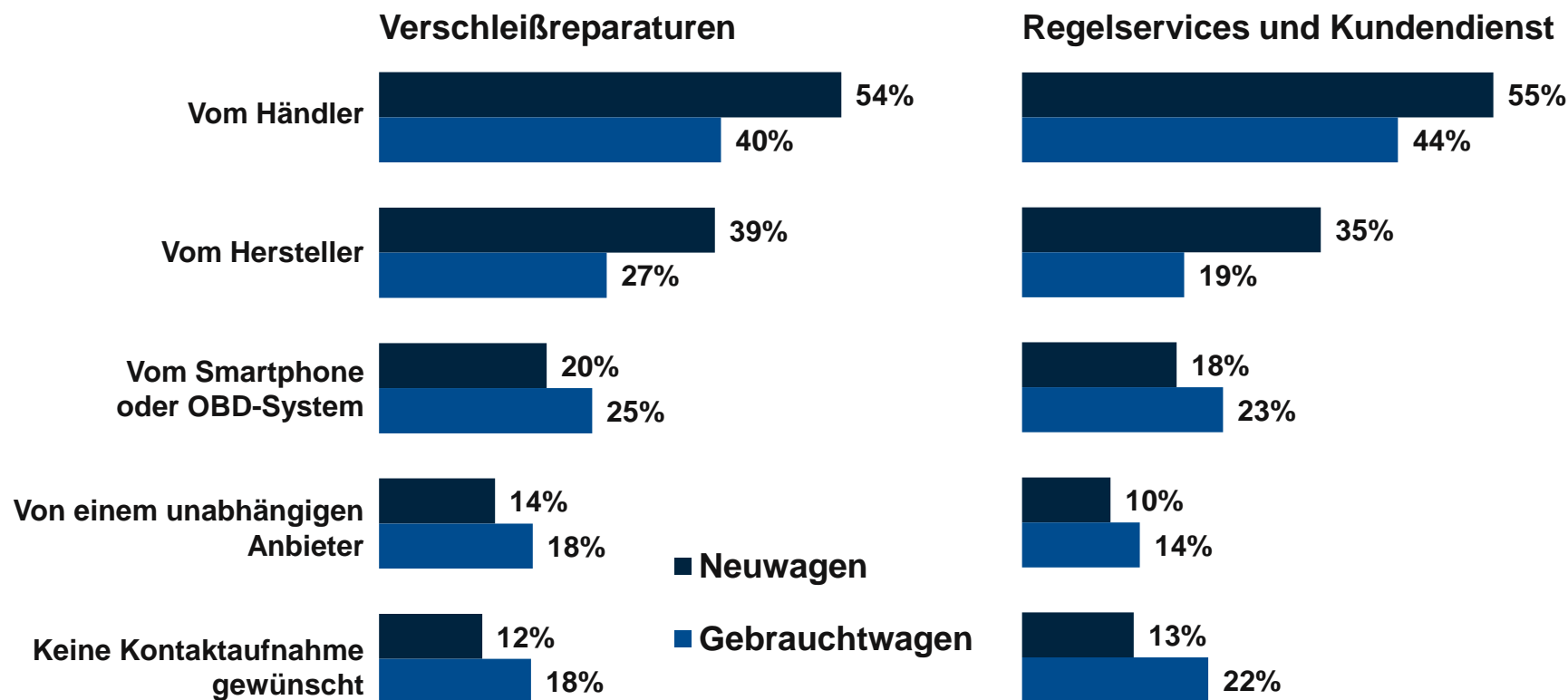
*Niedrige Basis

GW Käufer präferieren die Erinnerung an Werkstattarbeiten über das Smartphone noch stärker.

Informationsquellen zu Verschleißreparaturen/ Regelservices und Kundendienst – nach Neu-/Gebrauchtwagen

Von wem würden Sie gerne über durchzuführende Verschleißreparaturen informiert werden?

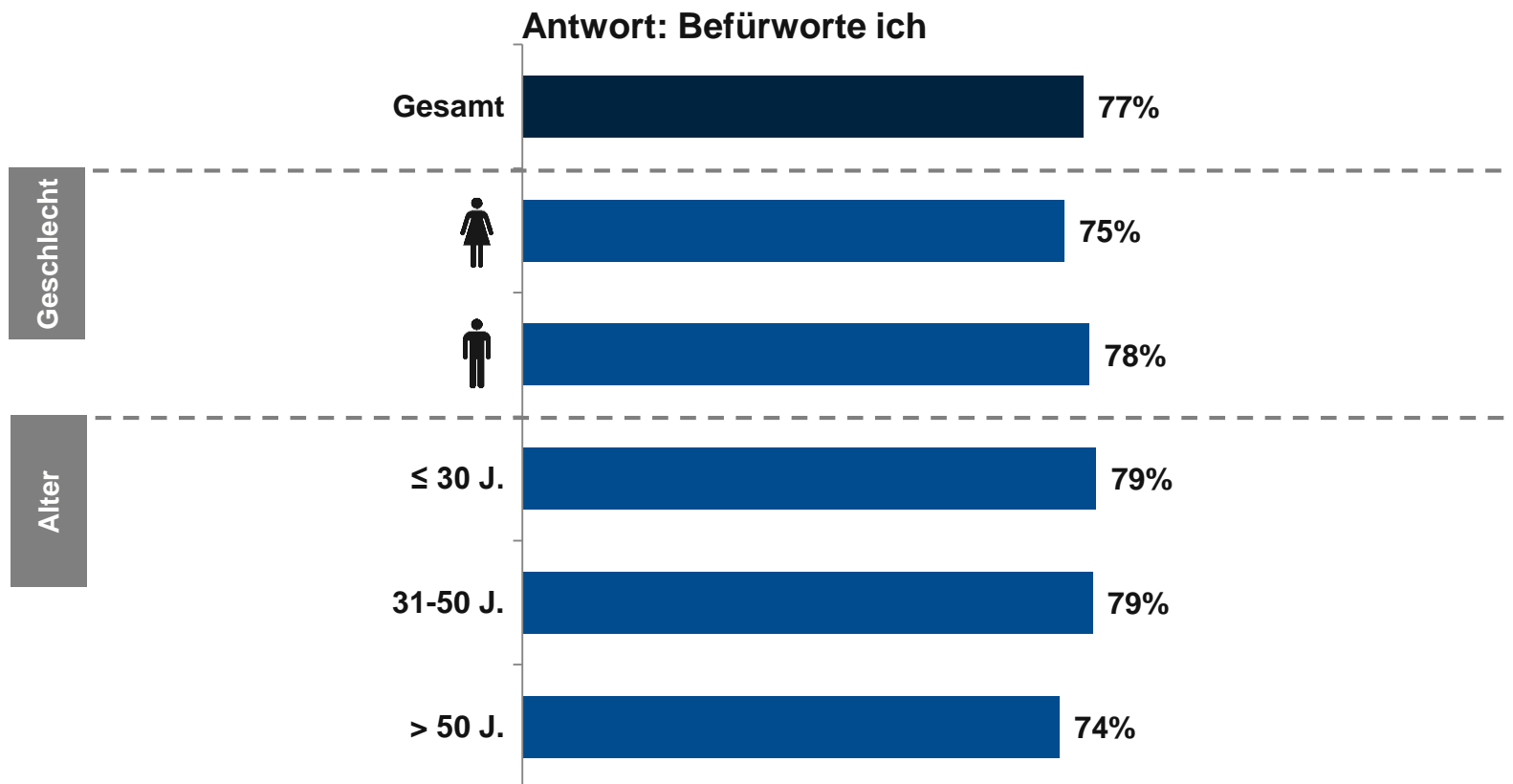
Von wem würden Sie gerne über einen bevorstehenden Kundendienst/ Regelservice informiert werden?



Großes Kundeninteresse an OBD2-Dongles.

Interesse an OBD2-Dongles

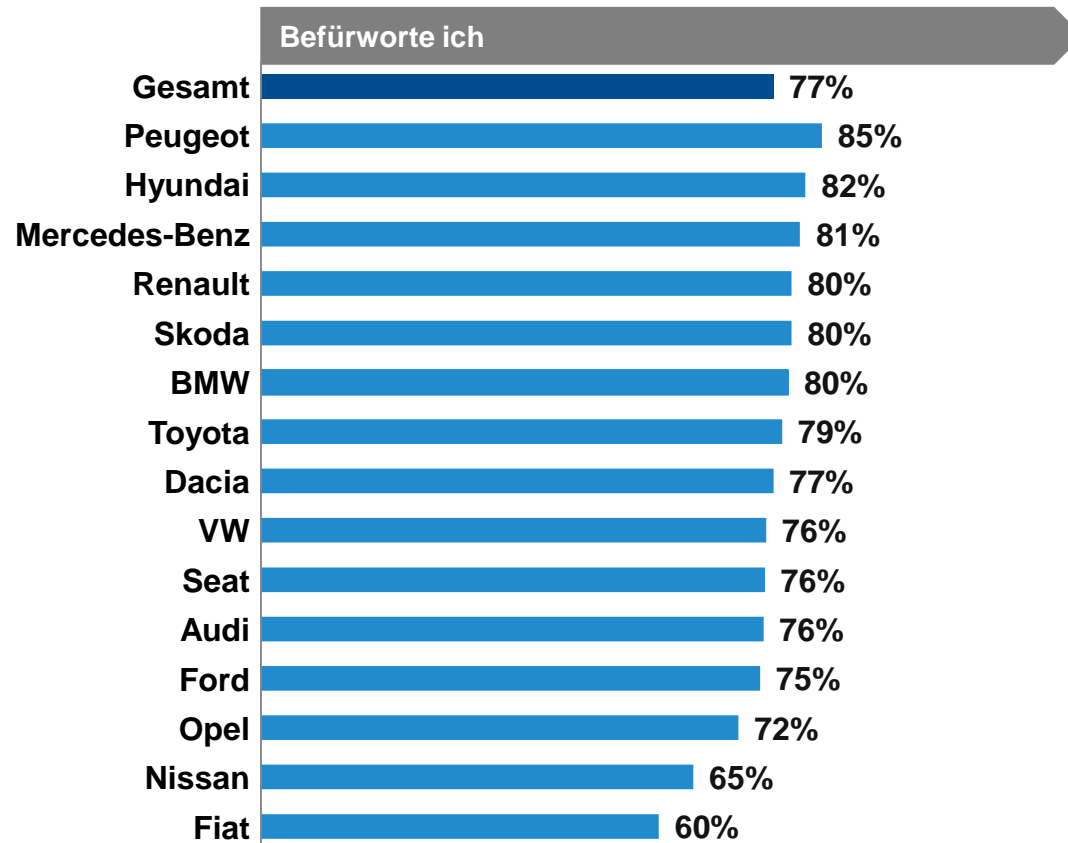
Stellen Sie sich vor, Sie schließen einen Adapter in Ihrem Auto an, der Ihnen nützliche Funktionen wie z. B. die Erinnerung an Werkstattarbeiten bietet, die Sie z. B. über eine App am Smartphone abrufen können. Wie stehen Sie grundsätzlich zu der Verwendung eines solchen Systems?



Vor allem Peugeot Käufer interessieren sich für einen OBD2 Dongle.

Interesse an einem OBD2-Dongle

Stellen Sie sich vor, Sie schließen einen Adapter in Ihrem Auto an, der Ihnen nützliche Funktionen wie z. B. die Erinnerung an Werkstattarbeiten bietet, die Sie z. B. über eine App am Smartphone abrufen können. Wie stehen Sie grundsätzlich zu der Verwendung eines solchen Systems?

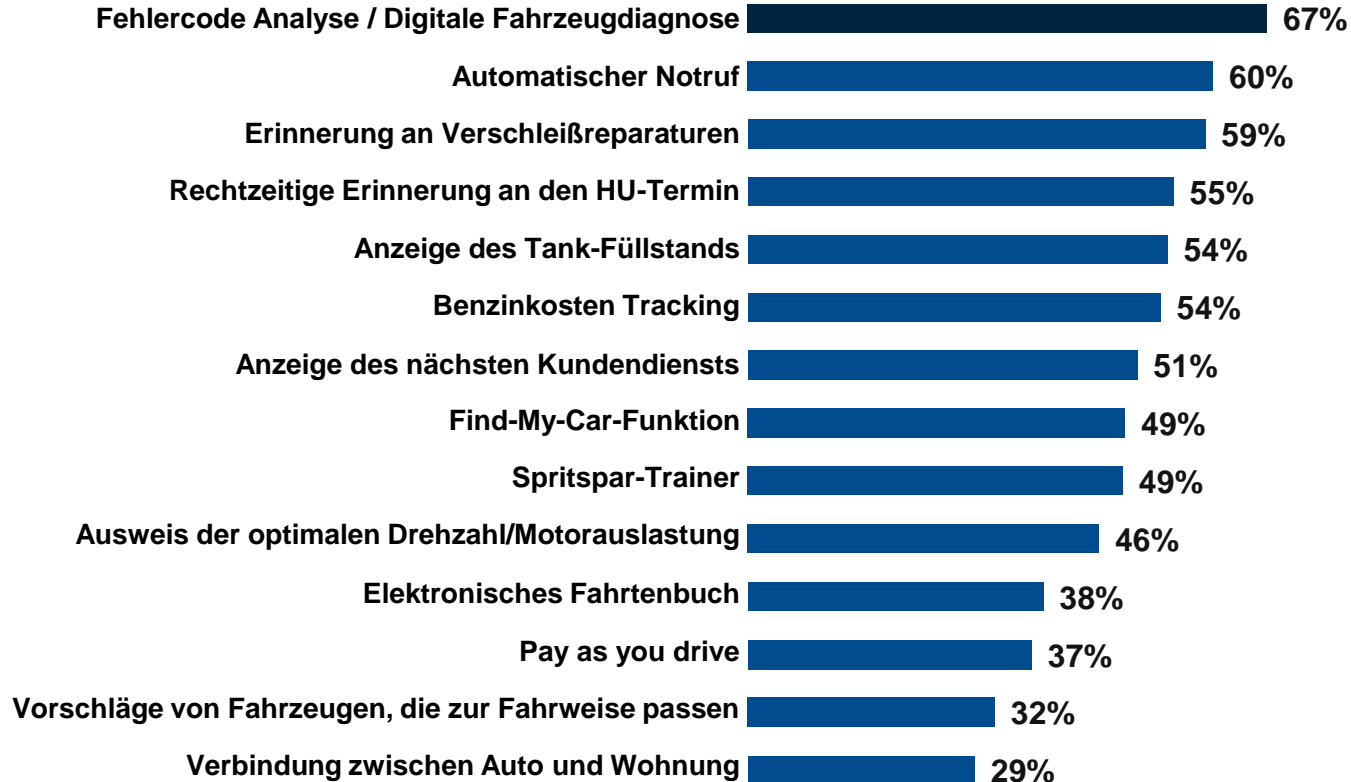


Die Attraktivität eines OBD2-Dongle hängt stark von bestimmten, damit verbundenen Vorteilen ab.



Interesse an Leistungen/Nutzen eines OBD2-Dongle

Stellen Sie sich vor, Sie schließen einen Adapter in Ihrem Auto an, der Ihnen nützliche Funktionen wie z. B. die Erinnerung an Werkstattarbeiten bietet, die Sie z. B. über eine App am Smartphone abrufen können. Wie interessant wären folgende Leistungen für Sie?





Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	17
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg
Telefonstudio im eigenen Haus	

Kerngeschäft: Integrierte Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien

Leistungsversprechen: *For Better Decisions*

Aktive Mitgliedschaften:





Seit über 25 Jahren konzentriert sich die *puls* Marktforschung darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 17 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

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



Autohaus » Panel

Autohaus Online-Panel

Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern



AUTOHAUS

pulsSchlag

Monatliche Erhebung der Konjunktur- und Verkaufserwartungen der Autohäuser
(Seit 2000 in Kooperation mit der Fachzeitschrift AUTOHAUS)



Banken Monitor 2018

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.





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