Studienangebot + Bestellmöglichkeit

„Bezahlbare Mobilität“
So ticken preisbewusste Auto-Interessenten

Sonderauswertung *puls* AutokäuferMonitor (1. Halbjahr 2023)

von
***puls* Marktforschung GmbH**
Dr. Konrad Weßner
August 2023

Beispielergebnisse

Inhalt der Studie

1. Stichprobe und Studiendesign
2. Expertenkommentar Dr. Konrad Weßner
3. Angeschafftes Fahrzeug (NW/GW) / Angeschaffte Automarke
4. Antrieb des angeschafften Fahrzeugs
5. Passive und aktive Weiterempfehlung Automarken und Händler
6. Geplanter und tatsächlicher Anschaffungspreis
7. Wahrnehmung von klassischer Werbung und Verkaufsförderungsmaßnahmen
8. Kontaktpunkte bei der Autoanschaffung
9. Art der Bezahlung und Versicherung
10. Werkstattpräferenzen
11. Haltedauer von Fahrzeugen
12. Käuferprofile - Budget bis 10.000€ vs. Budget ab 50.000€.
13. Learnings und Maßnahmenempfehlungen

Bestellformular
Studie „Bezahlbare Mobilität“ - So ticken preisbewusste Auto-Interessenten

Hiermit bestellen wir:

☐ **Studie mit Key-Learnings und Maßnahmenempfehlungen** (als PDF-Version; nicht zur Vervielfältigung) — **€ 599,-** zzgl. MwSt.

☐ **Markenspezifische Auswertungen** — **Auf Anfrage**

☐ **Strategieworkshop (2 Stunden)** — **€ 1.500,-** zzgl. MwSt.
Reisekosten werden separat berechnet

- Ein Exemplar der Studie
- Präsentation durch Dr. Konrad Weßner
- Anreicherung durch weitere *puls* Studien
- Gemeinsame Ableitung individueller Maßnahmen

Firma: _____

Name: _____

Anschrift: _____

_____

E-Mail: _____

Schicken Sie Ihre Bestellung bitte an folgende
E-Mail Adresse: wessner@*puls*-marktforschung.de

© Alle Rechte, insbesondere der Weiterleitung an Dritte oder der Übersetzung, vorbehalten! Alle Texte und Grafiken der Studie sind urheberrechtlich geschützt. Eine Übernahme für private Zwecke ist unter deutlicher Quellenangabe gestattet.
Die Übernahme und Nutzung der Daten zu anderen Zwecken bedarf der schriftlichen Zustimmung der *puls* Marktforschung GmbH.

Stichprobe und Studiendesign:
Sonderauswertung puls AutokäuferMonitor 1. Halbjahr 2023

Geschlecht	
Weiblich	39%
Männlich	61%

Alter	
Durchschnittsalter	ca. 42 Jahre
Bis zu 30 Jahre	31%
31-50 Jahre	36%
Über 50 Jahre	33%

Kaufsituation	
Intender (max. 6 Monate vor dem Kauf)	51%
Buyer (max. 12 Monate nach dem Kauf)	49%

Fahrzeugtyp	
Neuwagen	52%
Gebrauchtwagen	48%

Zielgruppe
Autofahrer / Personen, die in den nächsten 6 Monaten eine Autoanschaffung planen oder in den vergangenen 12 Monaten getätigt haben.

Stichprobe 1. Halbjahr 2023
n=6.101

Konzeption, Erhebung und Empfehlungen
puls Marktforschung GmbH Schwaig b. Nürnberg

Für Low Budget essenten kommen … nicht in Frage.

Antrieb des an zeugs

Beispielergebnis

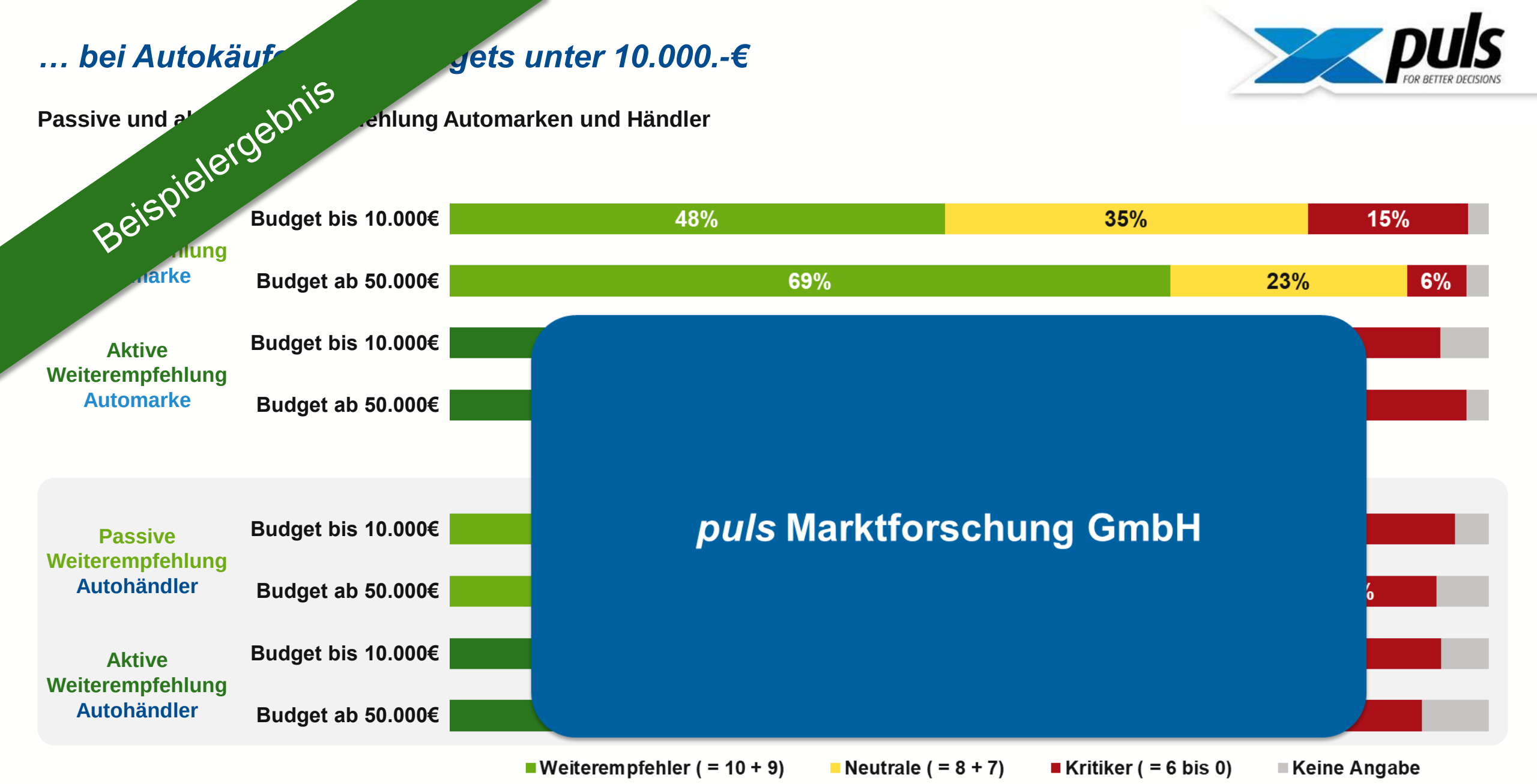
	Gesamt (n=2.999)	Budget bis 10.000€ (n=855)	Budget bis 20.000€ (n=700)	Budget bis 30.000€ (n=570)	Budget ab 50.000€ (n=225)
motor	62%				
Dieselmotor	20%				
Elektroantrieb	7%				
Plug-in Hybrid	5%				

puls Marktforschung GmbH

Basis: n=2.999 (Buyer) | Differenz zu 100% = „Sonstiges“

… bei Autokäufe gets unter 10.000.-€

Passive und a ehlung Automarken und Händler



Basis: n=2.999 (Automarke), n=2.248 (Autohändler) | Personen die ein Fahrzeug beim Markenhändler angeschafft haben

Upselling Poten *m bei niedrigeren Budgets.*

Geplanter und **schaffungspreis**

Beispielergebnis

	Geplante Budgets (Intender n=3.102)	Tatsächlicher Anschaffungspreis (Buyer n=2.999)	Upselling in %	GAP
Gesamt	**31.676 €**	**24.050 €**	**32%**	**7.626 €**
Budget bis 10.000€				
Budget bis 20.000€				
Budget ab 50.000€				

puls Marktforschung GmbH

Autokäufer mit [illegible] Budgets nutzen vor allem ...

Kontaktpunkte [illegible]chaffung

Beispielergebnis

	Gesamt (n=479)	Budget bis 10.000€ (n=146)	Budget ab 50.000€ (n=43)
Probefahrt	45%		
Online Fahrzeugportale	44%		
Händler/ Werkstatt	38%		
Gespräche mit Freunden, Bekannten oder Familie	37%		
Suchmaschinen	35%		
Händlerwebsite	33%		
Verkäufer	32%		
Testberichte in Fachzeitschriften/ ADAC	25%		
Herstellerwebsite	24%		
Videos im Internet	21%		
Online-Bewertungen anderer Kunden	17%		
Soziale Netzwerke/ Foren	14%		
Klassische Medien	10%		
Verkaufsfördermaßnamen	9%		
Veranstaltungen (z. B. Autohaus-Event, Messe)	7%	3%	19% ↑
Websites von Autobanken/ Kfz-Versicherungen	7%	8% ↑	2%
Beiträge von Influencern	5%	4%	12% ↑
Chat GPT (Chatbot mit künstlicher Intelligenz)	2%	2%	2%

puls Marktforschung GmbH

Autokäufer mit ni[illegible]udget sind eher weiblich, jünger, wohnen in kleineren Orte[illegible]n weniger Kilometer im Jahr.

Käuferprofile [illegible]00€ vs. Budget ab 50.000€

Beispielergebnis

		Budget bis 10.000€	Budget ab 50.000€
		55%	21%
		37 Jahre	44 Jahre
[illegible]einkommen bis 3.000€		[illegible]	
[illegible]nnort Ländliche Gegend/ Kleinstadt (bis 20.000 Einwohner)		[illegible]	
Gefahrene Kilometer pro Jahr		[illegible]	
Angeschafftes Fahrzeug Gebrauchtwagen		[illegible]	
Angeschaffter Antrieb Benzinmotor		[illegible]	
Angeschaffte Automarke:	VW	[illegible]	
	Opel	[illegible]	
	Ford	[illegible]	
Angeschafftes Fahrzeugsegment:	Mini/ Kleinwagen	[illegible]	
	(Untere) Mittelklasse	[illegible]	
	SUV	[illegible]	
Tatsächlicher Anschaffungspreis		[illegible]	
Barzahlung ohne Kredit		[illegible]	
Abschluss Kfz-Versicherung online		[illegible]	
Werkstattpräferenz	„In einer anderen Werkstatt“	49%	6%
	„Keine feste Werkstatt“	12%	2%

puls Marktforschung GmbH

Learnings

- Bezahlbare Mobilität wird zur Herausforderung, um Einstiegskunden zu gewinnen
- Charakteristika preisbewusster Autointeressenten:

1. GW-Dominanz
2. Ke
3. G
4. H lt, V
5. U
6. Ü
7. H portale, M ertungen a
8. H pschluss in
9. G
10. P angeboten

puls Marktforschung GmbH

Maßnahmen

- Budgetorientierte Fahrzeugsuche:

D itzte

unden mit

pen:

mmte

- mit

gnahme-

nd

- erträge,

puls Marktforschung GmbH

puls über puls

Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	12
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg
Kerngeschäft:	Integrierte Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien (Schwerpunkte: Automotive & Finance)
Unser Leistungsversprechen:	*For Better Decisions*
Aktive Mitgliedschaft:	ADM.

puls – Marktforschung und Maßnahmenempfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien

For Better Decisions – 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 12 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, Uniqa 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**

wessner@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

pulsMarktforschung · pulsmarktforschung · pulsMafo · puls Marktforschung

Ihre Ansprechpartner

Dr. Konrad Weßner

+49 911 9535-400
wessner@puls-marktforschung.de

Dipl. Betriebswirt

Seit 1992 Geschäftsführer
puls Marktforschung

Axel Schwalke
Leiter Online
+49 911 9535-420
schwalke@puls-marktforschung.de

Dipl. Kommunikationswirt

Seit 1999 Projekterfahrung
in der Marktforschung

Jonas Bandlow
Research Consultant
+49 911 9535-412
bandlow@puls-marktforschung.de

Bachelor of Arts
Wirtschaftswissenschaften

4 Jahre Projekterfahrung
in der Marktforschung

Die Mobilitätsbedürfnisse wandeln sich, Sie auch?

Steigen Sie ein in den Wachstumsmarkt der individuellen Mobilität rund ums Auto.

Wir begleiten Sie!

Vielen Dank!

Dr. Konrad Weßner
Geschäftsführer

puls Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig b. Nürnberg

Telefon: + 49 911 9535-400 | Fax -404
E-Mail: wessner@puls-marktforschung.de
Internet: www.puls-marktforschung.de

Noch Fragen?
0911 - 95 35 400