

Tuning Trends: Individualisierung als Frischzellenkur für das Auto

puls Studie zum Zubehör- und Tuninggeschäft

von

puls Marktforschung GmbH

Dr. Konrad Weißner

31. Oktober 2014

Stichprobe

Befragung von Personen über den *puls* AutokäuferMonitor, die den Kauf eines Fahrzeugs planen bzw. vor kurzem ein Fahrzeug gekauft haben, davon:

Thema	Individualisierung und Tuning		Zubehörkauf
Erhebungszeitraum	August 2014 01.08.-11.08.2014	November 2010 05.11.-12.11.2010	Oktober 2014 24.09. – 02.10.2014
Stichprobe	n=1.001	n=988	n=1.010

 **Befragungsdauer**
ca. 8 Minuten

 **Methode**
Online-Befragung über den *puls* AutokäuferMonitor

 **Konzeption, Analyse und Interpretation**
puls Marktforschung GmbH, Schwaig b. Nürnberg

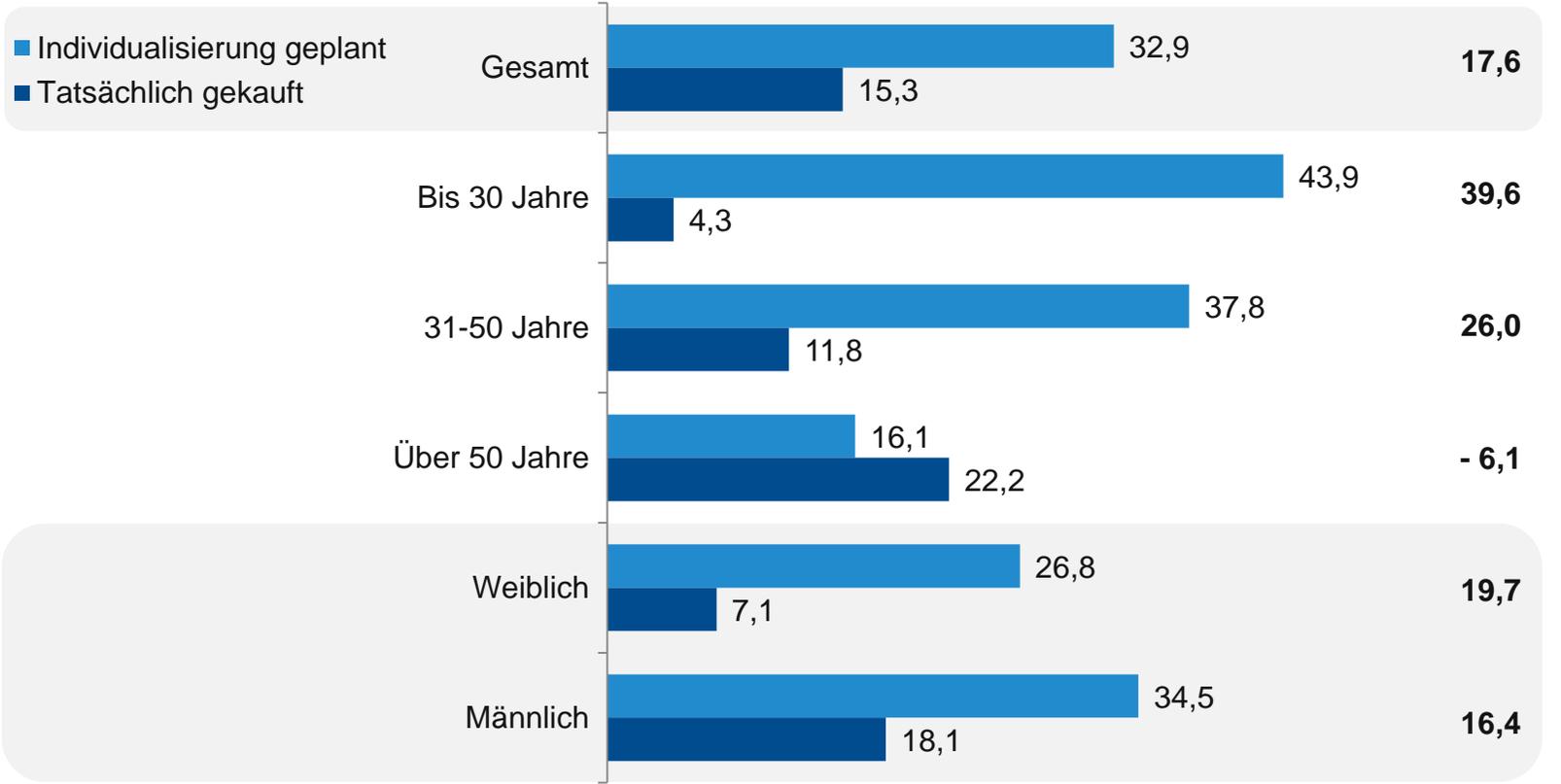
Jeder Dritte Neuwagenkäufer plant eine Individualisierung / den Kauf von Tuningteilen, (nur) 15% kaufen dann tatsächlich.



Planung und Umsetzung von Individualisierung/ Tuning - Neuwagenkäufer

Planen Sie im Zuge Ihres aktuellen Autokaufs auch Ihr Fahrzeug zu individualisieren, also den zusätzlichen Kauf von Tuningteilen und -zubehör?
 Haben Sie im Zuge Ihres aktuellen Autokaufs zusätzlich Tuningteile und -zubehör für ihr Fahrzeug gekauft?

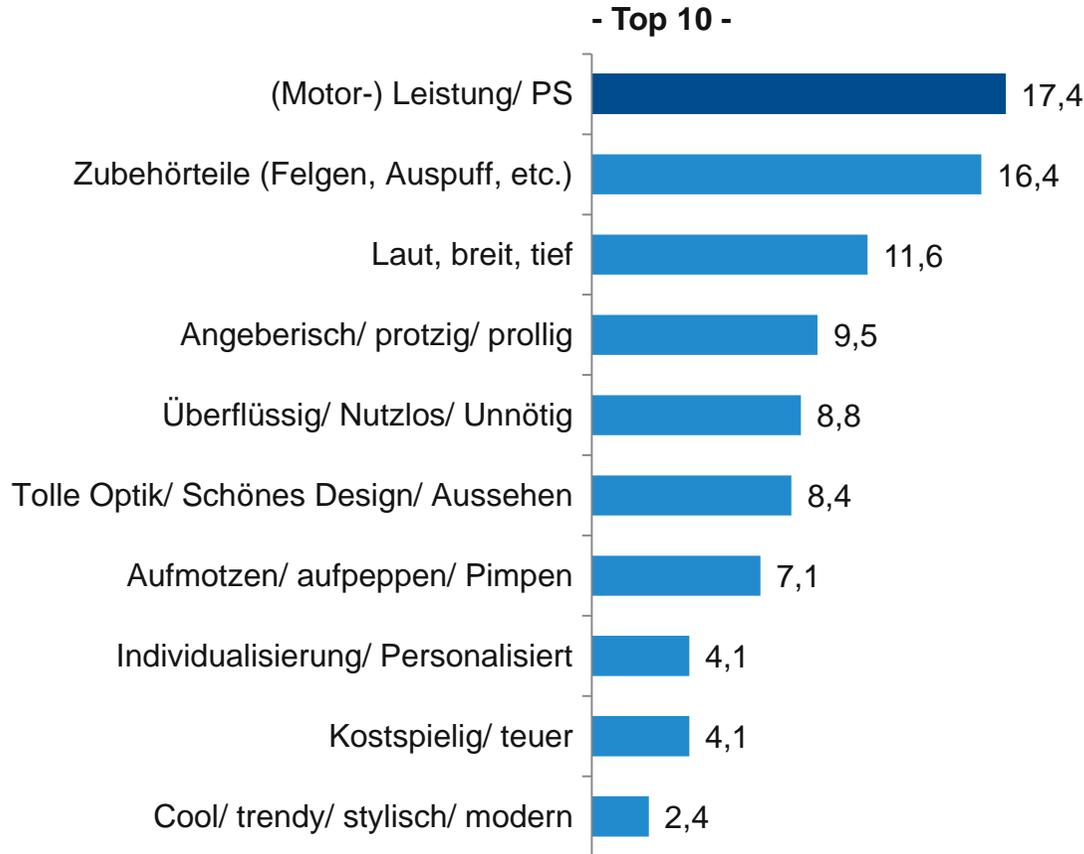
Antwort: Ja



Mit „Tuning“ wird Motorleistung, Zubehör, Lautstärke und „Angeben“ verbunden.

Assoziationen zum Thema „Tuning“ – offen abgefragt

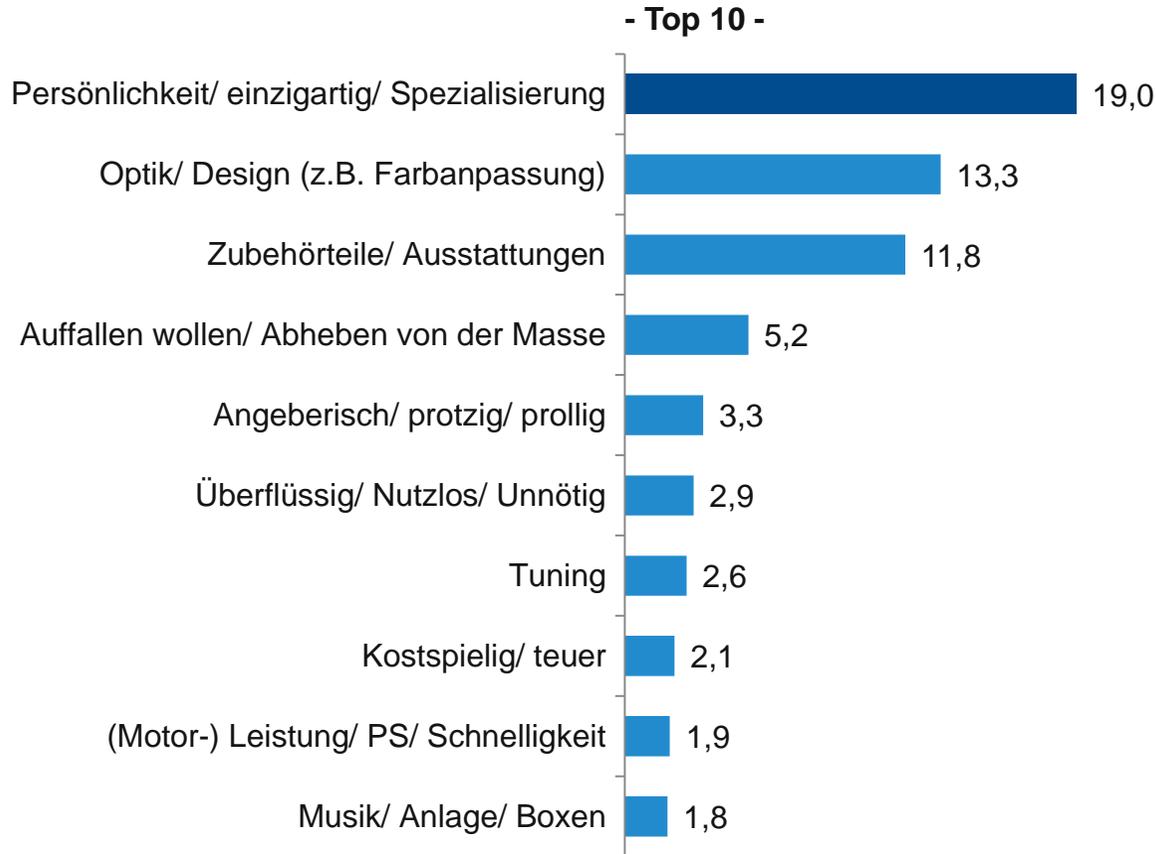
Welche Assoziationen fallen Ihnen spontan zum Thema "Tuning" ein?



Individualisierung wird eher mit dem Ausdruck seiner Persönlichkeit in Verbindung gebracht.

Assoziationen zum Thema „Individualisierung“ – offen abgefragt

Welche Assoziationen fallen Ihnen spontan zum Thema "Individualisierung" ein?





Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	20
Mitarbeiter Telefonstudio:	140
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg

Kerngeschäft: Quantitative und qualitative Marktforschung

Ziel: *For Better Decisions*
Effiziente Marktforschung und
Empfehlungen für bessere Entscheidungen
und Strategien.

Aktive Mitgliedschaften:



Referenzen





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.

IV. Typische Individualprojekte von puls in der Automobilbranche



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
FOR BETTER DECISIONS

puls MARKTFORSCHUNG GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg
www.puls-marktforschung.de

Telefon +49 911 9535-400
Fax +49 911 9535-404
E-Mail info@puls-marktforschung.de

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