

# ***Rückrufaktionen: Automobilhandel repariert Imageschäden***

*puls Studie bei 1.002 Autokäufern zur Wahrnehmung von Rückrufaktionen*

von  
puls Marktforschung GmbH  
Dr. Konrad Weißner  
29. August 2014



✓	Stichprobe (Nettofallzahl)	n = 1.002 Interviews mit Personen, die in den nächsten 12 Monaten den Kauf eines Fahrzeugs planen oder in den vergangenen 12 Monaten ein Fahrzeug gekauft haben.
✓	Erhebungsmethode	Online Interviews
✓	Befragungsdauer	3 Minuten
✓	Erhebungszeitraum	30.05.-06.06.2014
✓	Konzept, Durchführung und Interpretation	puls Marktforschung GmbH

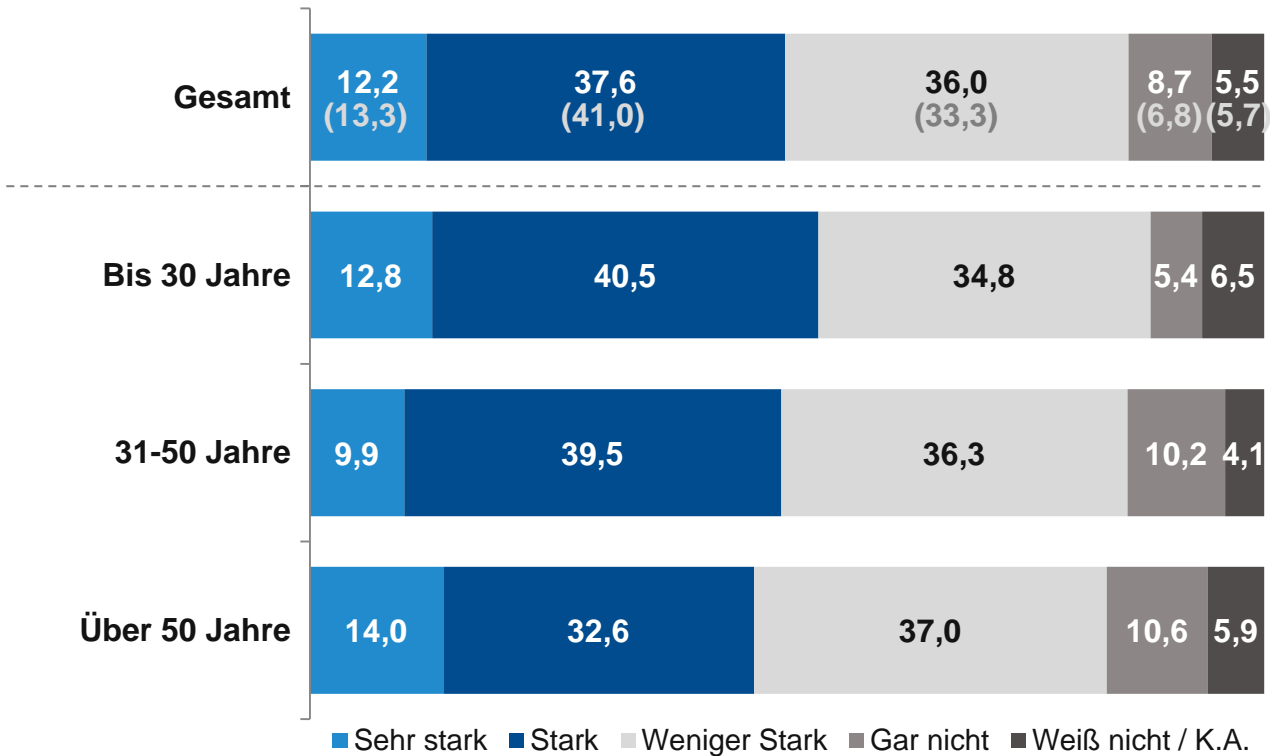


# Hoher aber leicht rückläufiger Vertrauensverlust durch Rückrufaktionen, vor allem bei Jüngeren.



## Vertrauensverlust durch Rückrufaktionen – nach Alter

Wie stark schädigt eine Rückrufaktion Ihr Vertrauen in eine Automarke?



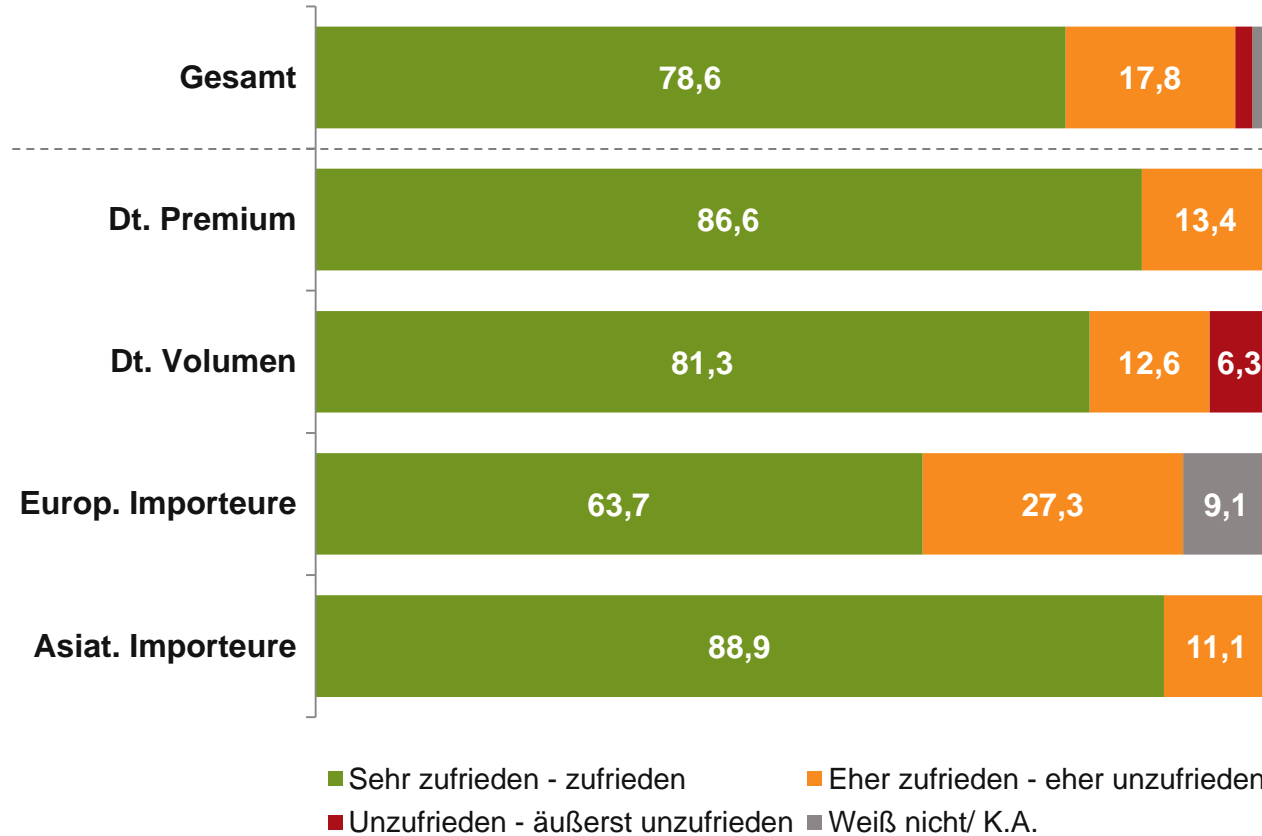
( ) = Werte aus Autokäuferpuls  
Januar 2012 | Angaben in %



**Insgesamt sind 79% der betroffenen Kunden mit der Durchführung der Rückrufaktionen (sehr) zufrieden.**

## Zufriedenheit mit dem Umgang mit Rückrufaktionen – nach strat. Gruppen

Wie zufrieden waren Sie mit der Durchführung dieser Rückrufaktion?



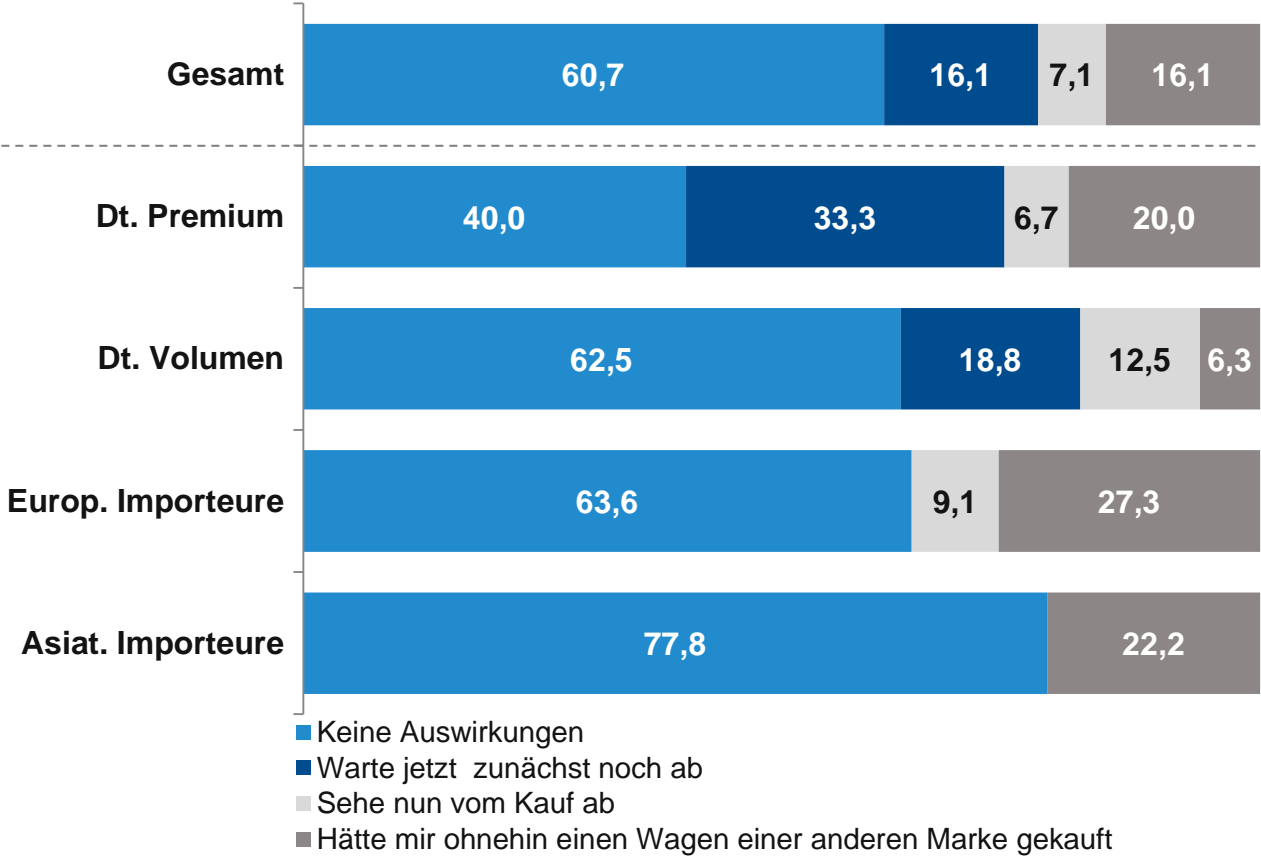


# Für 61% haben Rückrufaktionen keine Auswirkung auf den zukünftigen Kauf der jeweiligen Automarke.



## Einfluss auf zukünftigen Kauf – nach strat. Gruppen

Und welchen Einfluss hatte diese Rückrufaktion bei Ihnen bezüglich eines erneuten Kaufs Ihrer aktuell gefahrenen Marke?







Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	18
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:**





# Ausgewählte 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)



## Banken Monitor 2014

### **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.



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