

Moderner Lebensstil als Kauftreiber für Elektroautos

puls-Trendmonitor zu den Marktchancen von Elektrofahrzeugen

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

Stichprobe

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

Februar 2009	Mai 2012	Dezember 2013
643	1.006	1.014

Befragungsdauer ca. 6 Minuten

Methode Online-Befragung über den *puls* AutokäuferMonitor

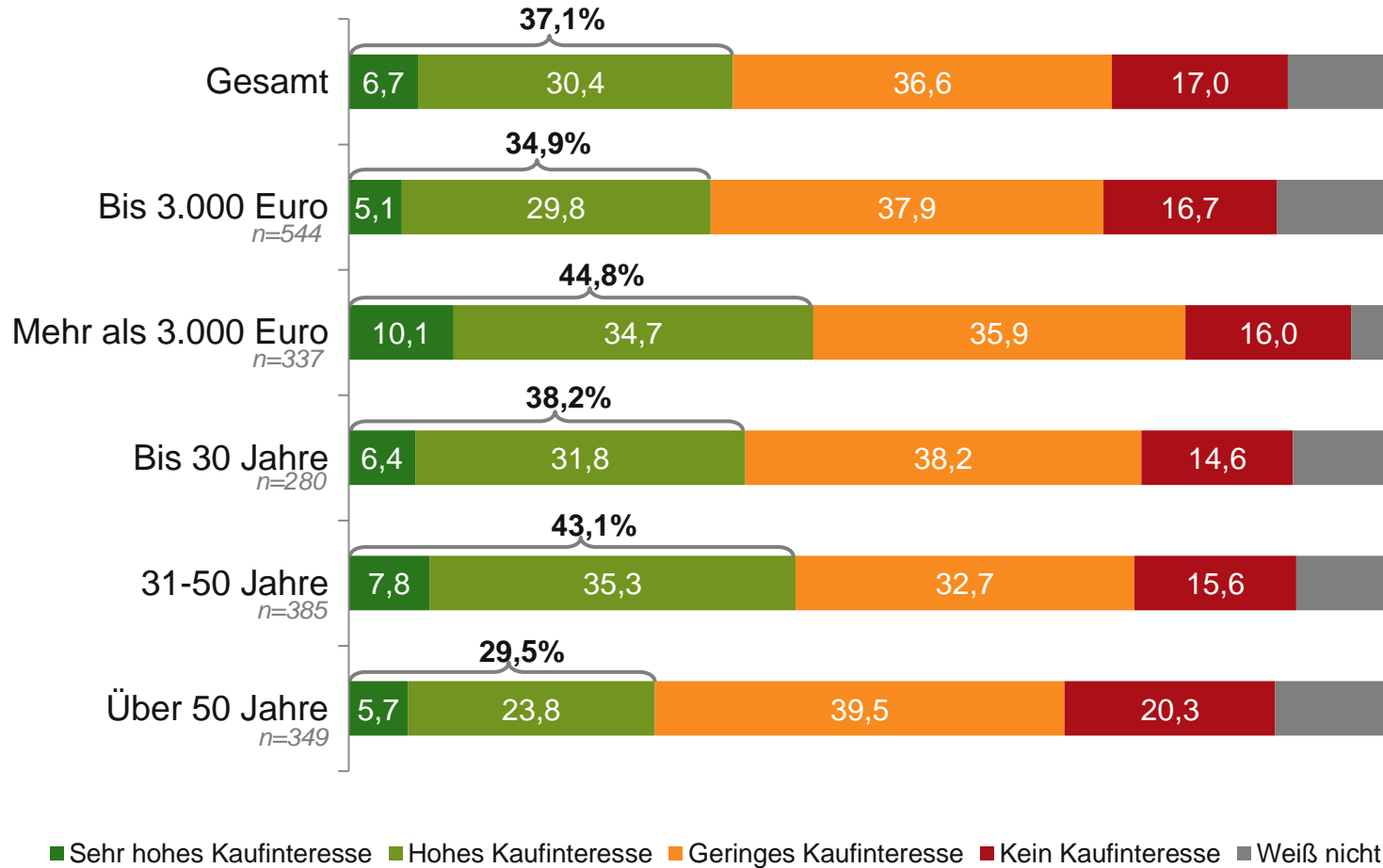
Konzeption, Analyse und Interpretation *puls* Marktforschung GmbH, Schwaig b. Nürnberg

Merkmal	Stichprobenstruktur	
	Dezember 2013	
Geschlecht	Weiblich:	29%
	Männlich:	71%
Alter	18-30 Jahre:	28%
	31-50 Jahre:	38%
	Über 50 Jahre:	34%
Netto-Haushalts-Einkommen pro Monat	Bis unter 2.000,- €:	25%
	2.000,- € bis 3.000,- €:	28%
	3.000,- € bis 4.000,- €:	19%
	4.000,- € und mehr:	15%
	Keine Angabe:	13%
Gesamt	n= 1.014	

37% der deutschen Autokäufer und 45% der Besserverdienenden äußern Kaufinteresse an Elektroautos

Allgemeines Kaufinteresse – nach Einkommen und Alter


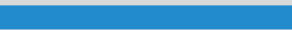
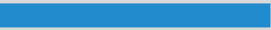












Könnten Sie sich grundsätzlich vorstellen, in den nächsten Jahren ein Elektrofahrzeug zu kaufen?



Höchstes Kaufinteresse am BMW i3

Kaufinteresse Elektrofahrzeugmodelle – Top 15 – Top 2 Box

Wie interessant ist es für Sie jetzt oder später dieses Elektrofahrzeug zu kaufen? (Skala 1-6, wobei 1=Sehr interessant bis 6 = Uninteressant)

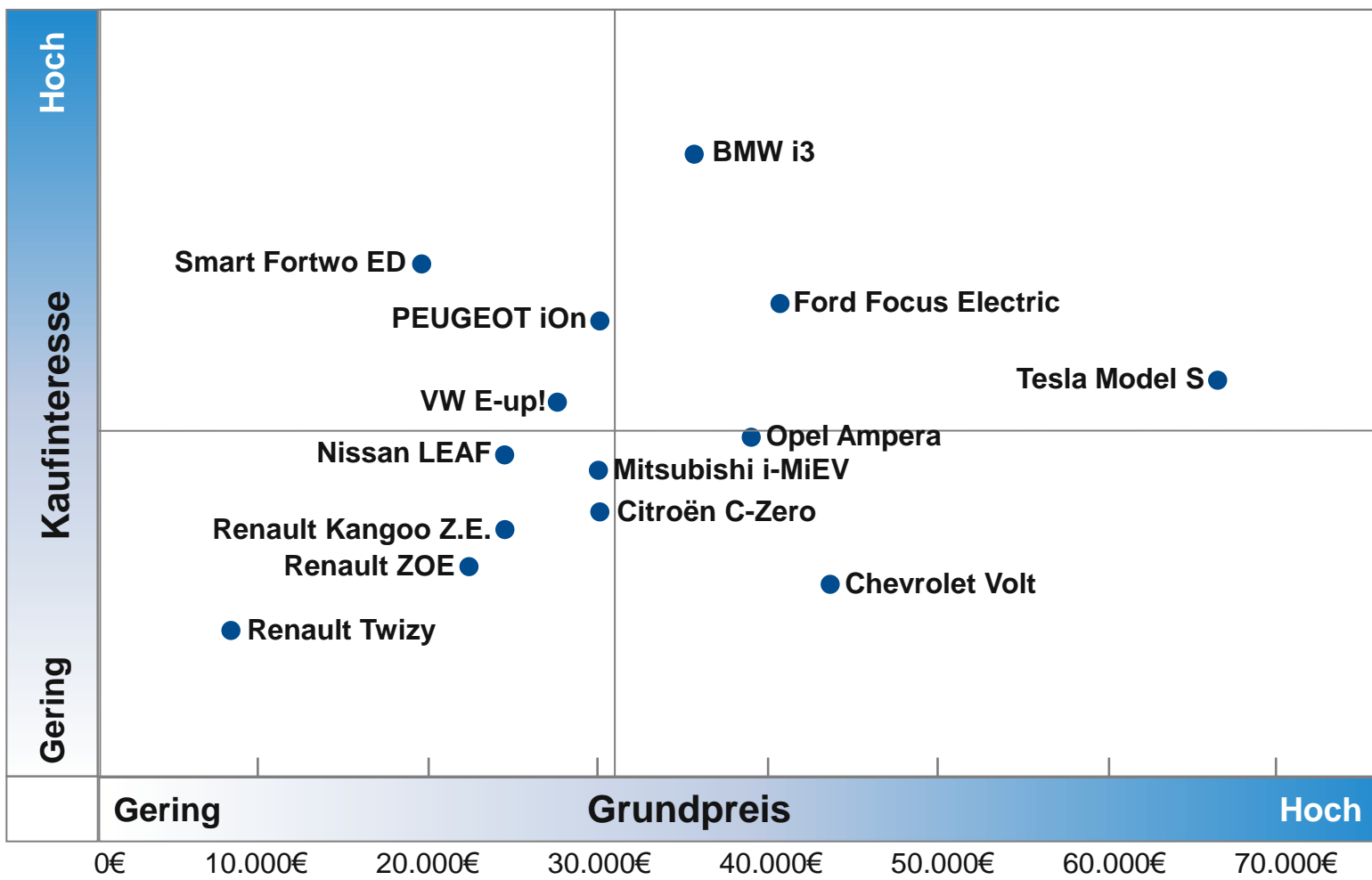
		Alter			Geschlecht	
		< 30 J.	31-50 J.	> 50 J.	W	M
BMW i3	 28,4	29,9	36,2	19,2	29,1	28,1
Smart Fortwo ED	 23,4	22,2	26,5	20,0	28,6	22,2
Ford Focus Electric	 21,6	23,1	19,5	22,3	22,8	21,0
PEUGEOT iOn	 20,8	36,4	14,7	14,3	38,9	15,3
Tesla Model S	 18,1	30,7	21,3	7,3	18,8	18,0
VW E-up!	 17,1	16,8	19,0	15,2	25,0	15,8
Opel Ampera	 15,5	23,8	14,1	12,0	21,6	14,5
Nissan LEAF	 14,7	16,2	20,0	6,1	9,6	16,0
Mitsubishi i-MiEV	 14,0	15,0	18,4	7,1	10,0	14,5
Tesla Roadster	 13,1	18,6	12,6	8,9	26,6	11,8
Citroën C-Zero	 12,1	15,0	17,2	6,8	11,8	12,2
Renault Kangoo Z.E.	 11,3	11,1	8,8	14,3	13,3	10,7
Renault ZOE	 9,6	18,8	6,5	6,4	6,7	10,0
Chevrolet Volt	 8,8	12,9	7,2	6,9	0,0	9,3
Renault Twizy	 6,7	0,0	9,2	7,6	3,6	7,2

Der Preis spielt keine signifikante Rolle beim Kaufinteresse für Elektrofahrzeuge



Kaufinteresse vs. Kaufpreis – Elektrofahrzeugmodelle

Von welchen der folgenden Elektrofahrzeuge haben Sie schon einmal gehört?





Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	18
Mitarbeiter Telefonstudio:	140
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg

Kerngeschäft: **Quantitative und qualitative Marktforschung**
(Schwerpunkte: Automotive und Finance)

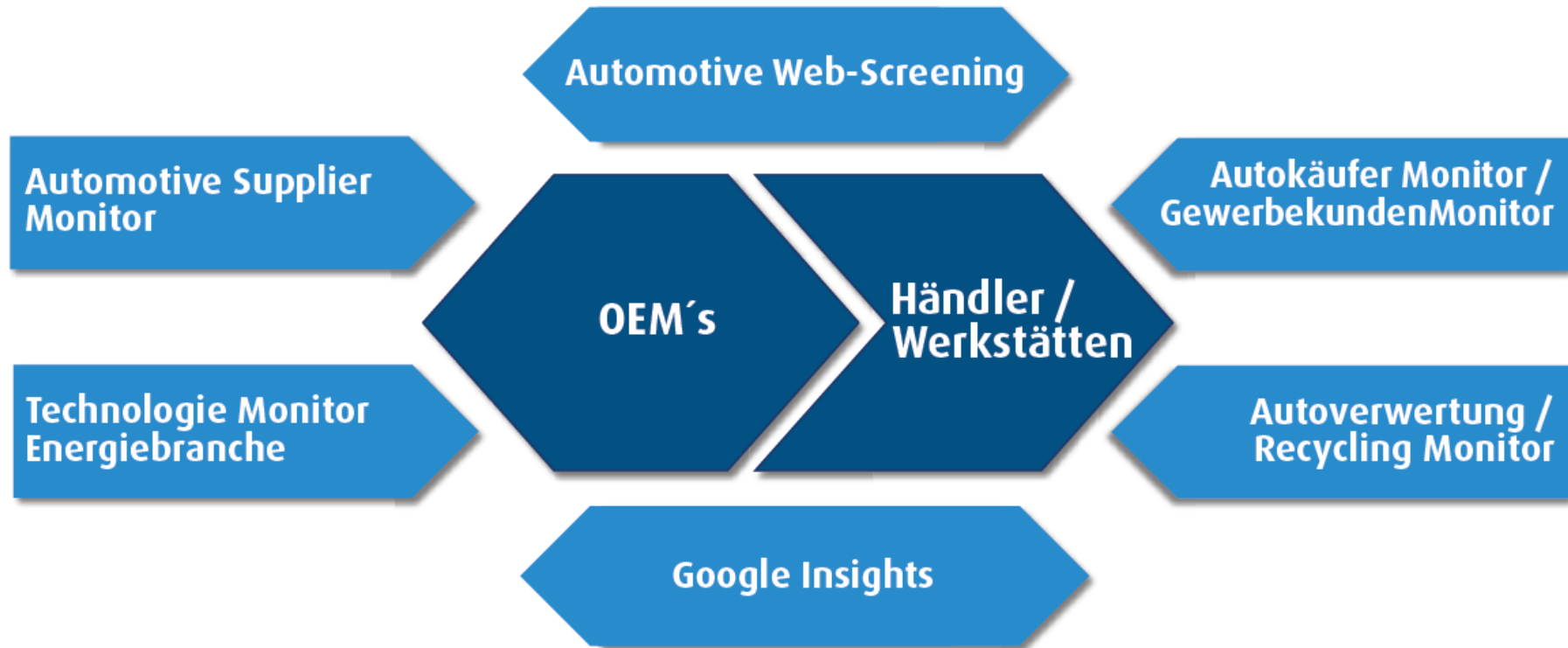
Ziel: **For Better Decisions**
Individuelle Marktforschungskonzepte und
Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien.

Aktive Mitgliedschaften:



DGOF







pulsSchlag

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



Autohaus Online-Panel

Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern



AutokäuferMonitor / GewerbekundenMonitor

Markenübergreifende Befragung von monatlich 1.000 Autokäufern und 1.500 Autoflottenkunden (2x jährlich).



SchwackeMarkenMonitor/ AUTOHAUS BankenMonitor/ AUTOHAUS VersicherungsMonitor

Jährliche Messungen der Händlerzufriedenheit mit Herstellern/Importeuren, Autobanken und Versicherungen.



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