

Für Autokäufer bleiben Händler unverzichtbar

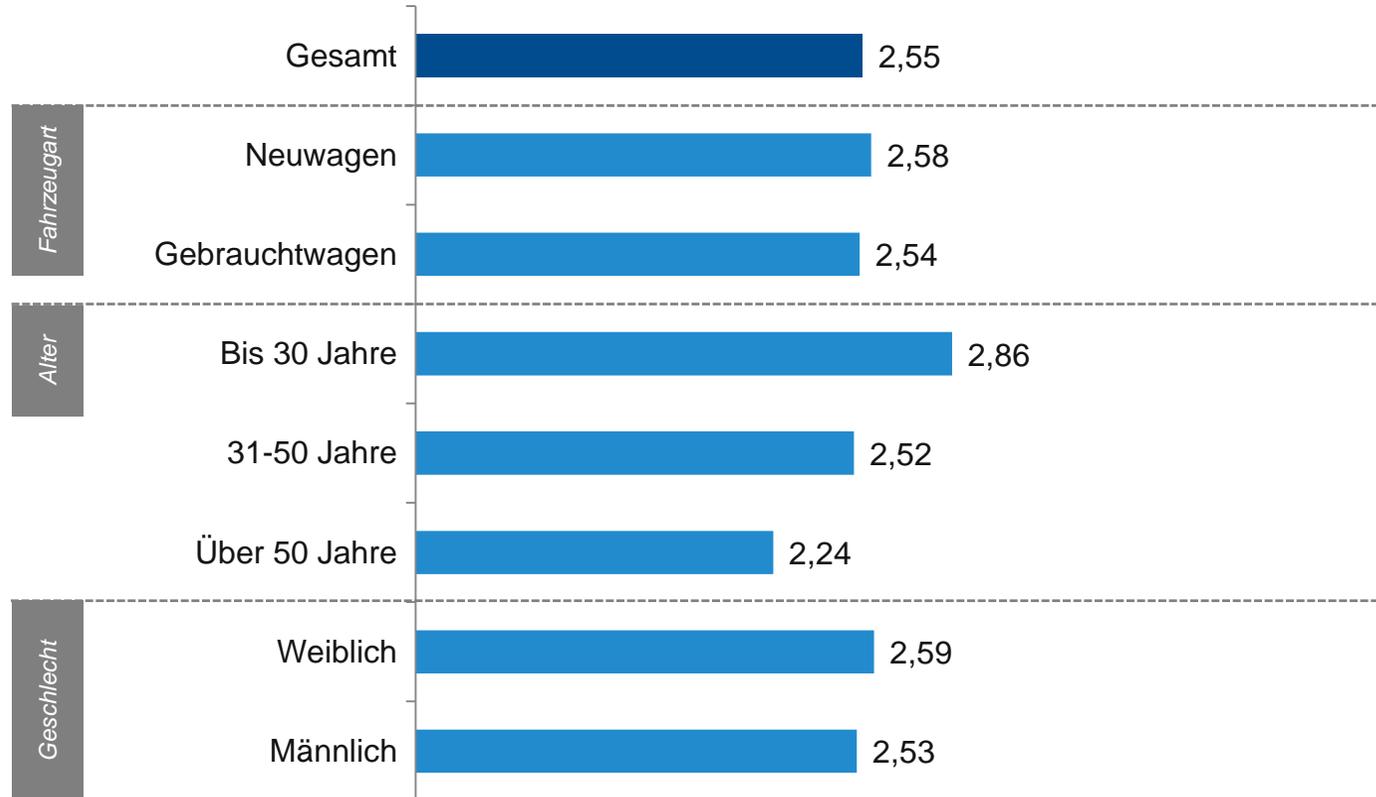
Repräsentative puls- Studie bei 2.032 Autokäufern in Deutschland

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weißner
14. März 2014

✓	Stichprobe (Nettofallzahl)	n = 2.032 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	8 Minuten
✓	Konzept, Durchführung und Interpretation	<i>puls</i> Marktforschung GmbH

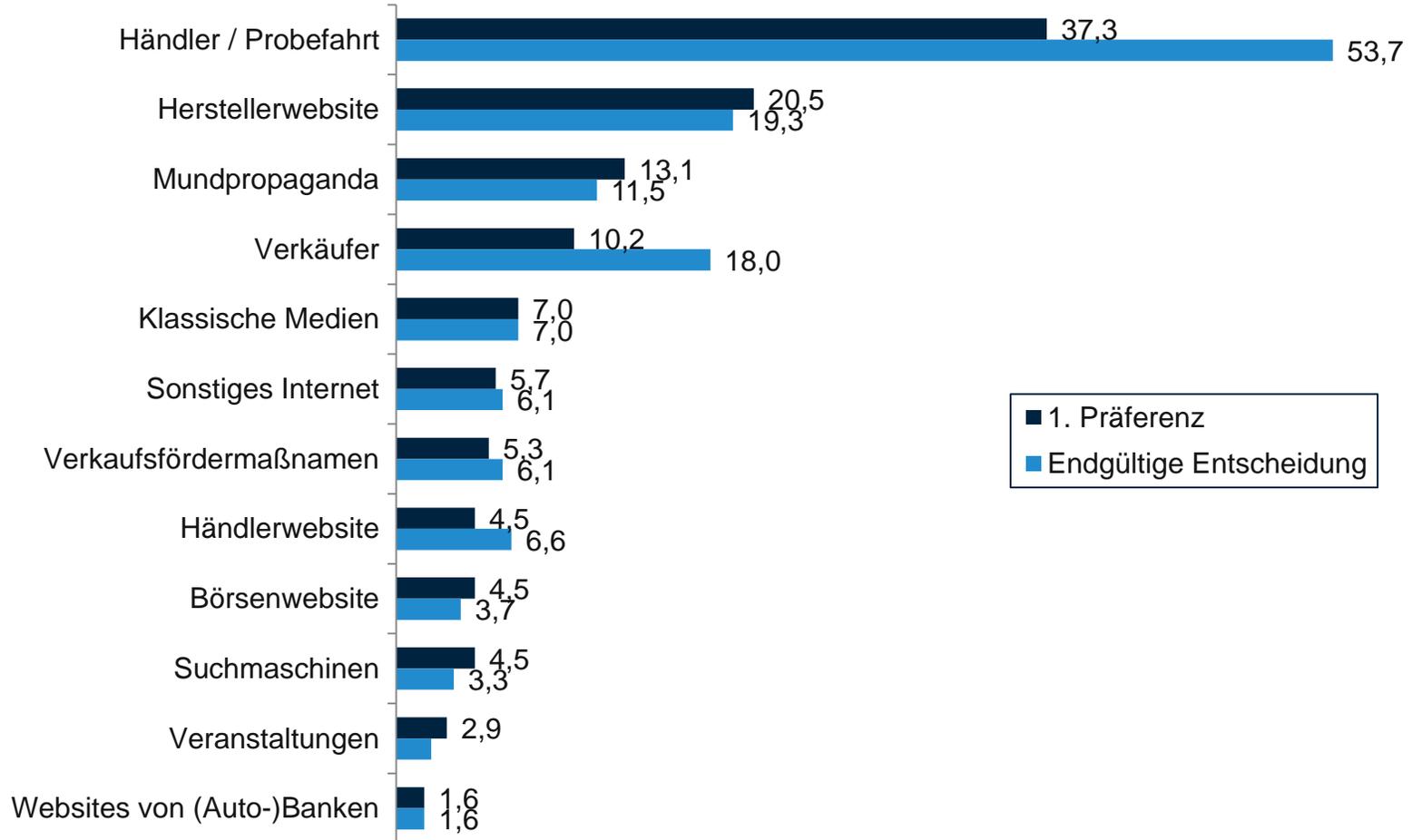
2,6 Kontaktpunkte führen zum Autokauf.

Durchschnittliche Anzahl der vor dem Autokauf genutzten Kontaktwege



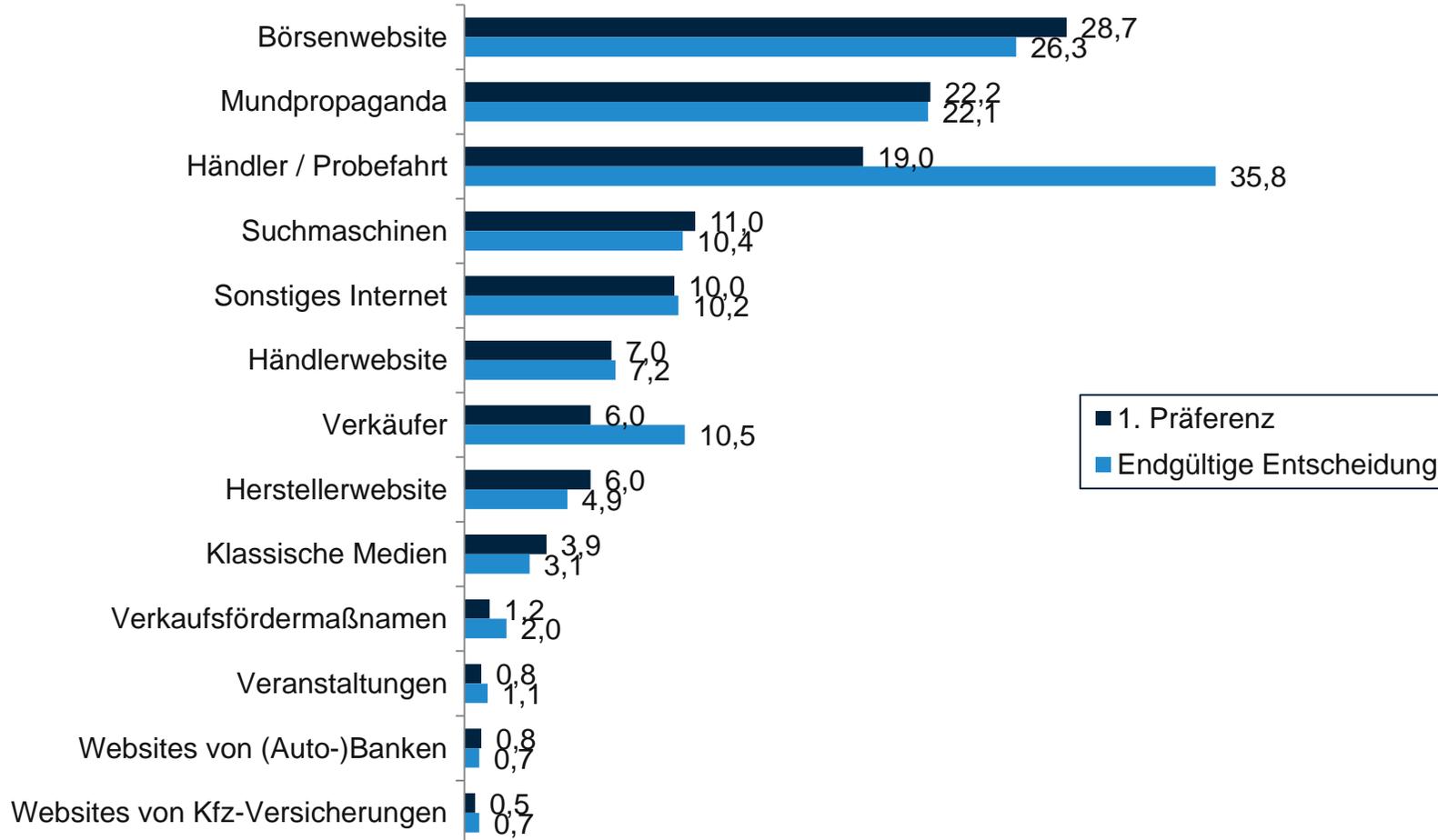
Mehr als jeder zweite Neuwagenkäufer fällt beim Händler / der Probefahrt seine endgültige Entscheidung.

Erste Präferenz und endgültige Entscheidung - Neuwagen



36% der Gebrauchtwagenkäufer fällen ihre endgültige Entscheidung beim Händler.

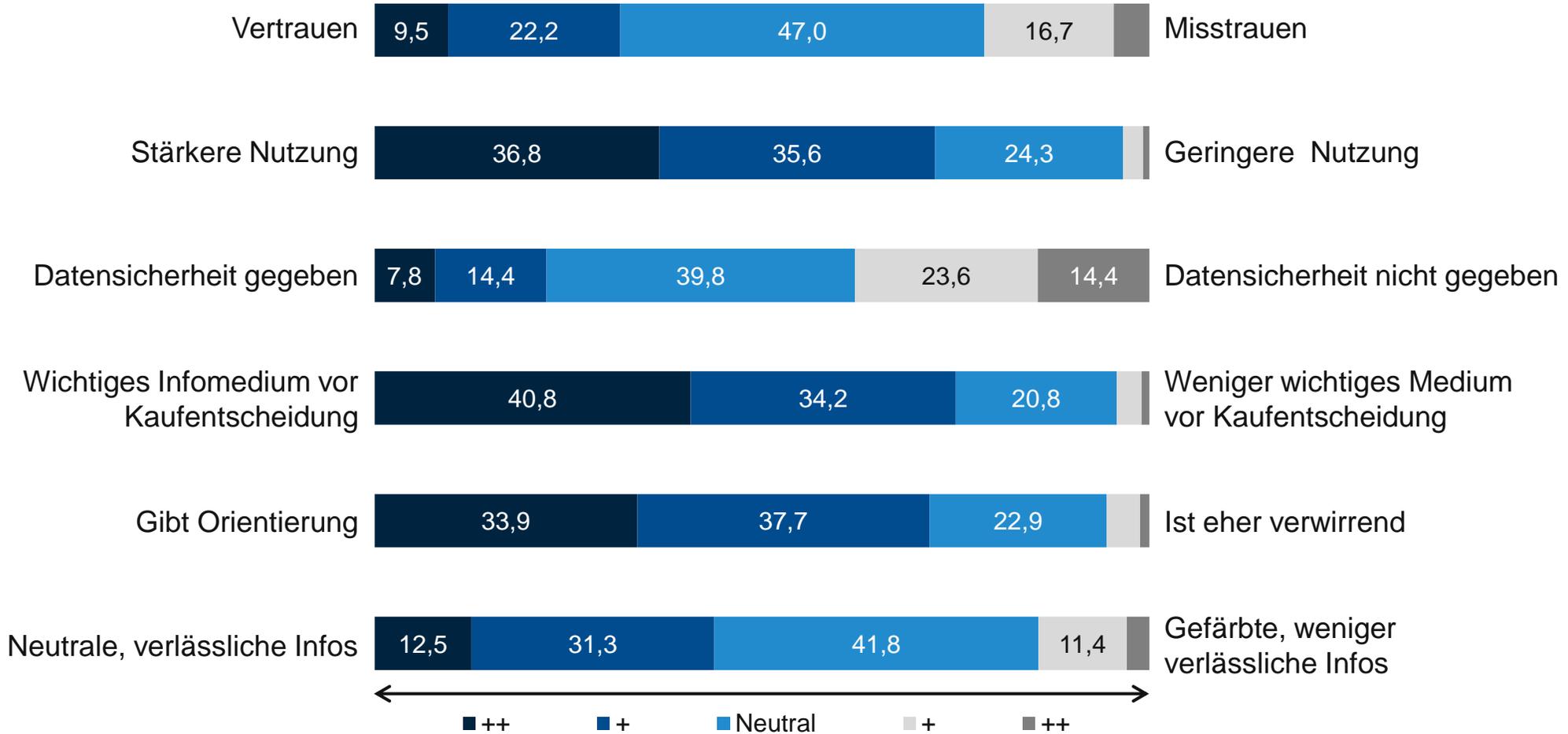
Erste Präferenz und endgültige Entscheidung - Gebrauchtwagen



Das Internet bleibt als Informationsmedium für Autokäufer wichtig, weckt aber auch Misstrauen.



Zukunft des Internets





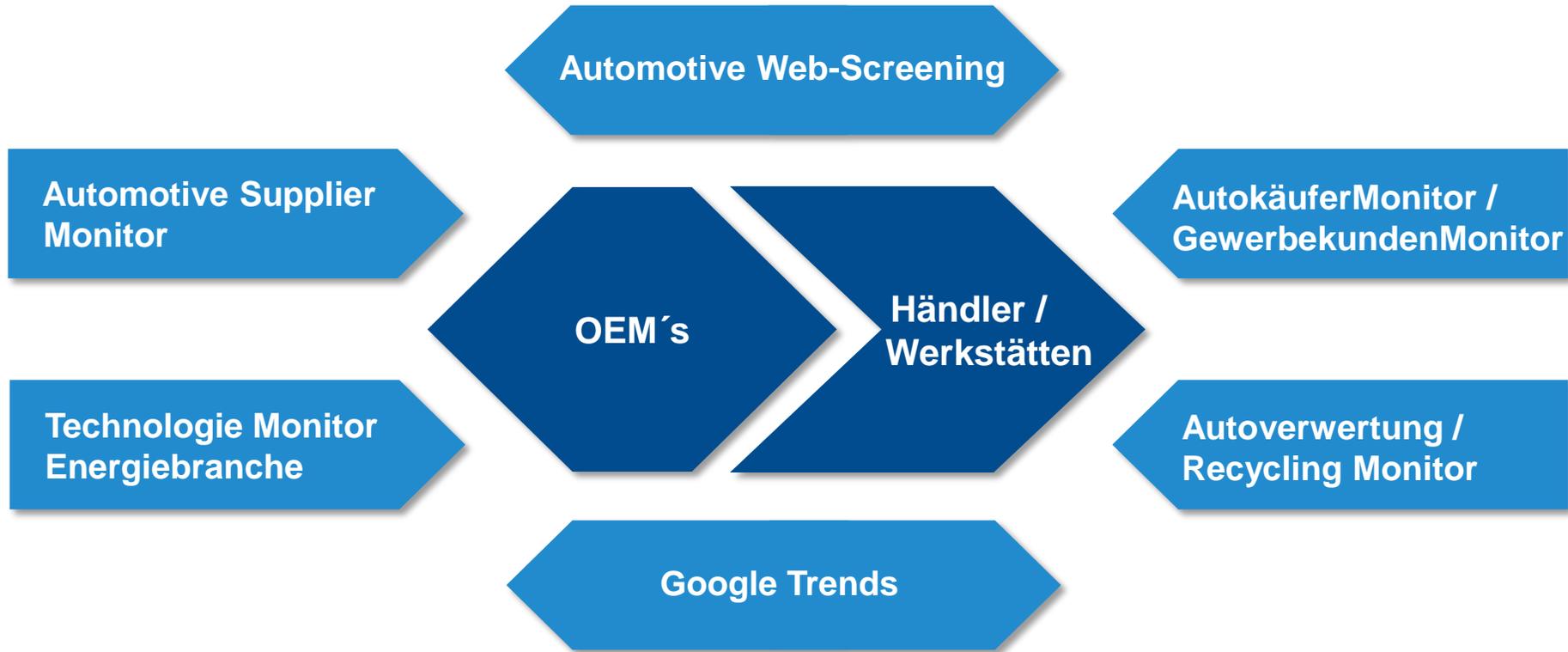
Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	20
Mitarbeiter Telefonstudio:	140
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg

Kerngeschäft: Quantitative und qualitative Marktforschung

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

Aktive Mitgliedschaften:





Automotive Supplier Monitor

Markttrends bei Automobilzulieferern (Entscheiderstudie 2x jährlich).

TechnologieMonitor Energiebranche

Technologietrends auf dem Weg zu erneuerbaren Energien (Entscheiderstudie 2x jährlich).

Automotive WebScreening / Google Insights

Analyse der Kundenbewertungen im Web 2.0 sowie der Google-Suchanfragen zu Automobilherstellern, Fahrzeugen, Autohäusern etc.

Monitorings bei Händlern und Werkstätten

Autohaus Online-Panel

Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern.

***puls*Schlag**

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

Schwache MarkenMonitor/ AUTOHAUS BankenMonitor/ AUTOHAUS VersicherungsMonitor:

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

AutokäuferMonitor / GewerbekundenMonitor

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

Autoverwertung / Recycling

Trends zur Wiederverwertung von Fahrzeugen (Entscheiderstudie 2x jährlich).



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