

Jüngere Kunden wollen Orientierung im Internet-Dschungel

Repräsentative Studie von puls bei 1.195 Personen in Deutschland

puls Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

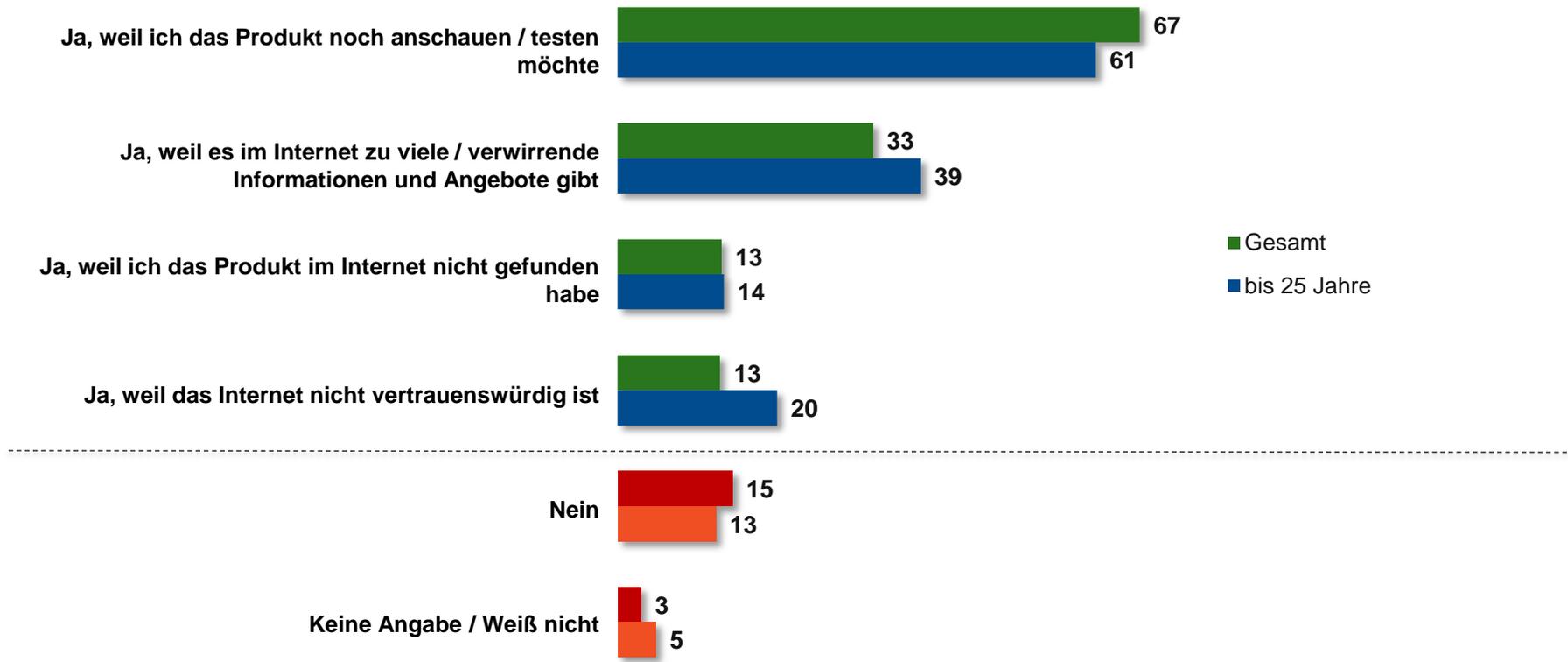
www.puls-marktforschung.de

Das Internet ist vor allem für Jüngere eher verwirrend und weniger vertrauenswürdig



Kaufentscheidungen mit Informationsbedarf nach Internet-Recherche

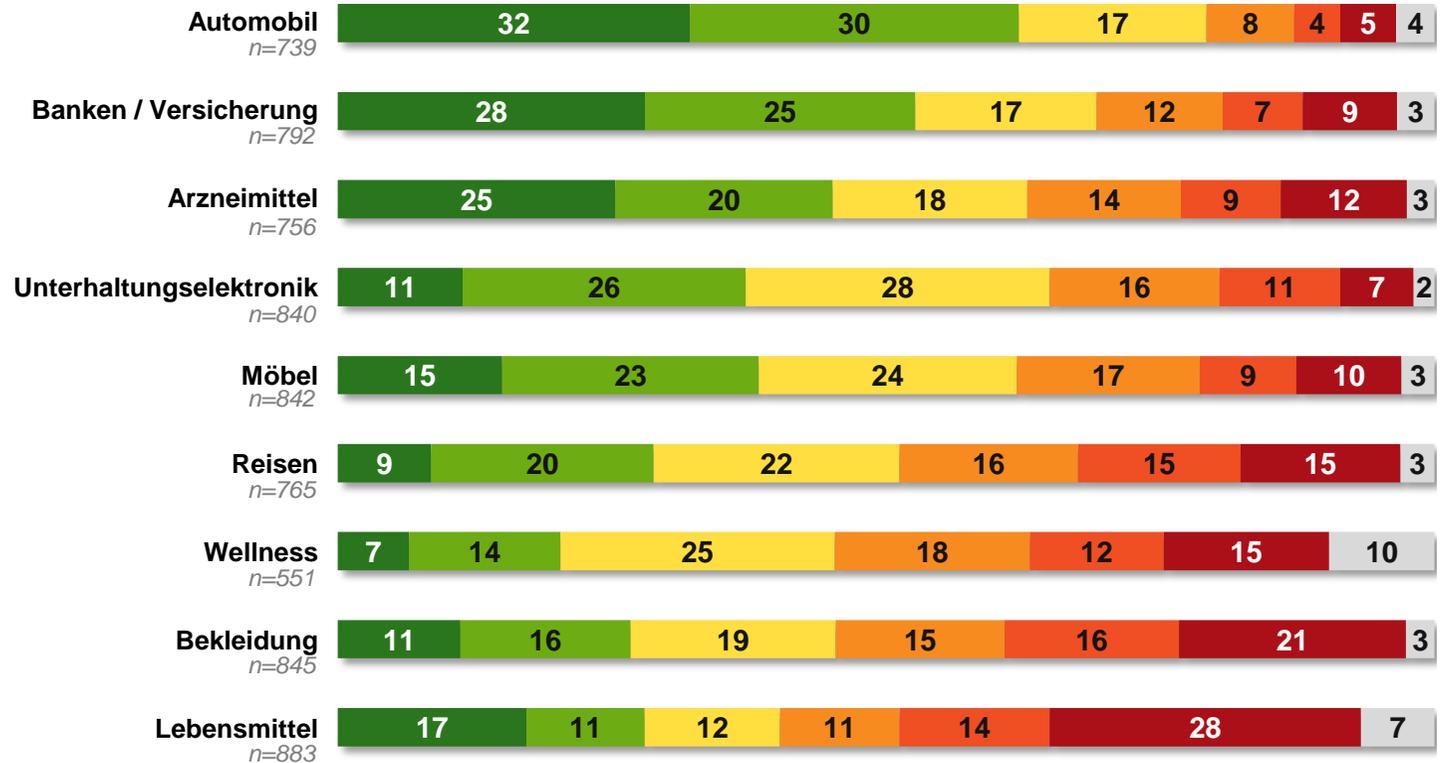
Gibt es Kaufentscheidungen, bei denen Sie nach der Recherche im Internet noch Informationsbedarf haben? (Mehrfachnennungen möglich)



Trotz (oder wegen?) des Internet bekunden v.a. Kunden in der Automobil- und der Finanzbranche Beratungsbedarf

Beratungsbedarf nach Internet-Recherche

Inwieweit haben Sie nach einer Information im Internet in folgenden Branchen i. d. R. noch Beratungsbedarf?
Orientieren Sie sich bitte an der Skala von 1=starken Beratungsbedarf bis 6=keinen Beratungsbedarf



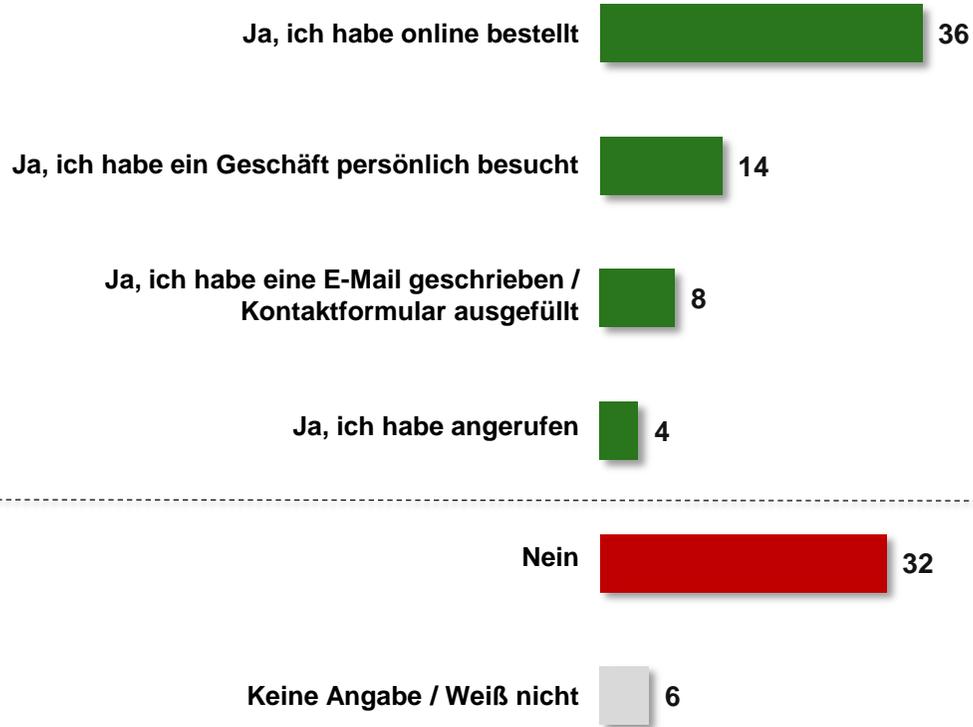
■ 1 = starken Beratungsbedarf ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 = keinen Beratungsbedarf ■ keine Angabe

Die Website animiert nur 14% der Kunden zum Besuch des Geschäfts



Wirkung von Websites

Wenn Sie an Ihren letzten Besuch der Website eines Anbieters / Händlers denken: Hat Sie dieser Besuch animiert, sich mit diesem Anbieter / Händler in Verbindung zu setzen?





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:





puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Telefon 0911-9535-409
Fax 0911-9535-404

kraft@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de