

Connected Cars: Einfluss von Google Glass auf die Nutzung des Internet in Fahrzeugen

Repräsentative Studie von puls bei 1.011 Autokäufern in Deutschland

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

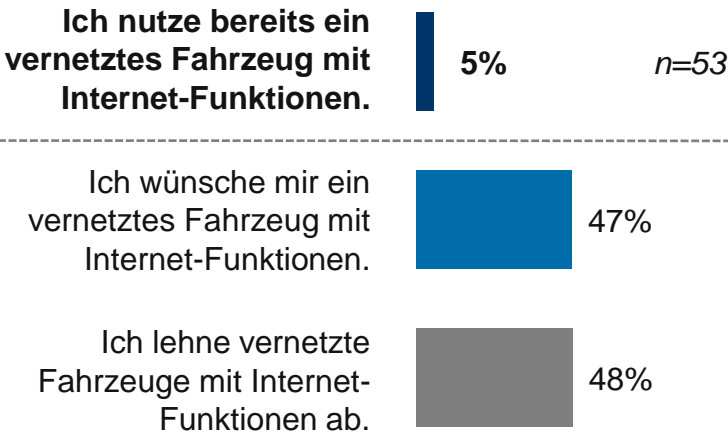
5 Prozent nutzen bereits Internet-Funktionen im Auto.



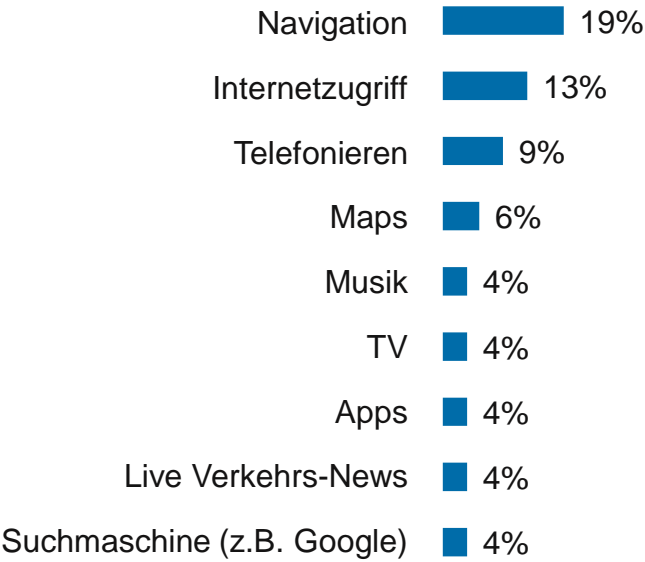
Nutzung von Connected Cars

Wie stehen Sie zu Internet-Funktionen im Auto? Welche Funktionen (des vernetzten Fahrzeugs) nutzen Sie? Hat das vernetzte Fahrzeug grundsätzlich Ihre Erwartungen erfüllt?

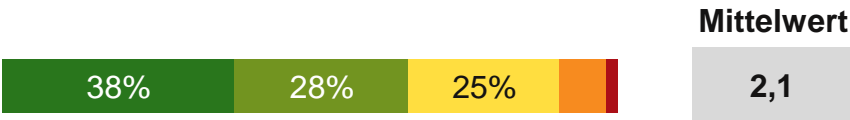
Internet-Funktionen im Auto



Genutzte Funktionen



Erfüllung der Erwartungen



■ 1 = Voll und ganz erfüllt ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 = Überhaupt nicht erfüllt

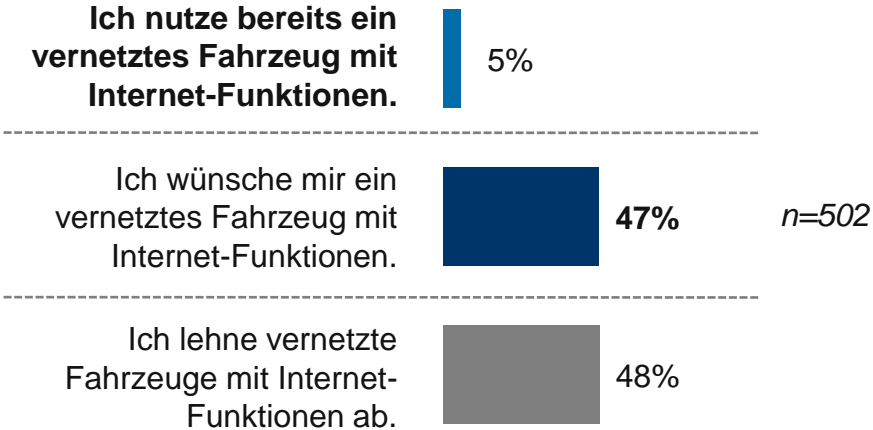
Jeder zweite Autokäufer wünscht sich ein vernetztes Fahrzeug mit Internet-Funktionen.



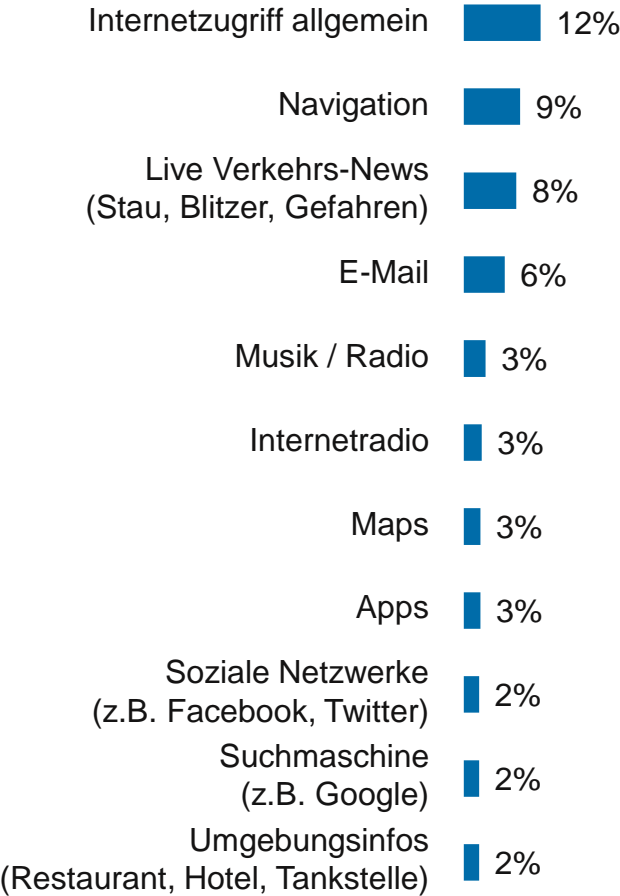
Wunsch ein Connected Car zu besitzen

Wie stehen Sie zu Internet-Funktionen im Auto? Welche Funktionen würden Sie sich wünschen?

Internet-Funktionen im Auto



Gewünschte Funktionen

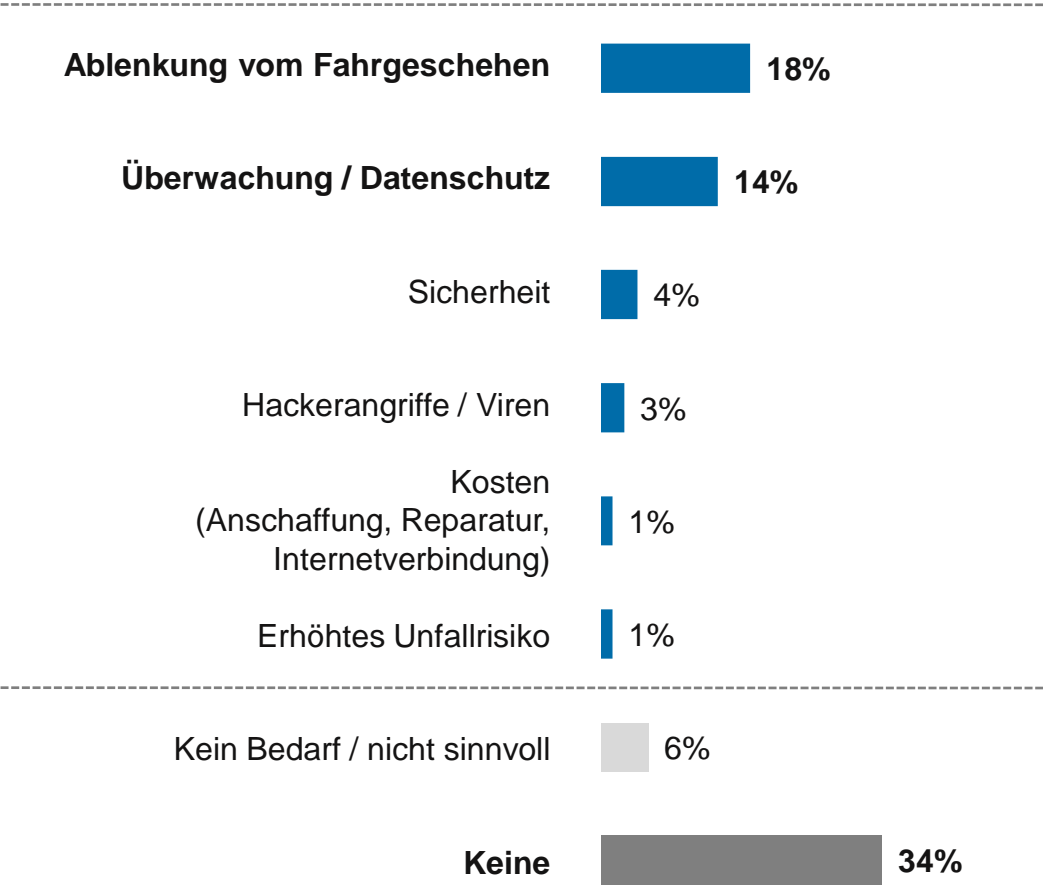


Ablenkung des Fahrers und Überwachung/Datenschutz als größte Bedenken gegenüber Connected Cars.



Bedenken gegenüber Connected Cars

Welche Bedenken haben Sie gegenüber vernetzten Fahrzeugen?



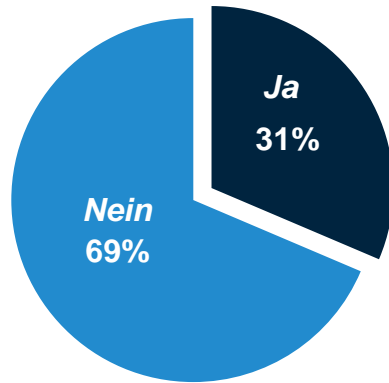
Alter			Geschlecht	
Bis 30 Jahre	31-50 Jahre	Über 50 Jahre	Weiblich	Männlich
n=335	n=357	n=319	n=252	n=759
20%	15%	19%	24%	16%
16%	12%	15%	14%	14%
33%	37%	31%	27%	36%

Jeder dritte Autokäufer kennt die Google Glass, davon äußern 28 Prozent Kaufinteresse.

Bekanntheit und Kaufinteresse an Google Glass

Haben Sie bereits von der Google Glass gehört? Wie interessant wäre es für Sie, eine solche "Google Glass" zu kaufen?

Bekanntheit



Kaufinteresse

1 = Sehr interessant



2



3



4



5



6 = Uninteressant



Top Box
27,5%

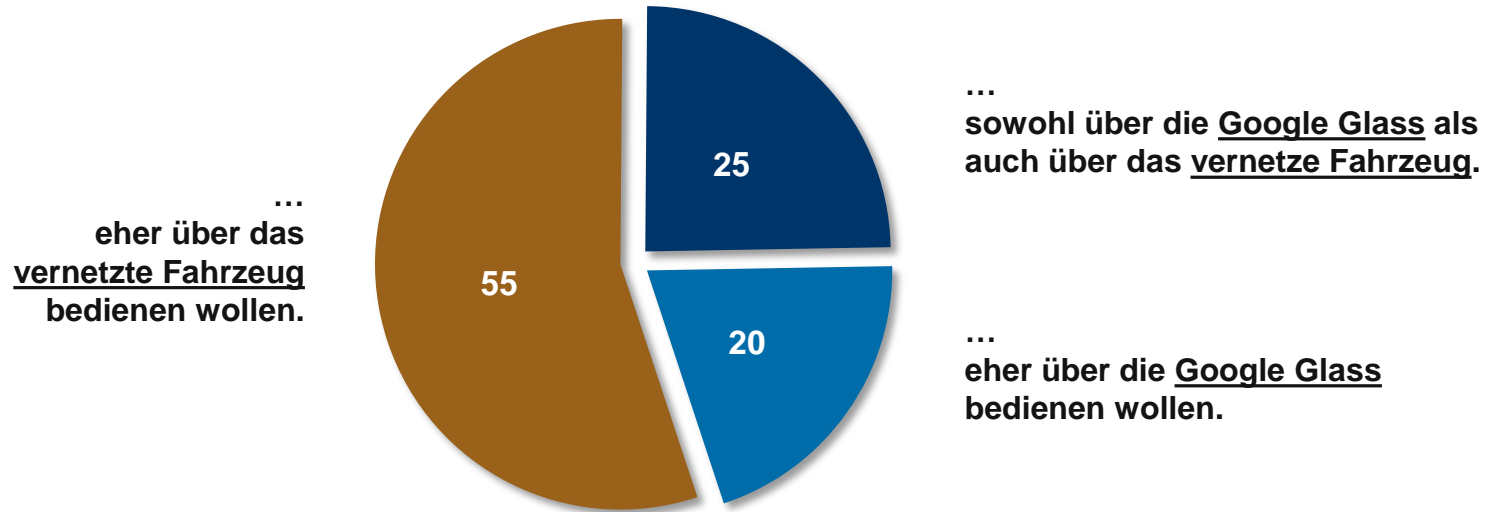
Bestellen Sie jetzt die *puls*-Studie „Connected Cars“ mit näheren Informationen zu diesen Themen unter www.puls-marktforschung.de oder rufen Sie einfach an: 0911-9535400

Fast jeder 2. würde die Google Glass zur Bedienung von Internet-Funktionen im Auto nutzen.

Bedienung der Internet Funktionen im Auto

Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu?

Ich würde Internet-Funktionen...





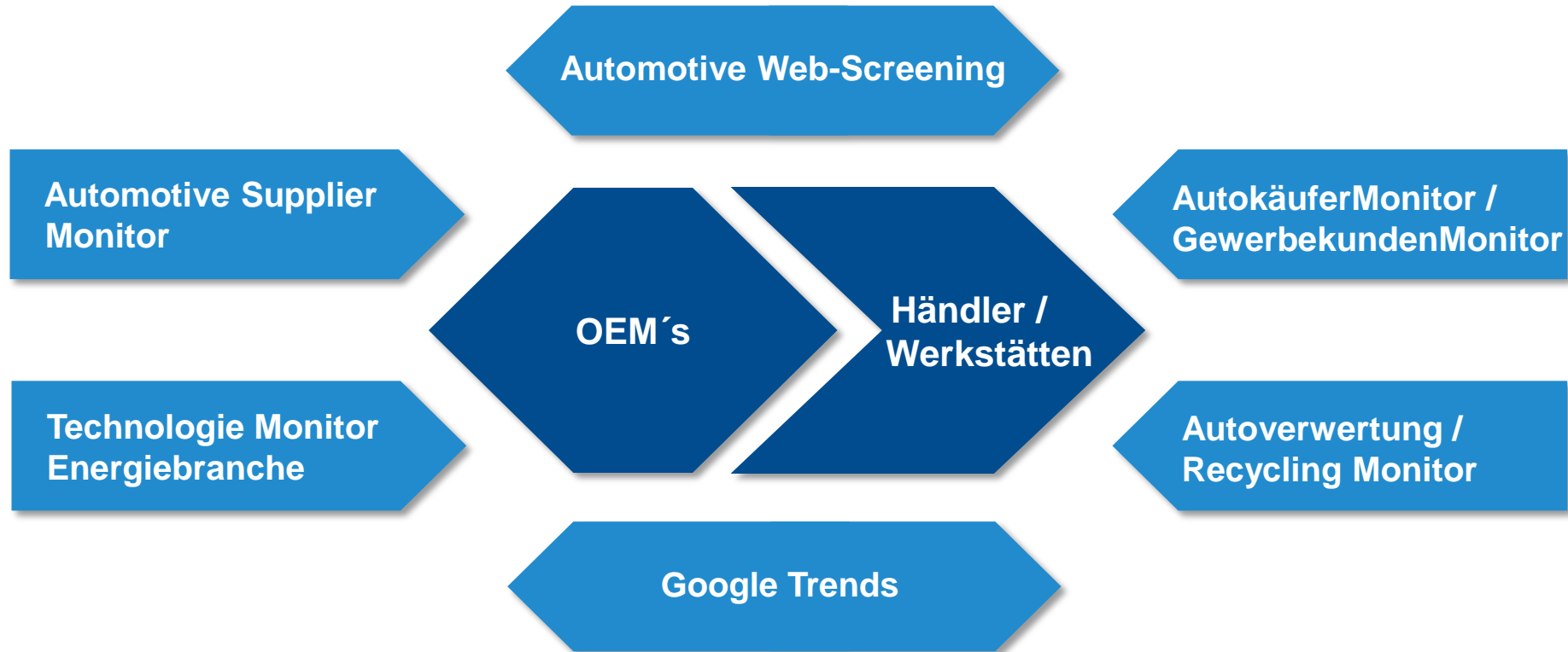
Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	18
Mitarbeiter Telefonstudio:	140
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg

Kerngeschäft: Effiziente Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien.

Ziel: *For Better Decisions*

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.

pulsSchlag

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

Schwacke 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

info@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de