

Notizen:

puls Studie zur Bewertung von Neuwagen-Konfiguratoren

Renault mit dem besten Neuwagen-Konfigurator

Nürnberg, den 27. August 2013

Autokäufer wollen immer stärker individuell passende Fahrzeuge. Auf der anderen Seite explodieren die Ausstattungsoptionen von Neuwagen geradezu. Um sich in dieser Vielfalt zurechtzufinden kommt Neuwagen-Konfiguratoren eine überragende Bedeutung zu. Vor diesem Hintergrund hat die Nürnberger Marktforschung puls 1.000 Neuwagenkäufer zur Nutzung und Bewertung von Neuwagen-Konfiguratoren befragt. Die Ergebnisse bestätigen die erfolgsentscheidende Relevanz benutzerfreundlicher Konfiguratoren: Satte 64% der Neuwagenkäufer nutzen Konfiguratoren, um sich ihr Wunschfahrzeug zusammenzustellen. Die Top Ten der am häufigsten genutzten Neuwagen-Konfiguratoren werden von Volumenmarken wie Seat, Skoda und VW mit Nutzerquoten von 100% (!), 95% und 92% angeführt. Deutsche Premium-Marken wie Mercedes-Benz, Audi und BMW finden sich mit Nutzerquoten von 84%, 75% und 67% dagegen am unteren Ende der Top Ten. „Offensichtlich investieren Autokäufer mittlerer Preisklassen mehr Zeit in die Nutzung von Konfiguratoren, während sich Käufer von Oberklassefahrzeugen ihr Wunschfahrzeug eher beim Händler zusammenstellen lassen“, kommentiert puls Geschäftsführer Dr. Konrad Weißner die Ergebnisse.

Bei der Bewertung der zehn am häufigsten genutzten Neuwagen-Konfiguratoren durch Autokäufer kommt die puls Studie zu überraschenden Ergebnissen: Aus Nutzersicht schneidet der Neuwagen-Konfigurator von Renault am besten ab. Satte 83% der Autokäufer bewerten den Konfigurator der französischen Marke als (sehr) gut. Audi belegt bei der Bewertung seines Neuwagen-Konfigurators Platz 2: Die Noten 1 und 2 werden von 81% der Autokäufer vergeben. Der deutlich häufiger verwendete Neuwagen-Konfigurator von VW folgt mit 78% (sehr) guten Bewertungen auf Platz 3. Vor allem Marken wie Ford, Hyundai oder Opel, die bei der Bewertung ihrer Neuwagen-Konfiguratoren am unteren Ende der Top Ten rangieren empfiehlt puls Chef Weißner systematische Nutzertests, denn „Konfiguratoren müssen so einfach funktionieren wie das Bestellen bei Amazon“, so Weißner weiter.

-ENDE-

Anzahl Zeilen: 32
 Anzahl Anschläge: 2.024 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
 Datum: 27. August 2013
 Ansprechpartner: Dr. Konrad Weißner +49 (0) 911-9535-400
Abdruck honorarfrei

Über *puls* Marktforschung

Seit über 20 Jahren konzentriert sich die *puls* Marktforschung darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 20 hochqualifizierte Mitarbeiter. Bei *puls* gibt es kein Marktforschungsprojekt ohne Maßnahmenempfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien.

Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „For Better Decisions“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie AXA, Siemens, Volkswagen, GORE-TEX oder BASF sichern ihr weiteres Wachstum durch maßgeschneiderte Marktforschung von *puls* ebenso ab wie mittelständische Unternehmen.

Mehr Informationen über *puls* Marktforschung finden Sie unter www.puls-marktforschung.de.