

Notizen:

puls Studie zur Bewertung von Neuwagen-Konfiguratoren

Renault mit dem besten Neuwagen-Konfigurator

Nürnberg, den 27. August 2013

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

20 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
 25 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
 30 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.