

Notizen:

puls Studie „Autokäufer berühren“

**SHOWROOMING ZWINGT DEN AUTOMOBILHANDEL ZUR PROFILIERUNG**

Nürnberg, den 13. März 2013

Das mobile Internet treibt die digitale Revolution im Automobilhandel weiter voran: Knapp 40% der Autokäufer vergleichen Händler- und Internetangebote direkt im Autohaus. Weitere 16 % konfrontieren via Smartphone sogar den Automobilverkäufer direkt mit Vergleichsangeboten aus dem Internet. Unter jüngeren Autokäufern bis 30 Jahren liegt dieser Anteil sogar bei knapp 20 %. Dies sind die wichtigsten Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von 500 Autokäufern durch die Nürnberger Marktforschung puls.

„Dieses Showrooming ist Speerspitze des Informationsverhaltens von Autokäufern, das sich insgesamt immer stärker ins Internet verlagert“, kommentiert puls Geschäftsführer Dr. Konrad Weißner die Ergebnisse. Kritisch ist und wird vor allem das via Smartphone genutzte mobile Internet. Getrieben von jüngeren konfrontieren laut puls Studie mittlerweile 16 % der Autokäufer „Ihren“ Verkäufer mit Angeboten aus dem Internet. Um hier etwas entgegen zu setzen sind Autohäuser und Verkäufer gefordert, Ihren Mehrwert gegenüber dem häufig günstigeren Autokauf via Internet deutlich zu machen. Die entscheidende Zukunftsfrage ist, wie Automobilhändler Ihr stationäres Ladengeschäft mit dem Internet so kombinieren können, dass Sie die Preisführerschaft behalten oder zurückerobern und sich wirksam von reinen Internetanbietern unterscheiden. „Automobilhändler können vom Internet Zeitalter dann sogar profitieren, wenn Sie sich als Multi Channel Anbieter verstehen, die kompromisslos auf Käuferlebnisse im Laden und einen attraktiven Internetauftritt setzen“, rät puls Chef Konrad Weißner.

-ENDE-

Anzahl Zeilen: 25  
Anzahl Anschläge: 1.584 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)  
Datum: 13. März 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](http://www.puls-marktforschung.de).

Dateiname: 2013-03-  
13\_Showrooming\_zwingt\_den\_Automobilhandel\_zur\_Profilierung  
Verzeichnis: C:\Users\ljubic\Documents  
Vorlage: C:\Users\ljubic\AppData\Roaming\Microsoft\Templates\Norma  
l.dotm  
Titel: Puls ...  
Thema:  
Autor: Klaus  
Stichwörter:  
Kommentar:  
Erstelldatum: 13.03.2013 11:33:00  
Änderung Nummer: 3  
Letztes Speicherdatum: 13.03.2013 11:40:00  
Zuletzt gespeichert von: Ljubic, Beti  
Letztes Druckdatum: 13.03.2013 11:58:00  
Nach letztem vollständigen Druck  
Anzahl Seiten: 2  
Anzahl Wörter: 398 (ca.)  
Anzahl Zeichen: 2.508 (ca.)