



Showrooming zwingt den Automobilhandel zur Profilierung

Repräsentative *puls* Studie zu neuen Wegen zur Gewinnung von Autokäufern

Von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weißner
General Manager
13. März 2013

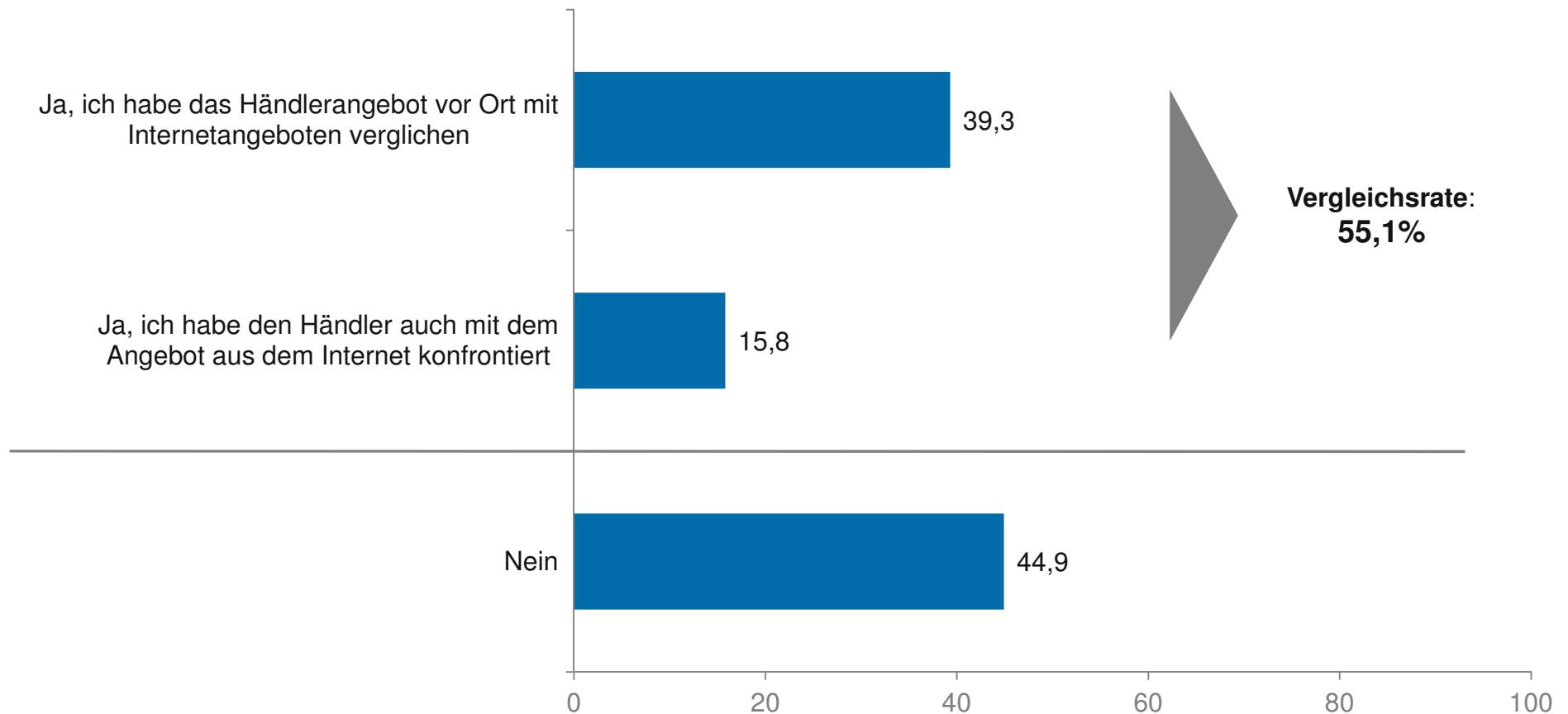
✓	Stichprobe (Nettofallzahl)	Gesamt n = 500 Interviews (Netto-Fallzahl)
✓	Erhebungsmethode	Online Interviews
✓	Zielgruppe	Personen, die in den vergangenen 12 Monaten ein Auto gekauft haben.
✓	Befragungszeitraum	06.02. - 12.02.2013
✓	Konzept, Durchführung und Interpretation	<i>puls</i> Marktforschung GmbH

Jeder zweite Autokäufer vergleicht Händlerangebote vor Ort im Internet



Angebotsvergleich Händler - Internet

Haben Sie beim Händler vor Ort das Angebot des Händlers mit Angeboten im Internet verglichen (z.B. auf dem Smartphone)?



Vor allem jüngere und Neuwagenkäufer konfrontieren den Händler direkt im Autohaus mit Internetangeboten



Angebotsvergleich Händler - Internet

Haben Sie beim Händler vor Ort das Angebot des Händlers mit Angeboten im Internet verglichen (z.B. auf dem Smartphone)?

	Gesamt	Alter			Geschlecht		Fahrzeugart	
		Bis 30 Jahre	31-50 Jahre	Über 50 Jahre	Weiblich	Männlich	NW	GW
		n=180	n=168	n=138	n=119	n=367	n=127	n=359
Ja, ich habe das Angebot des Händlers mit Internetangeboten verglichen	39,3	38,3	41,1	38,4	42,0	38,4	37,0	40,1
Ja, ich habe den Händler auch mit dem Angebot aus dem Internet konfrontiert	15,8	19,4	11,9	15,9	16,8	15,5	19,7	14,5
Nein	44,9	42,2	47,0	45,7	41,2	46,0	43,3	45,4



Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	20
Mitarbeiter Telefonstudio:	140
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg

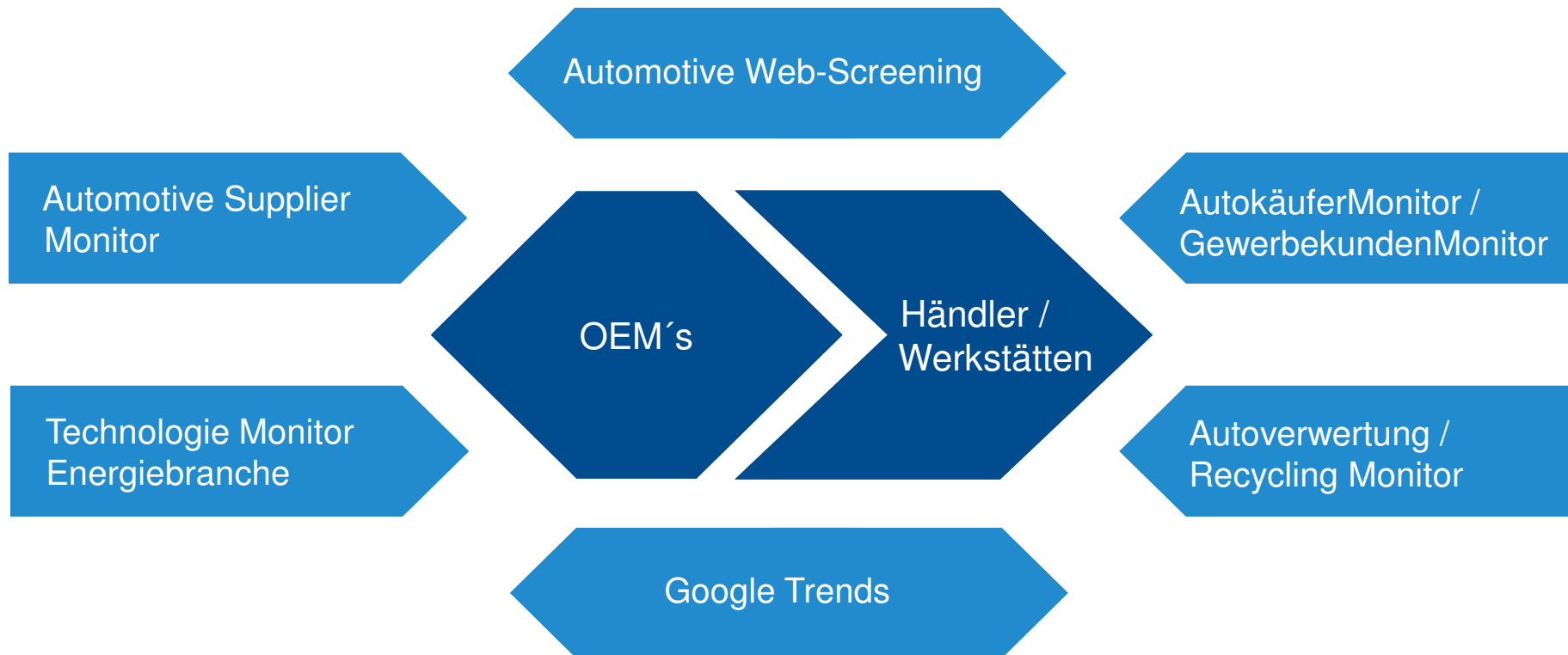
Kerngeschäft: Effiziente Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien.

Ziel: *For Better Decisions*

Aktive Mitgliedschaften:



Ausgewählte Projekte in der Automobilbranche



Ausgewählte Projekte in der Automobilbranche



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 0911-9535-411
Fax 0911-9535-404

pfeffer@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

Geschäftsführer: Dr. Konrad Weißner · Ust-ID-Nr.: DE 133 554 286 · Ust-Nr.: 241/135/41 284 · Amtsgericht Nürnberg · HRB 11034