

## ***Kfz-Teile online kaufen – Hype oder Zukunft?***

***Repräsentative puls Studie bei Autofahrern/ Endkunden und Autohändlern zum Online-Kfz-Teilegeschäft***

puls Marktforschung GmbH  
Röthenbacher Straße 2  
90571 Schwaig bei Nürnberg  
[www.puls-marktforschung.de](http://www.puls-marktforschung.de)

A.	Hintergrund, Studiendesign und Stichprobenstruktur	Seite 2
B.	Expertenkommentare Dr. Konrad Weißner und Prof. Hannes Brachat	Seite 6
C.	Bekanntheit, Nutzung & Bewertung von Teileportalen aus Endkunden- & Händlersicht	Seite 9
D.	Welche Produkte kaufen Endkunden und Händler auf Teileportalen?	Seite 21
E.	Einbau online gekaufter Teile: Kundenpräferenzen und Händlerstrategien	Seite 23
F.	Zukunftsperspektiven von Teileportalen aus Sicht von Endkunden und Händlern	Seite 29
G.	Key Learnings und Maßnahmenvorschläge	Seite 33
H.	<i>puls über puls</i>	Seite 36

- In welchem Ausmaß nutzen Endkunden und Automobilhändler Online Teile Portale?
- Wie werden diese Portale bewertet?
- Welche Produkte kaufen Endkunden und Händlern bevorzugt auf Teile Portalen?
- Wo und wie werden die online gekauften Teile eingebaut?
- Wie gehen Werkstätten mit Kunden um, die nach dem Einbau online gekaufter Teilen fragen?
- Wie schätzen Endkunden und Händler die zukünftige Nutzung von Online Teile Portalen ein?



## Autofahrer/ Endkunden



## Autohandel


<b>Stichprobe</b>	1.007	275
<b>Erhebungsmethode</b>	Online	AUTOHAUS Online Panel
<b>Befragungszeitraum</b>	Dezember 2014	Januar 2015
<b>Befragungsdauer</b>	ca. 10 Minuten	ca. 8 Minuten
<b>Konzeption, Durchführung und Empfehlungen</b>	<i>puls</i> Marktforschung GmbH Schwaig b. Nürnberg	



**Knapp jeder ... Endkunde vergleicht Teile-Preise im Internet, vor allem Jüngere und Männer.**

## Online Preisvergleich

Haben Sie schon einmal Teile-Preise im Internet verglichen?



Alter+			Geschlecht	
<30J.	31-50J.	>50J.	W	M
50	49	39	34	50

**puls Marktforschung GmbH**

# Mehr als jeder zweite Endkunde (!) lässt online gekaufte Kfz-Teile in ... einbauen.

## Einbauort der online bestellten Teile

Wo lassen Sie die im Portal gekauften Kfz-Teile (normalerweise) einbauen?



Freunde oder Bekannte

Das mache ich selbst

33%

13%

In einer Markenwerkstatt

14%

puls Marktforschung GmbH

## 2 von 3 Autohändlern bieten ihren Kunden den Einbau online gekaufter Teile an.

### Einbau online bestellter Teile

Wie gehen Sie damit um, wenn Ihr Werkstattkunde nach dem Einbau von zuvor online selbst gekauften Teilen fragt?



puls Marktforschung GmbH

Wir bieten dem Kunden den Einbau online gekaufter Teile an.

67%

Diese und weitere Erkenntnisse und Maßnahmenempfehlungen finden Sie jetzt in unserer neuen Studie:  
**„Kfz-Teile online kaufen – Hype oder Zukunft?“**

Hiermit bestelle ich verbindlich folgendes Paket:

**Eine PDF-Version** (nicht zur Vervielfältigung) – Umfang: ca. 40 Seiten: **€ 299,-** zzgl. MwSt. –

**Workshop (1 bis 2 Stunden):**

**€ 999,-** zzgl. MwSt. –

Reisekosten werden separat berechnet

- Ein Exemplar der Studie als PDF (nicht zur Vervielfältigung)
- Integration weiterer gewünschter Analysen
- Präsentation durch Dr. Konrad Weißner



**Firma:** \_\_\_\_\_

**Name:** \_\_\_\_\_

**Anschrift:** \_\_\_\_\_

**E-Mail:** \_\_\_\_\_

**Telefon:** \_\_\_\_\_

Schicken Sie Ihre Bestellung bitte an  
folgende Faxnummer:

**+49 (0)911 / 95 35 404**

oder per E-Mail an:

**[schwalke@puls-marktforschung.de](mailto:schwalke@puls-marktforschung.de)**







<b>Gründungsjahr:</b>	<b>1992</b>
<b>Feste Mitarbeiter:</b>	<b>20</b>
<b>Mitarbeiter Telefonstudio:</b>	<b>140</b>
<b>Firmensitz:</b>	<b>Schwaig bei Nürnberg</b>

**Kerngeschäft:** Quantitative und qualitative Marktforschung

**Ziel:** *For Better Decisions*  
Effiziente Marktforschung und  
Empfehlungen für bessere Entscheidungen  
und Strategien.

**Aktive Mitgliedschaften:**





## Autohaus » Panel

Autohaus Online-Panel  
Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern



## AUTOHAUS pulsSchlag

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



SchwackeMarkenMonitor/ AUTOHAUS BankenMonitor/ AUTOHAUS VersicherungsMonitor  
Jährliche Messungen der Händlerzufriedenheit mit Herstellern/Importeuren, Autobanken und Versicherungen.



## Autokäufer*puls*

Autokäufer*puls* / Autoflotten*puls*  
Markenübergreifende Befragung von monatlich 1.000 Autokäufern und 1.500 Autoflottenkunden (2x jährlich).



## http://

Automotive WebScreening / Google Trends  
Analyse der Kundenbewertungen im Web 2.0 sowie der Google-Suchanfragen zu Automobilherstellern, Fahrzeugen, Autohäusern etc.

Thema	Erscheinungsdatum	Preis
Kfz-Teile online kaufen – Hype oder Zukunft?	Feb 2015	€ 299,-
Kfz-Versicherungsvertrieb über den Automobilhandel	Jan 2015	€ 599,-
Marken erlebbar machen	Nov 2014	€ 299,-
Tuning trends - Marktpotenziale und Strategien im Tuning- und Zubehörgeschäft	Okt 2014	€ 599,-
Wahrnehmung und Management von Rückrufaktionen in der Automobilbranche	Okt 2014	€ 299,-
Mobilitätsfinanzierung 3.0	Jun 2014	€ 299,-
Marktchancen von Elektroautos: Lifestyle? Gewissen? Geldbeutel?	Mrz 2014	€ 299,-
Autokäufer 3.0 – Automobilvertrieb 3.0	Mrz 2014	€ 299,-
Facebook goes Automotive Sales	Jan 2014	€ 299,-
Marktpotenziale von SUVs	Nov 2013	€ 299,-
Kunden 3.0 – Marketing 3.0	Okt 2013	€ 299,-
Connected Cars und Google Glass: Wie das Internet Einzug in das Auto hält	Sep 2013	€ 599,-
Der Konfiguratorcheck: Auf der Suche nach dem idealen Fahrzeug	Aug 2013	€ 299,-
Werdende und junge Eltern als Kundensegment der Automobilbranche	Mai 2013	€ 299,-





Dr. Konrad Weßner, Geschäftsführer

**puls Marktforschung GmbH**

E-Mail: [wessner@puls-marktforschung.de](mailto:wessner@puls-marktforschung.de)  
Tel.: +49 (0)911 / 95 35 400



Axel Schwalke, Research Consultant

**puls Marktforschung GmbH**

E-Mail: [schwalke@puls-marktforschung.de](mailto:schwalke@puls-marktforschung.de)  
Tel.: +49 (0)911 / 95 35 420