

Marktpotenziale von SUVs

Repräsentative puls Studie zum Kaufinteresse und gewünschten Eigenschaften von SUVs

puls Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

www.puls-marktforschung.de

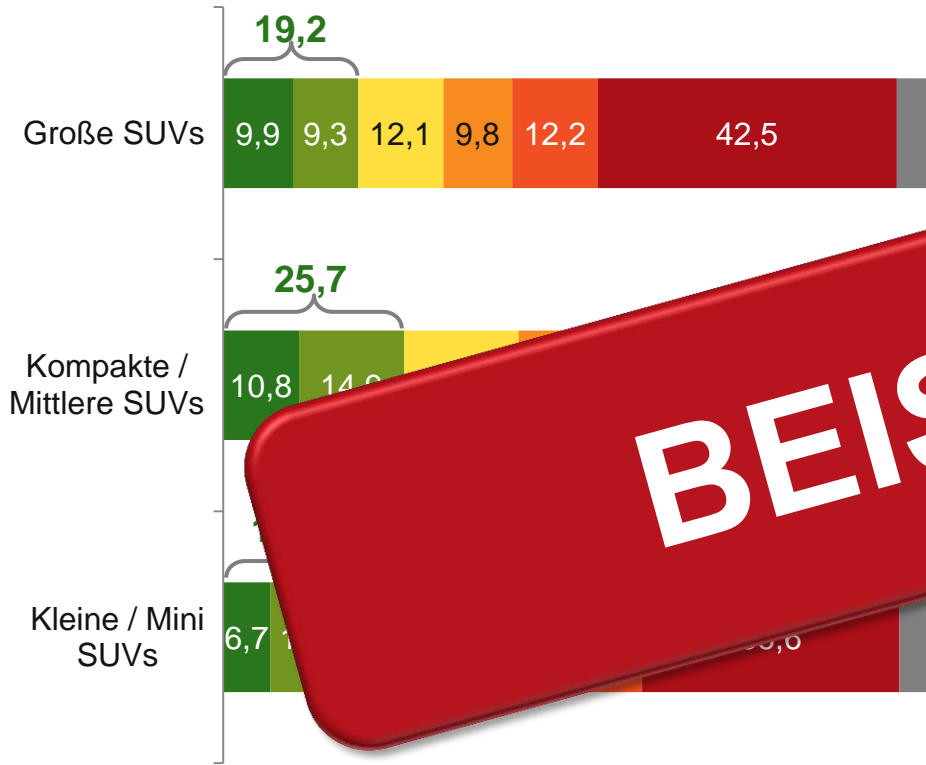
A.	Hintergrund und Studiendesign	Seite 2
B.	Expertenkommentar Dr. Konrad Weißner	Seite 5
C.	Markpotenziale von SUVs	Seite 7
D.	SUVs im Spiegel des Web 2.0	Seite 19
E.	Fazit und Handlungsempfehlungen	Seite 23
F.	Anhang	Seite 26

- ➔ Wie hoch ist das Interesse der Autofahrer am Kauf kleiner, kompakter und großer SUVs?
- ➔ Welche SUV Modelle sind bekannt?
- ➔ Wie sehen die typischen Interessenten der verschiedenen SUV-Segmente aus?
- ➔ Welche Eigenschaften machen einen SUV interessant?
- ➔ Werden SUVs auch im Gelände gefahren?
- ➔ Wie wichtig ist die Individualität beim Kauf eines SUVs?

Große SUVs werden von Jüngeren bevorzugt, kompakte von Älteren

Interesse an SUVs bestimmter Klassen

Bitte geben Sie an, wie interessant für Sie der Kauf eines SUV der folgenden Klassen ist?



Anteil (sehr) interessiert	Alter			Geschlecht	
	Bis 29	30-39	40-49	W (n=286)	M (n=724)
	22,5	31,1	22,4	21,7	27,2
Kleine / Mini SUVs	16,0	18,1	19,4	18,5	17,7

■ 1 = Sehr interessant ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 = Uninteressant ■ ?

SUVs von BMW und Audi sind am bekanntesten

Bekanntheit von SUV Modellen – Top 20 Modelle

Welche SUV-Modelle kennen Sie? (offene Frage)



Bei Vorgabe von Eigenschaften sprechen v.a. die hohe Sitzposition, der geräumige Innenraum und die gute Übersicht für SUVs



Eigenschaften von SUVs, die interessant sind – nach Alter und Geschlecht

Welche der folgenden Eigenschaften von SUVs machen den Kauf für Sie interessant?

		Alter			Geschlecht	
		< 30 J. (n=186)	31-50 J. (n=234)	> 50 J. (n=110)	W (n=155)	M (n=425)
Hohe Sitzposition	64,5	41,4	56,4	58,1	65,9	
Geräumiger Innenraum	58,7	41,4	56,4	58,1	63,3	
Gute Übersicht	58,7	41,4	56,4	58,1	64,5	
Hohe Sitzposition	58,7	41,4	56,4	58,1	55,8	
Hoher Einstiegsbereich	39,8	39,8	50,0	61,9	49,0	
Geländetauglichkeit	34,7	29,0	35,9	39,4	40,0	
Immer geringere Kraftstoffverbräuche	33,4	34,4	33,3	32,5	44,5	
Statussymbol	16,2	28,5	12,8	6,9	16,2	



Marktpotenziale von SUVs

Erscheinungsform: pdf-Dokument

Herausgeber: *puls* Marktforschung GmbH,
Schwaig bei Nürnberg

Preis: € 299,- zzgl. MwSt.



Ihre Ansprechpartner

Dr. Konrad Weißner
0911-9535-400



Sara Kraft
0911-9535-409



© Alle Rechte, insbesondere der Weiterleitung an Dritte oder der Übersetzung, vorbehalten! Alle Texte und Grafiken der Studie sind urheberrechtlich geschützt. Eine Übernahme für private Zwecke ist unter deutlicher Quellenangabe gestattet. Die Übernahme und Nutzung der Daten zu anderen Zwecken bedarf der schriftlichen Zustimmung der *puls* Marktforschung GmbH.

Unsere Faxnr.: +49 (0)911 / 95 35 404

Ich bin interessiert an der Studie „**Marktpotenziale von SUVs**“.

- Ich bestelle die Studie zum Preis von € 299,- zzgl. MwSt. – die Zahlung erfolgt per Rechnung.
- Ich bin an einer Präsentation vor Ort interessiert. Bitte kontaktieren Sie mich diesbezüglich.

Firma: _____

Name: _____

Anschrift: _____

E-Mail: _____

Telefon: _____



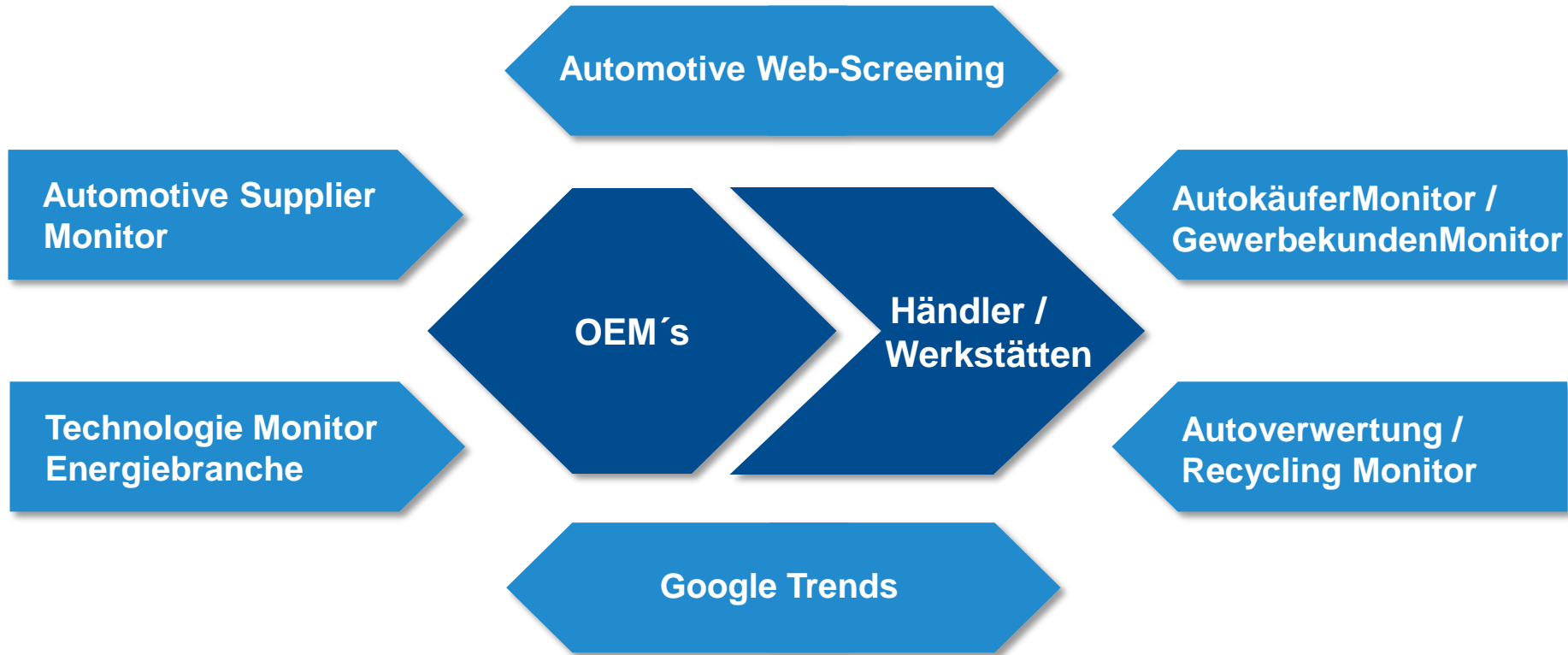
Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	20
Mitarbeiter Telefonstudio:	140
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg

Kerngeschäft: Quantitative und qualitative Marktforschung

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

Aktive Mitgliedschaften:





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).

Schwache 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).

Thema	Erscheinungsdatum	Preis
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,-
Autos kaufen oder teilen?	Apr 2013	€ 299,-
Autokäufer berühren	Mrz 2013	€ 299,-
Marktchancen von Billigautos in Deutschland	Jan 2012	€ 199,-
Mit Facebook Autokäufer gewinnen	Dez 2012	€ 199,-
Verkauf von Finanzdienstleistungen im Nutzfahrzeuggeschäft	Okt 2012	€ 199,-
Trends und Erfolgsfaktoren der Etablierung von Elektromobilität	Juli 2012	€ 199,-
Audi, BMW, Mercedes im Vergleich	Jul 2012	€ 199,-
Status 2.0 - Vom Automobilverkauf zu Mobilitätslösungen	Jul 2012	€ 299,-
Connected Cars	Apr 2012	€ 199,-
Steigende Kraftstoffpreise als Chance für die Automobilbranche	Mrz 2012	€ 199,-
Autokäuferinnen als Marktchance	Mrz 2012	€ 199,-
Wachstumsmarkt Oldtimer	Feb 2012	€ 199,-





puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Telefon 0911-9535-409
Fax 0911-9535-404

kraft@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de