

Connected Cars und Google Glass: Wie das Internet Einzug in das Auto hält

*Repräsentative puls Studie zu vernetzten Fahrzeugen und der Google Glass
Datenbrille*

puls Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

www.puls-marktforschung.de

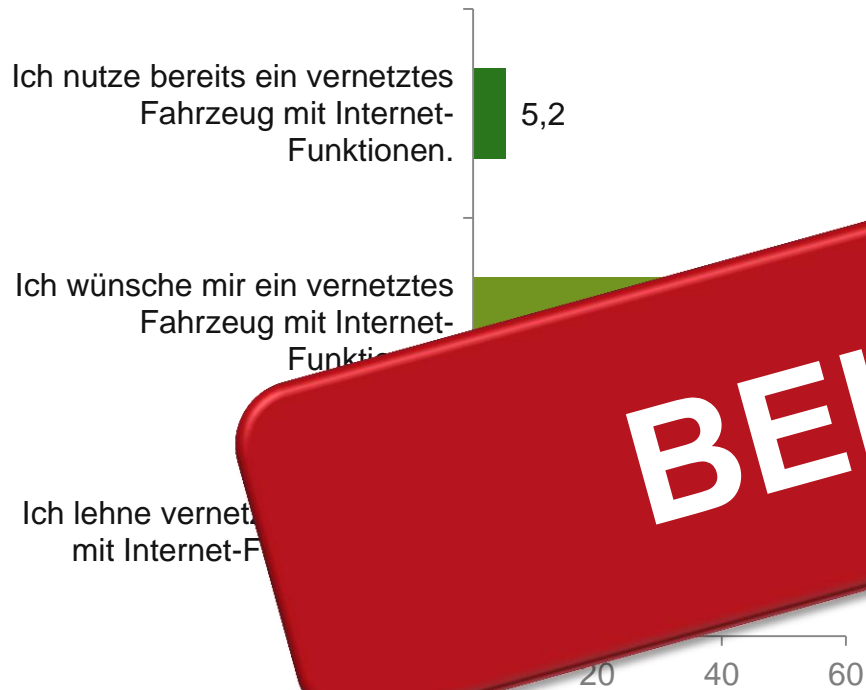
- A. Hintergrund und Studiendesign
- B. Expertenkommentar Dr. Konrad Weißner
- C. Connected Cars
- D. Google Glass
- F. Fazit und Handlungsempfehlungen
- G. Anhang

- ➔ Wie stehen die Autofahrer zu Internetfunktionen im Auto? Wie zufrieden sind sie damit?
- ➔ Welche Funktionen werden bereits genutzt? Welche Weiteren werden gewünscht? Welche sind besonders interessant? Welche werden weiterempfohlen?
- ➔ Welche Bedenken gibt es gegenüber Connected Cars?
- ➔ Welche Automobilmarken zeichnen sich besonders durch vernetzte Fahrzeuge aus?
- ➔ Wie bekannt ist die Innovation Google Glass und wie hoch ist das Kaufinteresse?
- ➔ Welche Funktionen einer Google Glass werden beim Autofahren gewünscht? Welche Gründe bestehen zur Skepsis?

Jeder zweite Autokäufer wünscht sich ein vernetztes Fahrzeug mit Internet-Funktionen

Nutzung Internet-Funktionen

Wie stehen Sie zu Internet-Funktionen im Auto?

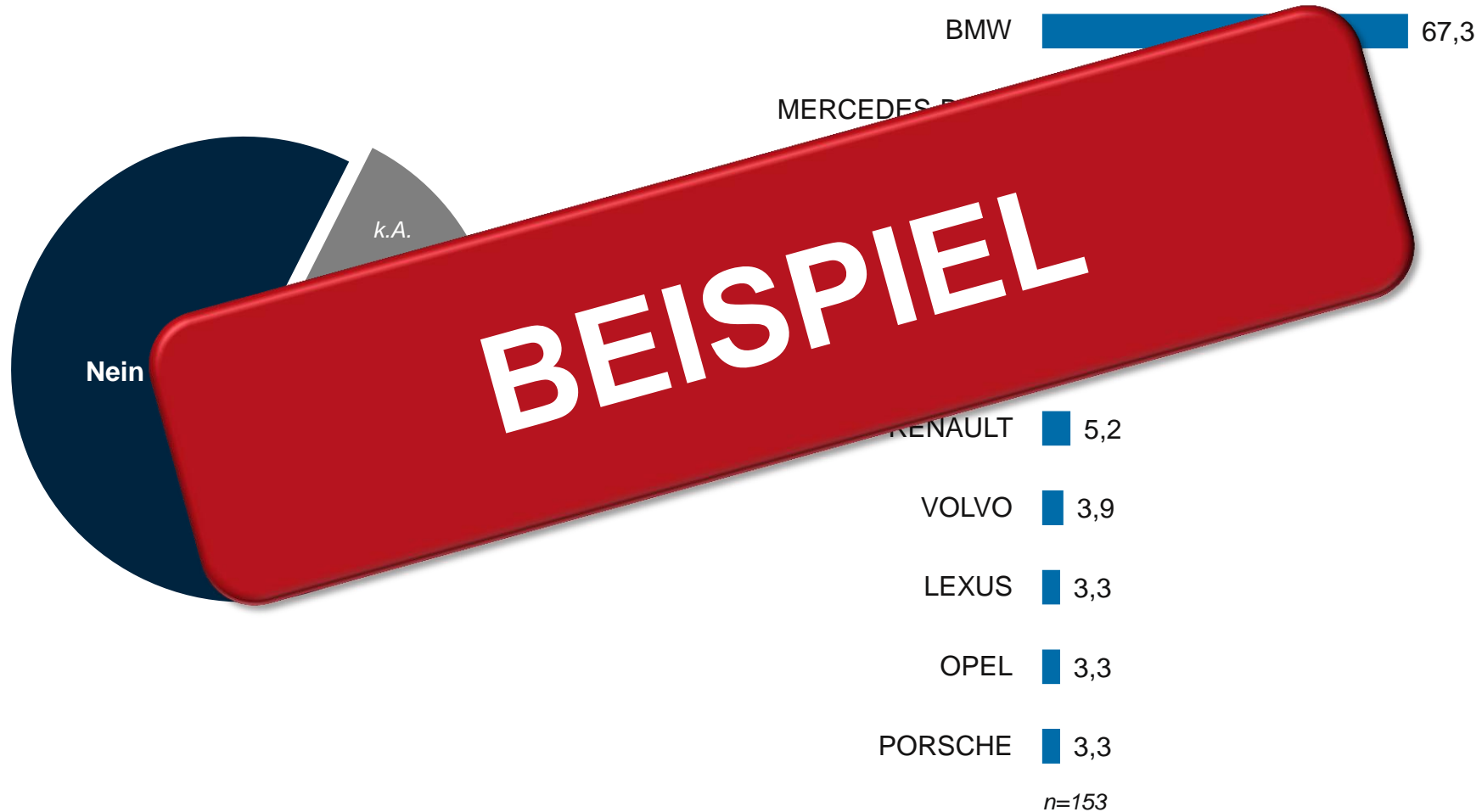


	Alter			Geschlecht	
	Bis 30 Jahre	31-50	50+	W (n=252)	M (n=759)
Ich nutze bereits ein vernetztes Fahrzeug mit Internet-Funktionen.	5,2	5,2	5,2	2,8	6,1
Ich wünsche mir ein vernetztes Fahrzeug mit Internet-Funktionen.	55,2	31,0	43,3	48,6	48,6
Ich lehne vernetzte Fahrzeuge mit Internet-Funktionen ab.	40,0	39,5	64,3	54,0	45,3

Vor allem BMW ist bekannt für Connected Cars

Wahrnehmung der Top 10 Marken beim Einsatz von Connected Cars

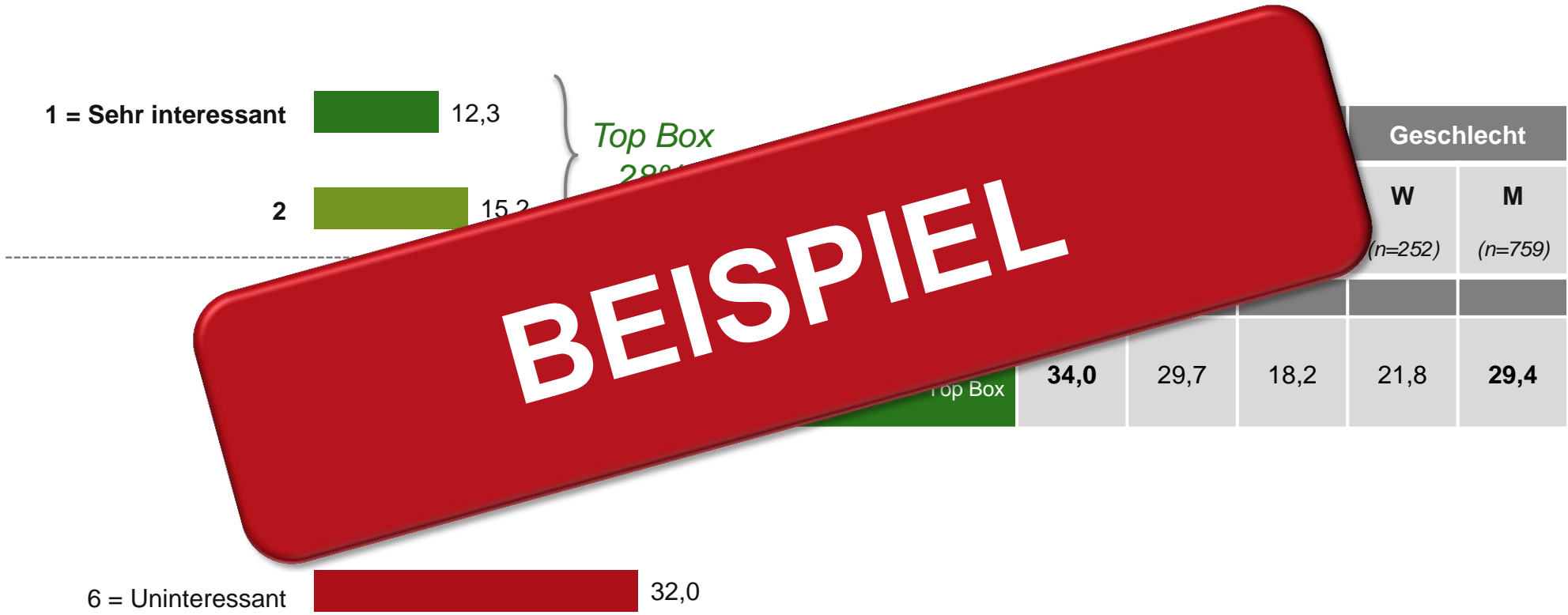
Haben Sie von Automobilmarken gehört, die sich durch vernetzte Autos besonders auszeichnen? Um welche Marke(n) handelt es sich dabei?



28% der Autokäufer äußern Kaufinteresse an der Google Glass

Kaufinteresse der Google Glass

Wie interessant wäre es für Sie, eine solche "Google Glass" zu kaufen?

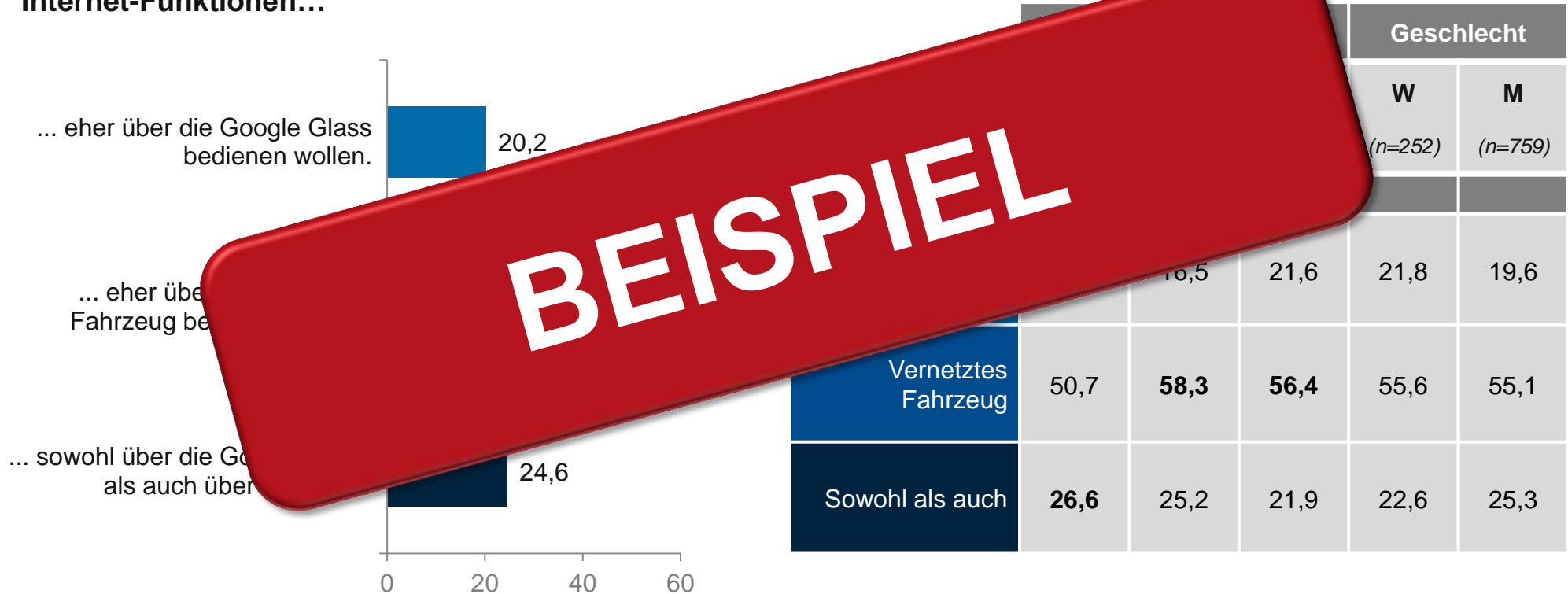


Fast jeder 2. würde die Google Glass zur Bedienung von Internet-Funktionen im Auto nutzen

Bevorzugter Bedienungsweg der Internetfunktionen

Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu?

Ich würde die Internet-Funktionen...



Connected Cars und Google Glass: Wie das Internet Einzug in das Auto hält

Erscheinungsform: pdf-Dokument

Herausgeber: *puls* Marktforschung GmbH,
Schwaig bei Nürnberg

Preis: € 599,- zzgl. MwSt.



**Connected Cars und Google Glass:
Wie das Internet Einzug in das Auto hält**

*Repräsentative *puls* Studie zu vernetzten Fahrzeugen und der Innovation einer Allround-Brille*

puls Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg
www.puls-marktforschung.de

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 „**Connected Cars und Google Glass: Wie das Internet Einzug in das Auto hält**“.

- Ich bestelle die Studie zum Preis von € 599,- 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: _____



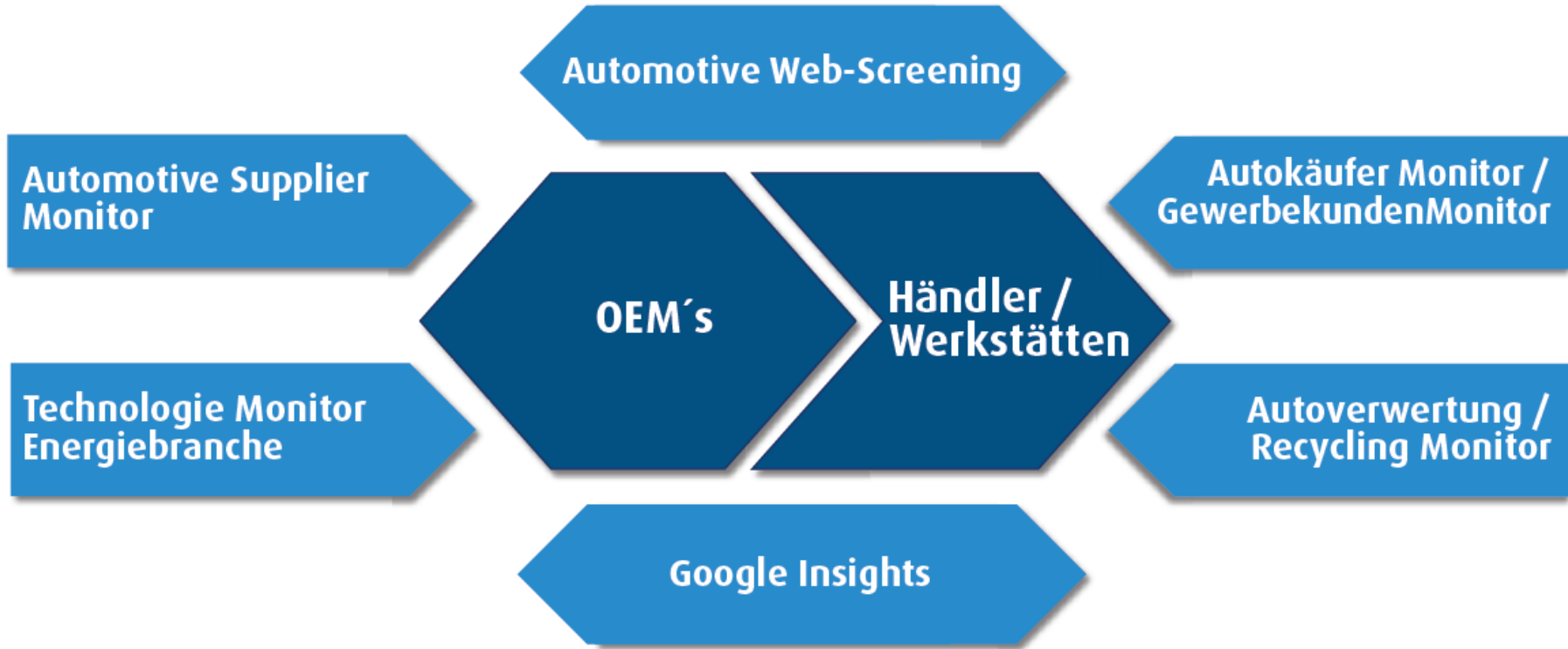
Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	20
Mitarbeiter Telefonstudio:	140
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg

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.

***puls*Schlag**

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 Autofloottenkunden (2x jährlich).

Autoverwertung / Recycling

Trends zur Wiederverwertung von Fahrzeugen (Entscheiderstudie 2x jährlich).



puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

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

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