

Status 2.0 – Vom Automobilverkauf zu Mobilitätslösungen

puls Studie zum Statuswandel von Autos und der Akzeptanz moderner Mobilitätsangebote

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

Status 2.0 – Vom Automobilverkauf zu Mobilitätslösungen

puls Studie zum Statuswandel von Autos und der Akzeptanz moderner Mobilitätsangebote

Erscheinungsdatum:	Mai 2012
Erscheinungsform:	pdf
Herausgeber:	<i>puls</i> Marktforschung GmbH, 90571 Schwaig bei Nürnberg
Preis:	€ 299,- zzgl. MwSt.
Umfang:	ca. 65 Seiten

A.	Studiendesign und Stichprobe	Seite 2
B.	Expertenkommentar Dr. Konrad Weißner	Seite 6
C.	Das Auto: Statussymbol oder Mittel zum Zweck?	Seite 9
D.	Bezahlung im Bereich Neuwagen	Seite 13
E.	Bezahlung im Bereich Gebrauchtwagen	Seite 20
F.	Moderne Mobilitätsangebote	Seite 27
G.	Die Sicht der Händler	Seite 44
H.	Empfehlungen und Ausblick	Seite 49
I.	Weitere aktuelle <i>puls</i> Studien	Seite 56
J.	<i>puls</i> über <i>puls</i>	Seite 60

- ➔ Das Auto: Statussymbol oder Mittel zum Zweck?
- ➔ Welche Art der Bezahlung wird im Bereich Neuwagen präferiert?
- ➔ Welche Art der Bezahlung wird im Bereich Gebrauchtwagen präferiert?
- ➔ Welche neue Mobilitätsangebote stehen den Autofahrern zur Verfügung?
- ➔ Wie schätzen Autohändler die jungen Urbane als Käufergruppe ein?

Kauf und Barzahlung wird im NW-Bereich besonders von Jüngeren vom Land sehr positiv bewertet

Bitte beurteilen Sie folgende Aussagen auf einer Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 6 = trifft überhaupt nicht zu.
Was halten Sie insgesamt von Kauf und Barzahlung? Orientieren Sie sich dabei an einer Skala von 1 = sehr gut bis 6=ungenügend

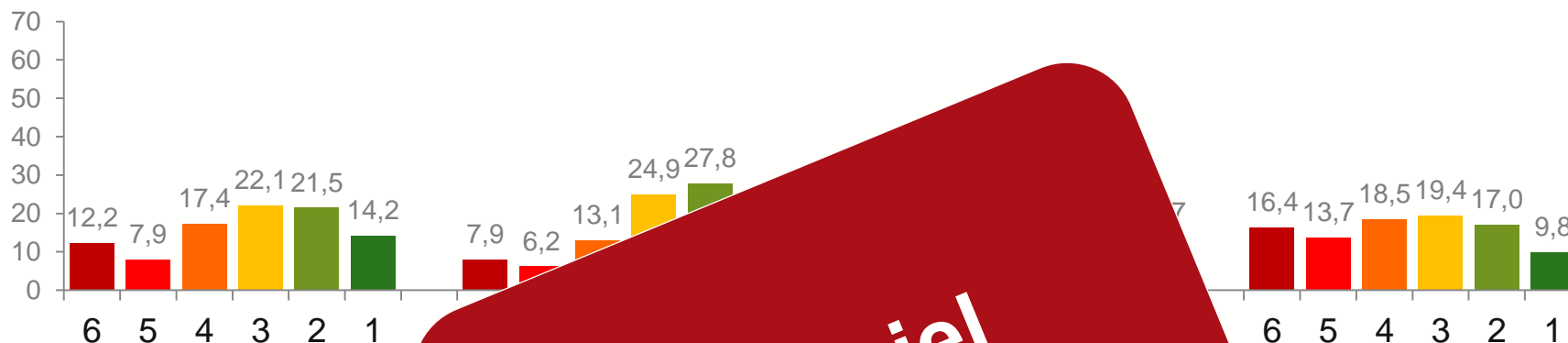
Kauf und Barzahlung	Gesamt	Land		Stadt	
		Bis 30 Jahre n=19	Über 30 Jahre n=83	Bis 30 Jahre n=45	Über 30 Jahre n=129
...ist innovativ	42,4	36,9		37,8	40,4
...ist eine einfache Sache	77,9			75,5	79,0
...ist praktisch				68,9	76,8
...spart				68,9	76,8
...hat Zukunftspotenzial				44,4	51,1
Was halten Sie insgesamt von...?		94,7 !	89,1	80,0	86,8



Für die jüngeren Autofahrer sind Pendeln und Mitfahrer für bestimmte Fahrten die beliebteste Form des Teilens

Was halten Sie insgesamt von den folgenden Mobilitätsangeboten? Orientieren Sie sich bitte an einer Skala von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend.

	Carsharing	Pendeln in Fahrgemeinschaften	Mitfahrer für bestimmte Fahrten	Nachbarschaftsauto
--	------------	-------------------------------	---------------------------------	--------------------



	Mittelgroße + Großstadt	Bis 30 Jahre n=194	Über 30 Jahre n=389
Carsharing	28,0	47,4	36,6
Pendeln in Fahrgemeinschaften	53,6 !	41,5	40,5
Mitfahrer für bestimmte Fahrten	46,4	33,1	52,0 !
Nachbarschaftsauto	26,8	28,6	24,7

Für Fragen stehen Ihnen zur Verfügung:



Dr. Konrad Weißner, Geschäftsführer

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Tel. 0911-9535-400
Fax 0911-9535-404

wessner@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

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

Ich bin interessiert an der Studie „**Status 2.0 – Vom Automobilverkauf zu Mobilitätslösungen**“.

- 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:	18
Mitarbeiter Telefonstudio:	140
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg

Kerngeschäft: **Quantitative und qualitative Marktforschung**
(Schwerpunkte: Automotive und Finance)

Ziel: ***For Better Decisions***
Individuelle Marktforschungskonzepte und
Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien.

Aktive Mitgliedschaften:





Seit 20 Jahren konzentriert sich *puls* darauf, den Markterfolg von Autohäusern, Automobilherstellern und Zulieferern durch effiziente Marktforschung und darauf aufbauenden Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien abzusichern.

AutokäuferMonitor: Markenübergreifende Befragung von monatlich 1.000 Autokäufern / Autofahrern (seit 2004).

Autohaus Online-Panel: Händler-Panel mit 1.600 Entscheidern in Autohäusern (seit 2000).

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 Finanzierungspartnern.

puls Automotive WebScreening: Erfassung der Kundenbewertungen im Web 2.0 zu Automobilherstellern, Modellen und Autohäusern.

puls Automotive Supplier Monitor: Regelmäßiges Erfassen von Markttrends und Eingehen auf aktuelle Entwicklungen in der Branche der Automobilzulieferer.



puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Telefon 0911-9535-400
Fax 0911-9535-404

wessner@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de