

## ***Steigende Kraftstoffpreise als Chance für die Automobilbranche***

*puls* STUDIE ZUR REAKTION DER AUTOFAHRER, DER RELEVANZ VERSCHIEDENER  
SPRITSPARTECHNOLOGIEN UND DEN CHANCEN VON SPRITSPARREIFEN

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

## **Steigende Kraftstoffpreise als Chance für die Automobilbranche**

*puls* Studie zur Reaktion der Autofahrer, der Relevanz verschiedener Spritspartotechnologien und den Chancen von Spritsparreifen

Erscheinungsdatum: März 2012

Erscheinungsform: pdf

Herausgeber: *puls* Marktforschung GmbH, 90571 Schwaig bei Nürnberg

Preis: € 299,- zzgl. MwSt.

Umfang: 44 Seiten

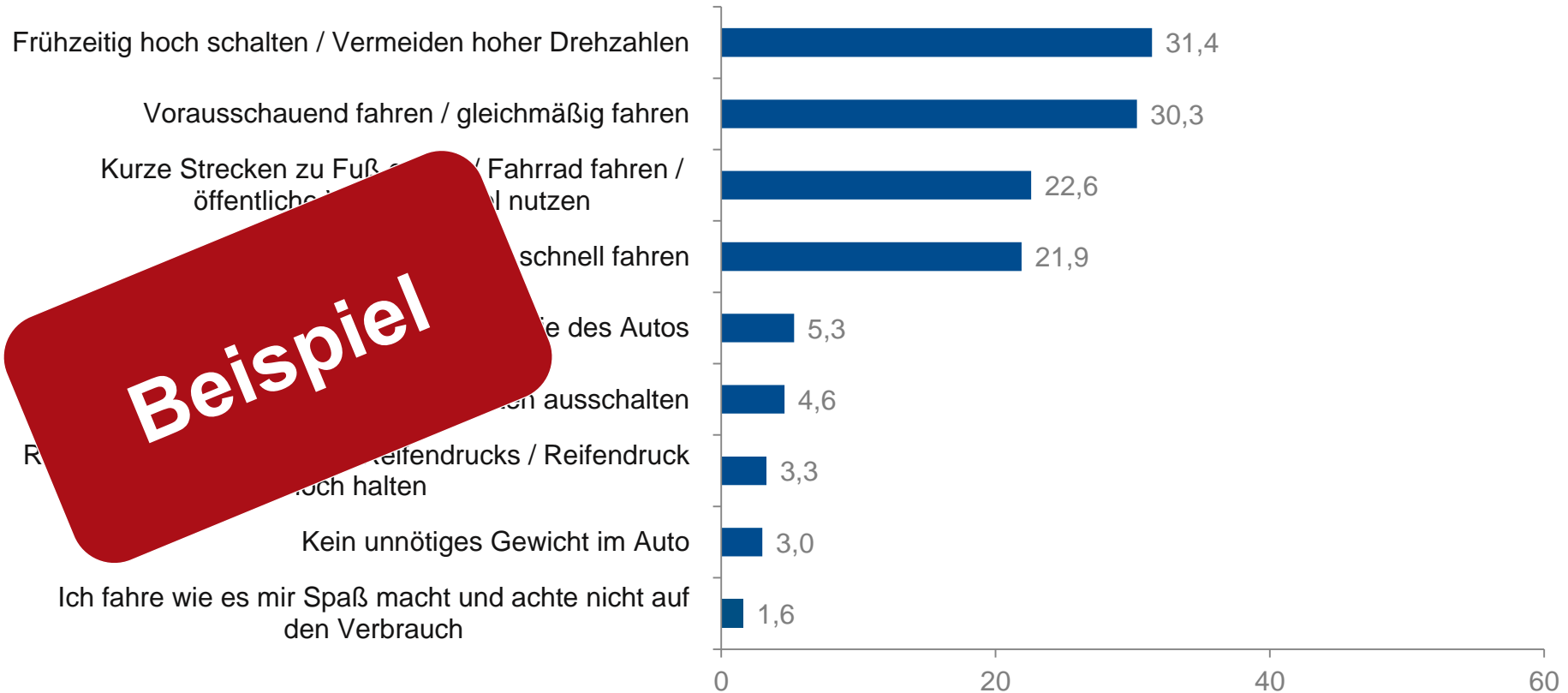
<b>A.</b>	Studiendesign und Stichprobe	Seite 2
<b>B.</b>	Expertenkommentar Dr. Konrad Weißner	Seite 6
<b>C.</b>	Spritsparen durch eigenes Fahrverhalten	Seite 9
<b>D.</b>	Spritsparen durch Spritspartechnologien am Auto	Seite 14
<b>E.</b>	Spritsparreifen	Seite 19
<b>F.</b>	Mobilitätsverhalten	Seite 30
<b>G.</b>	Fazit	Seite 34
<b>H.</b>	Weitere aktuelle <i>puls</i> Studien	Seite 36
<b>I.</b>	<i>puls über puls</i>	Seite 40

- ➔ Wie wichtig ist eigenes Verhalten, um Sprit zu sparen?
- ➔ Wie wichtig sind Autokäufern Spritsparausstattungen?
- ➔ Wie entwickelt sich die Relevanz einzelner Spritsparausstattungen (Trendvergleich)?
- ➔ Welches Kaufpotenzial haben Spritsparreifen?
- ➔ Wie beeinflussen hohe Kraftstoffpreise das Mobilitätsverhalten von Autofahrern?

# Frühzeitig schalten und vorausschauend fahren sind die wichtigsten Verhaltensweisen, um Sprit zu sparen

## Verhaltensweisen um Sprit zu sparen

Frage: Was tun Sie selbst, um Sprit zu sparen?



**Beispiel**

# Für Skoda-Fahrer sind Spritsparttechnologien weniger wichtig



## Relevanz vorgegebener Spritsparttechnologien beim Auto

Frage: Nun interessiert uns, welche Technologien Sie an einem Auto für relevant halten, um den Spritverbrauch zu senken. Wie relevant sind für Sie die folgenden Kriterien? Antworten Sie bitte auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 = sehr relevant, 6 = überhaupt nicht relevant und ? = keine Angabe / Weiß nicht bedeutet.

	Gesamt	Gefahrenere/präferierte Marken (Top10)									
		VW	AUDI	BMW	OPEL	FORD	MERCEDES-BENZ	TOYOTA	PEUGEOT	RENAULT	SKODA
		n=176	n=103	n=96	n=97	n=78	n=77	n=46	n=37	n=34	n=31
Neue Antriebe	68,8	76,7	66,7	58,8	71,8	80,6 😊	69,6	78,4	79,4	58,0 😞	
Leichte Antriebe	71,8	66,7	59,8	58,9	74,1	63,1	75,7 😊	70,6	54,9 😞		
Automatische Antriebe	61,3	71,8	69,8	55,7	67,9	78,0 😊	56,5	72,9	58,8	48,4 😞	
Leichte Antriebe	54,3	56,2	52,5	59,4	49,5	56,4	67,6 😊	50,0	64,9	52,9	45,2 😞
Automatische Reifendruckkontrolle	53,5	48,9	61,1	61,5	48,5	55,1	57,2	50,0	73,0 😊	61,7	38,8 😞
Spritsparreifen	51,0	47,8	53,4	56,3	52,5	46,1	61,1	45,7	70,2 😊	55,9	25,8 😞

**Beispiel**

## Für Fragen stehen Ihnen zur Verfügung:

Dr. Konrad Weßner, 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 „**Steigende Kraftstoffpreise als Chance für die Automobilbranche**“.

- 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:** 100  
**Firmensitz:** Schwaig bei Nürnberg

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

**Ziel:** *For Better Decisions*  
Effiziente Marktforschung 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 aufbauende 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