



For Better Decisions

E10

Marktforschungsstudie zu Wahrnehmung, Hemmschwellen und Informationsbedarf aus Autofahrersicht in Deutschland

– Aktuelle Ergebnisse des AutokäuferMonitors April 2011 –



E10

- *Marktforschungsstudie zu Wahrnehmung, Hemmschwellen und Informationsbedarf aus Autofahrersicht in Deutschland* -

Erscheinungsdatum: April 2011
Erscheinungsform: pdf
Herausgeber: *puls* Marktforschung GmbH, Schwaig bei Nürnberg
Preis: EUR 299,- zzgl. MwSt.
Umfang: 27 Seiten

Befragung bei Autokäufern

Zielgruppe: Über 1.000 Autokäufer in Deutschland
Erhebungszeitraum: April 2010
Fragebogen: ca. 5 Minuten
Methode: Online-Befragung im Rahmen des *puls* AutokäuferMonitors



Studiendesign

Expertenkommentar (Dr. Konrad Weißner, General Manager *puls* Marktforschung GmbH)

Einzelergebnisse:

Bekanntheit E10

Bekanntheit Beimischung von Bioethanol in „herkömmlichen“ Benzin (E5)

Bekanntheit Fahrzeug-Verträglichkeit E10

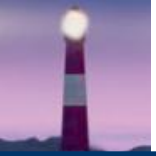
Bereits E10 getankt? (Gesamt + nach Altersgruppen + nach strategischen Gruppen)

Hemmschwellen E10 (Gesamt + nach Altersgruppen + nach strategischen Gruppen)

Bekanntheit Gewinnung von E10 durch Nahrungsmittel

Soll der Staat Mineralölkonzerne zwingen flächendeckend weiter E5 anzubieten?

Wer ist für die Aufklärung zum Thema E10 verantwortlich?



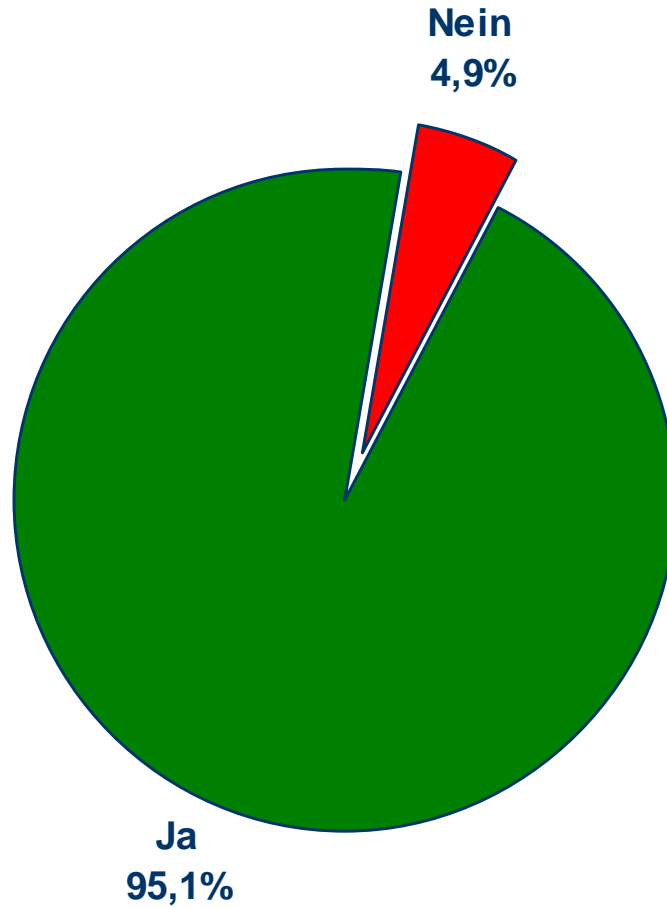
95% der Autofahrer kennen E10.

Bekanntheit E10

-Frage: Kennen Sie E10? -

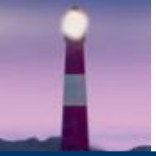


Beispiel-
ergebnis



Quelle: *puls* Marktforschung GmbH, AutokäuferMonitor April 2011

Basis: N = 1.056



Beispiel-
ergebnis

Tanken von E10 - Altersgruppen

-Frage: Haben Sie schon einmal E10 getankt? -

	Altersgruppen			
	Gesamt	Bis 30 Jahre	31 bis 50 Jahre	Über 50 Jahre
Ja, mehrfach				
Ja, einmal				
Nein				

Quelle: *puls* Marktforschung GmbH, AutokäuferMonitor April 2011 Basis: n = 657, Kennen E10 und können dieses tanken



Gründe für Nicht-Tanken von E10 - Strategische Gruppen

-Frage: Warum tanken Sie kein (oder nur selten) E10? - (Mehrfachnennung)

Beispiel-
ergebnis

Hemmschwellen	Strategische Gruppen				
	Gesamt	dt. Premium	dt. Volumen	europ. Importeure	asiat. Importeure
Angst vor Motorschäden					
Fehlende Langzeittests					
Höherer Verbrauch					
E10 fördert Lebensmittelknappheit und steigende Lebensmittelpreise					
Ökologische Gründe					
Kaum bessere CO2-Bilanz / Umweltbilanz					
Mangelnde Aufklärung / Informationen					
Zu geringe Preisdifferenz					
Sonstige Gründe					

Quelle: *puls* Marktforschung GmbH, AutokäuferMonitor April 2011

Basis: n = 509, tanken nicht oder selten E10



Bei Fragen und Anmerkungen steht Ihnen zur Verfügung:

Tanja Wild
Automotive Consultant



Kontaktdaten

Röthenbacher Str. 2
D-90571 Schwaig bei Nürnberg

Tel: +49 (0) 911/ 95 35 - 400

Fax: +49 (0) 911/ 95 35 - 404

E-Mail: wild@puls-marktforschung.de

www.puls-marktforschung.de





Antwortfax

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

Ich bin interessiert an der Studie „**E10** - Marktforschungsstudie zu Wahrnehmung, Hemmschwellen und Informationsbedarf aus Autofahrersicht in Deutschland“ -

- Bitte kontaktieren Sie mich für weitere Informationen.
- Ich bestelle die Studie zum Preis von **€ 529,-** zzgl. MwSt. – die Zahlung erfolgt per Rechnung.

<i>Firma:</i>	_____
<i>Name:</i>	_____
<i>Anschrift:</i>	_____

<i>E-Mail:</i>	_____
<i>Telefon:</i>	_____



Gründungsjahr: 1990

Feste Mitarbeiter: 18

**Mitarbeiter
Telefonstudio:** 140

Firmensitz: Schwaig bei Nürnberg

Kerngeschäft: Effiziente Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien

Leistungsversprechen: *For Better Decisions*

Aktive Mitgliedschaften:    

Ausgewählte Projekte in der Automobilbranche



Seit fast 20 Jahren konzentriert sich *puls* darauf, den Markterfolg von Autohäusern, Automobilherstellern und Zulieferern durch effiziente Marktforschung abzusichern. Im Mittelpunkt der Arbeit von *puls* stehen Monitorings bei Autokäufern und Händlern.

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).

Schwache 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.



For Better Decisions

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

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

wild@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

Geschäftsführer: Dr. Konrad Weißner • Ust-ID-Nr.: DE 133 554 286 • Ust-Nr.: 241/135/41 284 • Amtsgericht Nürnberg • HRB 11034

