



For Better Decisions

Vernetzte Autos

Marktforschungsstudie zu den Perspektiven und Erfolgsfaktoren von vernetzten Fahrzeugen in Deutschland

– Aktuelle Ergebnisse des AutokäuferMonitors Februar 2011 –



Vernetzte Autos

- Marktforschungsstudie zu den Perspektiven und Erfolgsfaktoren von vernetzten Fahrzeugen in Deutschland -

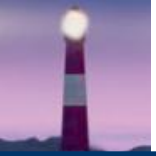
Erscheinungsdatum: März 2011
Erscheinungsform: pdf
Herausgeber: *puls* Marktforschung GmbH, Schwaig bei Nürnberg
Preis: EUR 299,- zzgl. MwSt.
Umfang: 35 Seiten

Befragung bei Autokäufern

Zielgruppe: Über 1.000 Autokäufer in Deutschland
Erhebungszeitraum: Februar 2011
Fragebogen: ca. 7 Minuten
Methode: Online-Befragung im Rahmen des *puls* AutokäuferMonitors



- A.** Studiendesign
- B.** Expertenkommentar
- C.** Interesse an einzelnen Funktionen
- D.** Generelles Kaufinteresse
- E.** Substitution aktueller Produkte
- F.** Impressum / Anhang / Ansprechpartner



Käufer und Interessenten deutscher Premiumfahrzeuge stehen den neuen Funktionen mit großer Offenheit gegenüber.



Beispiel-ergebnis

Vernetzte Autos – Funktionen mit hohem Interesse – Strategische Gruppen

- Wir zeigen Ihnen nun mögliche Funktionen von vernetzten Autos. Bitte geben sie an, wie interessant die Funktionen jeweils für Sie sind.-
(Skala 1 bis 6, wobei 1=sehr interessant und 6=uninteressant)

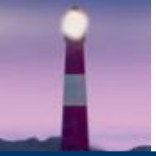
▲
Höchster Wert der Zeile

▼
Niedrigster Wert der Zeile

| Funktionen | Strategische Gruppen | | | | |
|---|----------------------|-------------|-------------|-------------------|-------------------|
| | Gesamt | dt. Premium | dt. Volumen | europ. Importeure | asiat. Importeure |
| Aktuelle Verkehrsmeldungen in Echtzeit zu Staus und Hindernissen auf der eigenen Route | | | | | |
| Umfassender Check und Anzeige von Fahrzeuginformationen wie Ölstand oder Reifendruck | | | | | |
| Automatischer Notruf bei einem Unfall | | | | | |
| Anzeige aktueller Baustellen | | | | | |
| Suche von nahegelegenen Tankstellen mit Preisangabe | | | | | |
| Anzeige aktuell gültiger Verkehrsregelungen auf einem Display | | | | | |
| Informationen zu freien Parkflächen/Parkmöglichkeiten | | | | | |
| Information in Echtzeit zu Wetter und der Straßenbeschaffenheit auf der aktuellen Route | | | | | |
| Vorgabe von Richtgeschwindigkeiten, um Wartezeiten an Ampeln zu verringern und auf der grünen Welle zu schwimmen | | | | | |
| Aktuelle Bestimmung der genauen Reisedauer unter Einbezug von Verkehrsfluss, Baustellen, Straßenbeschaffenheit etc. | | | | | |
| Warnmeldung bei Herannahen eines Einsatzfahrzeuge | | | | | |
| Übermittlung von Fahrzeugdaten an die Werkstatt | | | | | |

Quelle: puls Marktforschung GmbH, AutokäuferMonitor Februar 2011

Basis: n = 1.011

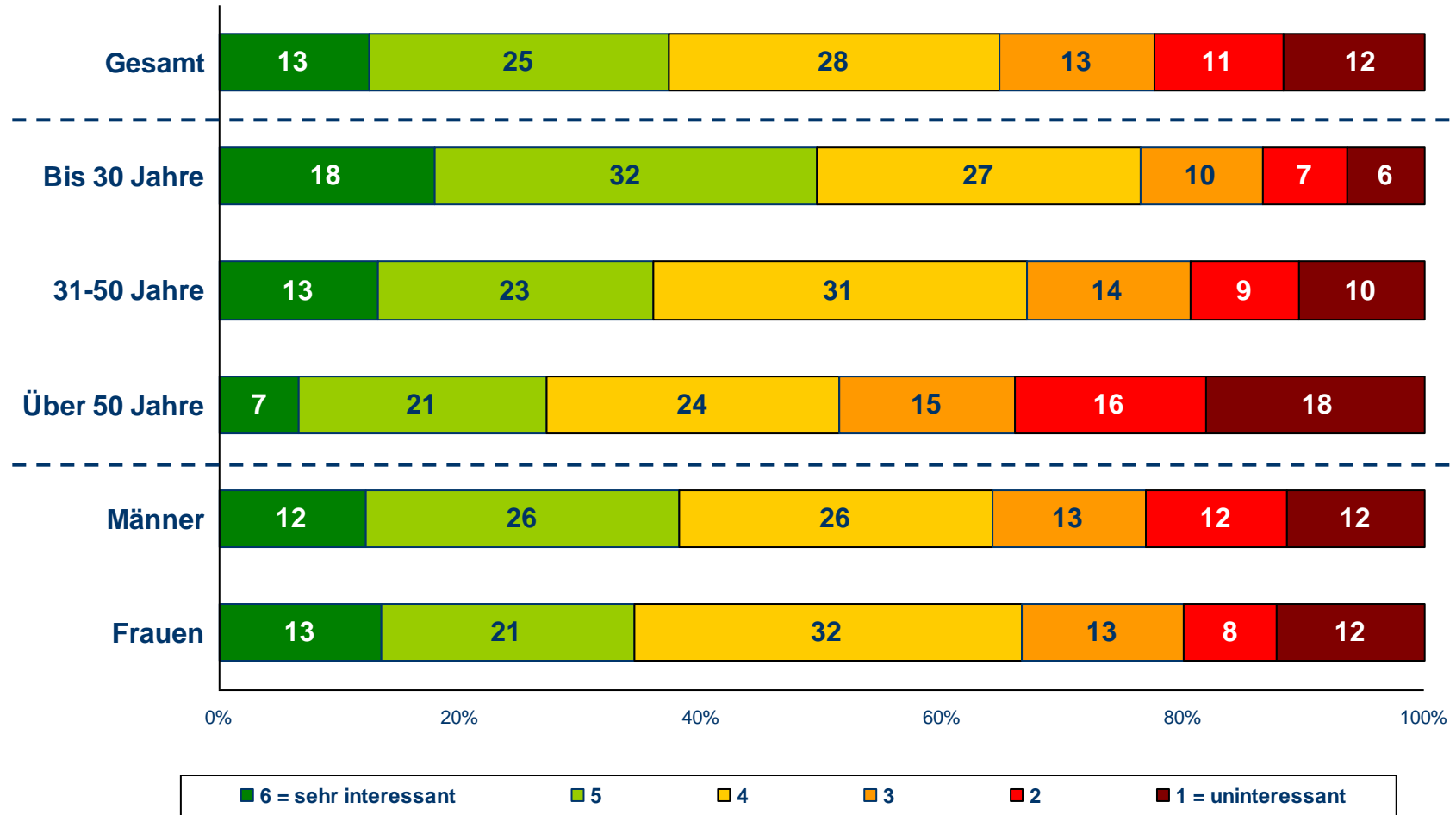


Höchstes Kaufinteresse bei den unter 30 jährigen.



Kaufinteresse „vernetztes Fahrzeug“ – Altersgruppen und Geschlecht

- Wie interessant wäre es für Sie ein solches "vernetztes Fahrzeug" zu kaufen?-



Quelle: puls Marktforschung GmbH, AutokäuferMonitor Februar 2011

Basis: n = 1.011



Bei Fragen und Anmerkungen steht Ihnen zur Verfügung:

Tanja Wild
Automotive Consultant



Kontakt Daten

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
„**Vernetzte Autos**“

- Bitte kontaktieren Sie mich für weitere Informationen.
- Ich bestelle die Studie zum Preis von **€ 299,-** zzgl. MwSt. – die Zahlung erfolgt per Rechnung.

Firma:

Name:

Abteilung / Position:

Anschrift:

E-Mail:

Telefon:



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:    



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

