



For Better Decisions

Premium lebt!

Marktforschungsstudie zu den Perspektiven und Erfolgsfaktoren von
Premiumautomobilen in Deutschland

– Studienteaser, August 2009 –



Studie: Premium lebt!

– Marktforschungsstudie zu den Perspektiven und Erfolgsfaktoren von Premiumautomobilen in Deutschland –

Erstellt von *puls* Marktforschung GmbH, Röthenbacher Str. 2, 90571 Schwaig bei Nürnberg

Die Daten wurden erhoben von *puls* Marktforschung GmbH, Röthenbacher Str. 2, 90571 Schwaig bei Nürnberg

© 2009 *puls* Marktforschung GmbH

Preis: EUR 299,-- zzgl. MwSt.

Erscheinungsform: pdf-Dokument

Ihr Ansprechpartner: Stefan Reiser

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

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

E-Mail: reiser@puls-navigation.de

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.

www.puls-navigation.de



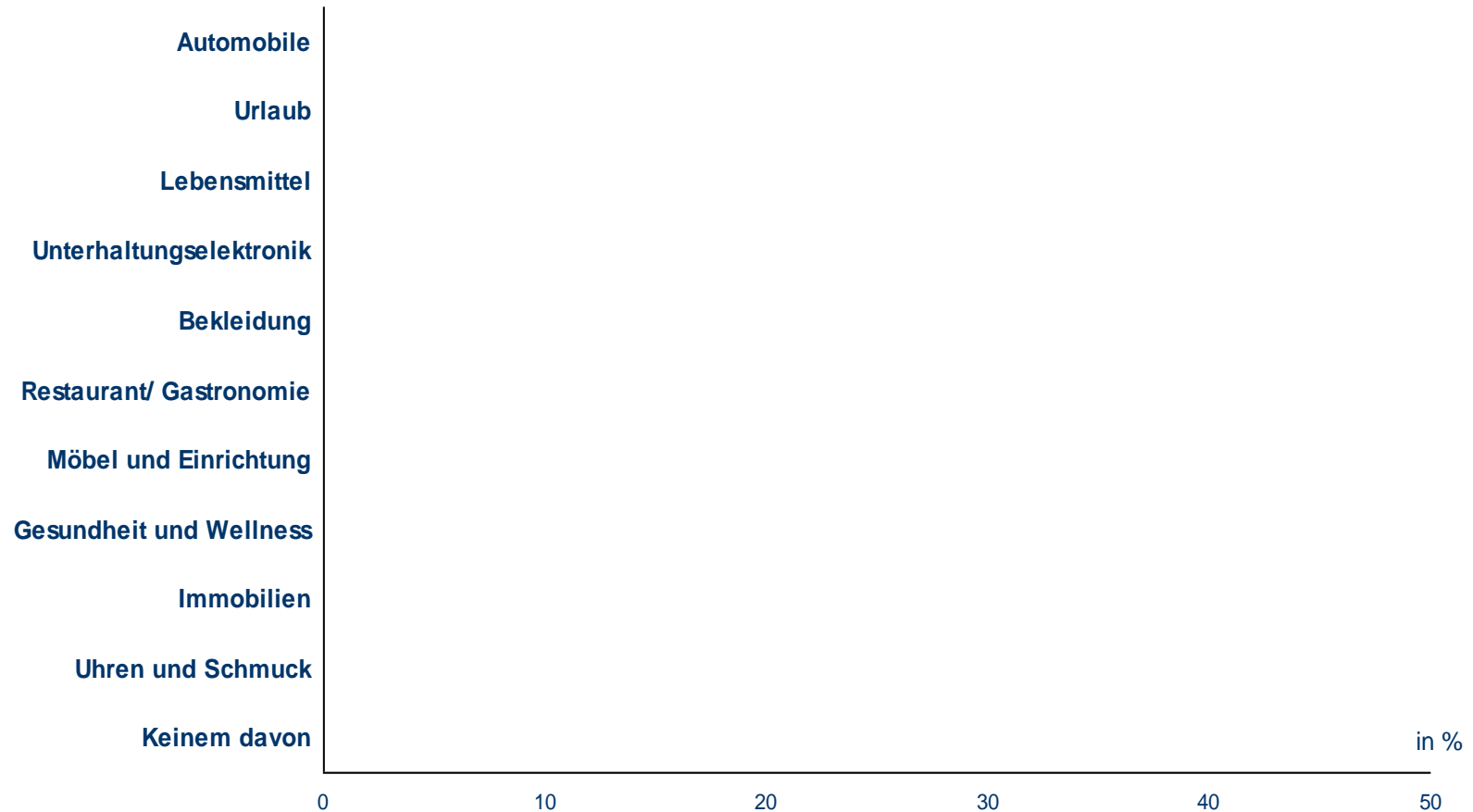
| | | |
|-----------|--|----------|
| A. | Hintergrund und Studiendesign | Seite 3 |
| B. | Expertenkommentar | Seite 8 |
| C. | Auswertung nach leitenden Angestellten mit Studium | Seite 19 |
| D. | Auswertung nach Geschlecht | Seite 25 |
| E. | Auswertung nach Personen unter 30 und über 60 Jahren | Seite 31 |
| F. | Impressum / Anhang / Ansprechpartner | Seite 37 |



Beispiel-
Seite
ohne
Daten

Zuzahlungsbereitschaft für Premium-Qualität

- Frage: In welchen der folgenden Bereiche sind Sie bereit für Premium-Qualität einen Aufpreis zu bezahlen? -



Quelle: puls Marktforschung GmbH, ACI Trendmonitor Juni 2009

Basis: N=1.046



Beispiel-Seite ohne Daten

- Wie gut passen Ihrer Meinung nach die folgenden Attribute zu Premium-Automobil?

| | | GESAMT: | Leitende Angestellte mit Studium |
|---|-------------------------------|---------|----------------------------------|
| Möglichst große Fahrzeuge vs. Kleinere Fahrzeuge | 1 = Möglichst große Fahrzeuge | | |
| | 2 | | |
| | 3 | | |
| | 4 = Kleinere Fahrzeuge | | |
| | BASIS: | | |
| Statussymbol vs. Fortbewegungsmittel | 1 = Statussymbol | | |
| | 2 | | |
| | 3 | | |
| | 4 = Fortbewegungsmittel | | |
| | BASIS: | | |
| Kauf/ Besitz vs. Bezahlung für die Nutzung | 1 = Kauf/ Besitz | | |
| | 2 | | |
| | 3 | | |
| | 4 = Bezahlung für die Nutzung | | |
| | BASIS: | | |



Beispiel-
Seite
ohne
Daten

- Für welche der folgenden Anforderungen an Premium-Automobile sind Sie bereit einen Aufpreis zu bezahlen? -

| | GESAMT: | Weiblich | Männlich |
|---|---------|----------|----------|
| Sicherheit | | | |
| Zuverlässigkeit | | | |
| Kraftstoffverbrauch | | | |
| Komfort | | | |
| Motorleistung | | | |
| CO2 - Ausstoß | | | |
| Fahrspaß | | | |
| Design | | | |
| Unbürokratische Sicherstellung der Mobilität bei Service- und Wartungsarbeiten | | | |
| Einzigartigkeit/ Individualität des Fahrzeugs | | | |
| Marke | | | |
| Kauf und Service mit minimalem Zeitaufwand | | | |
| Pers. Ansprechpartner beim Händler für alle Fragen rund um Service und Wartung des Fahrzeugs | | | |
| Für keine davon | | | |
| BASIS: | | | |



Aus unseren Marktforschungserfahrungen heraus lassen sich 4 Werttreiber von Automobilmarken verdichten:

1. Substanzielle Anforderungen:
Sicherheit, Zuverlässigkeit, Komfort
2. Materielle Anforderungen:
Kraftstoffverbrauch, Motorleistung
3. Moderne Anforderungen:
CO₂ Ausstoß, Fahrspaß, Design,
Einzigartigkeit/ Individualität des Fahrzeugs, Marke
4. Postmaterielle Anforderungen:
Unbürokratische Sicherstellung der
Mobilität bei Servicearbeiten,
Kauf- und Service mit minimalen Zeitaufwand,
persönlicher Ansprechpartner beim Händler für
alle Fragen rund um Service und Wartung des
Fahrzeugs

MUSS Kriterien

- Vom Kunden gewünscht
- Vom Wettbewerb besetzt
- Grundlage für die Wirksamkeit von AHA Kriterien



AHA Kriterien

- Vom Kunden gewünscht
- Vom Wettbewerb nicht besetzt
- Relevant für Markenpositionierungen



Bei Fragen und Anmerkungen steht Ihnen zur Verfügung:

Stefan Reiser
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: reiser@puls-navigation.de

www.puls-navigation.de



Antwortfax

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

Ich bin interessiert an der Studie
„**Premium lebt!**“.

- 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: | 20 |
| 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 erfolgreiche Markenstrategien
und Vertriebskonzepte.

Aktive Mitgliedschaften:





Informationen zu *puls* Marktforschung - Referenzübersicht

| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |



For Better Decisions

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

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

reiser@puls-navigation.de
www.puls-navigation.de

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

