



For Better Decisions

***puls* Autoklima-Index 3. Quartal 2006**

- Markenbarometer auf Basis des ACI Trendmonitors -

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weißner / Stefan Reiser
Röthenbacherstr.2
90571 Schwaig

Tel.: 0911-9535400
Fax: 0911-9535404
reiser@puls-navigation.de
www.puls-navigation.de

9. Oktober 2006



- Bei der Auswahl und dem Kauf eines Automobils spielt die Marke eine wesentliche Rolle.
- Der *puls* Autoklima-Index stellt dar, welches Marktmobilisierungspotenzial eine Fahrzeugmarke aktuell besitzt.
- Daraus lässt sich ablesen, wie die Marktentwicklung der jeweiligen Fahrzeugmarken unter gleichbleibenden Bedingungen verlaufen wird.
- Je höher der *puls* Autoklima-Index, desto wahrscheinlicher ist es, dass die jeweilige Fahrzeugmarke mittel- bis langfristig ihre Marktposition ausbauen bzw. Marktanteile gewinnen wird.
- In den *puls* Autoklima-Index fließen folgende Faktoren ein:
 - **Anteil (prospektiv) markenloyaler Kaufinteressenten**
 - **Anteil (prospektiver) Zuwanderer / Abwanderer**
 - **Weiterempfehlungsrate**



Prospektiv markenloyale Kaufinteressenten am Beispiel Audi:

$$\text{Aktuell gefahrene Marke Audi} = \text{Gesuchte Marke Audi (First Choice)}$$

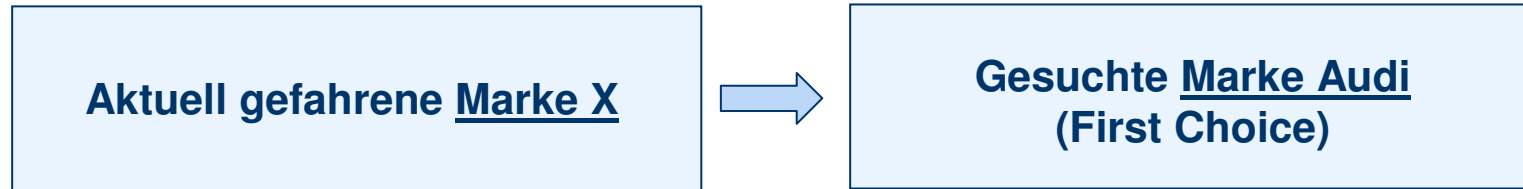
Berücksichtigung im *puls* Autoklima-Index:

Anteil an prospektiv markenloyalen Kaufinteressenten bei der gesuchten Fahrzeugmarke (First Choice)

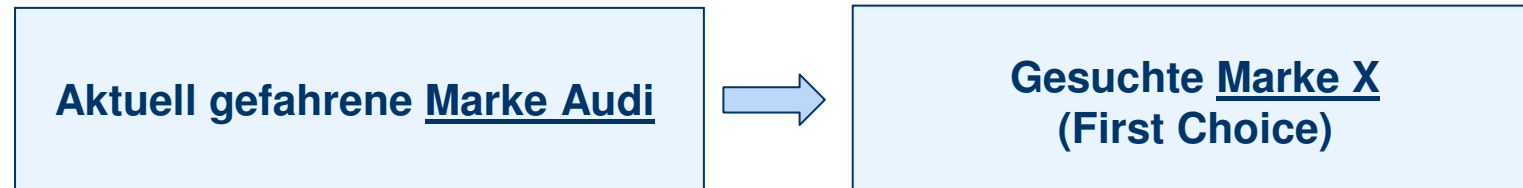


Zuwanderer / Abwanderer am Beispiel Audi:

Zuwanderer:



Abwanderer:



Berücksichtigung im *puls* Autoklima-Index:

Anteil der Differenz aus Zuwanderern und Abwanderern an Kaufinteressenten der gesuchten Marke (First Choice).



Weiterempfehlung am Beispiel Audi:

Gesuchte Marke Audi
(First Choice)



Wenn Sie an Audi denken, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Ihren Bekannten und Freunden diese Marke weiterempfehlen?



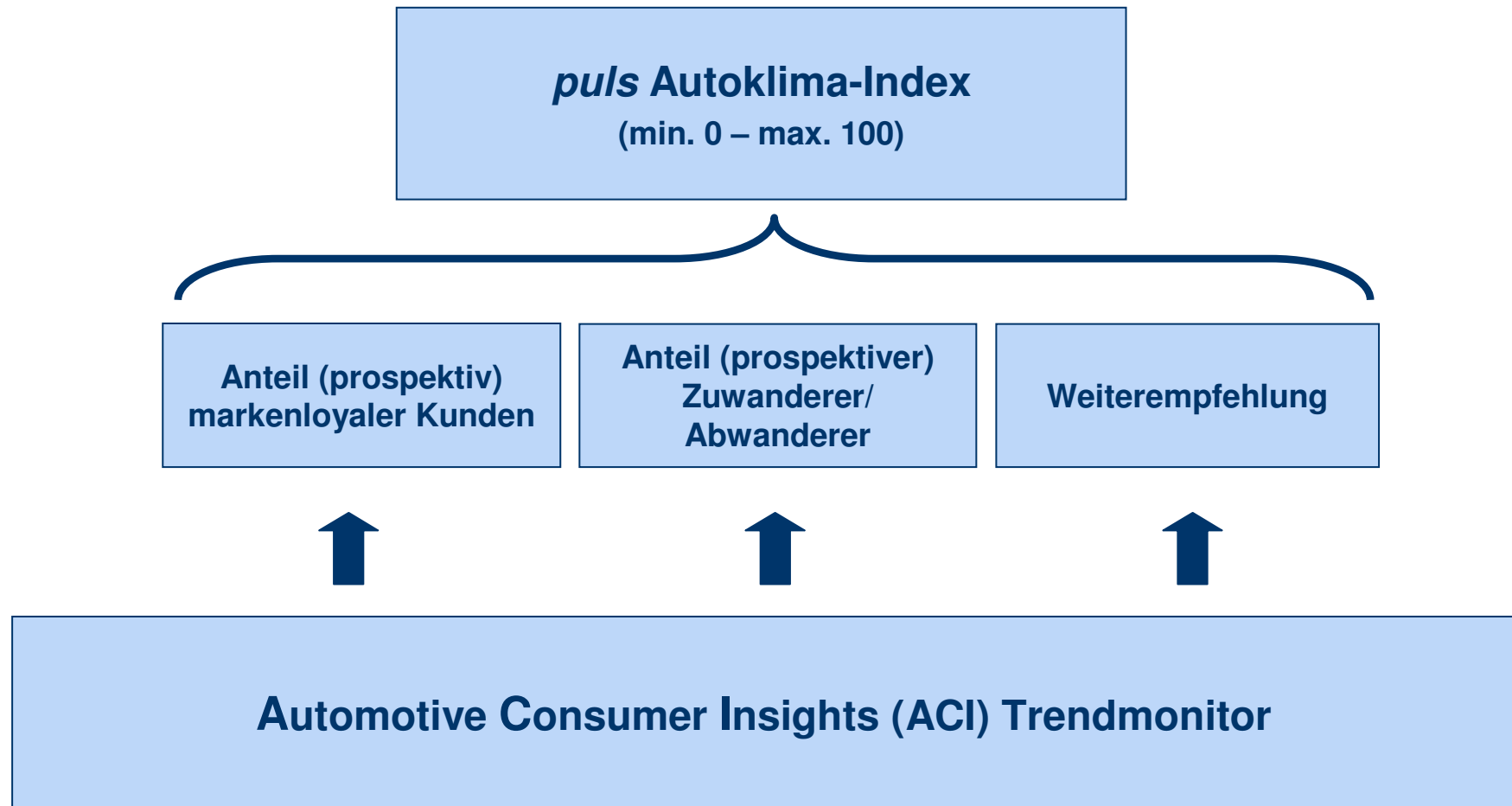
Antwortmöglichkeiten:

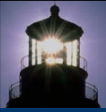
- Sehr wahrscheinlich
- Wahrscheinlich
- Weniger wahrscheinlich
- Unwahrscheinlich

Skalenniveau von 1 (Unwahrscheinlich) bis 4 (sehr wahrscheinlich)

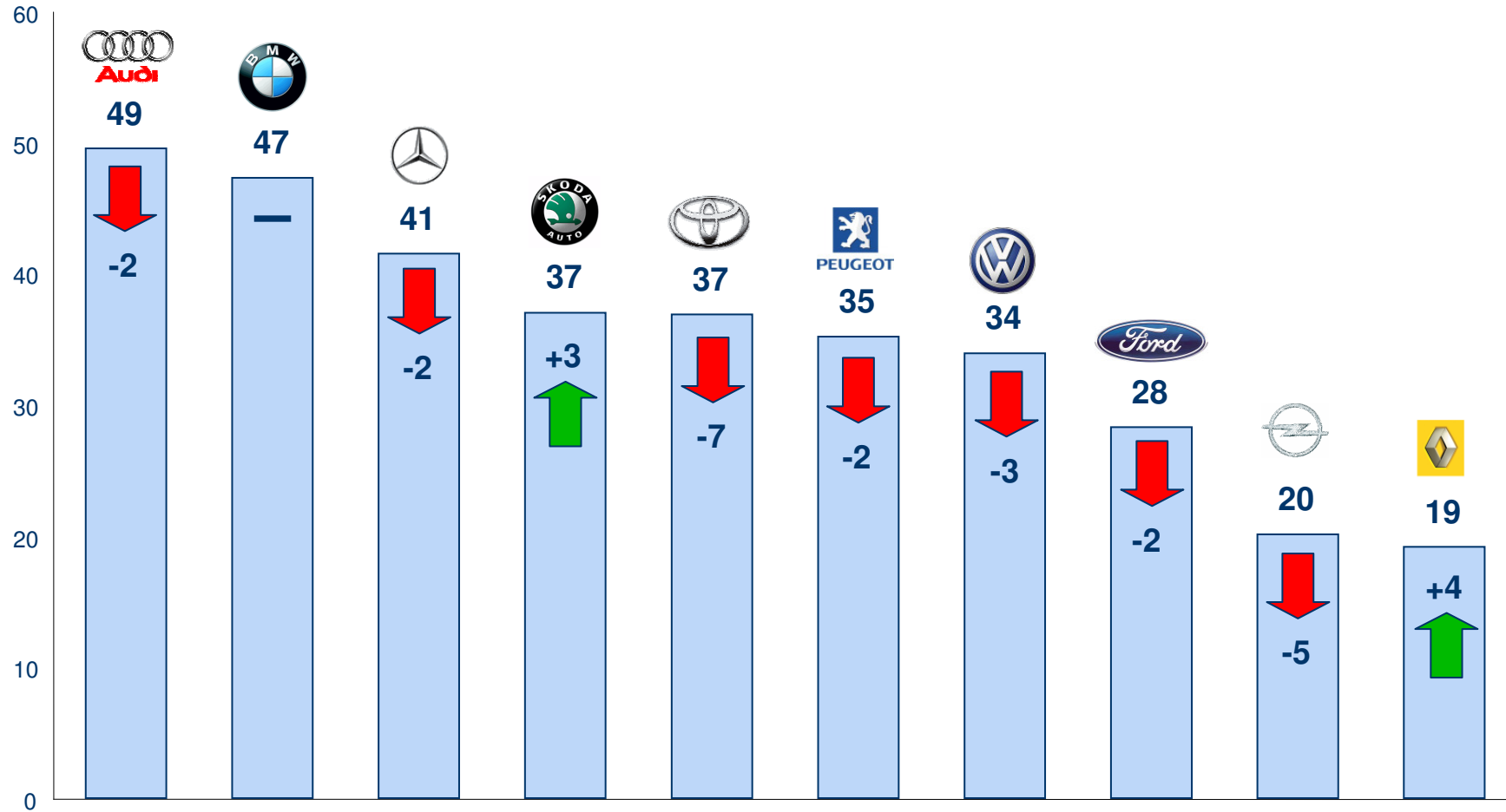
Berücksichtigung im *puls* Autoklima-Index:

Mittelwert für die gesuchte Marke transformiert auf eine 100er Skala.





Autoklima-Index: 3. Quartal 2006 (TOP 10 Marken nach Marktanteil laut KBA)



Quelle: puls GmbH, ACI Trendmonitor Juli-September 2006



Anhang:
ACI Trendmonitor (zu Grunde liegende Methode)
puls über puls



Was ist der ACI Trendmonitor?

ACI = Automotive Consumer Insights.



Im Rahmen des ACI Trendmonitors befragt *puls*

- ▶ monatlich
- ▶ bundesweit
- ▶ über 1.000 Privatpersonen ($\hat{=}$ 12.000 pro Jahr), die aktuell planen ein Auto zu kaufen.

Der ACI Trendmonitor ist die größte, kontinuierliche Erhebung bei Autofahrern bzw. Autokäufern.



Wie funktioniert der ACI Trendmonitor?



Jeden Tag nutzen tausende Menschen das Internet um sich im Zusammenhang mit ihrem Autokauf zu informieren.

Zu den wichtigsten und meist besuchten Informationsquellen im Internet gehören freie (herstellerunabhängige) Automobilbörsen. Gebrauch- und Neuwagenwagenkäufer verschaffen sich bequem einen Überblick zu Angeboten, Preisen und Händlern, recherchieren Vergleichszahlen zum Wiederverkaufswert ihres „Alten“ etc.

Diese Personen befragt der ACI Trendmonitor per Online Fragebogen.

Dazu kooperiert *puls* mit den größten Online-Automobilportalen Deutschlands.





Die **puls Marktforschung GmbH** betreut seit über zehn Jahren mit 18 Mitarbeitern renommierte internationale Marken mit Schwerpunkt in der Automobilbranche. Im Mittelpunkt der Arbeit von *puls* stehen individuelle Marktforschungskonzepte und Empfehlungen für erfolgreiche Markenstrategien und Vertriebskonzepte.



Hervorzuheben sind folgende Projekte in der Automobilbranche:

ACI Trendmonitor: Markenübergreifende Befragung von jährlich über 12.000 Kaufinteressenten von Automobilen mit Erhebung aller im Kaufprozess relevanten Informationen, z.B. Kaufabsichten, Werbewahrnehmung, Sales Driver, Lost Deals, etc.

pulsSchlag: Monatliche Erhebung der Konjunktur- und Verkaufserwartungen der Autohäuser (in Kooperation mit der Fachzeitschrift AUTOHAUS).

Schwacke MarkenMonitor: Jährliche Messung der Händlerzufriedenheit mit den Herstellern/Importeuren in Kooperation mit Prof. Willi Diez.

Autohaus Online-Panel: Händler-Panel mit über 1.300 Entscheidern in Autohäusern, die kurzfristig und schnell zu individuellen Themen befragt werden können.



For Better Decisions

puls Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg
Tel. 0911-9535-400
reiser@puls-navigation.de

Fax 0911-9535-404
www.puls-navigation.de

