



For Better Decisions

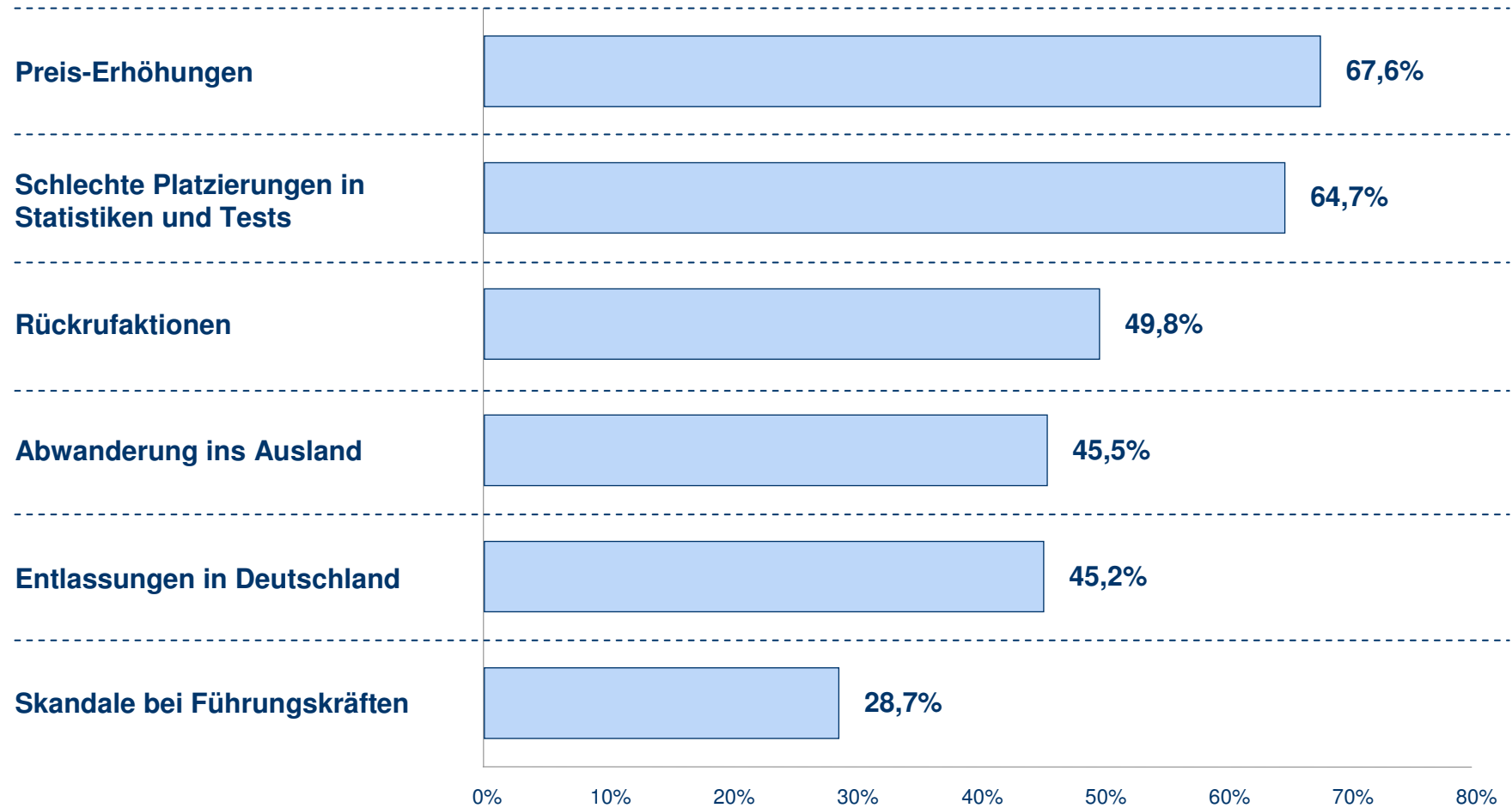
Relevanz von Medienberichten für Automobilunternehmen

– Marktforschungsstudie auf der Grundlage des ACI Trendmonitors –



Einfluss von negativer Presse für Automobilhersteller:

- Frage: Denken Sie nun bitte an Nachrichten über Unternehmen im Automobilbereich? Welchen Einfluss haben die folgenden Negativ-Nachrichten auf Ihre Kaufentscheidung? -
Top-Boxes (sehr hoher Einfluss/ hoher Einfluss)



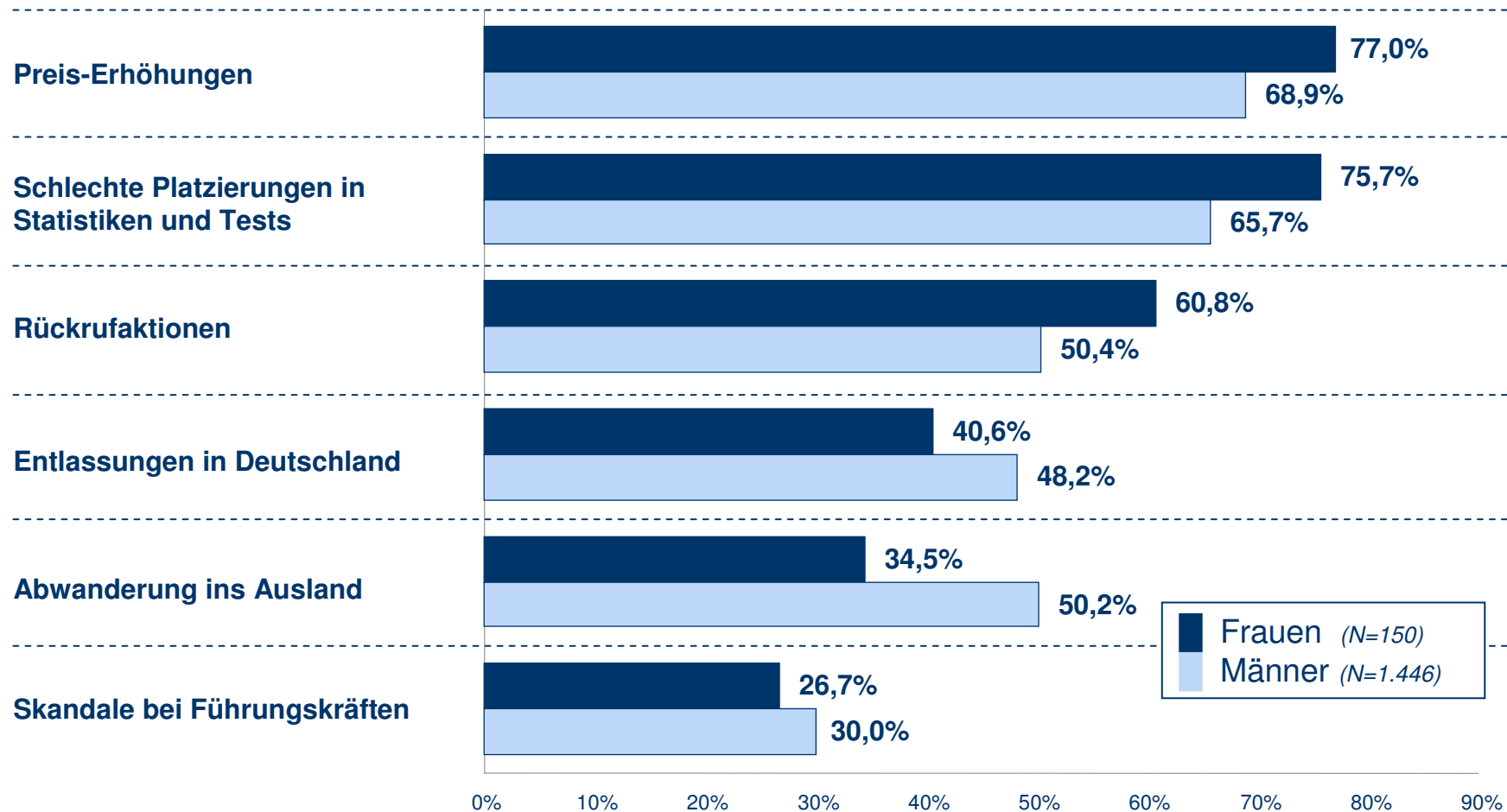
Quelle: *puls* GmbH, ACI Trendmonitor, Juni 2006

Basis: N=1.892



Einfluss von negativer Presse für Automobilhersteller - nach Geschlecht:

- Frage: Denken Sie nun bitte an Nachrichten über Unternehmen im Automobilbereich? Welchen Einfluss haben die folgenden Negativ-Nachrichten auf Ihre Kaufentscheidung? -
Top-Boxes (sehr hoher Einfluss/ hoher Einfluss)

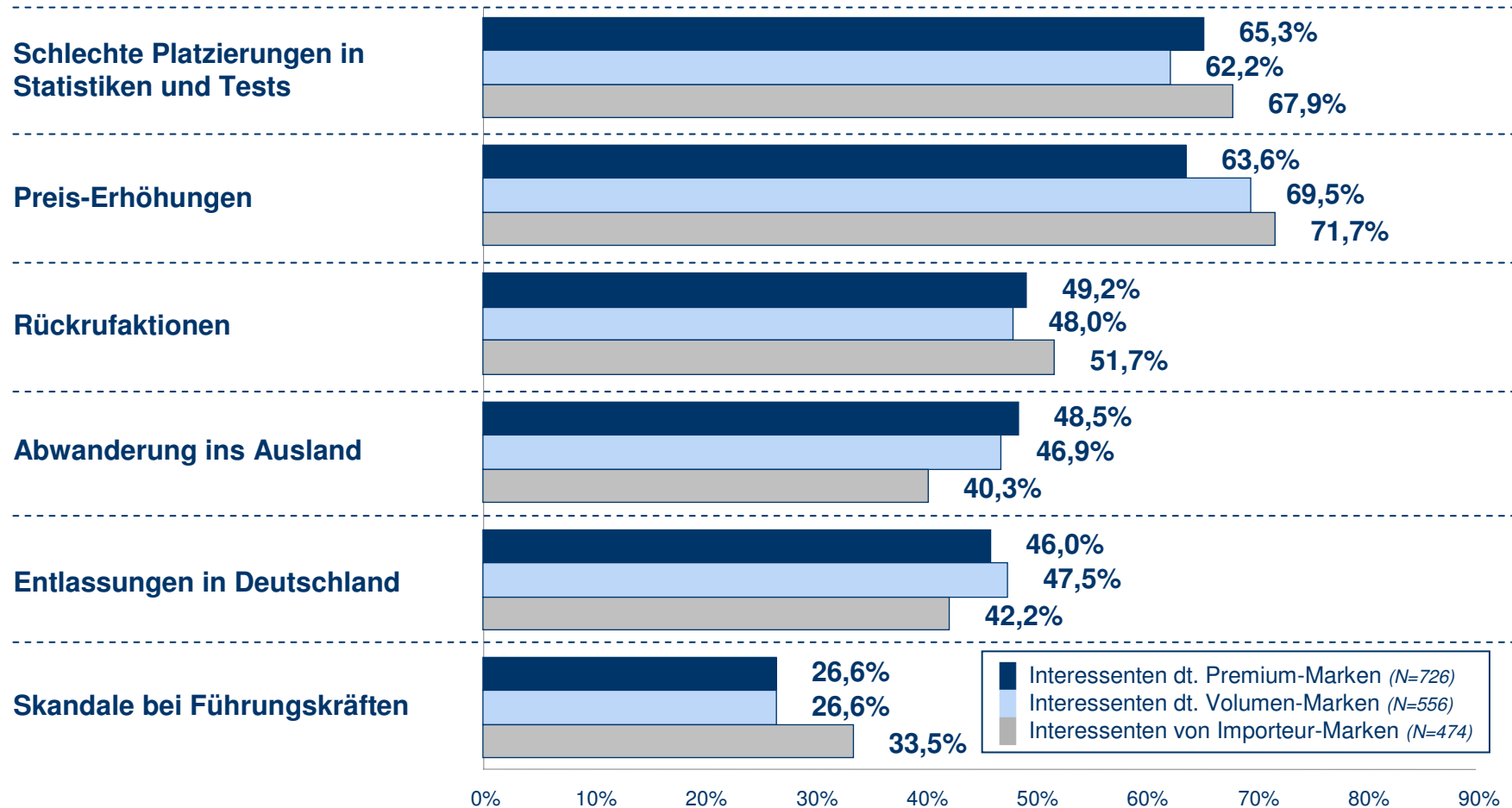


Quelle: *puls* GmbH, ACI Trendmonitor, Juni 2006



Einfluss von negativer Presse für Automobilhersteller - nach gesuchter Marke:

- Frage: Denken Sie nun bitte an Nachrichten über Unternehmen im Automobilbereich? Welchen Einfluss haben die folgenden Negativ-Nachrichten auf Ihre Kaufentscheidung? -
Top-Boxes (sehr hoher Einfluss/ hoher Einfluss)



Quelle: *puls* GmbH, ACI Trendmonitor, Juni 2006



Anhang: Impressum, Methodik, *puls* über *puls*



Studie: Relevanz von Medienberichten für Automobilunternehmen

Studien-ID: 08/2006 - 077.

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

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

Diese Studie ist von der Schutzgebühr befreit.

© by *puls* GmbH

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* GmbH.

Ihr Ansprechpartner: Stefan Reiser
Telefon: +49 (0) 911/ 95 35 - 400
Fax: +49 (0) 911/ 95 35 - 404
E-Mail: info@puls-navigation.de

www.puls-navigation.de



Was ist der ACI Trendmonitor?

ACI = Automotive Consumer Insights.



Im Rahmen des ACI Trendmonitors befragt *puls*

- ▶ monatlich
- ▶ bundesweit
- ▶ rund 2.000 Privatpersonen ($\hat{=}$ 24.000 pro Jahr), die planen ein Auto zu kaufen.

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



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.

Gebraucht- 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.





Vorteile des ACI (Automotive Consumer Insights) Trendmonitors:

Markenübergreifend

- ▶ Gesamtsicht auf den Automobilmarkt

Tatsächliche Autokäufer

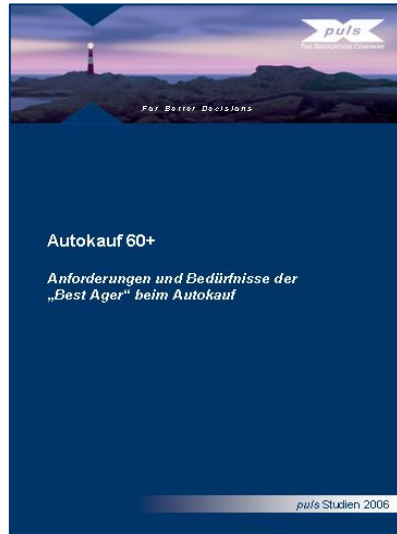
- ▶ Hohe Validität und Praxisbezug der Ergebnisse

Monatliche Aktualität

- ▶ Kontinuierliche Orientierung durch monatsaktuelle Erhebungen

Exzellente Synergien

- ▶ z.B. Identifikation von Korrelationen zwischen Fahrzeugmarke/-segment und bevorzugter Versicherung, Werksatt, Finanzierungspartner, etc.



Titel: Autokauf 60+ - Anforderungen und Bedürfnisse der Best Ager beim Autokauf

Erscheinungsweise: Print

Umfang: 64 Seiten

Erscheinung: Juni 2006

Preis: € 249,- je Studienexemplar, bzw.
€ 199,- je Studienexemplar für Abonnenten des ACI Trendletter

Titel: Einstellungen und Präferenzen von Autokäufern zum Thema Umweltverträglichkeit

Erscheinungsweise: pdf

Umfang: 31 Seiten

Erscheinung: Mai 2006

Preis: € 49,- je Studienexemplar



→ Detailinformationen zu den einzelnen Studien finden Sie unter <http://www.puls-navigation.de> in unserer Rubrik "Studien/ Vorträge"!



Die **puls 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 24.000 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 und EurotaxSchwacke.

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

puls - THE NAVIGATION COMPANY

Röthenbacher Straße 2 - 90571 Schwaig b. Nürnberg

Tel.: +49 (0) 911-95 35-400 - Fax: +49 (0) 911-95 35-404

info@puls-navigation.de - www.puls-navigation.de



For Better Decisions

puls GmbH

Röthenbacher Straße 2

90571 Schwaig bei Nürnberg

Tel. 0911-9535-400

info@puls-navigation.de

Fax 0911-9535-404

www.puls-navigation.de

