

Sprunghafter Anstieg der negativen Pressewahrnehmung von VW nach dem Machtpoker

puls Studie bei über 1.000 Autokäufern in Deutschland

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weßner
05. Juni 2015



Stichprobe

Personen, die den Kauf eines Fahrzeugs planen bzw. vor kurzem ein Fahrzeug gekauft haben.

n>1.000 repräsentative Interviews



Erhebungsmethode

Online über den *puls* AutokäuferMonitor



Befragungszeitraum

02.12.2014 – 13.05.2015



Befragungsdauer

ca. 10 Minuten



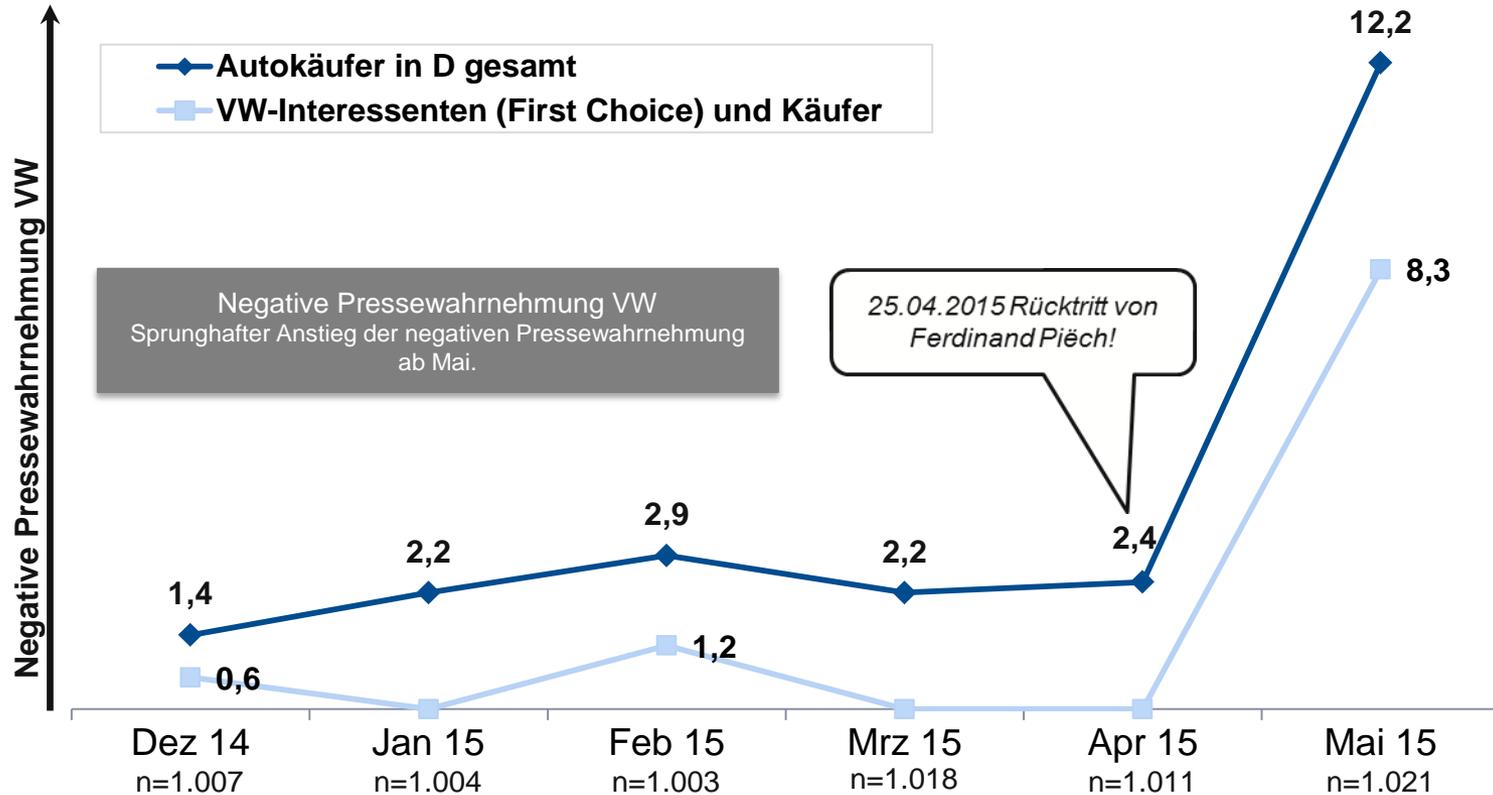
Konzeption, Durchführung und Empfehlungen

puls Marktforschung GmbH
Schwaig b. Nürnberg



Der Führungsstreit bei Volkswagen lässt die negative Pressewahrnehmung bei Autokäufern und VW-Interessenten/ Käufern sprunghaft steigen.

Frage: Welche Automobilmarke ist Ihnen zuletzt durch Schlagzeilen in den Medien besonders negativ aufgefallen?





Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	20
Mitarbeiter Telefonstudio:	140
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg

Kerngeschäft: Quantitative und qualitative Marktforschung

Ziel: *For Better Decisions*
Effiziente Marktforschung und
Empfehlungen für bessere Entscheidungen
und Strategien.

Aktive Mitgliedschaften



Referenzen





Autohaus » Panel

Autohaus Online-Panel

Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern



AUTOHAUS
pulsSchlag

pulsSchlag

Monatliche Erhebung der Konjunktur- und Verkaufserwartungen der Autohäuser
(Seit 2000 in Kooperation mit der Fachzeitschrift AUTOHAUS)



Banken
Monitor
2014
puls AUTOHAUS

SchwacheMarkenMonitor/ AUTOHAUS BankenMonitor/ AUTOHAUS VersicherungsMonitor

Jährliche Messungen der Händlerzufriedenheit mit Herstellern/Importeuren, Autobanken und Versicherungen.



Autokäuferpuls

Autokäuferpuls/ Autoflottenpuls

Markenübergreifende Befragung von monatlich 1.000 Autokäufern und 1.500 Autoflottenkunden (2x jährlich).



http://

Automotive WebScreening/ Google Trends

Analyse der Kundenbewertungen im Web 2.0 sowie der Google-Suchanfragen zu Automobilherstellern, Fahrzeugen, Autohäusern etc.

Automobilhersteller/ Händler	Sales Driver Analysen Markendifferenzierung, Händlerzufriedenheit, Local Hero Konzepte, Marktpotenziale, Kundenzufriedenheit, Analyse und Treiber der Kundenloyalität
Automobilvertrieb 3.0	Customer Journey- und Kundenkontaktpunktanalysen, Multi Channel-Strategien, Google-Insights, Erfolgsmessung von Facebook-Aktivitäten, Autokaufberater GenauMeinAuto
Autobanken/ Versicherungen	Händlerzufriedenheit / Beziehungsmanagement zu den Händlern, Customer Journey automobiler Finanzierungs- und Versicherungskunden
Mitarbeiter	Mitarbeiterbefragungen, Employer Branding Konzepte



puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Telefon 0911-9535-400
Fax 0911-9535-404

info@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