

Negativpresse zum CO²-Skandal geht an Audi vorbei und drückt mit Zeitverzug die VW-Neuwagenkäufer

Repräsentative puls Studie zu den Auswirkungen drei Monate nach dem VW-Skandal

puls Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg
www.puls-marktforschung.de



Stichprobe

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

n=4.042 repräsentative Interviews



Erhebungsmethode

Online über den *puls* AutokäuferMonitor



Befragungszeitraum

28. August 2015 – 03. Dezember 2015



Konzeption, Durchführung und Empfehlungen

puls Marktforschung GmbH
Schwaig b. Nürnberg



Die CO₂-Manipulationen drücken mit Zeitverzug die VW Neuwagenerwäger, lässt Audi-Interessenten aber kalt

		Sept. 2015*	Okt. 2015	Nov. 2015	Dez. 2015
					
VW	Negative Pressewahrnehmung	3,9	75,5	76,7	71,4
	Neuwagenerwäger	35,8	31,1	31,7	28,0
	Gebrauchtwagenerwäger	40,3	41,1	34,8	35,2
Audi	Negative Pressewahrnehmung	2,4	0,4	0,8	2,1
	Neuwagenerwäger	36,3	35,9	35,4	35,1
	Gebrauchtwagenerwäger	30,9	26,8	31,7	30,3



Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	19
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:





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 2015

SchwackeMarkenMonitor/ 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, Kundenfeedbackkonzepte, 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

Referenzen





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