

Autokäuferpuls 2015 – Trends bei Neu- und Gebrauchtwagenkäufern in Deutschland

Angebot von Markenreports auf der Grundlage des puls AutokäuferMonitors

puls Marktforschung GmbHRöthenbacher Straße 290571 Schwaig bei Nürnberg

www.puls-marktforschung.de

Studiendesign



- Stichprobe
 - 12.119 Personen, die den Kauf eines Fahrzeugs planen bzw. vor kurzem ein Fahrzeug gekauft haben.
- Erhebungsmethode
 Online über den *puls* AutokäuferMonitor

- Befragungszeitraum 2015
- Befragungsdauer10 Minuten
- Konzeption, Durchführung und Empfehlungen puls Marktforschung GmbH Schwaig b. Nürnberg



Ausgewählte Themen



- Welche Budgets werden für Neu- und Gebrauchtwagen geplant und ausgegeben? Welche Potenziale gibt es?
- Wie gestaltet sich die Relation zwischen Erwägern und First Choice Interessenten bei einzelnen Marken? Wie hoch sind die Lost Deals/Potenziale?
- Wie ticken die NW- und GW- Interessenten einzelner Marken? Wie hoch sind die "Eroberungsinteressenten?"
- Wie entwickelt sich die Wirkung von Verkaufsförderung und klassischer Werbung? Was können wir von den erfolgreichsten Verkaufsförderungsmaßnahmen und Werbekampagnen lernen?
- Welche Charakteristika kennzeichnen Neu- und Gebrauchtwagenkäufer? Wie gewinnen wir wichtige Neu- und Gebrauchtwageninteressentensegmente wie z. B. Jüngere, Frauen, Best Ager, etc.?
- Welche Rolle spielen Neu- und Gebrauchtwagenportale und Financial-Services für den Automobilhandel?
- Wohin entwickelt sich das Marketing für das Neu- und Gebrauchtwagengeschäft?

Autokäuferpuls Trendmodul 1: Neuwagenverkauf



- Erwäger, Käufer, Lost Deals, Kundenloyalität, Sales Funnel, Gain and loss: Trends gesamt und für einzelne Marken, Fahrzeugsegmente, Fahrzeugarten, Preisklassen und soziodemographischen Gruppen?
- Geplante und realisierte Kaufbudgets: Ausschöpfung der von Fahrzeuginteressenten geplanten Budgets gesamt und für einzelne Marken im Benchmark-Vergleich.
- Der Neuwagenkäufer von Morgen: Trends gesamt und für einzelne Marken, Fahrzeugsegmente, Fahrzeugarten und Preisklassen.

Autokäuferpuls Trendmodul 2: Gebrauchtwagenverkauf



- Erwäger, Käufer, Lost Deals, Kundenloyalität, Sales Funnel: Trends gesamt und für einzelne Marken, Fahrzeugsegmente, Fahrzeugarten, Preisklassen und soziodemographische Gruppen?
- Geplante und realisierte Kaufbudgets: Ausschöpfung der von den Fahrzeuginteressenten geplanten Budgets und für einzelne Marken im Benchmark-Vergleich.
- Der Gebrauchtwagenkäufer von Morgen: Trends gesamt und für einzelne Marken, Fahrzeugsegmente, Fahrzeugarten und Preisklassen.
- GW Programme: Wahrnehmung, Kaufwirkung, Price Premium-Bereitschaft.

Autokäuferpuls Trendmodul 3: After Sales



Regelservices, Reparaturen, Serviceverträge:

Wo getätigt bzw. abgeschlossen? Loyalität zur Markenwerkstatt? Trends und Potenziale für einzelne Marken im Benchmark-Vergleich?

Autokäuferpuls Trendmodul 4: Marketing



- Werbewahrnehmung einzelner Marken und Fahrzeugmodelle, Trends gesamt und bei den Erwägern der jeweiligen Marken im Benchmark-Vergleich.
- Wahrnehmung außergewöhnlicher Werbekampagnen in der Automobilbranche
- Wahrnehmung und Wirkung von Verkaufsförderungsmaßnahmen wie Preisnachlässe, Sondermodelle, Inzahlungnahme, Ausstattungszugaben, Finanzierungs- und Leasingangebote, Kfz- Versicherungsangebote, Garantieausweitungen und Beteiligung an laufenden Kosten. Ausweis, welche Marken mit welchen Maßnahmen wie stark auffallen.
- puls Werbe- und Verkaufsförderungsindex: Wahrnehmung klassischer Werbung und von Verkaufsförderungsmaßnahmen für einzelne Marken im Benchmark-Vergleich?
- Pressewahrnehmung: Positive bzw. negative Medienwahrnehmung einzelner Marken im Benchmark-Vergleich?

Autokäuferpuls Trendmodul 5: Financial Services



- Geplante und genutzte Bezahlformen und Leistungen: Barzahlung, Barzahlung mit vorherigem Kredit (Welcher Finanzierungspartner?), Finanzierung, Leasing, Kfz-Versicherung, Garantieverlängerung, Flat Rates. Wo abgeschlossen? Trends und Interessenten-Ausschöpfung bei einzelnen Marken/Autobanken im Benchmark-Vergleich?
- Mobilitätsfinanzierung 3.0: Informationsverhalten der Autokäufer zu Financial Services?

Autokäuferpuls Trendmodul 6: Soziale Netzwerke



- Trends bei der Nutzung der einzelnen sozialen Netzwerke nach Marken, Altersgruppen, etc.
- Erfolgsmessung der Facebook Aktivitäten gesamt und nach Marken auf den einzelnen Stufen des puls AILIRA Modells im Benchmark-Vergleich.

Zusätzliche Autokäuferpuls Highlight-Themen



Insgesamt mehr als 120 Highlight-Themen, z. B.:

- Auto der Zukunft: Alternative Antriebe, Elektromobilität, Connected Cars, Autonomes Fahren, Rückrufaktionen.
- Mobilitätsnachfrage: Car-Sharing, Mobilitätsangebote, intermodale Mobilität.
- Automobilverkauf: Kontaktpunkte beim Autokauf/Customer Journey, Sales Driver, werthaltiger Automobilverkauf, Aha Erlebnisse beim Autokauf, Der "ideale" Automobilverkäufer.
- Automobilportale: Neu- und Gebrauchtwagenportale, Autoankaufportale.

Bestellformular "Autokäuferpuls 2015 Trendreport"

Hiermit bestelle ich verbindlich folgendes Paket:

E-Mail: Telefon:



Studie inkl. Ergebnis-Kurzbesprechung € **599,-** zzgl. MwSt. (als PDF-Version; nicht zur Vervielfältigung) Autokäuferpuls 2015 - Trends bei Neu- und **Auf Anfrage** ☐ Markenspezifische Auswertungen Gebrauchtwagenkäufern in Deutschland Angebot von Markenreports auf der Grundlage des puls AutokäuferMonitors 90571 Schwaig bei Nürnberg www.puls-marktforschung.de € 1.499,- zzgl. MwSt. Maßnahmenworkshop (2 Stunden) Reisekosten werden separat berechnet Ein Exemplar der Studie als PDF (nicht zur Vervielfältigung) Präsentation durch Dr. Konrad Weßner Anreicherung durch weitere puls Studien Gemeinsame Ableitung individueller Maßnahmen Firma: Schicken Sie Ihre Bestellung bitte an folgende Faxnummer Name: +49 (0)911 / 95 35 404 oder per E-Mail an: Anschrift: schwalke@puls-marktforschung.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.

Auswahl aktueller puls-Studien



Thema	Erscheinungsdatum	Preis
Fahrzeugkonfiguratoren aus Nutzersicht	Apr 2016	€ 599,-
Werthaltiger Automobilverkauf	Mrz 2016	€ 599,-
Social Media und Autokauf	Jan 2016	€ 599,-
Autokäufer Insights 1. Halbjahr 2015	Aug 2015	€ 599,-
Autonomes Fahren "Guck mal – freihändig."	Jun 2015	€ 299,-
Facebook goes Automotive Sales II	April 2015	€ 599,-
Aha-Erlebnisse beim Autokauf	Mrz 2015	€ 599,-
Kfz-Teile online kaufen – Hype oder Zukunft?	Feb 2015	€ 299,-
Kfz-Versicherungsvertrieb über den Automobilhandel	Jan 2015	€ 599,-
Marken erlebbar machen	Nov 2014	€ 299,-
Tuning trends - Marktpotenziale und Strategien im Tuning- und Zubehörgeschäft	Okt 2014	€ 599,-
Wahrnehmung und Management von Rückrufaktionen in der Automobilbranche	Okt 2014	€ 299,-
Mobilitätsfinanzierung 3.0	Jun 2014	€ 299,-







puls über puls





Gründungsjahr: 1992

Feste Mitarbeiter: 18

Firmensitz: Schwaig bei Nürnberg

Eigenes Telefonstudio: 100 freiberufliche Interviewer/innen

Kerngeschäft: Integrierte Marktforschung und Empfehlungen für bessere

Entscheidungen und Strategien

(Schwerpunkte: Automotive und Finance)

Leistungsversprechen: For Better Decisions

Aktive Mitgliedschaften:











Laufende Projekte von puls in der Automobilbranche





Autohaus Online-Panel Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern



*puls*Schlag

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



SchwackeMarkenMonitor/ AUTOHAUS BankenMonitor/ AUTOHAUS VersicherungsMonitor Jährliche Messungen der Händlerzufriedenheit mit Herstellern/Importeuren, Autobanken und Versicherungen.



Autokäufer*puls*/ Autoflotten*puls*

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



Automotive WebScreening/ Google Trends

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

Referenzen



























































































































































































Q



Ovegesta



























TUV NORD



















Internationale Kompetenz durch das globale puls Netzwerk



Native-Speaker
Erfahrene und geschulte
im puls eigenen
Telefonstudio für
13 Sprachen



Steuerung und
Qualitätssicherung aller
Projekte direkt aus unserem
Hauptsitz in Schwaig

Alles aus einer Hand

Langjährige Zusammenarbeit mit lokal ansässigen

Datenerhebungspartnern vor Ort



Über 20 Jahre Projekterfahrung in mehr als 40 Ländern

Projektbezogene
Marktspezialisten für
ein besseres Verstehen
der jeweiligen Märkte



puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2 90571 Schwaig bei Nürnberg Telefon

Fax

0911-9535-400

0911-9535-404

info@puls-marktforschung.de www.puls-marktforschung.de