Automobilwerbung auf dem Prüfstand

puls Automotive Werbetracking 2016 zur Wirkung automobiler Werbekampagnen

puls Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

www.puls-marktforschung.de

Studiendesign

Zielgruppe
Personen, die in den nächsten 12 Monaten den Kauf eines Autos planen oder in den vergangenen 12 Monaten ein Auto gekauft haben.

Stichprobe
Betrachtung von 16 Erhebungswellen á n>1.000

Erhebungsmethode
Online

Befragungsdauer
ca. 10 Minuten

Befragungszeitraum
Juni 2015 - Dezember 2016
(+April 2015, Juni 2014, April 2014)

Konzeption, Durchführung und Empfehlungen
puls Marktforschung GmbH Schwaig b. Nürnberg

Inhalt

A. Studiendesign, Methodik und Hintergrund

B. Expertenkommentar Dr. Konrad Weßner

C. Kampagnen-Reichweiten im Benchmark

D. Kampagnen-Bewertung:
Markenfit, Kaufanreiz, Kreation, Innovation, Coolness, Lebensgefühl

E. Werbewahrnehmung, Verkaufsförderung und Marketing-Index

F. Testimonials

G. Key Learnings und Maßnahmenvorschläge

H. *puls* über *puls*

Methodik und Hintergrund zum puls Kampagnencheck

- Beim *puls* Kampagnencheck werden automobile Kampagnen getestet. Um eine Vergleichbarkeit zu schaffen, werden Kampagnen abgefragt, die innerhalb der jeweils vergangenen 2 Monate gelauncht wurden. Des weiteren konzentrieren wir uns auf Kampagnen die auch einen TV-Spot beinhalten.

- Der *puls* Kampagnencheck wird monatlich bei Personen durchgeführt, die innerhalb der letzten 12 Monate ein Fahrzeug gekauft oder in den nächsten 12 Monaten den Fahrzeugkauf geplant haben.

- Um eine weitere Vergleichbarkeit zu schaffen, werden die Kampagnen, nach unterschiedlichen Kriterien bewertet und nach Kampagnenwahrnehmern sowie Nicht-Wahrnehmern im Vergleich getestet.

Getestete Kampagnen 2016

Audi Q2 „#untaggable "
Kampagnenstart 10-16
Messzeitpunkt 12-16

VW Tiguan „Lachende Pferde"
Kampagnenstart 09-16
Messzeitpunkt 11-16

BMW iPerformance „Elektrisiert"
Kampagnenstart 09-16
Messzeitpunkt 10-16

Mercedes E-Klasse „Masterpiece of Intelligence"
Kampagnenstart 08-16
Messzeitpunkt 09-16

BMW „Hallo Zukunft. Die 100 Jahre Innovationsmodelle."
Kampagnenstart 04-16
Messzeitpunkt 08-16

Mercedes „Vive La Mannschaft"
Kampagnenstart 05-16
Messzeitpunkt 07-16

Audi R8 „Commander"
Kampagnenstart 05-16
Messzeitpunkt 06-16

Mercedes „The Future."
Kampagnenstart 03-16
Messzeitpunkt 05-16

VW „Partner fürs Leben" Printkampagne
Kampagnenstart 03-16
Messzeitpunkt 04-16

VW „Partner fürs Leben" TV-Kampagne
Kampagnenstart 02-16
Messzeitpunkt 03-16

VW Allstar Sondermodelle, „Technik für alle"
Kampagnenstart 12-15
Messzeitpunkt 02-16

Mercedes C–Klasse „Stille Nacht"
Kampagnenstart 12-15
Messzeitpunkt 01-16

Getestete Kampagnen 2015/2014

Audi Gebrauchtwagen „Entspannt!“
Kampagnenstart 10-15
Messzeitpunkt 12-15

BMW 7er „Der Anspruch von morgen“
Kampagnenstart 10-15
Messzeitpunkt 11-15

Opel Astra „Quantensprung“
Kampagnenstart 09-15
Messzeitpunkt 10-15

VW „Think New“
Kampagnenstart 08-15
Messzeitpunkt 09-15

BMW 2er „2 für Alle und für Alles“
Kampagnenstart 06-15
Messzeitpunkt 08-15

Audi Q7 "Greatness starts when you don’t stop“
Kampagnenstart 06-15
Messzeitpunkt 07-15

Volvo XC90 „Ein neues Kapitel beginnt“
Kampagnenstart 05-15
Messzeitpunkt 06-15

Audi „Damit Ihr Audi nicht in falsche Hände gerät“
Kampagnenstart 03-15
Messzeitpunkt 04-15

BMW i8 „i8 Launchkampagne“
Kampagnenstart 05-14
Messzeitpunkt 06-14

Opel „Umparken im Kopf“
Kampagnenstart 03-14
Messzeitpunkt 04-14

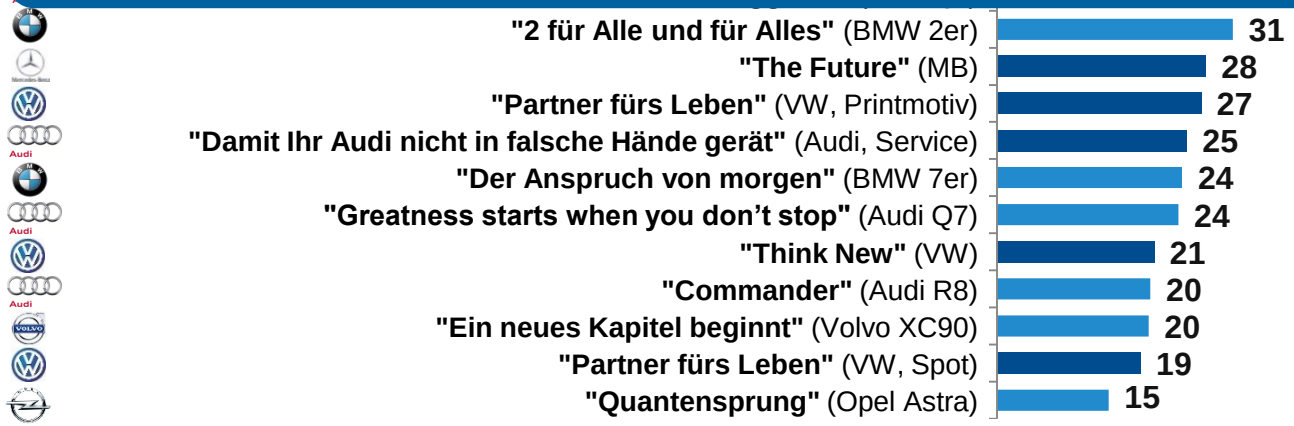
… erzielt mit dem Video „…“ die höchste Wahrnehmung.

Kampagnenwahrnehmung

Haben Sie diese Kampagne wahrgenommen? - Antwort „Ja“

puls Marktforschung GmbH

- Markenkampagnen
- Modellkampagnen



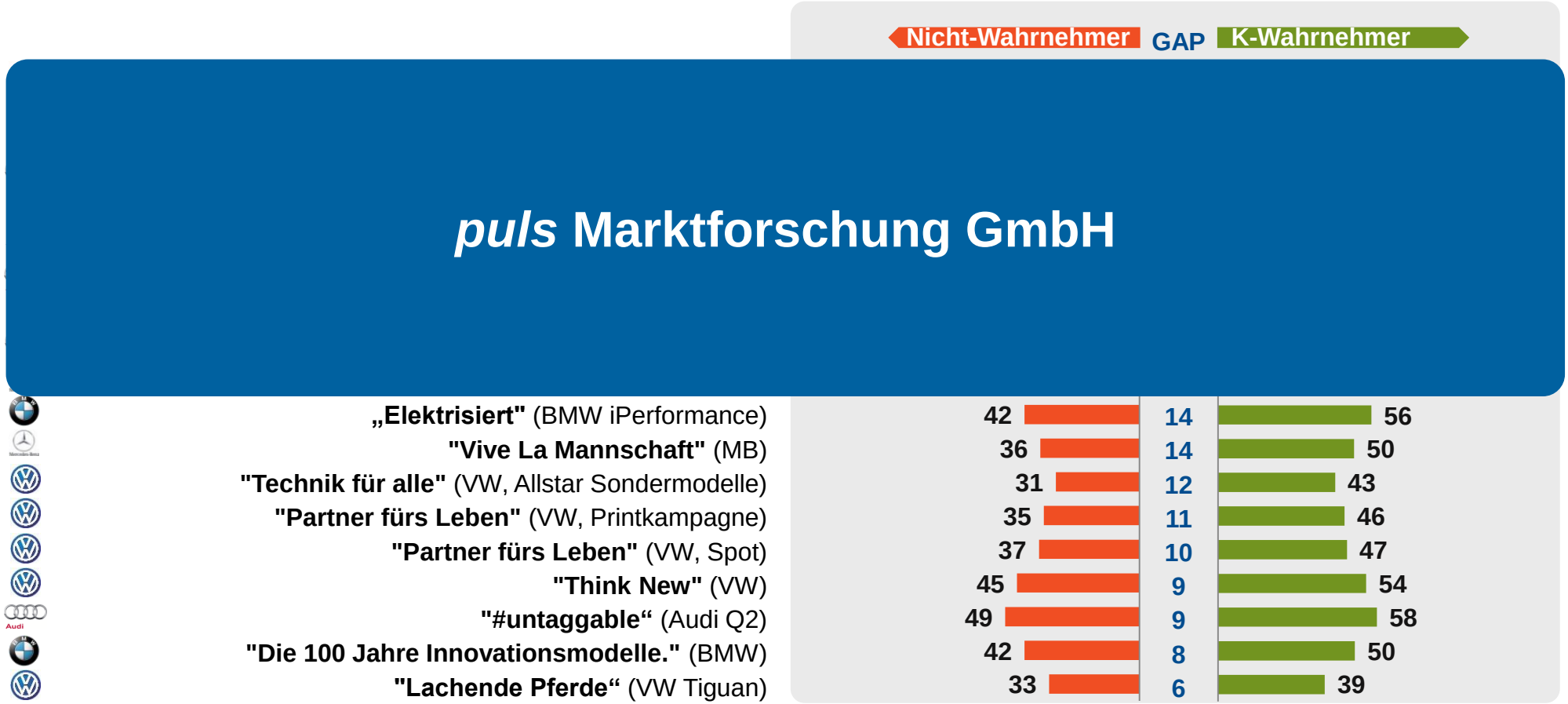
Basis: n=22.232 (n>1.000 pro Kampagnentest) | Mittelwert: 32 | Angaben in %

Die …-Kampagne von … löst den stärksten Kaufanreiz aus.

Kaufanreiz

Inwieweit regt mich die Kampagne an, das Fahrzeug zu kaufen?

puls Marktforschung GmbH



Top 2 Boxes = 1+2 Stimme (sehr) zu, Abfrage auf 6er-Skala | Gerankt nach GAP

Bestellformular
„Automobilwerbung auf dem Prüfstand“

Hiermit bestelle ich verbindlich folgendes Paket:

☐ **Studie inkl. Ergebnis-Kurzbesprechung** **€ 599,-** zzgl. MwSt.
(als PDF-Version; nicht zur Vervielfältigung)

☐ **Markenspezifische Auswertungen** **Auf Anfrage**

☐ **Maßnahmenworkshop (2 Stunden)** **€ 1.499,-** zzgl. MwSt.
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: _____
Name: _____
Anschrift: _____
_____
E-Mail: _____
Telefon: _____

Schicken Sie Ihre Bestellung bitte an folgende Faxnummer
+49 (0)911 / 95 35 404 oder per E-Mail an:
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
Autokäufer*puls* 2016 - Trends bei Neu- und Gebrauchtwagenkäufern	Mrz 2017	€ 599,-
Versicherungsvertrieb über den Automobilhandel	Nov 2016	€ 599,-
Connect Me - Automotive After Sales #VierPunktNull	Sep 2016	€ 599,-
Automobilverkauf 2020 - Trends und Strategien für den Automobilhandel	Jul 2016	€ 599,-
Autokäufer*puls* 2015 - Trends bei Neu- und Gebrauchtwagenkäufern	Jun 2016	€ 599,-
Kfz-Teile online kaufen – Geht der Hype weiter?	Mai 2016	€ 599,-
Fahrzeugkonfiguratoren aus Nutzersicht	Apr 2016	€ 599,-
Werthaltiger Automobilverkauf	Mrz 2016	€ 599,-
Social Media und Autokauf	Jan 2016	€ 599,-

puls über puls

Gründungsjahr:	**1992**
Feste Mitarbeiter:	**18**
Firmensitz:	**Schwaig bei Nürnberg**
Telefonstudio im Haus	

Kerngeschäft: **Integrierte Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien**

Leistungsversprechen: ***For Better Decisions***

Aktive Mitgliedschaften: BVM Korporatives Mitglied im BVM „Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher“ · adm · DGOF · ESOMAR

Typische Individualprojekte von puls in der Automobilbranche

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

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.

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Telefon 0911-9535-420
Fax 0911-9535-404

schwalke@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

Geschäftsführer: Dr. Konrad Weßner · Ust-ID-Nr.: DE 133 554 286 · Ust-Nr.: 241/135/41 284 · Amtsgericht Nürnberg · HRB 11034