Which car do I use today?

puls Studie zu Marktpotenzialen und Strategien im Auto-Abo Markt

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weßner

Februar 2019

Gliederung

1. Studiendesign und Expertenkommentare	
2. Wie bekannt und interessant sind Auto-Abos?	*Potenzial v. a. bei Jüngeren*
3. Was sind die Vorteile von Auto-Abos?	*Flexibilität zum Festpreis*
4. Wie hoch ist die Wechselbereitschaft zu Auto-Abos?	*Jeder 3. würde seine Automarke wechseln*
5. Ist der Händler wichtig?	*Ja!*
6. Wie sehen die Wunschverträge aus?	*Kurze Kündigungsfrist*
7. Auto-Abos als Alternative zur Autoanschaffung?	*1/3 Ja, v. a. zum Leasing*
8. Welche Marken werden im Auto-Abo gewünscht?	*Deutsche Premium*
9. Interesse an Kurzzeitnutzung einer Fahrzeugmarke?	*54%*
10. Weitere Verkehrsmittel neben dem Auto?	*Carsharing und E-Scooter mit Potenzial*
11. Key Learnings und Maßnahmenvorschläge	
12. *puls* über *puls*	

Studiendesign

Zielgruppe
Autofahrer/Personen, die eine Autoanschaffung planen oder in den vergangenen 12 Monaten getätigt haben.

Stichprobe
n=1.026

Erhebungsmethode
Online

Befragungszeitraum
Januar 2019

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

Stichprobenstruktur

Geschlecht	
Weiblich	**30%**
Männlich	**70%**

Kaufsituation	
Intender (max. 6 Monate vor dem Kauf)	**54%**
Buyer (max. 12 Monate nach dem Kauf)	**46%**

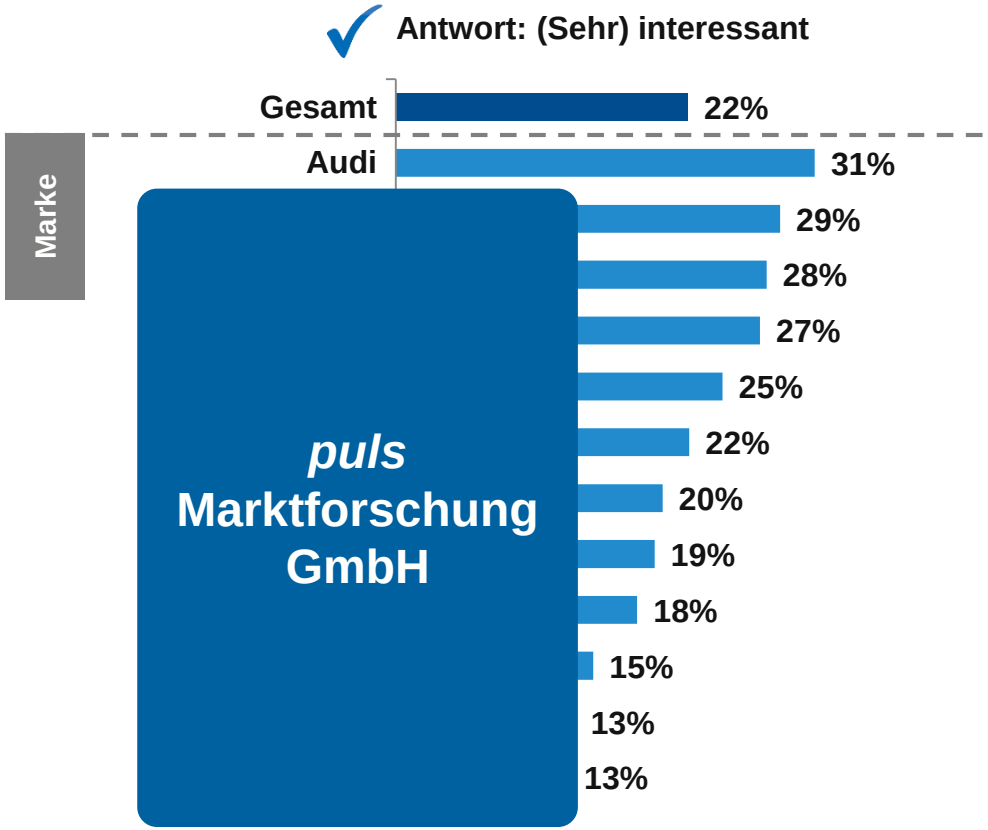
Alter	
Durchschnittsalter	**ca. 43 Jahre**
Bis zu 30 Jahre	**30%**
31-50 Jahre	**34%**
Über 50 Jahre	**36%**

Fahrzeugtyp	
Neuwagen	**54%**
Gebrauchtwagen	**46%**

Vor allem Käufer und Interessenten von Premium-Marken haben Interesse an Auto-Abos.

Interesse an Auto-Abo Angeboten

Wie interessant sind Auto-Abo Angebote für Sie?



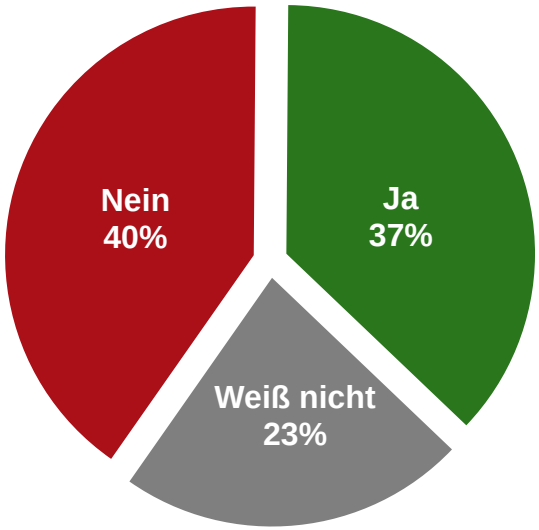
Beispielergebnis

Basis: n=1.026

Jeder Dritte würde für Auto-Abo Angebote seine Fahrzeugmarke wechseln.

Wechselbereitschaft der Fahrzeugmarke

Würden Sie für ein Auto-Abo Ihre bisherige Fahrzeugmarke wechseln?



Geschlecht		Alter		
♀	♂	≤30J.	31-50J.	>50J.
36,8%	37,1%	42,5%	39,1%	30,5%

Beispielergebnis

Auto-Abos sind vor allem für Leasing eine Alternative.

Auto-Abo als Alternative zur klassischen Anschaffung

Für welche der folgenden Möglichkeiten zur Anschaffung eines Autos sind Auto-Abos am ehesten eine Alternative?

✓ **Antwort: Ja, Alternative zur klassischen Anschaffung**

		GESCHLECHT		ALTER			EINKOMMEN			
	Gesamt	♀	♂	**≤ 30J.**	**31-50J.**	**> 50J.**	**< 2.000€**	**2.000€-2.999€**	**3.000€-3.999€**	**≥ 4.000€**
Leasing eines Autos	**44**								45	45
Finanzierung eines Autos	**31**								34	33
Autokauf mit Barzahlung	**22**	23	22	24!	19	24!	28	24	18	21

puls Marktforschung GmbH

Beispielergebnis

Basis: n=372 | Differenz zu 100% = „Weiß nicht“

Bestellformular
„Which car do I use today? “

Hiermit bestelle ich verbindlich folgendes Paket:

☐ **Studie inkl. Key-Learnings und Maßnahmenvorschlägen**
(als PDF-Version; nicht zur Vervielfältigung)

€ 599,- zzgl. MwSt.

☐ **Markenspezifische Auswertungen**

Auf Anfrage

☐ **Maßnahmenworkshop (2 Stunden)**

- Ein Exemplar der Studie als PDF (nicht zur Vervielfältigung)
- Präsentation durch Dr. Konrad Weßner
- Anreicherung durch weitere *puls* Studien
- Gemeinsame Ableitung individueller Maßnahmen

€ 1.500,- zzgl. MwSt.
Reisekosten werden separat berechnet

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: wessner@*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.

Aktuelle puls-Studien

Thema	Erscheinungsdatum	Preis
Which car do I use today?	Feb 2019	€ 599,-
Autokäufer*puls* Markenreport 2018	Jan 2019	€ 7.900,-
Finanzierungsstudie bei Autokäufern	Sep 2018	€ 599,-
So ticken Kaufinteressenten von Elektroautos	Okt 2018	€ 599,-
Connect me – After Sales für das Auto der Zukunft	Sep 2018	€ 599,-
Autoteile online kaufen	Jul 2018	€ 599,-
Auto und Autokauf der Zukunft	Jun 2018	€ 599,-
Social Media und Automobilmarketing 2018	Mär 2018	€ 599,-
Ihr Markenreport 2017/2018	Jan 2018	€ 12.800,-
Marken von morgen brauchen Gesichter – Studie zum Influencer Marketing	Okt 2017	€ 599,-

puls über puls

Gründungsjahr:	**1992**
Feste Mitarbeiter:	**18**
Firmensitz:	**Schwaig bei Nürnberg**

Telefonstudio im *puls* Gebäude

Kerngeschäft: **Quantitative und qualitative Marktforschung**

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

Aktive Mitgliedschaften:

Laufende Projekte 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)

***puls* Händlerradar / 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.

Aktuelle Referenzen

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

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

wessner@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