Kauf von Autoteilen im Internet

Repräsentative puls Trendstudie bei Autofahrern / Endkunden und Autohändlern zu Marktchancen im Online-Autoteilegeschäft

von

puls Marktforschung GmbH

Dr. Konrad Weßner

Juli 2019

Gliederung

1. Studiendesign und Stichprobenstruktur
2. Expertenkommentare Dr. Konrad Weßner und Prof. Hannes Brachat
3. Bekanntheit, Nutzung & Bewertung von Teileportalen aus Endkunden- & Händlersicht — *Anstieg der Nutzung im Autohandel*
4. Welche Produkte kaufen Endkunden und Händler auf Teileportalen? — *Vor allem Schnelldreher*
5. Einbau online gekaufter Teile: Kundenpräferenzen und Händlerstrategien — *50% DIY, 50% Werkstätten*
6. Zukunftsperspektiven von Teileportalen aus Sicht von Endkunden und Händlern — *Polarisierung*
7. Key Learnings und Maßnahmenvorschläge
8. *puls* über *puls*

Studiendesign

	Autofahrer / Endkunden	Werkstätten
Stichprobe	2014: 1.007 2016: 1.013 2018: 1.009 2019: 1.045	2015: 275 2016: 275 2018: 275 2019: 275
Erhebungsmethode	Online	Online
Befragungszeiträume	Dezember 2014 April 2016 Mai 2018 Juni 2019	Januar 2015 April 2016 Juni 2018 Juli 2019
Befragungsdauer	ca. 10 Minuten	ca. 8 Minuten
Konzeption, Durchführung und Empfehlungen	*puls* Marktforschung GmbH Schwaig b. Nürnberg	

Die Studie beantwortet u. a. folgende Fragen

- Wie intensiv nutzen Endkunden und Automobilhändler Online Portale für Autoteile?
- Wie werden die einzelnen Portale bewertet: Weiterempfehlung? Image?
- Welche Autoteile kaufen Endkunden und Händler bevorzugt auf Online Portalen?
- Wo und wie werden online gekaufte Teile eingebaut? Welche Unterschiede gibt es u. a. nach Geschlecht, Alter und Einkommen?
- Wie gehen Werkstätten mit Kunden um, die nach dem Einbau online gekaufter Teile fragen?
- Wie intensiv werden Endkunden und Händler Online Teile Portale zukünftig nutzen?
- Inwieweit konfrontieren Endkunden die Händler mit Teile-Preisen aus dem Internet?
- Wie werden Autoteile-Portale aus Nutzersicht bewertet? Wo gibt es Verbesserungspotenziale?

Nutzen Sie diese puls Trendstudie als Input für bessere Entscheidungen und Strategien bei Ihrer Nutzung von Online Portalen.

Leicht rückläufige Nutzung von Autoteile Portalen.

Nutzung von Online-Portalen für Autoteile

Haben Sie schon einmal Teile-Preise im Internet verglichen?

Endkunden

puls Marktforschung GmbH

Basis: n=1.045 (2019), n=1.009 (2018), n=934 (2016), n=1.007 (2014) | Angaben in %

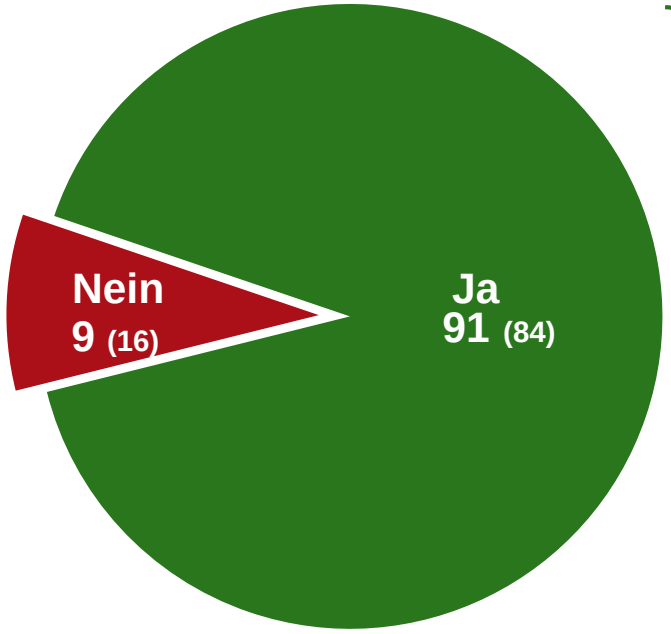
Jede 10. Werkstatt nutzt Teileportale.

Genutzte Online-Portale für Autoteile

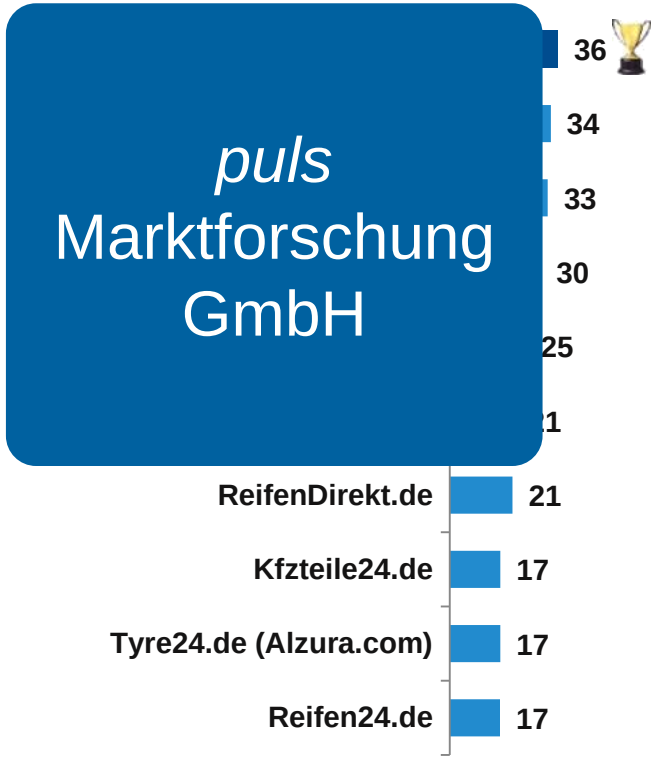
Haben Sie bereits bei einem der folgenden Portale online eingekauft? (Mehrfachnennungen möglich!)

Werkstätten

Nutzer-Anteil
2019
(2018)



Genutzte Portale 2019



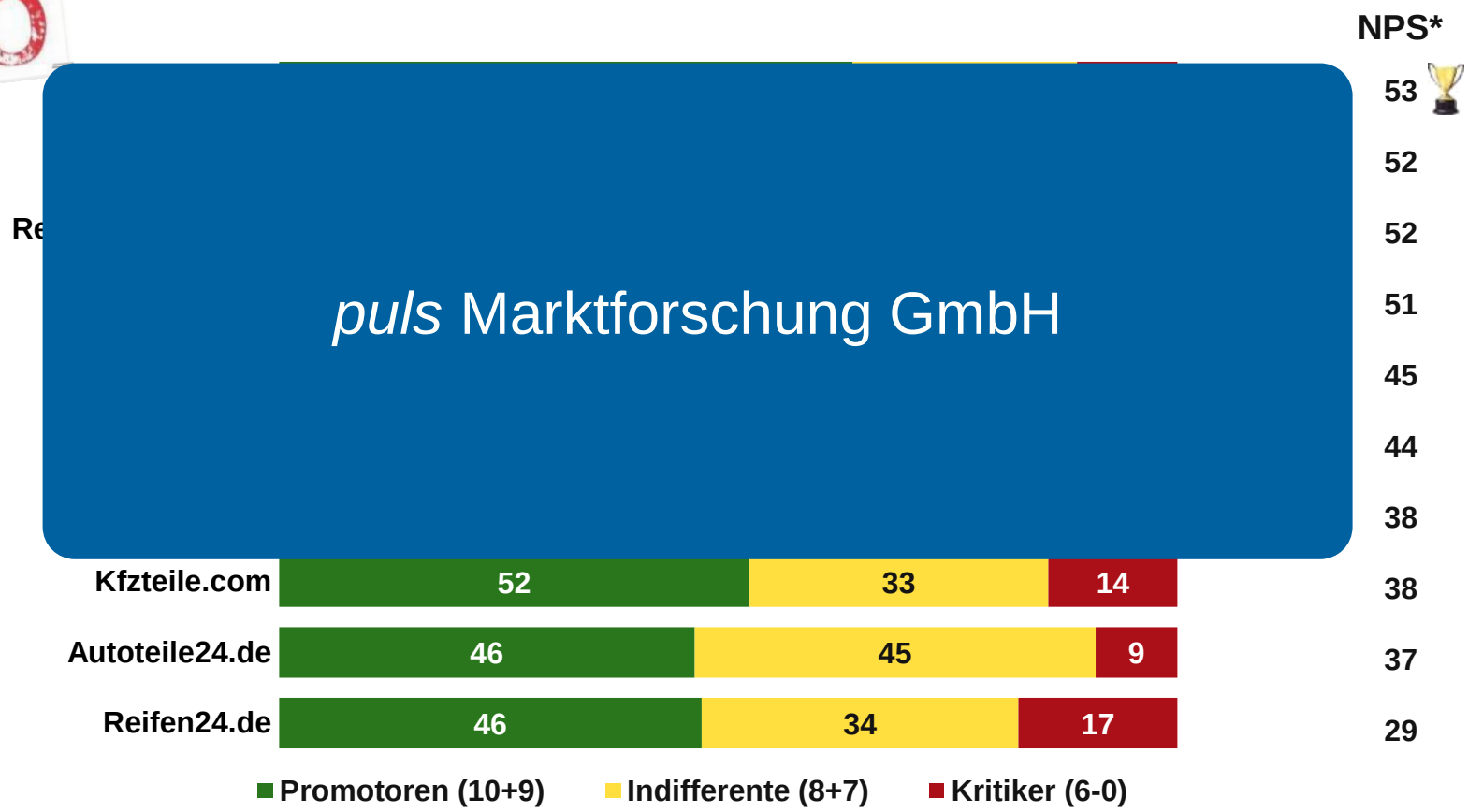
Basis: n=275 (2019, 2018) | Angaben in %

… mit der höchsten Weiterempfehlung bei Endkunden.

Weiterempfehlung der genutzten Online Teile Portale 2019

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie eines dieser Teile-Portale Ihren Freunden/Bekannten weiterempfehlen?
(Bewertung von 10 = Äußerst wahrscheinlich bis 0 = Äußerst unwahrscheinlich)

Endkunden



puls Marktforschung GmbH

*Der Net Promoter Score (NPS) gibt die Relation zwischen den Weiterempfehlern (=Promotoren) und den Nicht-Weiterempfehlern (=Kritiker) an. Ein NPS von +50% bedeutet, dass der Anteil der Weiterempfehler um 50% über dem der Nicht-Weiterempfehler liegt.

Basis: variiert (Portale unter 20 Fällen sind nicht ausgewiesen) | Angaben in % | Gerankt nach NPS

37 Prozent lassen online bestellte Autoteile in einer Werkstatt einbauen, vor allem …

Szenarien zum Online Kauf & Einbau von Autoteilen

Welcher/n der folgenden Aussage/n stimmen Sie zu?

✓ Autokäufer /-interessenten, die Teile-Preise im Internet verglichen haben

Endkunden

	Gesamt	GESCHLECHT		ALTER			EINKOMMEN			
				≤30J.	31-50J.	>50J.	≤ 2.000€	2.000€-3.000€	3.000€-4.000€	> 4.000€
Ich habe auf Basis eines Angebots einer Werkstatt schon einmal Teile-Preise im Internet verglichen.	51	[redacted]								
Ich habe online bestellte Teile von einer Werkstatt einbauen lassen.	37	[redacted]								
Ich habe eine Werkstatt mit Preisen aus dem Internet konfrontiert.	27	[redacted]								
Ich habe bei einer Werkstatt den Einbau online bestellter Teile angefragt.	26	[redacted]								

puls Marktforschung GmbH

Basis: n=450 (Autokäufer /-interessenten, die Teile-Preise im Internet verglichen haben)
Angaben in %

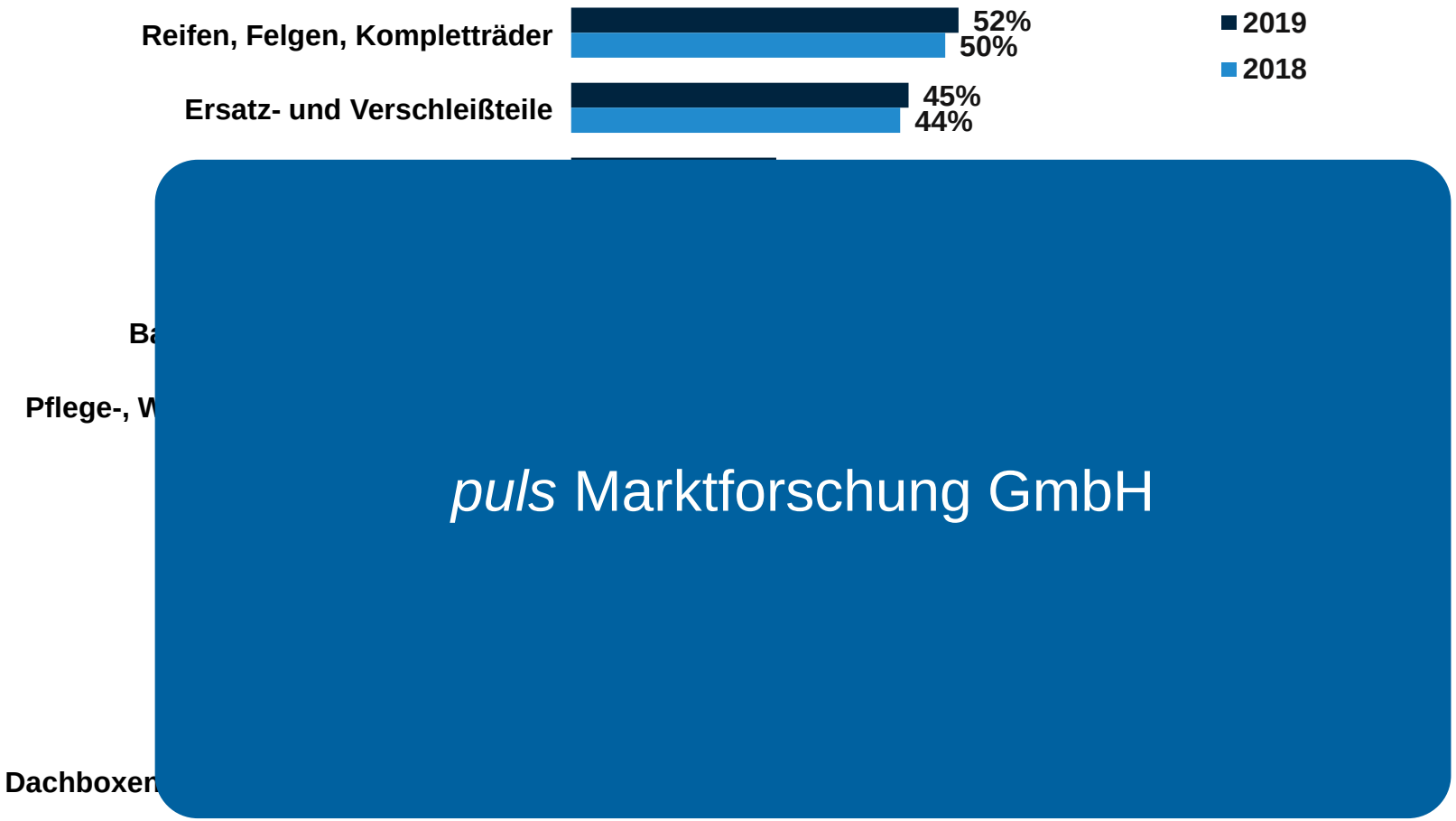
Mit Abstand am häufigsten werden Online v. a. Reifen, Felgen & Kompletträder sowie Ersatz- und Verschleißteile gekauft.

Am häufigsten Online gekaufte Autoteile

Welche/s Produkt/e aus welcher/n Warengruppe/n haben Sie gekauft? (Mehrfachnennungen möglich!)

✓ Personen, die online bereits Teile bestellt haben

Endkunden



Basis: n=446 (Personen, die online bereits Teile bestellt haben)

Bestellformular
„Kauf von Autoteilen im Internet “

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.

puls Studien

Thema	Erscheinungsdatum	Preis
Kauf von Autoteilen im Internet	Jul. 2019	€ 599,-
Social Media und Automobilmarketing 2019	Jun. 2019	€ 599,-
puls Händlerradar (Markenreports zur Zusammenarbeit zwischen Automarken und Händlern mit Benchmarkvergleichen)	Mai 2019	€ 7.900,-
Autoanschaffung im Wandel (in Koop. mit Google)	Mrz. 2019	€ 599,-
“Which car do I use today?” (Marktpotenziale von Auto-Abos)	Feb. 2019	€ 599,-
Was Sie über „Ihre“ Automarke wissen sollten - Autokäufer*puls* Markenreports 2019	Jan. 2019	€ 7.900,-
So ticken Kaufinteressenten von Elektroautos	Okt. 2018	€ 599,-
Connect me – After Sales für das Auto der Zukunft	Sep. 2018	€ 599,-
Auto und Autokauf der Zukunft	Jun. 2018	€ 599,-
Marken von morgen brauchen Gesichter – Studie zum Influencer Marketing	Okt. 2017	€ 599,-
Automobilverkäufer 4.0	Apr. 2017	€ 599,-

Aktuelle puls Studien Automotive

puls über puls

Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	18
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg
Telefonstudio im eigenen Haus	
Kerngeschäft:	Integrierte Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien (Schwerpunkte: Automotive & Finance)
Unser Leistungsversprechen:	*For Better Decisions*
Aktive Mitgliedschaften:	adm BVM Korporatives Mitglied im BVM „Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforschen“ DGOF

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)

***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 · UstIDNr.: DE 133 554 286 · UstNr.: 241/135/41 284 · Amtsgericht Nürnberg · HRB 11034