



*For Better Decisions*

# Chancen und Potenziale beim Verkauf alternativer Antriebe

- Marktforschungsstudie bei Autokäufern und Autohändlern -

(Ausgewählte Studienergebnisse)



# Es besteht ein Mangel an Aktivangeboten zu alternativen Antrieben im Handel!

## Interesse und Häufigkeit von Aktivangeboten zu alternativen Antrieben

- *Fragen:* Erwarten Sie, dass Ihnen beim Kauf im Autohaus aktiv ... angeboten werden?  
Wie viel Prozent Ihrer Kunden bieten Sie im Verkaufsgespräch aktiv ... an? -

<i>Befragung</i> <i>Antriebstypen</i>	Wie viele <u>Autokäufer</u> erwarten <u>Aktivangebote</u> zu den <u>Antrieben</u> ? <i>Basis: N=1.128 Autokäufer</i>	Wie vielen ihrer Kunden machen <u>Händler</u> <u>Aktivangebote</u> ? <i>(Mittelwerte)</i> <i>Basis: N=272 Autohäuser</i>
<b>Erdgas-, Autogas-, Hybrid- oder Bioethanol-Antriebe</b>	<b>44,5%</b>	<b>13,4%</b>
<b>Umweltschonende Benzin- und Diesel-Antriebe</b>	<b>72,1%</b>	<b>36,9%</b>

Quelle: *puls* Marktforschung GmbH, ACI Trendmonitor / Autohaus Panel August 2007



# Dem Großteil der Autohäuser fehlt es an Information und Motivation zum Verkauf von alternativen Antrieben!

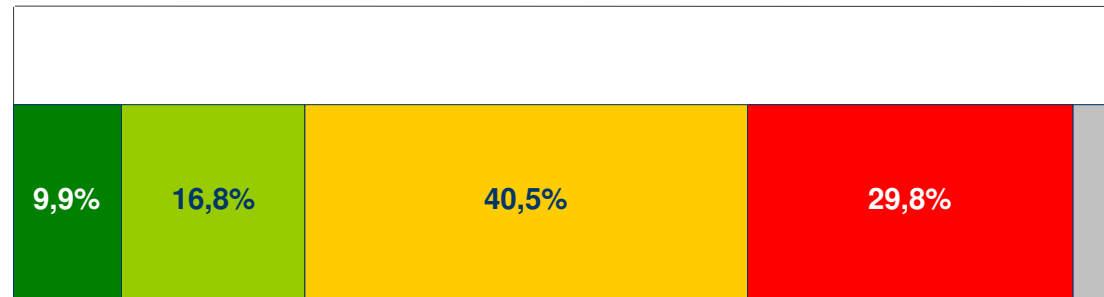
## Begrenzungsfaktoren im Automobilhandel

- Frage: Inwiefern stimmen Sie den folgenden Statements zu? -

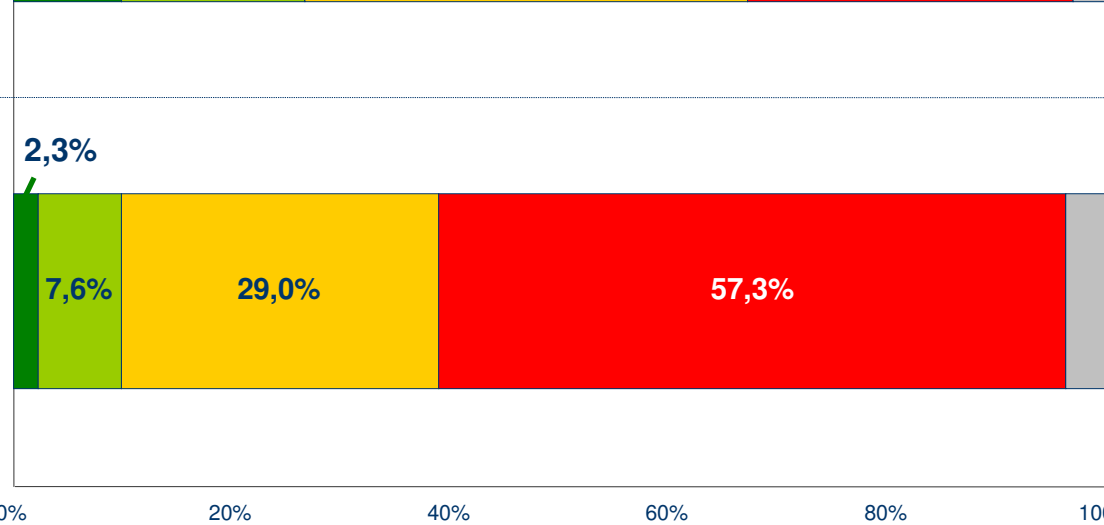
Gesamtbasis: N=272  
Händler



Ich fühle mich vom Hersteller so gut über alternative Antriebe informiert, dass ich meine Kunden in jeder Hinsicht dazu beraten kann



Unser Margen- und Provisionssystem motiviert sehr stark dazu, alternative Antriebe zu verkaufen



Quelle: puls Marktforschung GmbH, Autohaus Panel August 2007



# Toyota weiterhin mit dem besten Umweltimage - BMW holt auf!



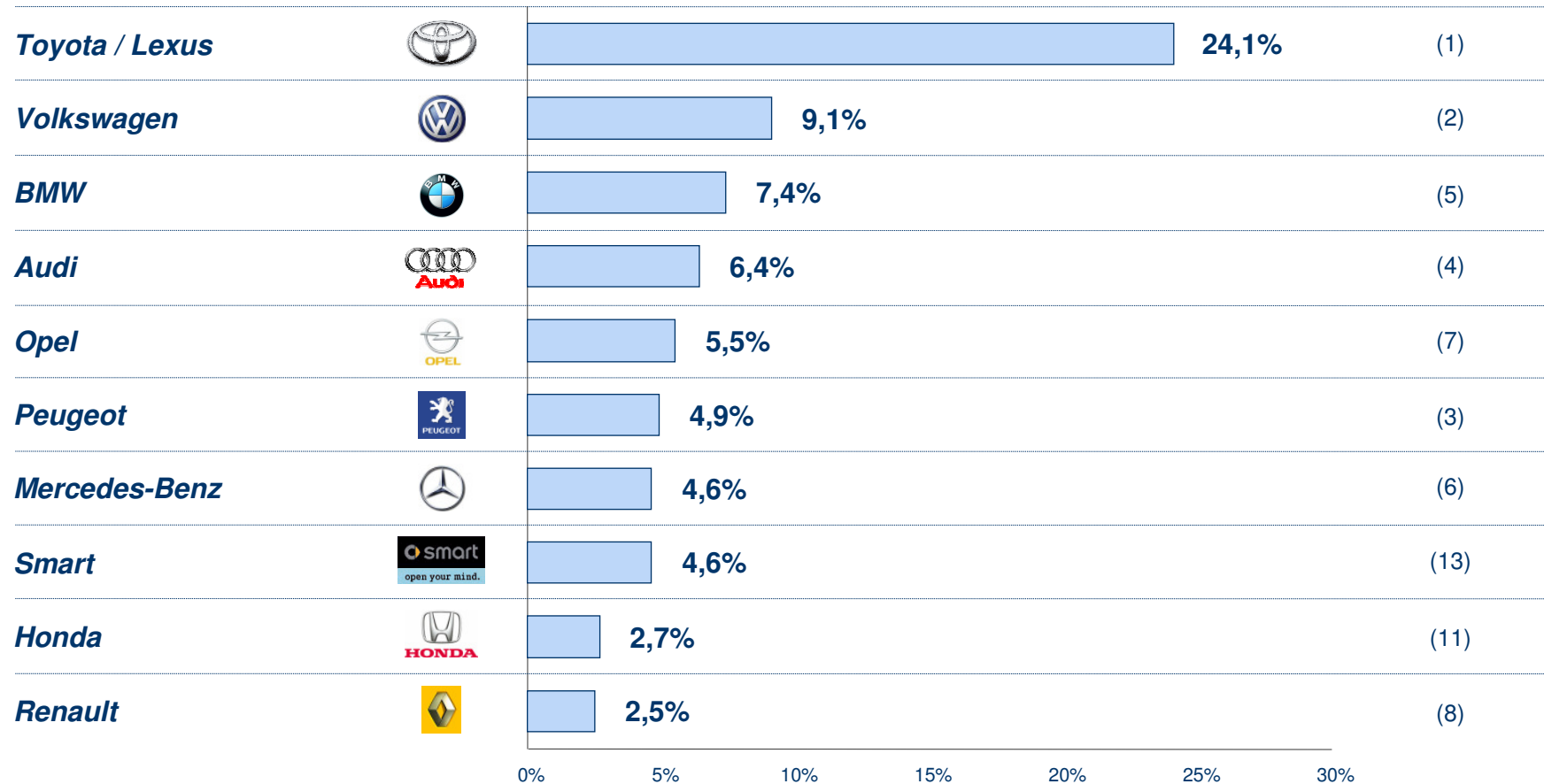
## Als umweltorientiert wahrgenommene Automobilmarken

- Frage: Welcher der folgenden Hersteller baut Ihrer Meinung nach besonders umweltfreundliche Autos? (Top 10 Marken) -

Basis: N=1.128

Autokäufer

Vgl.: Rang im April 2006



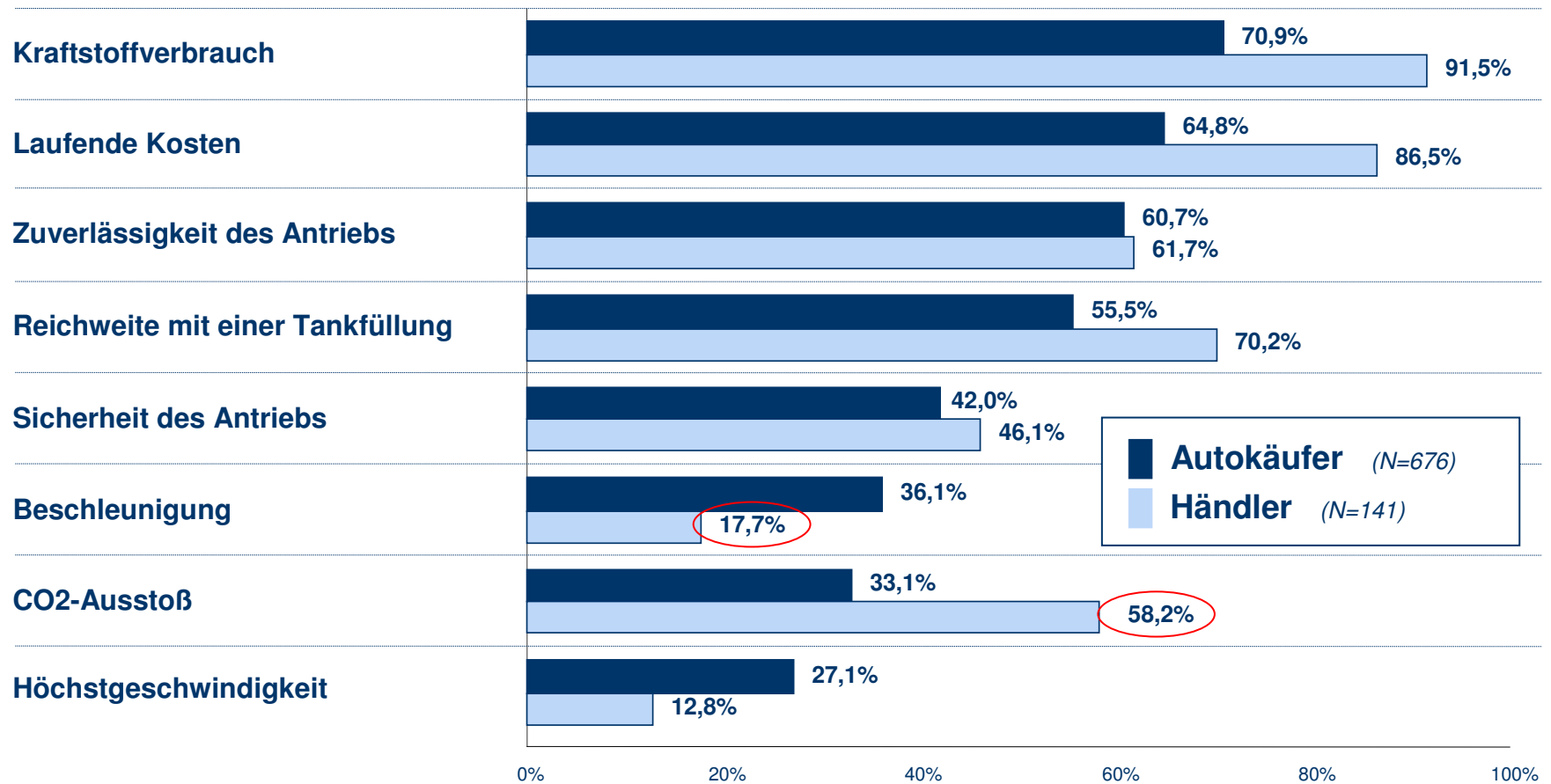
Quelle: puls Marktforschung GmbH, ACI Trendmonitor August 2007



# Beschleunigung ist Autokäufern wichtiger als vom Händler vermutet, CO<sub>2</sub> wird überschätzt.

## Wichtigkeit von Eigenschaften alternativer Antriebe

- Frage Autokäufer: Welche Eigenschaften sind Ihnen bei Fahrzeugen mit alternativem Antrieb besonders wichtig? -
- Frage Händler: Welche der folgenden Kriterien sind Autokäufern Ihrer Meinung nach bei alternativen Antrieben besonders wichtig? -



Quelle: puls Marktforschung GmbH, ACI Trendmonitor / Autohaus Panel August 2007



**Weiterführende Informationen zur Studie**



## Erhebung 1:

Befragung von 272 Entscheidungsträgern im Automobilhandel über das *puls* eigene **Autohaus Panel:**



*Erhebungsmethode:*  
*Online-Befragung, Einladung per E-Mail*

*Im Autohaus Panel haben sich 1.300 Entscheidungsträger im Automobilhandel dazu bereit erklärt, wiederholt an Befragungen teilzunehmen.*

Weitere Informationen zur Erhebungsmethode:  
<http://www.puls-navigation.de/autohauspanel.html>

## Erhebung 2:

Befragung von 1.128 Personen, die planen ein Fahrzeug zu kaufen, über den *puls* eigenen **ACI Trendmonitor.**

*Erhebungsmethode:*  
*Online-Befragung, Einladung per pop-under Fenster auf den Websites von:*



*Im ACI Trendmonitor werden monatlich mindestens 1.000 Personen, die planen ein Auto zu kaufen, zu ihren Kaufabsichten befragt.*

Weitere Informationen zur Erhebungsmethode:  
<http://www.puls-navigation.de/acitrendmonitor.html>



## Die Studie widmet sich u.a. folgenden Fragestellungen:

- Welches Image haben Antriebe bei Händlern - welches bei Autokäufern?
- Zu welchen Einbußen sind Autokäufer zu Gunsten alternativer Antriebe bereit - welche Einschätzung hat der Handel dazu?
- Welche Kriterien sind Autokäufern bei alternativen Antrieben wichtig - welche Kriterien schätzt der Handel als wichtig ein?
- Welche Aktivangebote wünscht der Autokäufer - welche Angebote macht der Handel?

## Zielgruppen der Studie

**Automobilhersteller, -zulieferer und -händler**, insbesondere

- Marketing- und Vertriebsverantwortliche
- Händlernetzentwickler
- Personalentwicklung und Training-Verantwortliche
- F&E im Zusammenhang mit alternativen Antrieben



# Chancen und Potenziale beim Verkauf alternativer Antriebe

Erscheinungsdatum:	Oktober 2007
Erscheinungsform:	pdf
Herausgeber:	<i>puls</i> Marktforschung GmbH, Schwaig bei Nürnberg
Preis:	€ 29,- zzgl. MwSt.
Umfang:	73 Seiten
Studien-ID:	10/2007 - 075

### **Themenkomplexe, u.a.:**

- 1.) Image von Antrieben
- 2.) Kaufabsicht und Zuzahlungsbereitschaft für alternative Antriebe
- 3.) Einfluss neuer gesetzlicher Rahmenbedingungen: CO2-orientierte Kfz-Steuer & City-Maut
- 4.) Erfolgsfaktoren für den Verkauf alternativer Antriebe

### **Für weitere Informationen können Sie das Antwortfax nutzen oder uns direkt kontaktieren...**

Ihr Ansprechpartner: Stefan Reiser  
reiser@puls-navigation.de  
Tel.: +49 (0) 911/ 95 35 400



## Antwortfax

**Fax: +49 (0)911 / 95 35 404**

Ich bin interessiert an der Studie „Chancen und Potenziale beim Verkauf alternativer Antriebe“.

- Bitte kontaktieren Sie mich für weitere Informationen.
- Ich bestelle hiermit verbindlich \_\_ Exemplar/e der Studie „Chancen und Potenziale beim Verkauf alternativer Antriebe“ zum Einzelpreis von je € 29,- zzgl. MwSt.  
(Erscheinungsdatum: Oktober 2007; Zahlung erfolgt per Rechnung).

*Name:*

---

*Firma:*

---

*Anschrift:*

---

---

*E-Mail:*

---

*Telefon:*

---



*For Better Decisions*

*puls* Marktforschung GmbH  
Röthenbacher Straße 2  
D-90571 Schwaig bei Nürnberg  
Tel. +49 (0) 911-9535-424  
[reiser@puls-navigation.de](mailto:reiser@puls-navigation.de)

Fax +49 (0) 911-9535-404  
[www.puls-navigation.de](http://www.puls-navigation.de)

