



Dataforce Analytics

User-Chooser Studie 2016

Inhalt

- **Hintergrund, Zielsetzung & Datengrundlage**
- **FleetBase® - Analysegrundlage und Stichprobe**
- **User-Chooser**
 - **Entwicklung & Potential**
 - **Information / Konfiguration & Regeln**
 - **Wäsche, Winterreifen & Werkstatt**
 - **Wahlmöglichkeiten & Zufriedenheit**
 - **Leasingraten & Zuzahlung**
 - **Marken & Modellwechsel**
 - **Einstellung & Anforderungen**
 - **Vergleich zum Privatwagenfahrer**
- **Weiterführende Informationen und Kontakt**

Stichprobe & Hintergrund

Stichprobe

- Zweiwellige FleetInsight® Befragung mit 1.737 Flottenverantwortlichen
- 503 Dienstwagenfahrer
- 508 Privatwagenfahrer

Hintergrund

Der Flottenmarkt ist und bleibt – auch angesichts der stetig wachsenden Bedeutung – ein spannendes Thema. Firmenfuhrparks haben sich schon vor Jahren zu einem wichtigen Absatzkanal für die Automobilindustrie und alle Anbieter von Dienstleistungen rund um das Fahrzeug entwickelt.

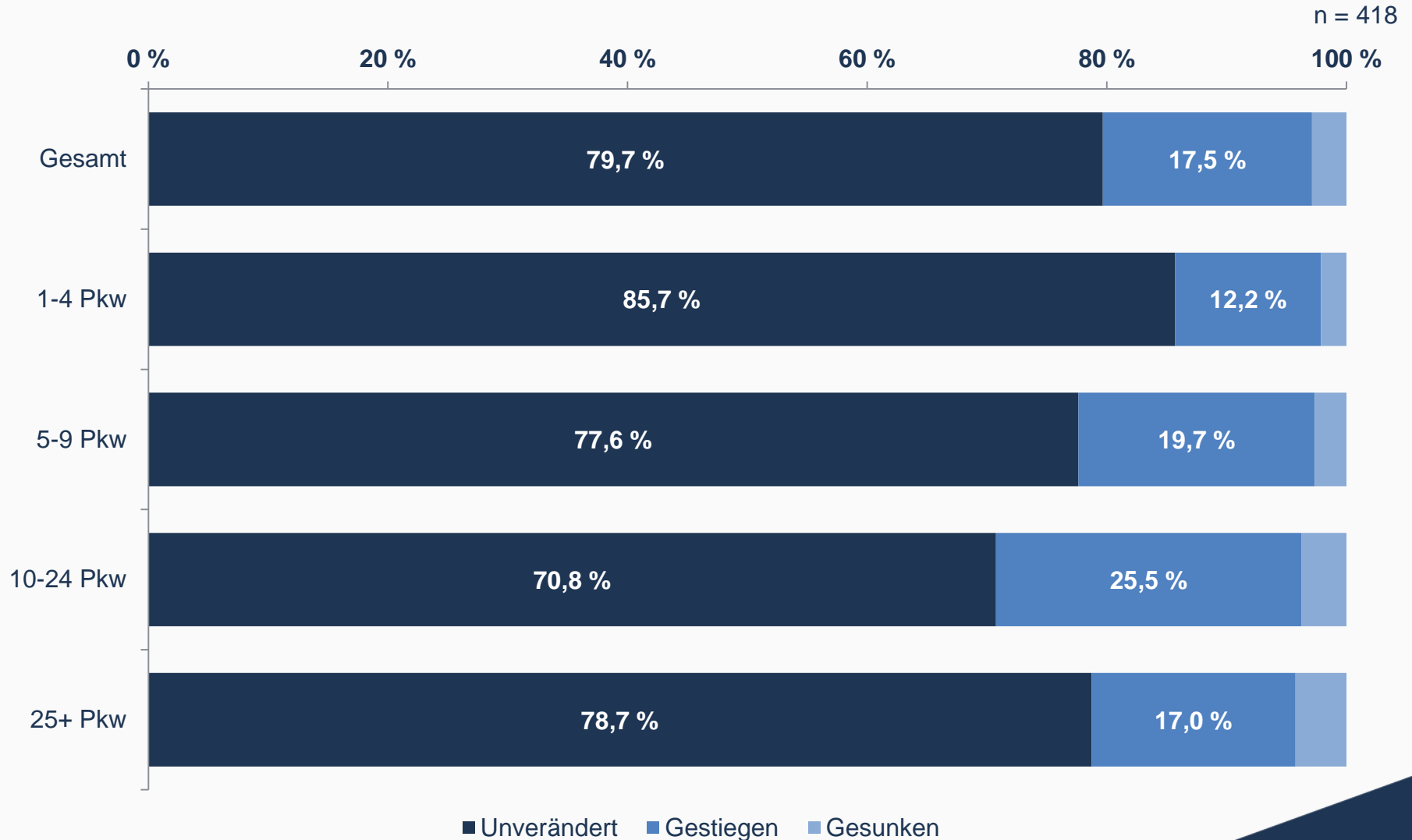
Der Firmenwagen ist heute nicht mehr nur ein repräsentatives und für die Erfüllung der betrieblichen Aufgaben relevantes Objekt, sondern vielmehr auch als fester Bestandteil unternehmerischer Motivationsmodelle also als Instrument der Mitarbeiterführung zu betrachten. Benefit-Fahrzeuge und Gehaltsumwandlungsmodelle, die mehr und mehr auch Mitarbeitern auf niedrigeren Hierarchieebenen zugänglich gemacht werden, sorgen dafür, dass sich der Kreis der Dienstwagenberechtigten stetig ausdehnt.

Mit dieser Entwicklung geht auch die Entwicklung des Anteils der so genannten User-Chooser, also derer, die innerhalb eines gewissen Rahmens über Marke und Modell des Dienstwagens mitbestimmen können, einher.

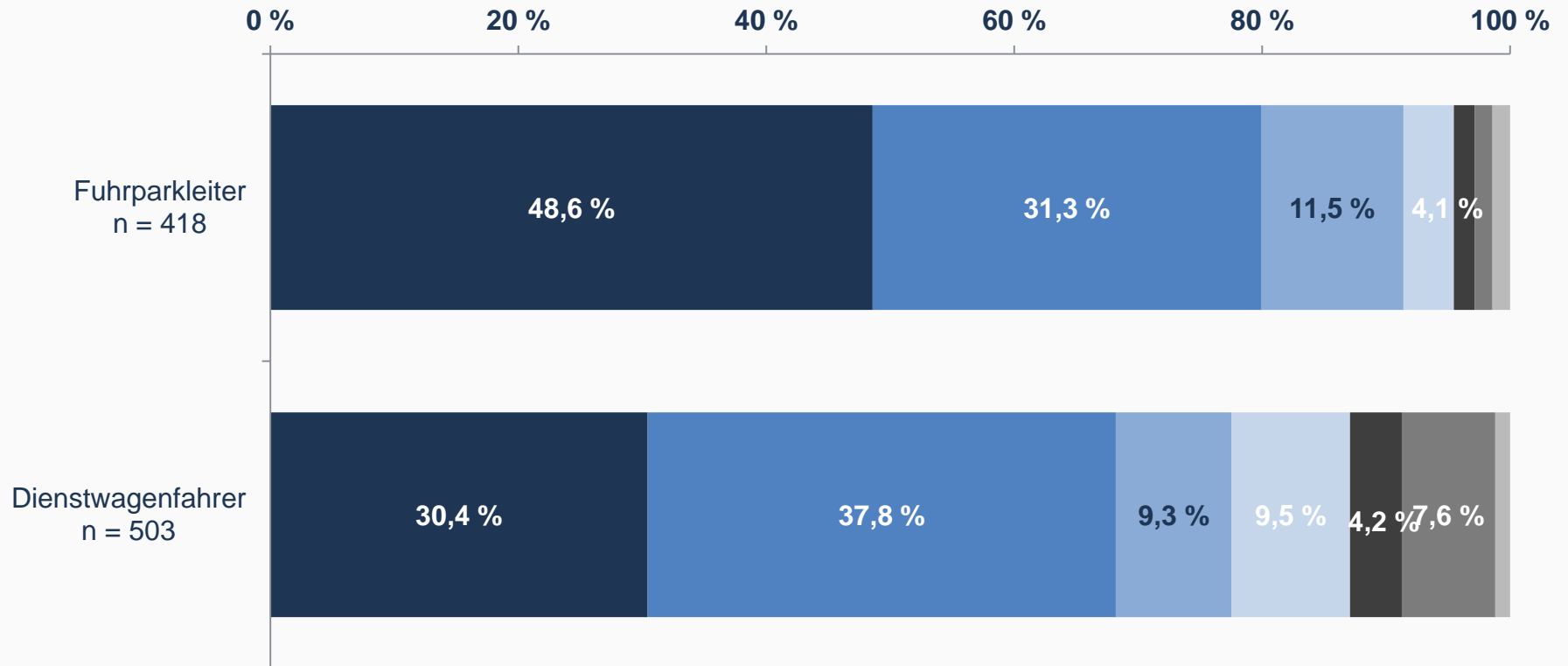
Im User-Chooser-Bereich spielen nicht nur Zweckmäßigkeit, Kostenstruktur und Image sondern auch Komponenten wie Freizeitverhalten des Dienstwagenfahrers, dessen Familienstand und andere persönliche Motive bei der Auswahl des Fahrzeugs eine wesentliche Rolle.

Mitspracherecht der Mitarbeiter bei der Dienstwagenauswahl – Entwicklung in den letzten Jahren

nach Größenklassen



Wie bzw. wo informieren sich Fahrer über Angebote/Marken/Modelle?



■ Beratungsgespräch mit einem Händler

■ Fuhrparkleiter / Kollegen / Bekannte etc.

■ Fachzeitschriften

■ Soziale Medien

■ Internetseiten von Herstellern

■ Autoportale (wie z.B. Autoscout24 oder meinauto.de)

■ Internetseiten von Leasingunternehmen



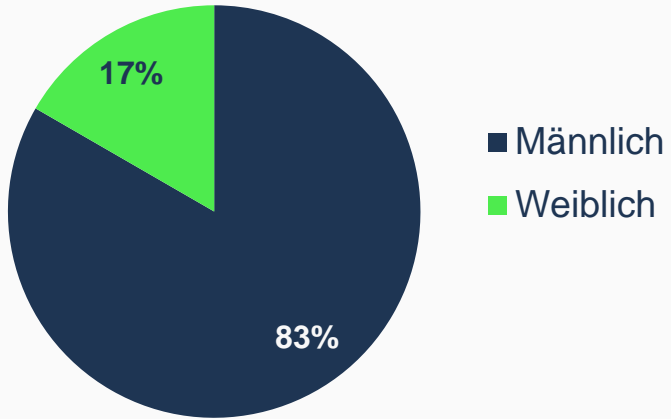
Dataforce Analytics

Zielgruppentypisierungen 2016

Folgend: Beispielauszüge einer Marke

(Vergleiche werden gezogen zwischen: Audi-, BMW-, Mercedes-, VW-, Ford-Fahrern
und den Unternehmenspositionen: Geschäftsleitung, Mittleres Management,
Vertriebsaußendienst, Service/Kundendienst)

Geschlecht



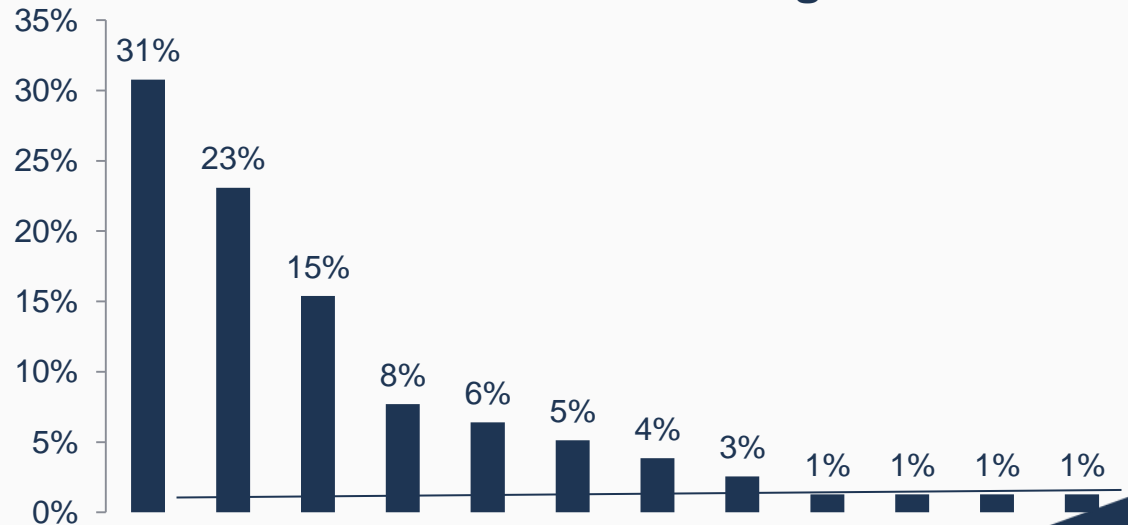
Durchschnittsalter: 45,4 Jahre

Erstfirmenwagenfahrer: 28%

Restlichen: 36% Modelltreu
27% Markentreu
38% Erst-Marke-X-Fahrer



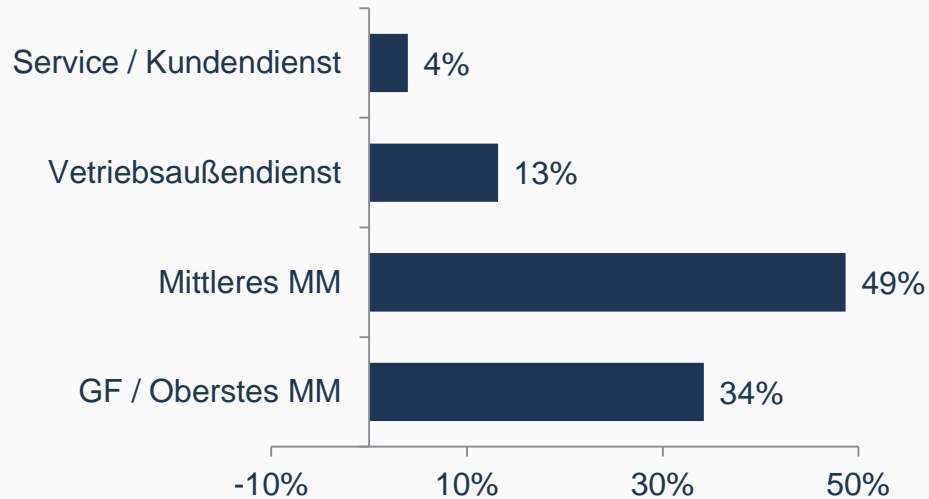
Modellverteilung



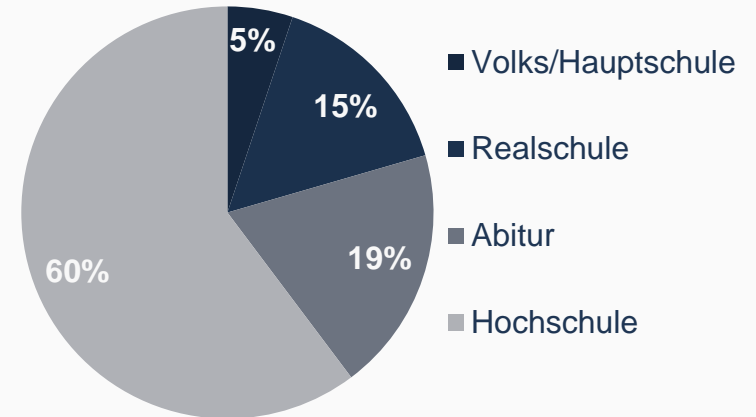
Der typische X-Fahrer

Marke X

Mitarbeitergruppen



Bildungsgrad

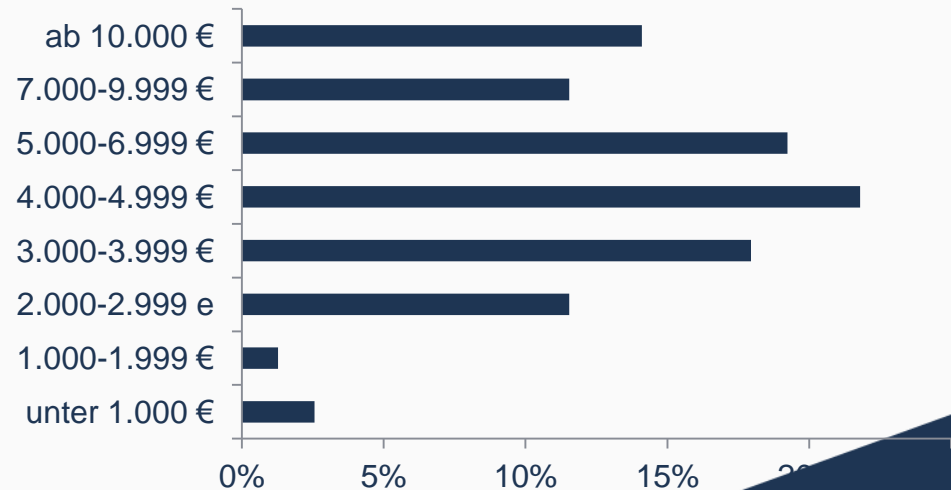


2,7 Personen im HH

13% Singles

50% mit Kindern

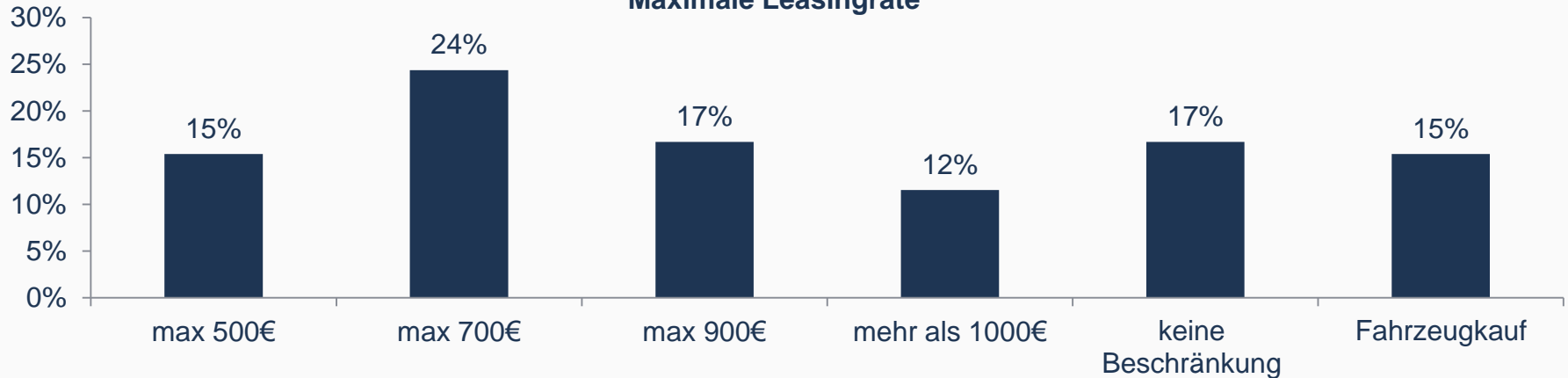
Haushaltsnettoeinkommen



Der typische X-Fahrer

Marke X

Maximale Leasingrate



Zweitwagen

62% haben einen zweiten privat zugelassen Wagen
20% von den Zweitwagenfahrern fahren auch Audi
22 % fahren VW

Wer zahlt die Tankfüllung?

65% Zahlt immer das UN
10% Immer der DW-Fahrer
10% Dienstfahrten UN, Privatfahrten DW Fahrer
11% in Dtl UN , Ausland DW-Fahrer

Für 60% ist Marke Y
auch die
Wunschmarke, bei
freier Wahl

5% haben an einem
Eco Fahrtraining
teilgenommen

DATAFORCE Analytics User-Chooser Studie 2016

2.980,-€ inkl. ____ weitere Druckexemplaren für je 100 €

3.930,- € inkl. Typisierung
(nach Marken und Unternehmenspositionen)

Firma _____

Name _____

E-Mail _____

Telefon _____

Die User-Chooser Analyse ist ab KW 32 lieferbar und wird in Druck- und PDF-Version geliefert. Die Typisierung ist ab KW 38 als PDF-Version lieferbar. Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen und Datenschutzbedingungen. Diese sind unter www.dataforce.de/agb abrufbar.

Unterschrift/Firmenstempel

Auftragsbestätigung Fax an: 069 95930-333

Dataforce Verlagsgesellschaft für Business Informationen mbH

Hamburger Allee 14

60486 Frankfurt am Main

Telefon 069 95930-243

E-Mail stefan.behringer@dataforce.de