

Geislingen, 13. August 2018

IfA MarkenMonitor 2018

## Studie zur Händlerzufriedenheit startet

- ➔ Institut für Automobilwirtschaft (IfA) führt auch 2018 die 21. Händlerzufriedenheitsanalyse in Folge durch
- ➔ Telefoninterviews bei Vertragshändlern durch die puls Marktforschung GmbH sind in dieser Woche gestartet
- ➔ Kooperationspartner der Studie sind in diesem Jahr die CG Car-Garantie Versicherungs AG, die Schwacke GmbH sowie die Santander Consumer Bank AG
- ➔ Präsentation der MarkenMonitor-Ergebnisse und Preisverleihung am 17. Oktober 2018 während des IfA Branchengipfels 2018

**Der MarkenMonitor 2018 wird zum 21. Mal in Folge unter Federführung des Instituts für Automobilwirtschaft (IfA) und der wissenschaftlichen Leitung von Prof. Dr. Stefan Reindl durchgeführt. Abermals an Bord des MarkenMonitor-Teams ist die *puls* Marktforschung GmbH in Schwaig b. Nürnberg, die für die Feldarbeit im Rahmen der telefonischen Interviews verantwortlich ist. Der Startschuss für die Interviews mit Geschäftsführern und Inhabern von Autohausunternehmen ist bereits in dieser Woche gefallen.**

„Wir haben die Ursprungskonzeption der Händlerzufriedenheitsanalyse in den vergangenen 20 Jahren stets verfeinert und den neuen Gegebenheiten der Branche angepasst“, so Professor Reindl, der seit 2013 für das Forschungsprojekt verantwortlich ist. So wurden bereits neuere Entwicklungen hinsichtlich der Digitalisierungs- und Direktvertriebsbestrebungen sowie im Hinblick auf den Einfluss neuer Antriebstechnologien auf das Servicegeschäft in das Befragungskonzept aufgenommen. „Die bewährte IfA-Konzeption zum Händlerzufriedenheits-Monitoring sorgt darauf aufbauend für hohe Datenqualität und methodische Weiterentwicklung gleichermaßen“, so der IfA-Chef weiter. *puls* bringt zusätzlich seine langjährige Erfahrung mit Erhebungen auf der Handelsstufe sowie sein methodisches Know-how bei der Datenauswertung ein. Auch der IfA MarkenMonitor 2018 wird wieder eine Vielzahl spezieller Analysen beinhalten, die es ermöglichen, die relevanten Stellhebel zur

Beeinflussung der Händlerzufriedenheit auszuweisen. In einer sehr intensiven und konzeptionell ausgefeilten Methodik haben die Verantwortlichen am Institut für Automobilwirtschaft den MarkenMonitor zu einem bedeutenden Analyse- und Steuerungsinstrument der Hersteller-Händlerbeziehungen in Deutschland aufgebaut

Neben relevanten Stellhebeln zur Optimierung der Geschäftsbeziehungen im Automobilvertrieb wird es wieder Sonderauswertungen geben. Mit den Spezialthemen wird neben den jährlich ausgewiesenen Zufriedenheitsfaktoren auch ganz aktuellen Fragestellungen Rechnung getragen. So bilden in diesem Jahr die derzeit in zahlreichen Vertriebsorganisationen geführten Diskussionen um die Neuausrichtung und Straffung der Händlernetze den Schwerpunkt der Sonderthemen. „Ganz konkret möchten wir die Einschätzungen der Handelsstufe zu ihrer zukünftigen Beteiligung an Umsatz und Ertrag bei digitalen Angebotsleistungen sowie hinsichtlich künftiger Vergütungsrichtlinien einholen“, so IfA-Chef Reindl.

Die Erhebung mittels persönlicher Interviews mit Inhabern und Geschäftsführern ist Basis für die hohe Qualität der MarkenMonitor-Daten. Um die Ergebnisse pünktlich zum diesjährigen IfA-Branchengipfel am 17. Oktober 2018 in Nürtingen bei Stuttgart präsentieren zu können, führen die *puls*-Mitarbeiter bereits ab dieser Woche die telefonischen Interviews mit Autohausinhabern und -geschäftsführern durch. „Wir rechnen auch in diesem Jahr mit einer großen Unterstützung des Forschungsprojekts durch die kontaktierten Händler“, so Benedikt Maier, der Projektleiter am Institut für Automobilwirtschaft (IfA). Nur eine gute Datenbasis liefere aussagekräftige Ergebnisse und Grundlagen zur nachhaltigen Optimierung der Hersteller-Händlerbeziehung.

#### **Konzeption und Kooperationspartner des IfA MarkenMonitor:**

- ➔ Bei der Untersuchungskonzeption der Händlerzufriedenheitsanalyse stehen bereits seit 1998 die Tragfähigkeit und Transparenz der Ergebnisse im Mittelpunkt: Die institutionelle Trennung von Datenerhebung, Datenauswertung und Veröffentlichung der Ergebnisse mit starken Kooperationspartnern trägt nicht nur zum Erfolg, sondern insbesondere zur Vertrauenswürdigkeit der Ergebnisse bei.
- ➔ Basis des aktuellen IfA **MarkenMonitor** bildet wie in den Vorjahren eine Befragung von rund 1.000 Inhabern, Geschäftsführern und Verkaufsleitern fabrikatsgebundener Autohausunternehmen. Reine Servicebetriebe sowie Niederlassungen der Hersteller werden von den Analysen bewusst ausgeschlossen.
- ➔ Bereits zum 21. Mal in Folge ist das Geislinger Institut für Automobilwirtschaft (IfA) für die Gesamtumsetzung und -konzeption sowie für die Ergebnisauswertung und -interpretation der vorliegenden Händlerzufriedenheitsstudie verantwortlich. Seit 2013 obliegt die Leitung der Untersuchung Professor Dr. Stefan Reindl. Wiederholt erfolgt die Datenerhebung durch die *puls* Marktforschung GmbH.
- ➔ Kooperationspartner der Studie sind ebenfalls drei starke Partner, nämlich die **Schwacke GmbH**, die **CG Car-Garantie Versicherungs AG** sowie die **Santander Consumer Bank AG**. Sie stehen nicht zuletzt für eine aktive Kommunikation der Untersuchungsergebnisse innerhalb der Branche.

*Ansprechpartner:  
Prof. Dr. Stefan Reindl  
mail@if-a-info.de  
Internet: www.if-a-info.de  
(0 73 31) 22 440*