

AUTO UND INTERNET

2005 / Nr. 18

Allensbach am Bodensee, Anfang November 2005 - Die Bedeutung des Internet als ein Medium, über das man sich schnell und ausführlich über Waren, Produkte und Dienstleistungen informieren kann, nimmt weiterhin ständig zu. Seit 2001 hat sich der Kreis derjenigen, die sich zumindest gelegentlich auf diese Weise informieren, annähernd verdoppelt, von 23 auf 43 Prozent. Gesucht wird besonders häufig nach Informationen zu den Themenbereichen "Reisen" (35 Prozent), "Bücher" (25 Prozent) und "Kraftfahrzeuge". Rund um's Auto recherchierten im Internet vor fünf Jahren erst 12 Prozent, inzwischen ist auch hier die Zahl der Informationssucher mit 22 Prozent fast doppelt so hoch.

www.ifd-allensbach.de
Porträt des Instituts - Leistungsspektrum - Aktuelle Studien

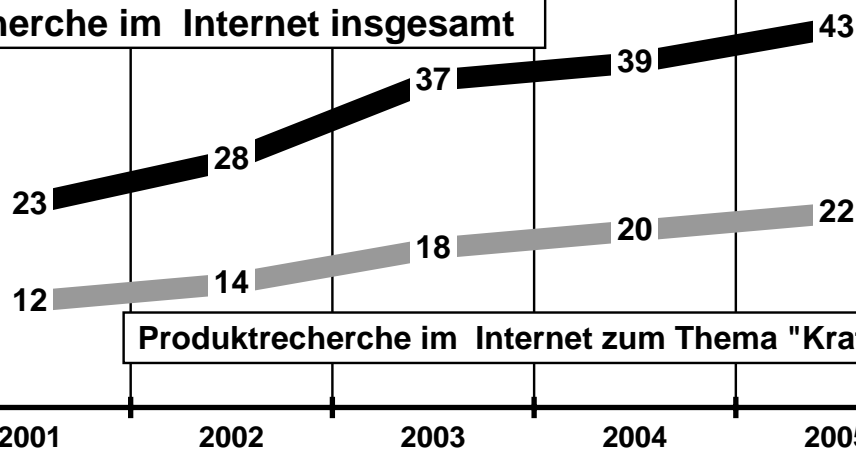
Belege an
INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH, 78472 Allensbach am Bodensee

Produktrecherche im Internet

"Darüber informiere ich mich im Internet:"

Bevölkerung 14-64 Jahre
in Prozent

Produktrecherche im Internet insgesamt



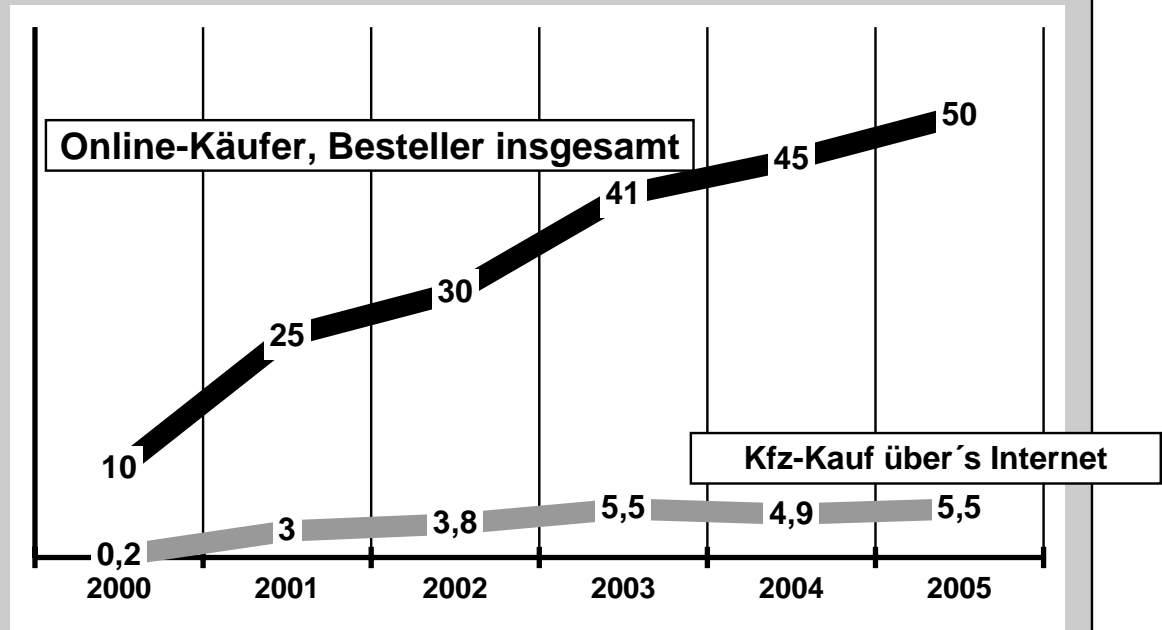
Produktrecherche im Internet zum Thema "Kraftfahrzeuge"

QUELLE: Allensbacher Computer- und Technik-Analysen, zuletzt ACTA 2005

Aber natürlich ist es etwas anderes, über das Internet Bücher, CDs, Haushaltswaren zu bestellen und eine Reise zu buchen oder aber ein Auto zu kaufen. Hier wie dort ist das Netz eine gute Hilfe, um das jeweils Gewünschte genauer unter die Lupe zu nehmen, sich über Titel, Marken, Ausstattung und Produkttests zu informieren und Preise zu vergleichen. Aber der Weg von der Kaufentscheidung zum Kauf ist beim Autokauf auch heute noch aufwendiger und umständlicher als bei anderen Produkten. Trotzdem wird auch dieser Weg beim Autokauf heute deutlich häufiger beschritten als noch zu Beginn des Jahrzehnts. Damals, im Jahr 2000, gaben erst 0,2 Prozent der Bevölkerung zwischen 14 und 64 Jahren an, über das Internet zu ihrem Wagen gelangt zu sein, seit 2003 schwankt die Zahl derjenigen, die ihr Auto über das Internet besorgt haben, bei 5 Prozent.

Online-Käufer

Bevölkerung 14-64 Jahre
in Prozent



QUELLE: Allensbacher Computer-und Technik-Analysen, zuletzt ACTA 2005

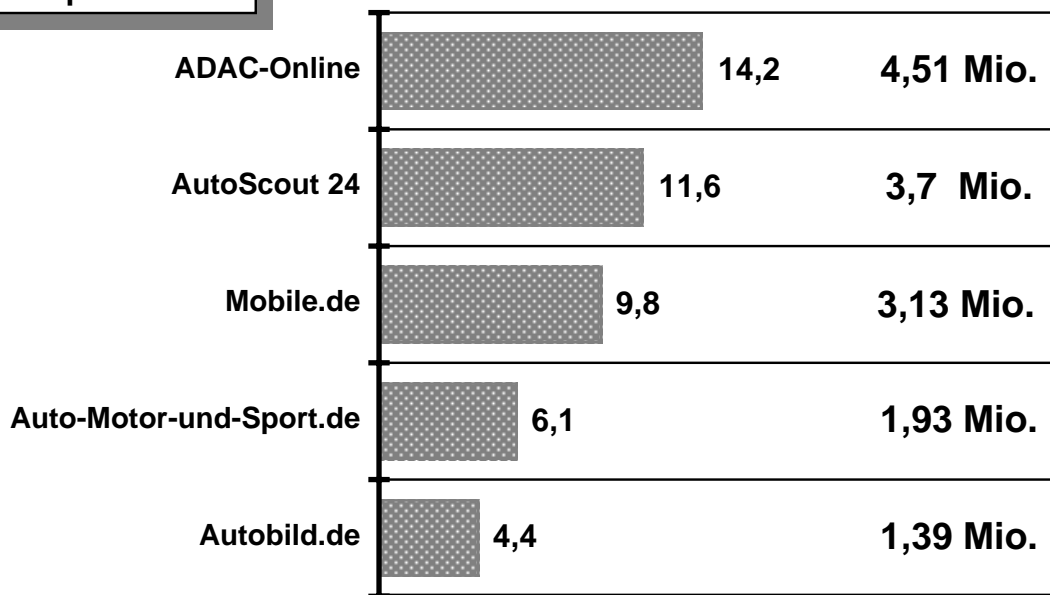
Unter den Internetnutzern, die sich für Informationen rund um das Auto interessieren, ist die Website des ADAC am beliebtesten. 14 Prozent der Internutzer rufen mindestens einmal im Monat "ADAC-online" auf, das sind 4,51 Mio. Personen. Am zweithäufigsten für Informationen rund um's Auto wird "AutoScout 24" benutzt. Dieser Automarkt im Netz hat 3,7 Mio. Nutzer pro Monat. An dritter, vierter und fünfter Stelle stehen "Mobile.de" (3,13 Mio), "Auto-Motor-und-Sport.de" (1,93 Mio.) und "Autobild.de" (1,39 Mio.)

Onlinedienste rund um´s Auto

Internetnutzer, 14-64 Jahre

in Prozent

Nutzer pro Monat



QUELLE: Allensbacher Computer-und Technik-Analyse, ACTA 2005

ACTA 2005
Allensbacher Computer- und Technik-Analyse

Untersuchungssteckbrief

Methodische Gesamtverantwortung:	Institut für Demoskopie Allensbach
Grundgesamtheit:	Deutsche Bevölkerung zwischen 14 und 64 Jahren in Privathaushalten am Ort der Hauptwohnung
Stichprobe:	Nach dem Quoten-Auswahlverfahren angelegte Personenstichprobe. Disproportionaler Stichprobenansatz zur Vergrößerung der Fallzahlen im überdurch- schnittlich marktaktiven Segment der 14- bis unter 45jährigen.
Interviewmethode:	Mündlich-persönliche Befragung mit strukturier- tem, standardisiertem Fragebogen. Die Feldar- beit wurde ausschließlich von geschulten Interviewern des Instituts für Demoskopie Allensbach durchgeführt.
Anzahl der Befragten:	10.329 Befragte insgesamt
Befragungszeitraum:	Januar bis August 2005

Zu beziehen ist die ACTA 2005 beim:
INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH
78472 Allensbach am Bodensee
Telefon: 07533/805-276
Telefax: 07533/805-172

E-Mail: acta@ifd-allensbach.de oder info@ifd-allensbach.de