mobile.de Automotive Brandimage

Insights drom continous onsite surveys
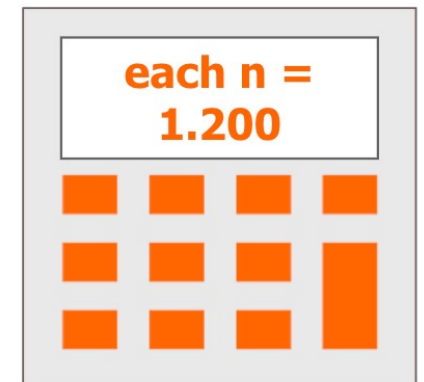
since MAI 2015

MONTHLY WAVES

34 AUTOMOTIVE BRANDS

ONSITE-SURVEY ON

mobile.de

IMPLEMENTING INSTITUTE

DCORE

WIR FORSCHEN FÜR MEDIEN

each n = 1.200

Denk mobile.de

1

mobile.de Automotive Brandimage

What does it mean?

- **We collect data on the image of the relevant automobile brands in the German market among mobile.de users**

- **We can compare images of the automobile brands**

- **Age, income, gender, the reason of use, etc. can get analyzed**

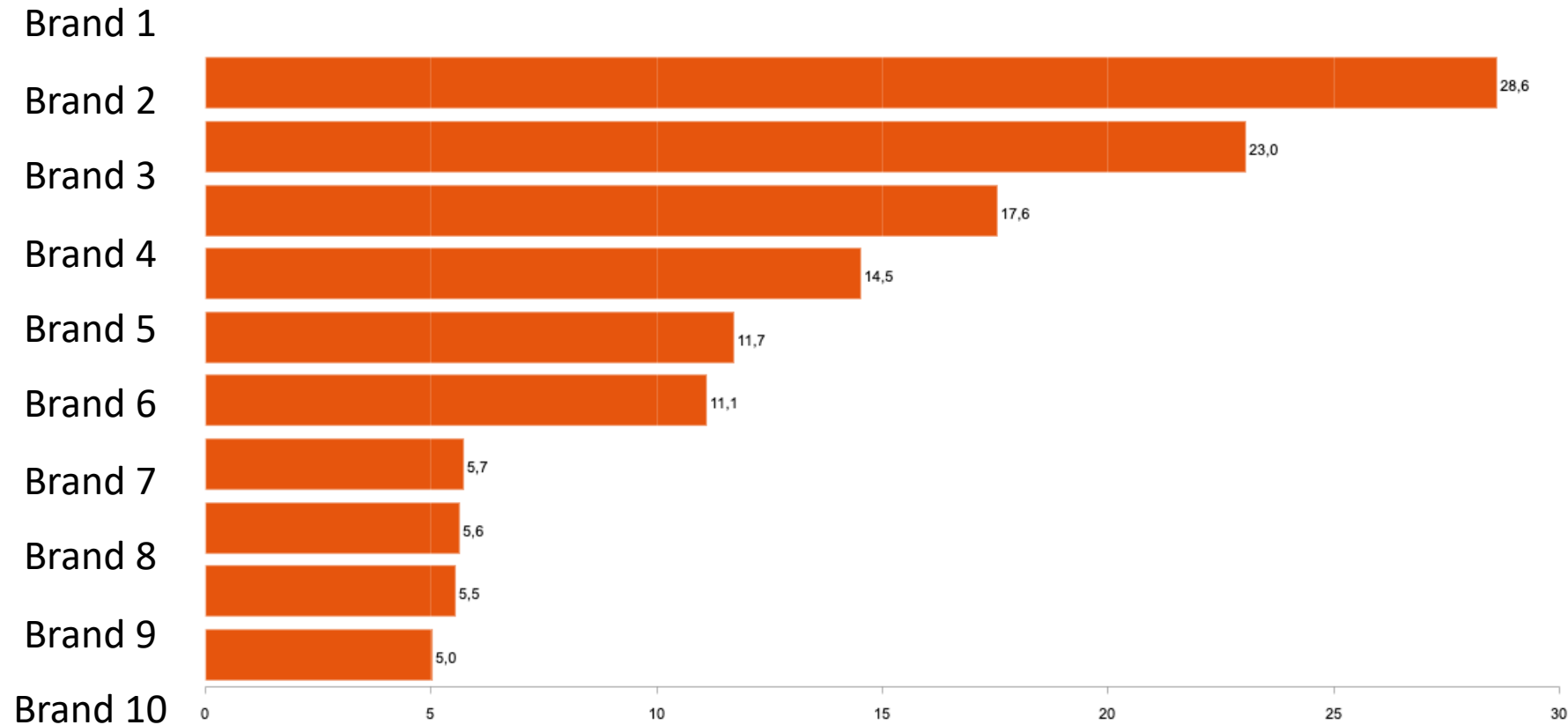- **Regulary changing Additional Insights gives you more detailed information about you target group**

Find out how your brand performs and get closer to your target group

Denk
mobile.de

*Alfa Romeo, Audi, BMW, Citroen, Cupra, Dacia, DS, Fiat, Ford, Honda, Hyundai, Jaguar, Jeep, KIA, Land Rover, Mazda, Mercedes-Benz, Mini, Mitsubishi, Nissan, Opel, Peugeot, Polestar, Porsche, Renault, Seat, Skoda, Smart, Subaru, Suzuki, Tesla, Toyota, Volkswagen, Volvo (Stand: Oktober 2022)

Which brand do you currently drive?

Gives you insight into the market share

Curren drivers can be clustered by age, gender & income

Brand	Value
Brand 1	
Brand 2	28,6
Brand 3	23,0
Brand 4	17,6
Brand 5	14,5
Brand 6	11,7
Brand 7	11,1
Brand 8	5,7
Brand 9	5,6
Brand 10	5,5
	5,0

Denk
mobile.de

How old are you?

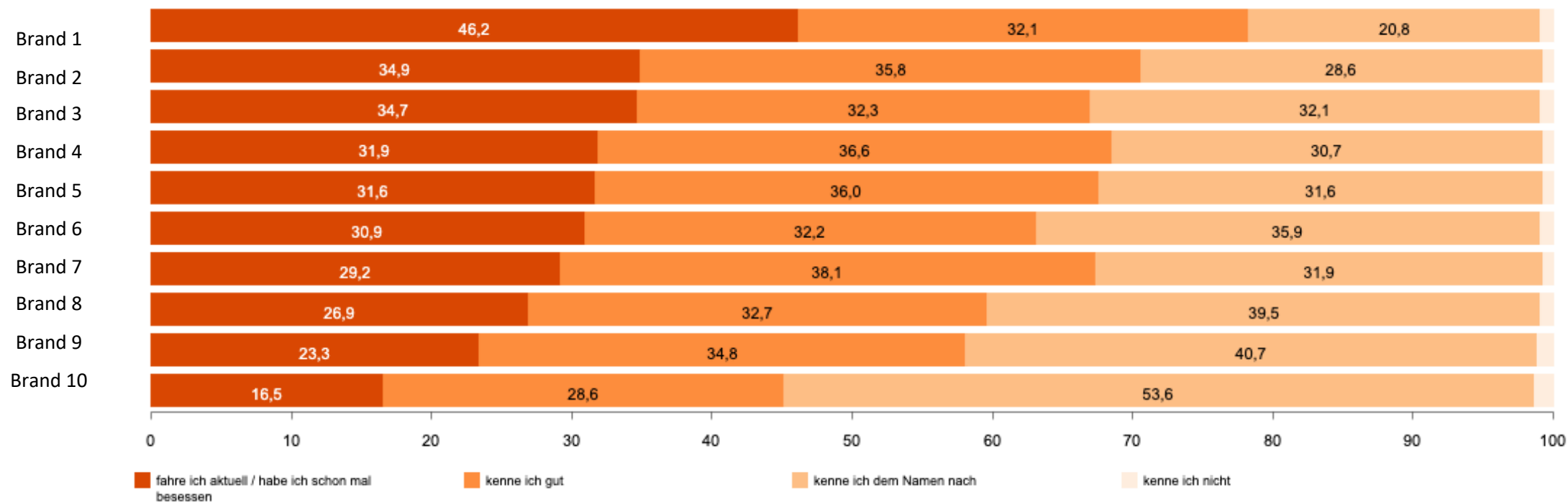## At the beginning of the survey, we ask their age

We map the target group of your brand and show you how the competitors performs

Brand XY

14,0	
18,8	
17,5	
15,6	
13,9	
10,9	

0 2 4 6 8 10 12 14 16 18 20

■ 16-17 Jahre   ■ 18-29 Jahre   ■ 30-39 Jahre   ■ 40-49 Jahre   ■ 50-59 Jahre   ■ 60 Jahre und älter

Denk
mobile.de
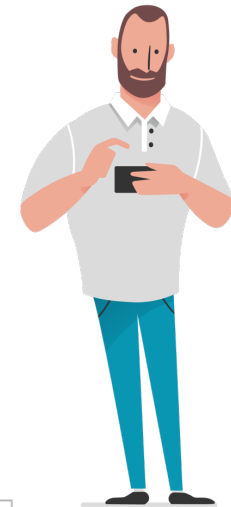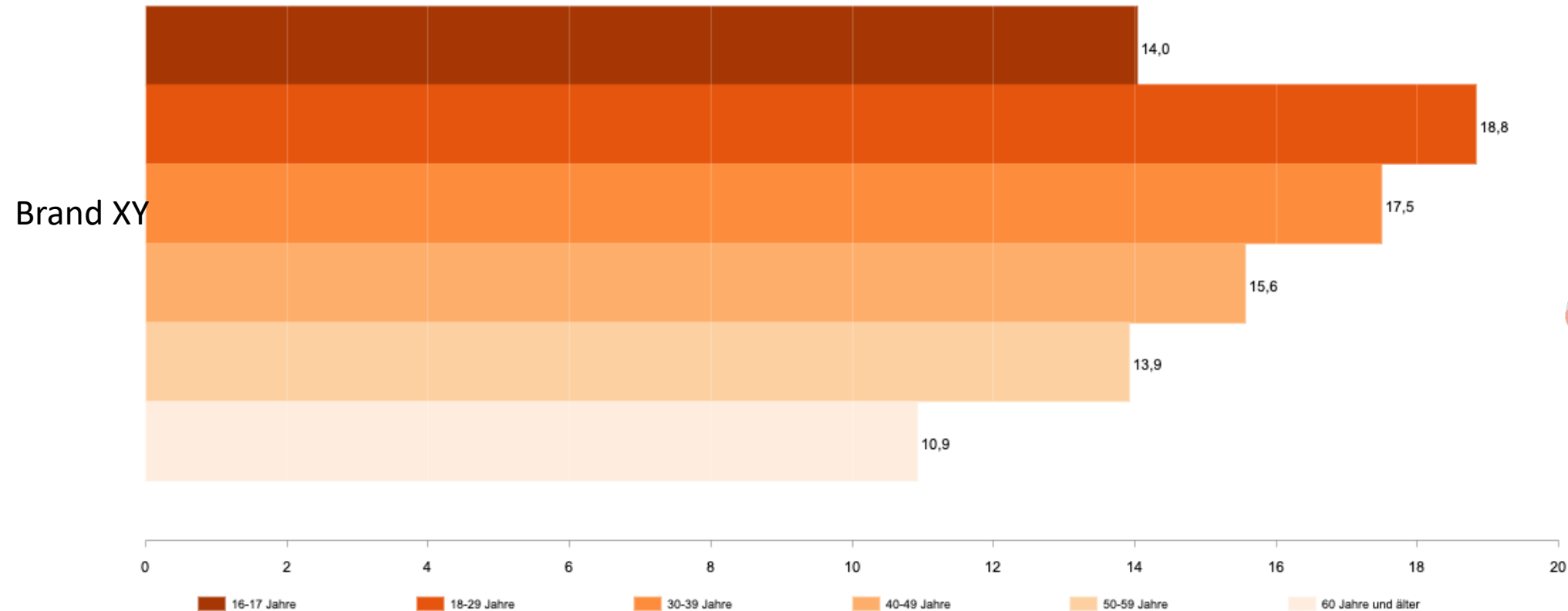
Which of the following brand do you know?

Supported brand awareness

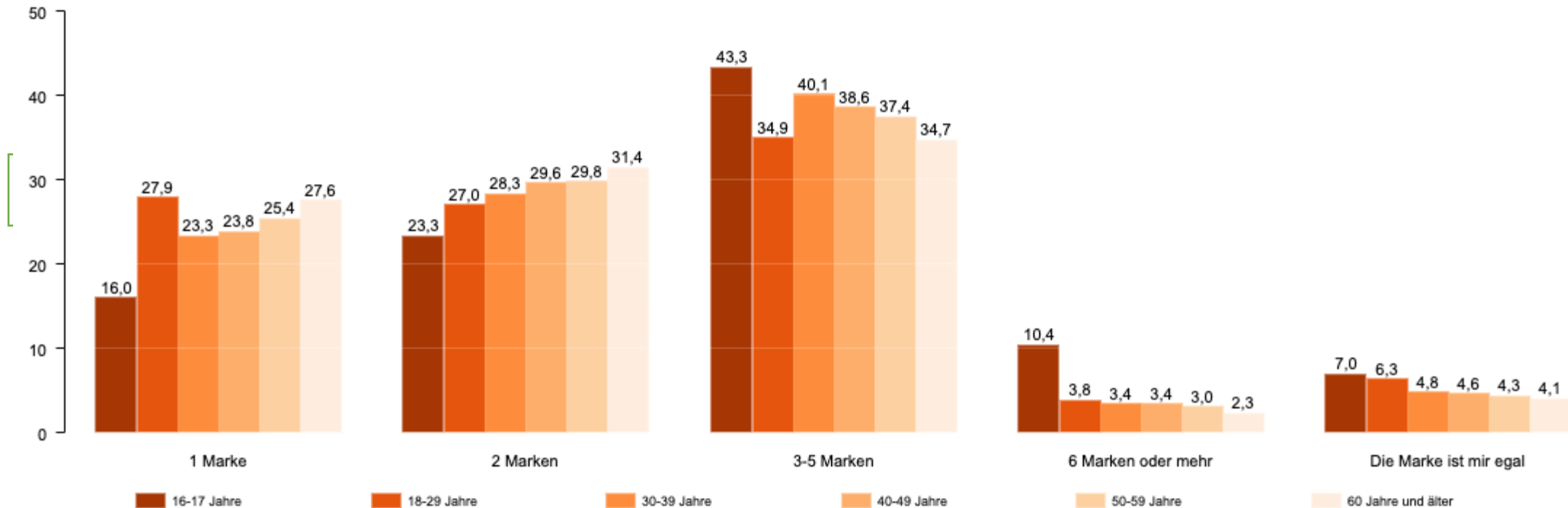|	fahre ich aktuell / habe ich schon mal besessen	kenne ich gut	kenne ich dem Namen nach	kenne ich nicht
Brand 1	46,2	32,1	20,8	
Brand 2	34,9	35,8	28,6	
Brand 3	34,7	32,3	32,1	
Brand 4	31,9	36,6	30,7	
Brand 5	31,6	36,0	31,6	
Brand 6	30,9	32,2	35,9	
Brand 7	29,2	38,1	31,9	
Brand 8	26,9	32,7	39,5	
Brand 9	23,3	34,8	40,7	
Brand 10	16,5	28,6	53,6	

Denk
mobile.de

Which online media do you use for your purchase decision ?

Questions related to the purchase process can be mapped

Medium	Value
Online-Autobörsen (z.B. mobile.de, Autoscout24.de)	90,3
Videoportale (z.B. YouTube)	77,1
Foren / Blogs / Bewertungsportale (z.B. Motor-Talk, Check24)	69,6
Webseiten von Auto-Herstellern (z.B. BMW, VW)	65,1
Suchmaschinen (z.B. Google, Bing)	64,2
Webseiten von Automagazinen / Autozeitschriften (z.B. auto motor und sport)	63,7
Webseiten von Autohändlern	60,5
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn)	47,4

Denk
mobile.de

6

How many different brand do you consider when choosing a brand?

Age structure shows, the younger generation has more brands in mind when choosing brands

Legend: 16-17 Jahre, 18-29 Jahre, 30-39 Jahre, 40-49 Jahre, 50-59 Jahre, 60 Jahre und älter

1 Marke: 16,0 — 27,9 — 23,3 — 23,8 — 25,4 — 27,6
2 Marken: 23,3 — 27,0 — 28,3 — 29,6 — 29,8 — 31,4
3-5 Marken: 43,3 — 34,9 — 40,1 — 38,6 — 37,4 — 34,7
6 Marken oder mehr: 10,4 — 3,8 — 3,4 — 3,4 — 3,0 — 2,3
Die Marke ist mir egal: 7,0 — 6,3 — 4,8 — 4,6 — 4,3 — 4,1

Denk mobile.de

Which statements fit the brand XY?

Also possible in direct comparison with other brands

How does your target audience perceive your brand?

Statement	trifft voll und ganz zu	trifft zu	trifft weniger zu	trifft überhaupt nicht zu
... ist fortschrittlich	51,8	41,6	4,8	
... ist sympathisch	48,9	33,5	12,5	5,1
... ist zuverlässig	50,3	36,2	10,9	2,6
... ist kundenorientiert	26,6	45,5	22,2	5,7
... steht für Wertstabilität	40,9	36,9	18,6	3,6
... hat gute Werkstätten	28,0	38,1	27,7	6,1
... hat kompetente Händler	25,6	36,1	32,7	5,5
... steht für Begeisterung für Autos	51,4	31,8	15,4	
. legt Wert auf Nachhaltigkeit	18,7	44,0	31,6	5,7

Denk
mobile.de

How advanced do you perceive the brand?

Base= Experts of brand XY

Can also be visualized in a timeline

Brand 1	15,8	50,5	26,1	7,7
Brand 2	54,6		38,4	5,5

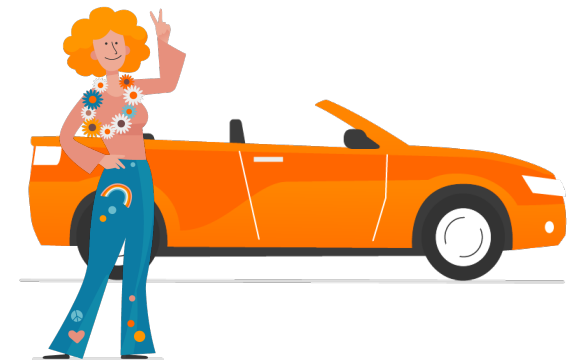trifft voll und ganz zu   trifft zu   trifft weniger zu   trifft überhaupt nicht zu

Denk
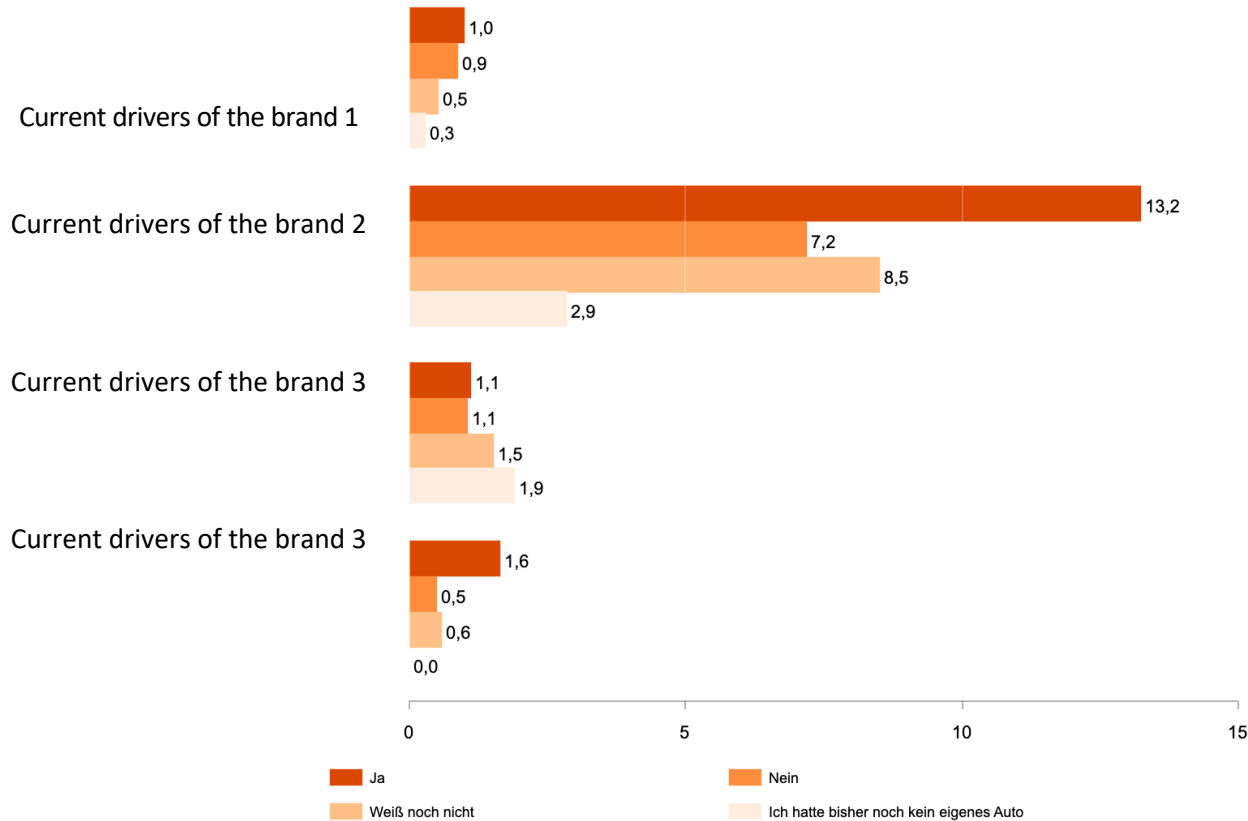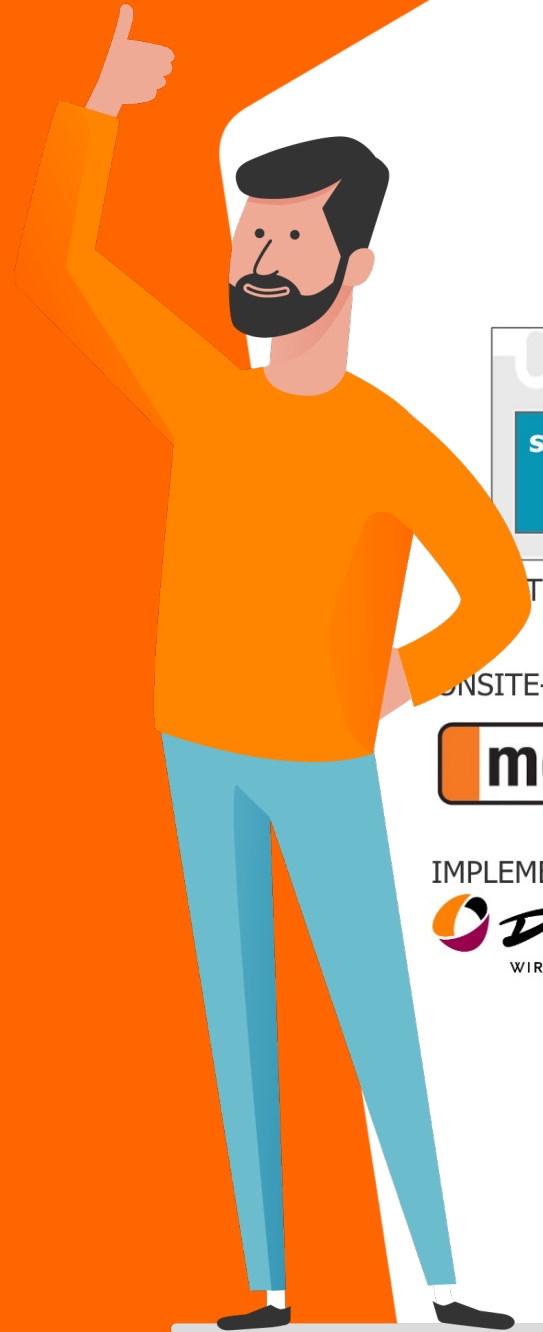mobile.de
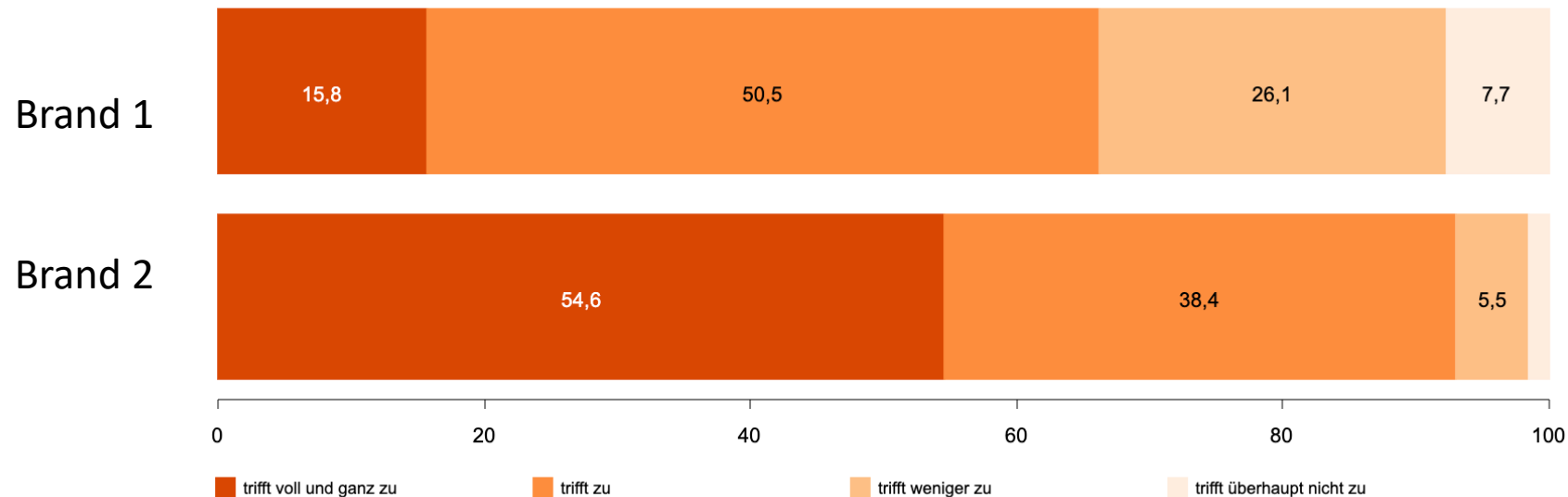
Are you planning to buy the same brand again as your previous car?
Base= current drivers of the brand

Is your taregt audience loyal towards your brand?

Current drivers of the brand 1
- 1,0
- 0,9
- 0,5
- 0,3

Current drivers of the brand 2
- 13,2
- 7,2
- 8,5
- 2,9

Current drivers of the brand 3
- 1,1
- 1,1
- 1,5
- 1,9

Current drivers of the brand 3
- 1,6
- 0,5
- 0,6
- 0,0

Legend:
- Ja
- Nein
- Weiß noch nicht
- Ich hatte bisher noch kein eigenes Auto

Denk mobile.de

This question is only given to participants: People who have previously indicated that they are in the car purchase process

Contact us for further Questions.

since MAI 2015

...THLY WAVES

...NSITE-SURVEY ON

mobile.de

IMPLEMENTING INSTITUTE

DCORE
WIR FORSCHEN FÜR MEDIEN

34 AUTOMOTIVE BRANDS

each n = 1.200

Denk
mobile.de