

puls Studie zur Kooperation zwischen BMW und Daimler

Deutschlands Autokäufer begrüßen die Auto-Allianz beim autonomen Fahren

Nürnberg, 5. Juli 2019

Die Entwicklung autonomer Fahrsysteme verschlingt Milliarden und kann von einzelnen Automarken alleine kaum gestemmt werden. Von daher haben die Erzrivalen BMW und Daimler eine Auto-Allianz besiegelt, bei der gemeinsam Fahrerassistenzsysteme für hochautomatisiertes Fahren entwickelt und an autonomen Parksyste men gearbeitet werden soll. Um diese ungewöhnliche Kooperation optimal zu nutzen, hat die [Nürnberger Marktforschung puls](#) im Rahmen des monatlichen AutokäuferMonitors im April 1.026 Personen, die eine Autoanschaffung planen beziehungsweise vor kurzem getätigt haben, zur Beurteilung dieser Auto-Allianz befragt. Mit überraschend positivem Ergebnis: 64 Prozent (!) der Autokäufer geben an, dass die Zusammenarbeit von BMW und Daimler die Verbreitung von autonomem Fahren fördert. Stattliche 51 Prozent sehen darin einen klaren Kundennutzen und immerhin 39 Prozent sind der Meinung, dass diese Kooperation die Zukunftsfähigkeit der beiden Marken steigert. „Offensichtlich sehen auch die Kunden etablierter Premium-Automarken keine Berührungsängste, wenn es um die Zusammenarbeit bei wichtigen Zukunftstechnologien geht“, kommentiert puls Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner die Ergebnisse. Dazu passend bekunden stattliche 48 Prozent der deutschen Autokäufer, dass die Kooperation von BMW und Daimler das Image und die Modernität beider Marken verbessert. Unter Jüngeren (bis 30 Jahre) attestieren sogar 57 Prozent den beteiligten Marken einen Image- und Modernitätsschub. Zusätzlich geben 41 Prozent an, dass die Auto-Allianz das Vertrauen in die Technik selbstfahrender Autos steigert. Entwicklungskooperationen dieser Art bieten von daher auch Anlass für Visionen: Je sicherer Technologien wie autonomes Fahren z. B. durch Entwicklungskooperationen werden, desto höher wird auch die Akzeptanz und Zahlungsbereitschaft dafür sein.

-ENDE-

Anzahl Zeilen:	30
Anzahl Anschläge:	1.837 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	5. Juli 2019
Ansprechpartner:	Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400
Abdruck honorarfrei	

Über *puls* Marktforschung

Seit über 25 Jahren konzentriert sich die *puls* Marktforschung darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung und daraus abgeleitete Maßnahmenempfehlungen abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 18 hochqualifizierte Mitarbeiter. Bei *puls* gibt es kein Marktforschungsprojekt ohne konkrete Maßnahmenempfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien.

Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „*For Better Decisions*“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie Audi, Opel, Volkswagen, GORE-TEX, ZF Services oder BASF sichern ihr weiteres Wachstum durch maßgeschneiderte Marktforschung von *puls* ebenso ab wie mittelständische Unternehmen.

Mehr Informationen über *puls* Marktforschung finden Sie unter www.puls-marktforschung.de.