

puls Studie Markenkompetenz für autonomes Fahren

Mercedes Benz vor Google beim Zukunftsthema autonomes Fahren

Notizen:

Nürnberg, 21. Juni 2016

1 Kaum ein Thema wird im Zusammenhang mit dem Auto der Zukunft so
 heiß diskutiert wie autonomes Fahren. Schon in die Autos von
 heute halten immer mehr Assistenzsysteme u.a. zum Spurhalten, dem
 5 Kolonnenverkehr oder dem Einparken Einzug. Vor diesem Hintergrund
 hat sich die Nürnberger Marktforschung *puls* im Rahmen einer
 repräsentativen Studie bei 1.022 Autokäufern in Deutschland mit
 der Frage beschäftigt, welche Marken im Kopf der Autokäufer auf
 der Pole Position liegen, wenn es um das Zukunftsthema des
 10 autonomen Fahrens geht. Mit überraschenden Ergebnissen:

Nach der Deutschen Premium-Automobilmarke Mercedes Benz mit 23,4
 % verbinden Deutschlands Autokäufer die Internetmarke Google (!)
 15 mit 17,5 % am zweithäufigsten mit autonomem Fahren. Damit liegt
 Google bei diesem Zukunftsthema deutlich vor etablierten Marken
 wie BMW, Audi oder VW, die auf den Plätzen 3,4 und 5 folgen.
 Danach folgt mit der Elektro-Sportwagenmarke Tesla ein weiterer
 Quereinsteiger. Auch Apple gelingt mit Platz 8 der Sprung in die
 20 Top 10 Automarken, die Autokäufer mit autonomem Fahren verbinden.
 „Mercedes Benz erntet offensichtlich die Früchte der
 Einführungskampagne zur neuen E Klasse, in deren Mittelpunkt
 autonomes Fahren steht“, kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr.
 Konrad Weßner die Ergebnisse. Google profitiert von der
 25 Medienresonanz zu seinem konsequent ohne Lenkrad konzipierten
 „Roboterauto“ und ist damit offensichtlich auch fest im digitalen
 Lifestyle der Menschen in Deutschland verankert. Ähnliches gilt
 wohl auch für Tesla. Apple schiebt sich trotz oder wegen der
 30 Geheimnistuerei um sein i Car auf Platz 8 der (Auto-) Marken, die
 mit autonomem Fahren verbunden werden. „Insgesamt mischt dieses
 Zukunftsthema die Rangordnung der etablierten Automobilmarken
 gehörig durcheinander und schafft Lücken für Quereinsteiger“, so
puls Chef Weßner weiter. Die Herausforderung etablierter
 35 Automobilmarken liegt vor diesem Hintergrund darin, sich gerade
 wegen ihrer Herkunft sichtbare Kompetenz für das Zukunftsthema
 autonomes Fahren aufzubauen. Mercedes Benz, aber auch BMW, Audi
 und VW sind auf dem Weg dazu.

40 -ENDE-

45 Anzahl Zeilen: 38
 Anzahl Anschläge: 2.092 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
 Datum: 21. Juni 2016
 Ansprechpartner: Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400

Abdruck honorarfrei

Über *puls* Marktforschung

Seit über 20 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 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, Audi, 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.