

puls Studie zur Wiedereinführung des Borgward und dem geplanten Apple-Auto

**Autos zwischen Tradition und Innovation - Borgward und Apple**

Nürnberg, 3. März 2015

Am 5. März öffnet der 85. Internationale Automobilsalon in Genf seine Pforten. Die Highlights in diesem automobilen Schaulaufen bewegen sich zwischen Zukunftsthemen wie neuen Automobilantrieben, autonomem Fahren und Connected Cars einerseits und dem Wiederaufleben automobiler Legenden andererseits. Vor diesem Hintergrund hat sich das Nürnberger Marktforschungsunternehmen *puls* sowohl mit dem potenziellen automobilen Quereinsteiger Apple als auch mit der Bekanntheit an der automobilen Legende Borgward andererseits beschäftigt, deren Wiedereinführung vor der Tür steht. Mit überraschenden Ergebnissen: Von den von *puls* befragten 735 Autokäufern in Deutschland wissen 52 Prozent, dass Apple die Entwicklung und Einführung innovativer, elektrisch angetriebener Zukunftsautos plant. 57 Prozent der deutschen Autokäufer geben an, dass Sie von der geplanten Wiedereinführung des Borgward gehört haben.

„Offensichtlich schätzen vor allem deutsche Autokäufer vertraute Traditionsmarken einerseits und neueste Automobiltechnologien andererseits“, kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weißner die Ergebnisse. Vor allem gegenüber älteren Autokäufern kommt es laut *puls* Studie darauf an, einerseits die Historie der jeweiligen Automarken zu kommunizieren, andererseits sollten aber neueste Technologien wie Hybrid- und Elektroantriebe, autonome Fahrsysteme sowie Connected Car-Funktionen aktiv herausgestellt werden. Je besser dieser Spagat den Automobilherstellern gelingt, desto geringer werden die Marktchancen automobiler Quereinsteiger wie Apple insbesondere im deutschen Markt sein.

-ENDE-

Anzahl Zeilen: 25  
Anzahl Anschläge: 1.586 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)  
Datum: 03. März 2015  
Ansprechpartner: Dr. Konrad Weißner +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 20 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, Volkswagen, GORE-TEX, ZF Services, Uniqo 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](http://www.puls-marktforschung.de).