

# ***Der i8 stärkt die Zukunftskompetenz von BMW***

*puls Studie bei 1.002 Autokäufern zur Wirkung der BMW i8 Kampagne*

von  
puls Marktforschung GmbH  
Dr. Konrad Weißner  
13. August 2014

✓	Stichprobe (Nettofallzahl)	n = 1.002 Interviews mit Personen, die in den nächsten 12 Monaten den Kauf eines Fahrzeugs planen oder in den vergangenen 12 Monaten ein Fahrzeug gekauft haben.
✓	Erhebungsmethode	Online Interviews
✓	Befragungsdauer	3 Minuten
✓	Erhebungszeitraum	30.05.-06.06.2014
✓	Konzept, Durchführung und Interpretation	puls Marktforschung GmbH

# Neben BMW Autokäufern nehmen auch Interessenten von Toyota, Mercedes-Benz und Audi die i8 Kampagne überdurchschnittl. wahr.

Wahrnehmung BMW i8 Kampagne – nach Einwohnerzahl und nach Marken, deren Interessenten/Käufer die Kampagne überdurchschnittlich wahrnehmen

Nun geht es um die neue BMW Kampagne zum BMWi8, dem ersten Plug-in-Hybrid-Sportwagen von BMW. Haben Sie diese Kampagne wahrgenommen?

Antwort:  
Ja

Gesamt 43,5

Einwohnerzahl

Bis 20.000 EW 46,8

20.000 bis 500.000 EW 42,2

Über 500.000 EW 41,4

Marken, deren  
Interessenten/Käufer die  
Kampagne  
überdurchschnittlich  
wahrnehmen

BMW 58,0

Toyota 53,6

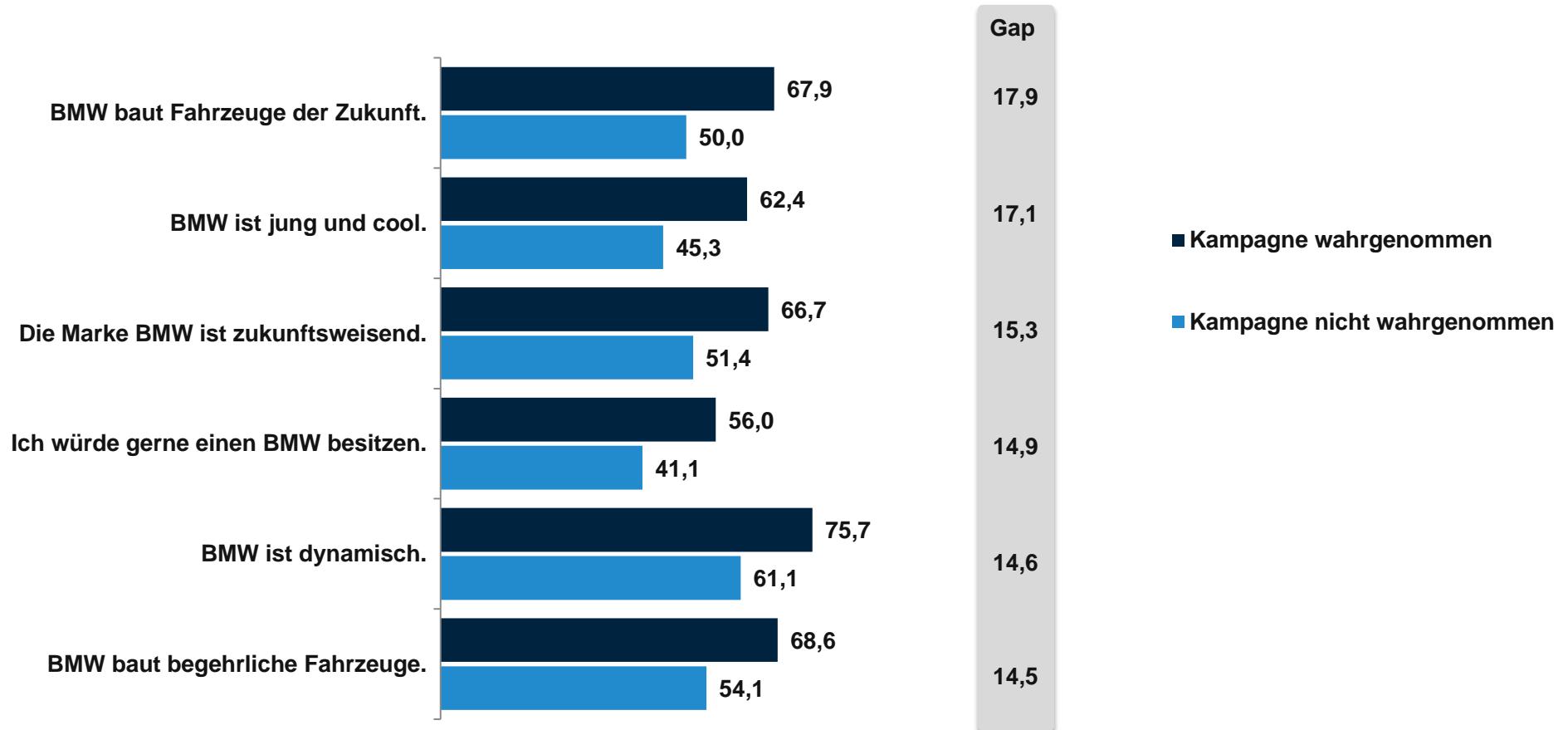
Mercedes-Benz 51,9

Audi 49,3

## Die i8 Kampagne treibt v.a. die Zukunftskompetenz und „Coolness“ der Marke BMW voran.

### Image der Marke BMW 1/2 - Wahrnehmer i8 Kampagne vs. Nicht-Wahrnehmer

In wie weit stimmen Sie folgenden Kriterien in Bezug auf die Marke BMW zu? - (Top 2 Box auf 6er Skala: Stimme (voll und ganz) zu)

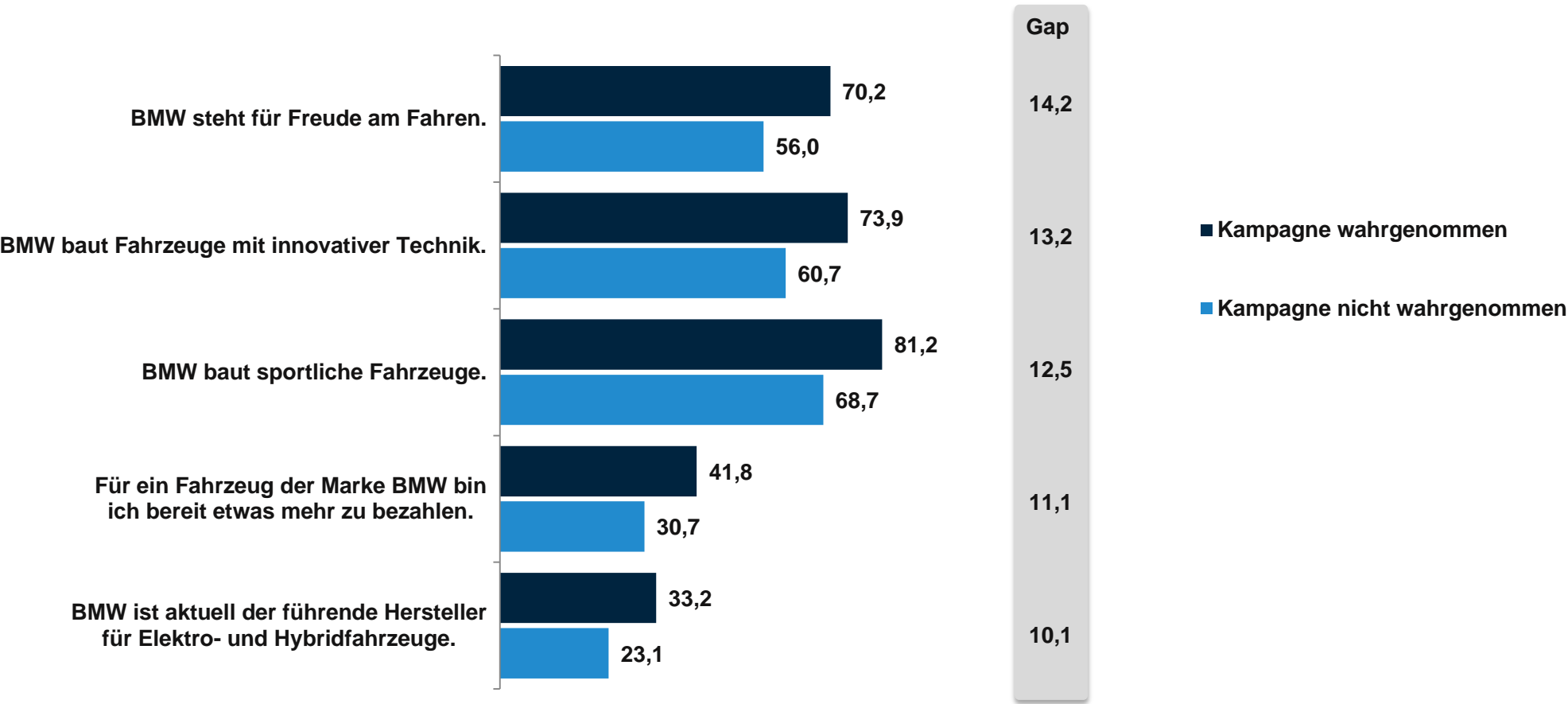


Die i8 Kampagne treibt die Elektro- und Hybridkompetenz der Marke BMW deutlich geringer voran als deren „Coolness“



Image der Marke BMW 2/2 - Wahrnehmer i8 Kampagne vs. Nicht-Wahrnehmer

In wie weit stimmen Sie folgenden Kriterien in Bezug auf die Marke BMW zu? - (Top 2 Box auf 6er Skala: Stimme (voll und ganz) zu)





Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	18
Mitarbeiter Telefonstudio:	140
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg

**Kerngeschäft:** Quantitative und qualitative Marktforschung

**Ziel:** ***For Better Decisions***  
Effiziente Marktforschung und  
Empfehlungen für bessere Entscheidungen  
und Strategien.

**Aktive Mitgliedschaften:**





# Ausgewählte Referenzen





## Autohaus » Panel

### **Autohaus Online-Panel**

Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern



## AUTOHAUS pulsSchlag

### **pulsSchlag**

Monatliche Erhebung der Konjunktur- und Verkaufserwartungen der Autohäuser  
(Seit 2000 in Kooperation mit der Fachzeitschrift AUTOHAUS)



## Banken Monitor 2014

### **SchwackeMarkenMonitor/ AUTOHAUS BankenMonitor/ AUTOHAUS VersicherungsMonitor**

Jährliche Messungen der Händlerzufriedenheit mit Herstellern/Importeuren, Autobanken und Versicherungen.



## Autokäuferpuls

### **Autokäuferpuls / Autoflottenpuls**

Markenübergreifende Befragung von monatlich 1.000 Autokäufern und 1.500 Autoflottenkunden (2x jährlich).



## http://

### **Automotive WebScreening / Google Trends**

Analyse der Kundenbewertungen im Web 2.0 sowie der Google-Suchanfragen zu Automobilherstellern, Fahrzeugen, Autohäusern etc.



<b>Automobilhersteller / Händler</b>	Sales Driver Analysen Markendifferenzierung, Händlerzufriedenheit, <b>Local Hero Konzepte</b> , Marktpotenziale, Kundenfeedbackkonzepte, Analyse und Treiber der Kundenloyalität
<b>Automobilvertrieb 3.0</b>	Customer Journey- und Kundenkontaktpunktanalysen, Multi Channel-Strategien, Google-Insights, Erfolgsmessung von Facebook-Aktivitäten, Autokaufberater GenauMeinAuto
<b>Autobanken / Versicherungen</b>	Händlerzufriedenheit / Beziehungsmanagement zu den Händlern, Customer Journey automobiler Finanzierungs- und Versicherungskunden
<b>Mitarbeiter</b>	Mitarbeiterbefragungen, Employer Branding Konzepte



## *puls* Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2  
90571 Schwaig bei Nürnberg

Telefon 0911-9535-400  
Fax 0911-9535-404

wessner@puls-marktforschung.de  
www.puls-marktforschung.de