

puls Trendmonitor zur Pressewahrnehmung von Automobilmarken

SPRUNGHAFTER ANSTIEG DER NEGATIVEN PRESSEWAHRNEHMUNG VON VW NACH DEM MACHTPOKER

Nürnberg, 5. Juni 2015

Mit dem Satz „Ich bin auf Distanz zu Winterkorn“ löste Ferdinand Piëch Mitte April einen beispiellosen Führungsstreit im VW-Konzern aus, der Ende April im Rücktritt des Aufsichtsratsvorsitzenden gipfelte. Dieser, in der Öffentlichkeit ausgetragene Machtkampf hinterlässt Spuren bei den Autokäufern in Deutschland. Während bis April diesen Jahres der Anteil der Autokäufer, die VW negativ in der Presse wahrnehmen konstant zwischen 1,4 und 2,4% pendelte klettert dieser Wert im Mai sprunghaft auf unrühmliche 12,2%. Auch VW Interessenten bzw. Käufer zeigen sich mit einem Anstieg der negativen Pressewahrnehmung von 0% (!) im März und April auf 8,3% im Mai empfänglich für die Negativpresse zum Hickhack um die Führung bei VW.

Das sind die Ergebnisse des AutokäuferMonitors, bei dem das Nürnberger Marktforschungsunternehmen *puls* monatlich 1.000 Autokäufer in Deutschland u.a. zur Pressewahrnehmung von Automobilmarken befragt. „Jetzt kommt es bei VW darauf an, aktiv herauszustellen, dass und wie die von Piëch bemängelten Schwächen wie die unbefriedigende Profitabilität der Marke VW, das schwächelnde USA Geschäft oder die Verzögerung beim Budget Car angegangen werden“, kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner die Ergebnisse.

-ENDE-

Anzahl Zeilen: 20
Anzahl Anschläge: 1.240 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum: 05. Juni 2015
Ansprechpartner: Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400
Abdruck honorarfrei

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Tel. 0911-9535-400
Fax 0911-9535-404

info@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

Über *puls* Marktforschung

Seit über 20 Jahren konzentriert sich *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. Von daher sichern 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.