

puls Studie zur Wahrnehmung der Formel 1 und Formel E
Der Formel E gehört die Zukunft

Nürnberg, 23. Oktober 2015

1 Das kommende Wochenende verspricht Unterhaltung pur für die
 Motorsportfans: Zum einen geht am Sonntag die Formel 1 in Austin (USA)
 in die nächste Runde, zum anderen startet am 24. Oktober die noch junge
 5 Formel E in Peking in ihre zweite Saison. Die Welten dieser beiden
 Rennserien könnten unterschiedlicher nicht sein: Hier die kreischenden
 Formel 1 Boliden mit hochgezüchteten Verbrennungsmotoren, auf der
 anderen Seite die flüsternden Formel E Renner mit modernen High-Tech
 Elektroantrieben. Vor diesem Hintergrund ging die Nürnberger
 10 Marktforschung *puls* der Frage nach, wie diese beiden Rennserien von
 Deutschlands Autofahrern wahrgenommen werden und welcher die Zukunft
 gehört. Mit überraschenden Ergebnissen: Bei der Frage, welcher Rennserie
 die Zukunft gehört, hat bei 65 Prozent der Deutschen die Formel E klar
 die Nase vorn, der etablierten Formel 1 attestieren dagegen deutlich
 15 geringere 35 Prozent die bessere Zukunftsfähigkeit. Dies sind die
 wichtigsten Ergebnisse einer repräsentativen Studie der Nürnberger
 Marktforschung *puls* bei 1.009 Autofahrern in Deutschland.

20 „Inhaltlich zeigt unsere Studie, dass die seit 1950 ausgetragene
 Formel 1 zunehmend unter Wettbewerbsdruck durch die Formel E gerät“,
 kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner die Ergebnisse. So
 zeigt ein weiteres Ergebnis der *puls* Studie, dass die Formel 1 vor allem
 als Materialschlacht wahrgenommen wird, während die Formel E für
 Nachhaltigkeit und fairen Wettbewerb steht. Allerdings liegt die
 25 Formel 1 nach wie vor vorn, wenn es um Spaß am Motorsport geht.
 Insgesamt sieht laut *puls* Studie jeder Zweite positive Auswirkungen der
 Formel E auf die Etablierung der Elektromobilität in Deutschland. Vor
 diesem Hintergrund ist es auch zu begrüßen, dass im einzigen deutschen
 Formel E Team ABT Schaeffler Audi Sport mittlerweile auch VW an Bord
 30 ist. „Schon vor dem Hintergrund des klaren Nachhaltigkeitsimages
 verspricht die Formel E einen wirksamen Schub für die
 Elektromobilitätskompetenz der beteiligten Marken Audi und VW“, so *puls*
 Chef Weßner.

35 Andererseits zeigt die *puls* Studie auch, dass sich die Formel 1 neu
 erfinden muss, wenn diese etablierte Rennserie im Wettbewerb um die
 Zukunft bestehen soll.

-ENDE-

Anzahl Zeilen: 35
 Anzahl Anschläge: 2.192 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
 Datum: 23. Oktober 2015
 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, 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.