

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

Nürnberg, 23. Oktober 2015

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 Formel E in Peking in ihre zweite Saison. Die Welten dieser beiden Rennserien könnten unterschiedlicher nicht sein: Hier die kreischenden Formel 1 Boliden mit hochgezuchteten Verbrennungsmotoren, auf der anderen Seite die flüsternden Formel E Renner mit modernen High-Tech Elektroantrieben. Vor diesem Hintergrund ging die Nürnberger 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 geringere 35 Prozent die bessere Zukunftsfähigkeit. Dies sind die wichtigsten Ergebnisse einer repräsentativen Studie der Nürnberger Marktforschung *puls* bei 1.009 Autofahrern in Deutschland.

„Inhaltlich zeigt unsere Studie, dass die seit 1950 ausgetragene Formel 1 zunehmend unter Wettbewerbsdruck durch die Formel E gerät“, kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weißner 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 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 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 Weißner.

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 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 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](http://www.puls-marktforschung.de).