



For Better Decisions

Auswirkungen eines Formel 1 Engagements auf das Image von Automobilherstellern

- Ergebnisse einer repräsentativen Marktforschungsstudie
bei 1.000 Autokäufern in Deutschland -

Von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weißner
01. Juni 2011



puls
MARKTFORSCHUNG



Gründungsjahr: 1990

Feste Mitarbeiter: 18

**Mitarbeiter
Telefonstudio:** 140

Firmensitz: Schwaig bei Nürnberg

Kerngeschäft: Effiziente Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien

Leistungsversprechen: *For Better Decisions*

Aktive Mitgliedschaften:



DGOF





Ausgewählte Projekte in der Automobilbranche



Seit fast 20 Jahren konzentriert sich *puls* darauf, den Markterfolg von Autohäusern, Automobilherstellern und Zulieferern durch effiziente Marktforschung abzusichern. Im Mittelpunkt der Arbeit von *puls* stehen Monitorings bei Autokäufern und Händlern.

AutokäuferMonitor: Markenübergreifende Befragung von monatlich 1.000 Autokäufern / Autofahrern (seit 2004).

Autohaus Online-Panel: Händler-Panel mit 1.600 Entscheidern in Autohäusern (seit 2000).

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

Schwache MarkenMonitor/ AUTOHAUS BankenMonitor/ AUTOHAUS VersicherungsMonitor: Jährliche Messungen der Händlerzufriedenheit mit Herstellern/Importeuren, Autobanken und Finanzierungspartnern.

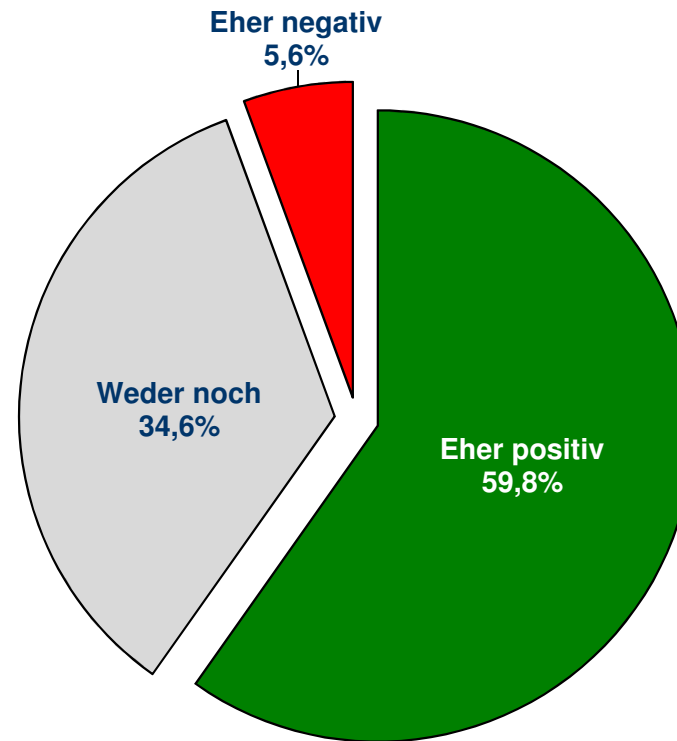
puls Automotive WebScreening: Erfassung der Kundenbewertungen im Web 2.0 zu Automobilherstellern, Modellen und Autohäusern.



60 % der Autokäufer sehen eine positive Wirkung des Formel 1 Engagements auf das Markenimage.

Auswirkung eines Formel 1-Engagements auf das Markenimage

-Frage: Wirkt sich Ihrer Meinung nach das Engagement eines Automobilherstellers in der Formel 1 eher positiv oder negativ auf das Image dieses Herstellers aus? -



Quelle: *puls* Marktforschung GmbH, AutokäuferMonitor Mai 2011

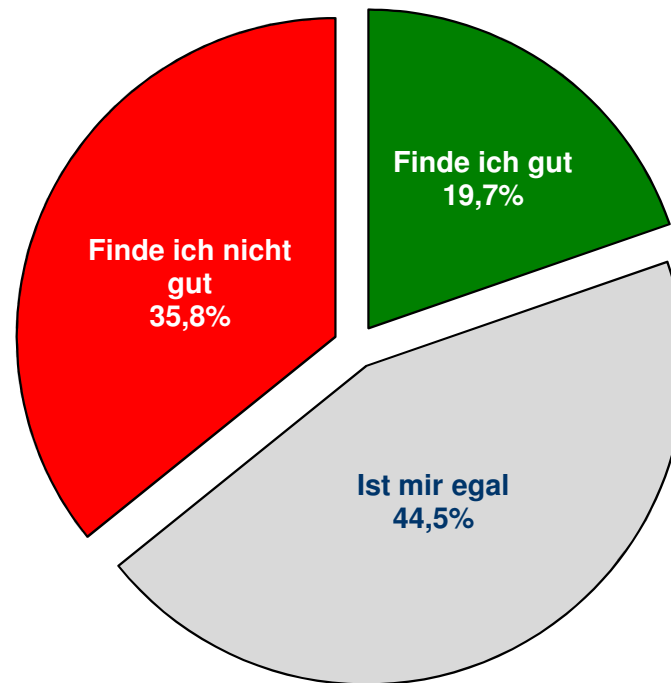
Basis: n = 1.027



Nur 20 % beurteilen den Ausstieg von Automarken aus der Formel 1 positiv.

Einstellung zum Rückzug von Herstellern aus der Formel 1

-Frage: Was halten Sie davon, dass sich Hersteller wie BMW, Toyota oder Honda aus der Formel 1 zurückgezogen haben? -



Quelle: *puls* Marktforschung GmbH, AutokäuferMonitor Mai 2011

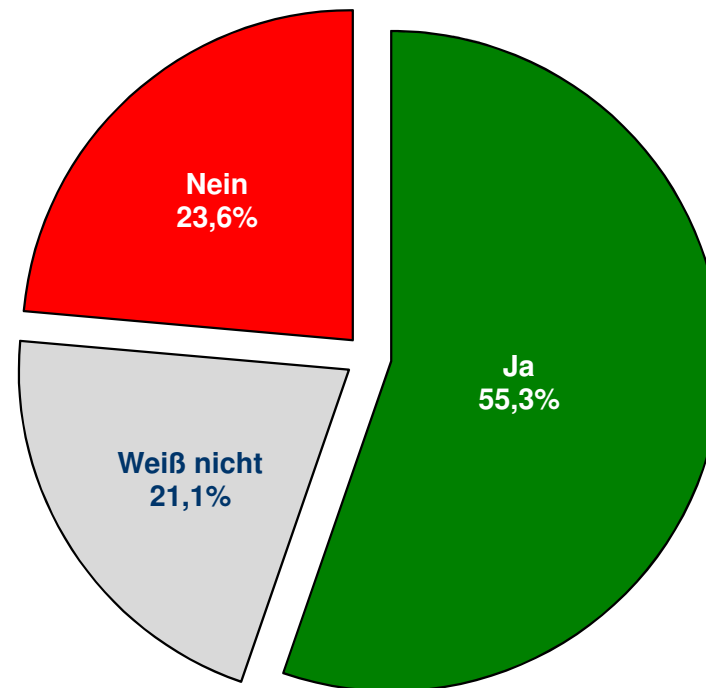
Basis: n = 1.027



Serienfahrzeuge profitieren nach Meinung von Autokäufern vom Formel 1 Engagement.

Auswirkung eines Formel 1-Engagements auf Serienfahrzeuge

- Frage: Was denken Sie: Kommt das Formel 1 Engagement der Automobilhersteller auch der Qualität und Technik der Serienfahrzeuge zu Gute? -



Quelle: *puls* Marktforschung GmbH, AutokäuferMonitor Mai 2011

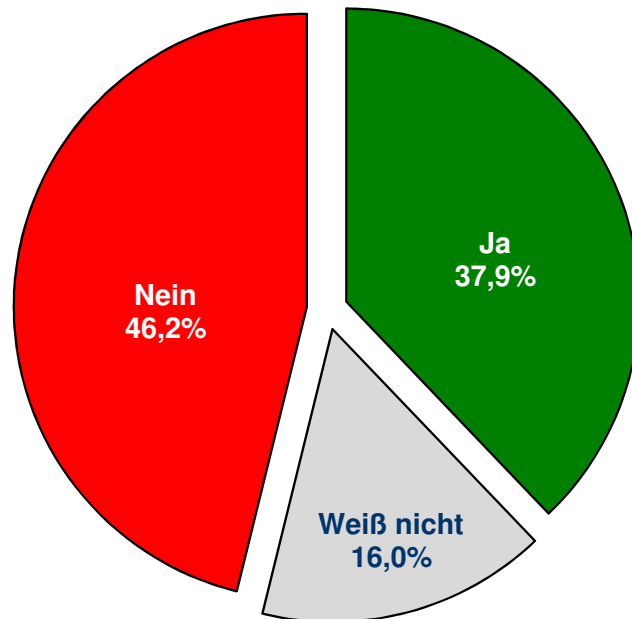
Basis: n = 1.027



Zur Vereinbarkeit von Motorsport und Nachhaltigkeit sind die Meinungen gespalten.

Vereinbarkeit Motorsport und Nachhaltigkeit

-Frage: Lassen sich Ihrer Meinung nach Themen wie Nachhaltigkeit, 3-Liter Auto und CO2 Minimierung und ein Engagement im Motorsport vereinbaren? -



	dt. Premium	dt. Volumen	europ. Importeure	asiat. Importeure
Ja	42,2%	37,1%	38,6%	27,3%
Nein	46,2%	44,3%	42,1%	58,7%
Weiß nicht	11,6%	18,7%	19,3%	14,0%

Quelle: *puls* Marktforschung GmbH, AutokäuferMonitor Mai 2011

Basis: n = 1.027



For Better Decisions

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Tel. 0911-9535-405
Fax 0911-9535-404

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



Geschäftsführer: Dr. Konrad Weßner • Ust-ID-Nr.: DE 133 554 286 • Ust-Nr.: 241/135/41 284 • Amtsgericht Nürnberg • HRB 11034