

Schriftenreihe: Kompetenzzentrum Frau und Auto Doris Kortus-Schultes (Hrsg.)

kompetenz
zentrum
**frau
und
auto**

Band 7: Nutzerprofile

Fahrerinnen und Fahrer von Pkw mit alternativen Antriebsenergien

Autoren: Nadine Kannwischer, Susanne Bitzer, Anne Lexow, Tim Lichy, Barbaros Önder
Mit einem Vorwort von Dipl.-Kfm. Ingo Olschewski



Cuvillier Verlag Göttingen
Internationaler wissenschaftlicher Fachverlag

Bibliografische Information der deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

1. Aufl. – Göttingen: Cuvillier, 2010
ISBN 978-3-86955-337-5

Impressum

Projektleitung, Konzeption und wissenschaftliche Betreuung:

Prof. Dr. Doris Kortus-Schultes
Leiterin des Kompetenzzentrums Frau und Auto

Text:

Nadine Kannwischer, Olga Abt-Harke, Susanne Bitzer, Martin Döhrn, Jan Drenker, Walter Dürbaum, Julia Geser, Tanja Güdden, Fatih Kocak, Anne Lexow, Tim Lichy, Barbaros Önder, Kim Reiners, Linda Rohne, Simon Senkalla, Stefanie Tillmanns, Daria Walendowski

Forschungskoordination:

Nadine Kannwischer, B.A. Business Administration

Kontakt:

Kompetenzzentrum Frau und Auto
Hochschule Niederrhein – Niederrhein University of Applied Sciences
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Webschulstr. 41 – 43
D-41065 Mönchengladbach
Fon: +49 (0) 2161 / 186-6327 und -6332
+49 (0) 212 / 33 18 00
Fax: +49 (0) 2161 / 186-6313
Email: Kortus-Schultes@hs-niederrhein.de
Birgit.Lankes@hs-niederrhein.de
Internet: <http://www.frau-und-auto.hsnr.de>

Layout:

Dipl.-Kfm. (FH) Nikolaos Stamtsis
Fon: +49 (0) 177 / 6121820
Email: nikostamtsis@arcor.de

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für das Recht am Bild, Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	5
Vorwort von Ingo Olschewski	6
1 Einleitung	8
1.1 Ziel der Arbeit	8
1.2 Aufgabenstellung	9
2 Feldstudie: Fokusgruppen-Interviews mit Fahrerinnen und Fahrern von Pkw mit alternativen Antriebstechniken	10
2.1 Realisierung der Fokusgruppen-Interviews	11
2.1.1 Fokusgruppen-Interview 1: Schwerpunkt Marktverständnis	13
2.1.1.1 Ergebnisse des Interviews	13
2.1.1.2 Ergebnisse des Interviews mit dem Autohaus Hülsemann ..	17
2.1.1.3 Positionierungs- und Differenzierungsstrategien verschiedener Automobilhersteller sowie zugehöriger Herstellerempfehlungen	20
2.1.2 Fokusgruppen-Interview 2: Schwerpunkt Zielgruppendefinition	25
2.1.2.1 Ergebnisse des Interviews	25
2.1.2.2 Ableitung einer Marketingstrategie und zugehöriger Maßnahmen	30
2.1.3 Fokusgruppen-Interview 3: Schwerpunkt Positionierung	38
2.1.3.1 Ergebnisse des Interviews	38
2.1.3.2 Ableitung möglicher Positionierungs- und Differenzierungsstrategien für Automobilhersteller und Händler	43
2.1.3.3 Prüfung der Realisationsfähigkeit im Rahmen eines Due Diligence Process	45
2.1.4 Fokusgruppen-Interview 4: Schwerpunkt Maßnahmen	48
2.1.4.1 Ergebnisse des Interviews	48
2.1.4.2 Ableitung von Positionierungsstrategien und entsprechenden Maßnahmen zur Umsetzung	52
3 Fazit	58
4 Ausblick	59

Literaturverzeichnis 61
Vorstellung der Teams und der Herausgeberin 63

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Positionierung ausgewählter Automobilhersteller anhand der Kriterien *Ökologie* und *Ökonomie*

Abbildung 2: Positionierung ausgewählter Automobilhersteller anhand der Kriterien *Kundenzufriedenheit* und *Technische Qualität*

Abbildung 3: Positionierung ausgewählter Automobilhersteller anhand der Kriterien *Image* und *Technische Qualität*

Abbildung 4: Umweltprogramme ausgewählter Hersteller und deren Bekanntheitsgrad

Abbildung 5: Serientauglichkeit alternativer Abtriebe

Abbildung 6: Anteil alternativer Antriebe am Gesamtmarkt in Deutschland 2009

Abbildung 7: Entwicklung des deutschen Tankstellennetzes für LPG und CNG zwischen 2002 und 2009

Abbildung 8: Zielgruppenformulierung unter ökonomischen und ökologischen Aspekten

Abbildung 9: Bewertung ausgewählter Kriterien durch die *ökologisch Orientierten*

Abbildung 10: Bewertung ausgewählter Kriterien durch die *ökologisch-rational Orientierten*

Abbildung 11: Bewertung ausgewählter Kriterien durch die *rational Orientierten*

Vorwort von Ingo Olschewski

Die vorliegende Veröffentlichung „Nutzerprofile: Fahrerinnen und Fahrer von Pkw mit alternativen Antriebsenergien“ entstand in Zusammenarbeit mit der Hochschule Niederrhein, FB Wirtschaftswissenschaften. Mein ganz besonderer Dank gilt daher Frau Prof. Dr. Doris Kortus-Schultes, die den Lehrstuhl Marketing und Handelsbetriebslehre leitet. Sie ermöglichte es mir im Rahmen des Kurses „Strategisches Marketing“, einen Gastvortrag zum Thema *Mobilität der Zukunft – Die Rückkehr des Elektrofahrzeugs* zu halten sowie einen interessanten Erfahrungsaustausch mit den Studierenden während der Ergebnispräsentationen durchzuführen.

Das Thema Nutzerakzeptanzforschung spielt im Rahmen der Einführung von Fahrzeugen mit alternativen Antrieben eine wichtige Rolle. Hybridfahrzeuge werden derzeit aufgrund der höheren Antriebstrangkosten bei z.B. gleicher Sicherheits- sowie Komfortausstattung im Vergleich zu Fahrzeugen mit konventionellem Verbrennungsmotoren teurer am Markt angeboten. Die Anschaffungskosten eines rein batteriebetriebenen Elektrofahrzeugs werden insbesondere durch die Batteriekosten beeinflusst. Diese können selbst bei einem Fahrzeug im Kleinwagensegment deutlich über EUR 10.000,- betragen. Diese höheren Anschaffungskosten bei Fahrzeugen mit alternativen Antriebstechnologien müssen durch niedrigere Betriebskosten kompensiert werden. Der Endkunde muss bereits vor dem Fahrzeugkauf eine Total Cost of Ownership-Berechnung durchführen, um einen Anhaltspunkt zu besitzen, ob die geplante Investition über die Nutzungsdauer einen positiven Mehrwert erzeugt. Diesen positiven Mehrwert gilt es anhand von entsprechenden Nutzerprofilen zu verifizieren.

Innerhalb des Kurses „Strategisches Marketing“ wurden durch Fokusgruppen-Interviews solche Nutzerprofile ermittelt. Dabei wurden die Stärken und Schwächen der verschiedenen Antriebskonzepte analysiert, um in einem nächsten Schritt im Rahmen einer Due Dilligence Prüfung realistische Strategien für Automobilhersteller und Händler abzuleiten.

Insofern liefert die Publikation wichtige Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen zu den aktuellen strukturellen Veränderungen in der Automobilindustrie aufgrund der zunehmenden Elektrifizierung des Antriebstrangs.