

## Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>5</b>
<b>Vorwort .....</b>	<b>7</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>9</b>
1.1 Ziel der Arbeit.....	9
1.2 Aufgabenstellung .....	10
<b>2 Feldstudie: Fokusgruppen-Interviews mit Fahrerinnen und Fahrern von Pkw mit alternativen Antriebstechniken .....</b>	<b>11</b>
2.1 Realisierung der Fokusgruppen-Interviews .....	12
2.1.1 Fokusgruppen-Interview 1: Schwerpunkt Marktverständnis .....	14
2.1.1.1 Ergebnisse des Interviews .....	14
2.1.1.2 Ergebnisse des Interviews mit dem Autohaus Hülsemann ...	18
2.1.1.3 Positionierungs- und Differenzierungsstrategien verschiedener Automobilhersteller sowie zugehöriger Herstellerempfehlungen .....	21
2.1.2 Fokusgruppen-Interview 2: Schwerpunkt Zielgruppendefinition .....	27
2.1.2.1 Ergebnisse des Interviews .....	27
2.1.2.2 Ableitung einer Marketingstrategie und zugehöriger Maßnahmen.....	32
2.1.3 Fokusgruppen-Interview 3: Schwerpunkt Positionierung.....	39
2.1.3.1 Ergebnisse des Interviews .....	39
2.1.3.2 Ableitung möglicher Positionierungs- und Differenzierungsstrategien für Automobilhersteller und Händler .....	44
2.1.3.3 Prüfung der Realisationsfähigkeit im Rahmen eines Due Diligence Process .....	46
2.1.4 Fokusgruppen-Interview 4: Schwerpunkt Maßnahmen .....	50
2.1.4.1 Ergebnisse des Interviews .....	50
2.1.4.2 Ableitung von Positionierungsstrategien und entsprechenden Maßnahmen zur Umsetzung .....	54
<b>3 Fazit .....</b>	<b>60</b>
<b>4 Ausblick.....</b>	<b>61</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>63</b>
<b>Vorstellung der Teams und der Herausgeberin.....</b>	<b>65</b>

---