

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis..... 5

Vorwort 7

1 Einleitung 9

 1.1 Ziel der Arbeit..... 9

 1.2 Aufgabenstellung 10

2 Feldstudie: Fokusgruppen-Interviews mit Fahrerinnen und Fahrern von Pkw mit alternativen Antriebstechniken 11

 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

3 Fazit 60

4 Ausblick..... 61

Literaturverzeichnis..... 63

Vorstellung der Teams und der Herausgeberin..... 65