

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>5</b>
<b>Vorwort von Ingo Olschewski</b> .....	<b>6</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>8</b>
1.1 Ziel der Arbeit .....	8
1.2 Aufgabenstellung .....	9
<b>2 Feldstudie: Fokusgruppen-Interviews mit Fahrerinnen und Fahrern von Pkw mit alternativen Antriebstechniken</b> .....	<b>10</b>
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
<b>3 Fazit</b> .....	<b>58</b>
<b>4 Ausblick</b> .....	<b>59</b>

**Literaturverzeichnis ..... 61**

**Vorstellung der Teams und der Herausgeberin ..... 63**