



Presse-Information  
27. Oktober 2011

### **Die Handschrift: Ein Zeichen guten Stils. Die BMW Schöner-Schreiben Umfrage.**

**München.** Wer nur per Tastatur korrespondiert, sitzt in der Tinte, wenn er von Liebe schreiben möchte. Ein Füller tut der Handschrift gut, aber kaum jemand hat einen dabei. Dafür ist immer ein Kugelschreiber parat – sofern man eine Frau ist! Über eine Edelfeder zu Weihnachten freuen sich dagegen die meisten. Für BMW ermittelte die GfK, ob, wie und womit die Deutschen „aus Freude am Schreiben“ noch selbst Hand anlegen.

#### **Liebe ist ... von Hand geschrieben.**

Über die Hälfte (52 Prozent) der Befragten gibt an, gerne mit der Hand zu schreiben. Bei den Frauen sind es sogar 62 Prozent – vor allem aber bekommen sie gerne von Hand Geschriebenes zu lesen: 82 Prozent der befragten Frauen in der **BMW Schöner-Schreiben Umfrage** empfinden es als persönliche Wertschätzung, wenn ein Liebesbrief aus der Feder statt aus dem Drucker kommt. Lediglich 10,5 Prozent aller Männer und Frauen sind der Ansicht, eine E-Mail oder SMS täte es auch. Die Berufsgruppe, die noch am häufigsten auf Handschrift setzt, ist übrigens die der Beamten (62 Prozent).

#### **Heimlicher Star: Der Füllfederhalter.**

Auch wenn nur 5 Prozent der Deutschen bei einer Schreibaufgabe zuallererst den Füller zücken, ist dieser ein echtes Objekt der Begierde: 57,4 Prozent aller Befragten können sich vorstellen, einen edlen Füllfederhalter zu verschenken und würden sich freuen, wenn sie einen bekämen. Bei den Frauen sind es sogar 63,4 Prozent - und sogar 70 Prozent der Damen geben den Herren einen hervorragenden Grund, sich einen Füller zuzulegen: Sie glauben nämlich, dass ein Füllfederhalter die Handschrift erheblich attraktiver macht.

Zu einem ganz besonderen Termin übertrumpft der Füller übrigens alle anderen Schreibgeräte: Von allen verheirateten Deutschen hat laut der **BMW Schöner-Schreiben Umfrage** über die Hälfte (51,8 Prozent) die Heiratsurkunde mit einem Füllfederhalter unterschrieben. Für viele jedoch ein vergänglicher Moment: 36 Prozent der verwitweten, geschiedenen oder getrennt lebenden können (oder wollen) sich daran nicht mehr erinnern...

Firma  
Bayerische  
Motoren Werke  
Aktiengesellschaft

Postanschrift  
BMW AG  
80788 München

Telefon  
+49-89-382-23742

Internet  
[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)



Presse-Information  
Datum 27. Oktober 2011  
Thema **Die BMW Schöner-Schreiben Umfrage.**  
Seite 2

### **Kurz notiert statt langer Texte.**

Es sind aber zum Leidwesen der Romantiker weniger die Liebesbriefe, für die heutzutage noch zum Griffel gegriffen wird. Doch immerhin sind es noch 39,5 Prozent (bei Frauen 49,5 Prozent), die ihre Briefe am liebsten von Hand schreiben. Spitzenreiter unter den handverfassten Texten sind die täglichen Notizen: 89 Prozent geben an, diese von Hand zu Papier und ins Gedächtnis zu bringen.

### **Die Nummer eins: Der Kugelschreiber.**

Als Erfinder des Kugelschreibers gilt der Ungar László József Bíró, der ihn sich 1938 patentieren ließ. Eine gute Idee, denn auch heute noch ist er das Schreibgerät der Wahl: 89 Prozent der Befragten in der **BMW Schöner-Schreiben Umfrage** geben an, am häufigsten zum Kugelschreiber zu greifen, wenn es etwas zu notieren gilt. Auch auf die Frage, ob sie regelmäßig „etwas zum Schreiben“ dabei haben – 71 Prozent tun das – wird der Kugelschreiber als Begleiter am häufigsten benannt. Übrigens: Frauen haben häufiger als Männer ein Schreibgerät dabei. Allerdings können Selbstständige und Freiberufler nicht ohne: 83 Prozent der „freien“ Berufsgruppen setzen auch in Zeiten von Laptop, Tablet-PC und Smartphone unterwegs auf analoges Schreibgerät.

Daten: Für die von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), im Auftrag von BMW durchgeführte, repräsentative **BMW Schöner-Schreiben Umfrage** wurden insgesamt 1.000 Personen ab 14 Jahren aus dem gesamten Bundesgebiet befragt.

Hochwertige und elegante Schreibgeräte aus der BMW Lifestyle Kollektion sind bei ausgewählten BMW Händlern und im Internet unter [www.bmw-shop.de](http://www.bmw-shop.de) erhältlich.

# BMW

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information  
Datum 27. Oktober 2011  
Thema **Die BMW Schöner-Schreiben Umfrage.**  
Seite 3

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Susanne Radl oder Anne Huber, BMW Lifestyle Presseservice bei Krauts PR  
Telefon: +49-89-34-69 66, Fax: +49-89-34 69 22, Mail: [bmw@krauts.de](mailto:bmw@krauts.de)

Karin Elvers, General Interest Media, Produktkommunikation BMW Automobile  
Telefon: +49-89- 382-23742, Fax: +49-89- 382-20626

Michael Rebstock, Leiter Produktkommunikation BMW Automobile,  
Tel: +49-89-382-20470, Fax: +49-89-382-20626

e-mail: [bmw@krauts.de](mailto:bmw@krauts.de)  
[www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com) oder Bildmaterial über [bmw@krauts.de](mailto:bmw@krauts.de) direkt anfordern.

Internet: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com)  
E-Mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

### Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 25 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 1,46 Millionen Automobilen und über 110.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 4,8 Mrd. Euro, der Umsatz auf 60,5 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2010 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 95.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert. Entsprechend ist die BMW Group seit sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.