

Markenimage und -wahrnehmung

# Volkswagen ist besonders beliebt

Ein Viertel der Autofahrer findet die Marke VW „besonders sympathisch“. Damit stehen die Modelle des Wolfsburger Automobilherstellers in der Beliebtheitskala der Fahrzeughalter wie im letzten Jahr an erster Stelle. Danach folgen die Automarken Audi (23%), BMW (18%) und Mercedes-Benz (17%). Dies ergab die Umfrage der Sachverständigenorganisation KÜS und der Fachzeitschrift »kfz-betrieb«.

Mit den Noten 1,5 und 1,4 für die Beurteilungskriterien Fahrzeugqualität und -sicherheit schnitten die Marken Audi, BMW und Mercedes-Benz allerdings besser ab als ihr niedersächsischer Konkurrent mit jeweils 1,7. Bemerkenswert ist zudem, dass rund 90 Prozent der Befragten die Qualität und Sicherheit der Toyota-Fahrzeuge mit der Note 1,6 bewerten. Die vielen Rückrufaktionen in der letzten Zeit haben das Markenimage des japanischen Herstellers scheinbar nicht beschädigt.

Auf die Frage „Welche Automarke wirbt aus Ihrer Sicht derzeit besonders stark?“ nannten 22 Prozent VW (Vorjahr: 18%). 18 Prozent der befragten Autofahrer erinnern sich an die Werbung von Mercedes-Benz und jeweils 16 Prozent an die von BMW und Audi. Kampagnen von Dacia und Citroën nehmen dagegen nur zwei beziehungsweise ein Prozent der Verbraucher wahr.

„Besonders attraktiv“ ist für 77 Prozent der Befragten die Autowerbung im Fernsehen, gefolgt von Zeitschriften (58%), Zeitungen (44%), Zeitungsbeilagen (38%) und Plakaten (38%). Dass eine Werbekampagne den Fahrzeugkauf ausgelöst hat, gaben allerdings nur drei Prozent der Autofahrer an. 93 Prozent sagten, dass die Werbung für ein bestimmtes Modell ihre Kaufentscheidung nicht beeinflusst. Das bedeutet, dass ein großer Teil der Werbebotschaften sein Ziel verfehlt.

Norbert Rubbel

## Serviceangebote per Post sind werbewirksam

**Dr. Ralf Deckers, Senior Consultant, ABH Market Research GmbH**

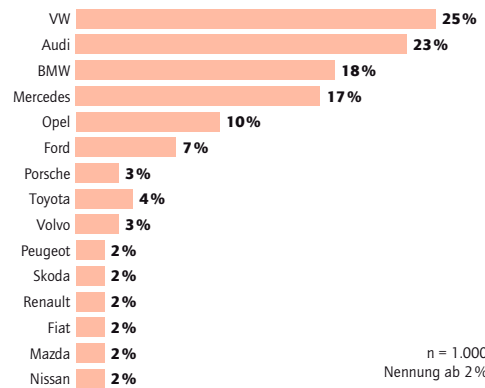
„Werbung für Servicearbeiten wirkt. Jeder fünfte Autofahrer gab an, aufgrund einer Werbekampagne zu einer Werkstatt gefahren zu sein. Das ist eine gute Trefferquote und eine deutliche Steigerung gegenüber 2010. Was sind die Ursachen hierfür? Zum einen hat sich die Werbeerinnerung erhöht. Zudem wird im Aftersales mehr Werbedruck entfaltet. Das kommt beim Autofahrer an. Im Jahr 2010 hat jeder dritte Autofahrer Werbung für Service- und Reparaturleistungen wahrgenommen. Jetzt, ein Jahr später, ist es fast die Hälfte. Die größere Durchschlagskraft scheint dabei der freie Servicemarkt zu haben: An den Scheibenspezialisten Carglass erinnern sich die Befragten am stärksten, gefolgt von A.T.U. Immer häufiger setzen die Betriebe Postwurfsendungen ein. Der Autofahrer hat ganz konkrete Angebote, meist für Checks, in seinem Briefkasten. Und die lösen Werkstattbesuche aus. Die Servicezukunft liegt somit im Briefkasten.“



Foto: Archiv

### SYMPATHIEWERTE DER AUTOMARKEN

Welche Automarke ist Ihnen ganz allgemein besonders sympathisch?

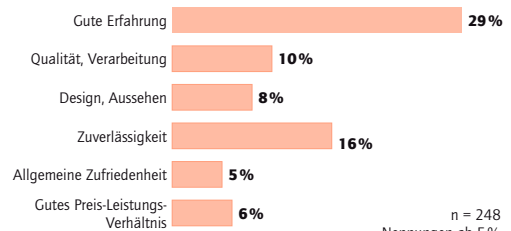


Quelle: BBE Automotive/kfz-betrieb

Auf der Beliebtheitskala steht VW an erster Stelle. Opel, Ford und Volvo konnten ihre Sympathiewerte gegenüber dem Vorjahr um zwei Prozentpunkte erhöhen.

### BEWERTUNGSKRITERIEN

Warum ist Ihnen Volkswagen besonders sympathisch?



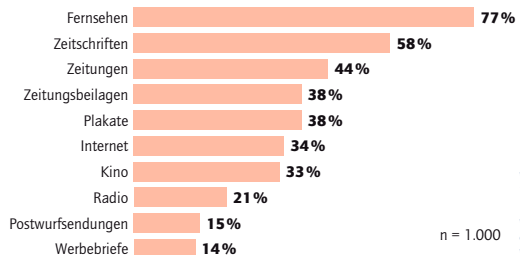
Quelle: BBE Automotive/kfz-betrieb

Die gute Erfahrung mit der Automarke macht die Fahrzeuge des Automobilherstellers Volkswagen besonders sympathisch.

Die komplette Trend-Tacho-Studie mit allen Befragungsergebnissen zum Bekanntheitsgrad von Automarken, zur Einschätzung der Fahrzeugqualität und -sicherheit sowie zur Wahrnehmung von Werbekampagnen und zur Attraktivität der Werbemedien erhalten Sie für nur 49 Euro. E-Mail: [info@kfz-betrieb.de](mailto:info@kfz-betrieb.de).

### ATTRAKTIVE WERBEMEDIEN

Welche der folgenden Werbemedien finden Sie für Automobilwerbung besonders attraktiv?



Quelle: BBE Automotive/kfz-betrieb

Gut drei Viertel der befragten Autofahrer finden die Werbung im Fernsehen besonders attraktiv, gefolgt von Werbung in Zeitschriften und Zeitungen.

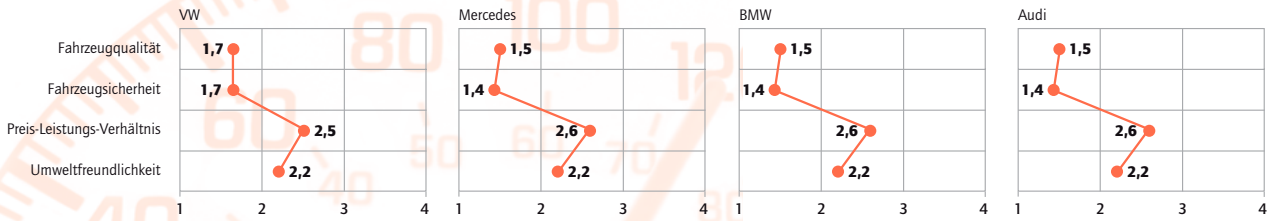
Lesen Sie weiter auf Seite 20

**BEWERTUNGSKRITERIEN IM VERGLEICH**

kfz-betrieb

Wie bewerten Sie die folgenden Automarken hinsichtlich folgender Kriterien?

Ø aus 1 = trifft voll zu, 2 = trifft zu, 3 = trifft eher nicht zu, 4 = trifft nicht zu



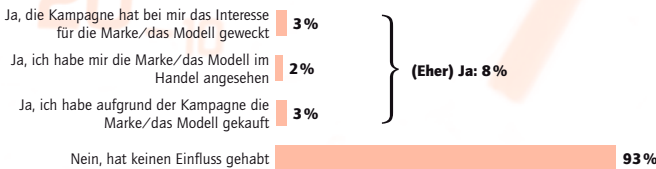
Bewertung durch Kenner dieser Marken

Quelle: BBE Automotive/«kfz-betrieb»

Mit den Noten 1,5 und 1,4 für die Bewertungskriterien Fahrzeugqualität und -sicherheit schnitten Audi, BMW und Mercedes-Benz besser ab als VW.

**WERBEWIRKUNG**

Hat eine Werbekampagne eines Automobilherstellers schon mal Ihr Entscheidungsverhalten beeinflusst?



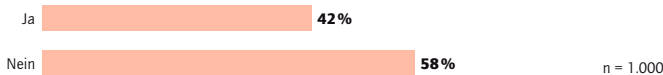
n = 1.000

Quelle: BBE Automotive/«kfz-betrieb»

93 Prozent der Autofahrer gaben an, dass die Autowerbung der Fahrzeughersteller keinen Einfluss auf ihre Kaufentscheidung hat.

**WERBEN FÜR SERVICELEISTUNGEN**

Ist Ihnen schon mal Werbung von Automobilherstellern/-händlern für Reparaturleistungen aufgefallen?



n = 1.000

Quelle: BBE Automotive/«kfz-betrieb»

Vermeehrt werben die Automobilhersteller und Werkstätten für ihre Reparaturleistungen. 42 Prozent der Autofahrer können sich an solche Kampagnen erinnern.

**Fakten und Emotionen bestimmen den Trend**

**Peter Schuler, Bundesgeschäftsführer der KÜS**

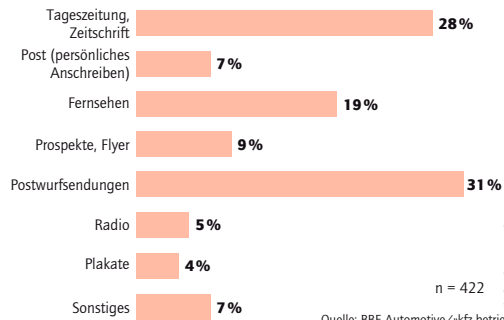
„Die Ergebnisse des Trend-Tachos sind eine rasante Mischung aus Fakten und Emotionen. So steht etwa Volkswagen bei der Frage nach dem Bekanntheitsgrad vorne. Opel, Ford und Volvo legen bei den Sympathiewerten zu, Mercedes-Benz bei der Sicherheit – und gemeinsam mit Audi und BMW stehen die Stuttgarter auch für eine gute Fahrzeugqualität. Viele interessante Aussagen gibt es auch zu den importierten Automarken. Wichtig ist, dass die Vielfalt der Fahrzeugmarken erhalten bleibt und somit auch der Wettbewerb. Denn er garantiert den Verbrauchern ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und technische Fortschritte im Automobilbau. In den Prüfhallen der KÜS sind alle Marken und Modelle herzlich willkommen. Dort prüfen neutrale Fachleute die Verkehrssicherheit der Fahrzeuge. Dabei zählen die harten Fakten – so interessant die Aussagen der befragten Autofahrer auch sein mögen.“



Foto: Archiv

**WERBEMEDIEN FÜR SERVICEANGEBOTE**

In welchen Medien ist Ihnen Werbung für Reparaturleistungen aufgefallen? (Filter: wenn Werbung aufgefallen ist)



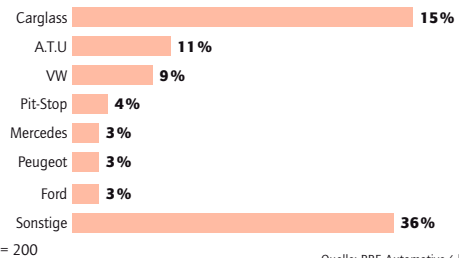
n = 422

Quelle: BBE Automotive/«kfz-betrieb»

Die meisten Autofahrer erinnern sich an die Serviceangebote per Postwurfsendungen, gefolgt von den Servicekampagnen in Zeitungen und Zeitschriften.

**WERBEERINNERUNG**

Können Sie sich an eine konkrete Werbekampagne für Reparaturleistungen erinnern? (Filter: wenn Werbung aufgefallen ist)



n = 200

Quelle: BBE Automotive/«kfz-betrieb»

Die meisten Autofahrer erinnern sich an die Kampagnen von Carglass. Jedem zehnten Befragten ist die Werbung der Werkstattkette A.T.U bekannt.

**INFOS ZUR STUDIE**

- Befragte:** Pkw-Fahrer und -Fahrerinnen in Deutschland, die für die Reparatur und Wartung ihres Fahrzeugs verantwortlich sind
- Stichprobe:** n = 1.000, repräsentative Zufallsauswahl
- Durchführung:** ABH Marketingservice GmbH und BBE Automotive GmbH
- Auftraggeber:** KÜS Kraftfahrzeug-Überwachungsorganisation freiberuflicher Kfz-Sachverständiger e. V. und «kfz-betrieb»
- Informationen** zu den bereits erschienenen Trend-Tachos erhalten Sie unter [www.trend-tacho.de](http://www.trend-tacho.de).