

Welche Kriterien beeinflussen die Markenentscheidung beim Autokauf?

Was wissen die Autofahrer über die einzelnen Fahrzeugmarken? In seiner aktuellen Ausgabe fragt der Trend-Tacho der KÜS und des Fachmagazins kfz-betrieb nach Bekanntheit, Bewertung und Sympathie von Automarken.



KÜS Trend-Tacho: Emotionen oder harte Fakten. Der Einfluss der Wirtschaftskrise

Welche Kriterien beeinflussen die Markenentscheidung beim Autokauf?

KÜS Bundesgeschäftsstelle
Zur KÜS 1

DE 66679 Losheim am See

Schlagworte

Autokauf Marke Verbraucher Auto KfZ-Handel Kraftfahrzeughersteller Kfz Kraftfahrzeuggewerbe
Automobilindustrie Studie

Außerdem geht es um die Wahrnehmung der Werbeaktivitäten der Hersteller, auch die Werbung für Reparatur und Service wird hinterfragt.

Wenig Aufmerksamkeit für Werbung im Bereich Service und Reparatur. Werbung hat kaum Einfluss auf Kaufentscheidung.

Während VW klar die bekannteste Marke ist, punktet BMW beim Thema Qualität, Fiat beim Preis-Leistungs-Verhältnis und Toyota bei der Umweltfreundlichkeit. Der Autofahrer weiß also sehr wohl zu unterscheiden, wenn es um den anstehenden Autokauf geht.

VW hat mit 61 % den höchsten Bekanntheitsgrad im aktuellen KÜS Trend-Tacho. 61 % geben an, die Marke aus Erfahrung zu kennen, danach folgt Opel mit 43 %, Ford mit 30 %, Mercedes mit 28 % und Audi mit 26 % sowie BMW mit 23 %. Für vier Bewertungskriterien durften die Befragten Noten vergeben. Für die Fahrzeugqualität gab es für BMW und Audi die Note 1,5, beim Thema Fahrzeugsicherheit lag BMW mit 1,4 vor Mercedes mit 1,5 und Audi mit 1,6. Die 1.000 für den KÜS Trend-Tacho befragten Autofahrer vergaben für das Preis-Leistungs-Verhältnis an Toyota und Fiat die Bestnote 1,9, beim Thema Umweltfreundlichkeit war Toyota mit der Note 1,9 vorne.

Kann man für ein Auto Sympathien entwickeln – und wenn ja, woraus entwickelt sich diese? Auch auf diese Frage wollten die Interviewer des KÜS Trend-Tacho eine Antwort. Es punkteten die Marken VW (26 %), Audi (23 %), BMW (19 %) und Mercedes (17 %). Die Sympathiebekundung wird begründet mit allgemein guten Erfahrungen mit der Marke, Qualität und Verarbeitung sowie Design und Aussehen.

Wenn es um die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf den Automobilmarkt geht, so meinen 28 %, Opel sei hier besonders hart getroffen, gefolgt von Mercedes mit 24 % und BMW mit 17 %.

Viel Geld investieren die Automobilhersteller in die Werbung für ihre Produkte. Nach Meinung der Befragten im KÜS Trend-Tacho wirbt VW derzeit besonders stark, 18 % sehen das so. Viel Werbung wird derzeit auch bei Mercedes und BMW beobachtet (jeweils 13 %), 12 % nehmen die Werbung von Audi als besonders intensiv wahr. VW, Mercedes, BMW und Audi sehen die Befragten in der Fernsehwerbung vorne, Mercedes, Audi und BMW in Zeitschriften und Audi und VW in Zeitungen. Im Bereich der Plakatwerbung wird VW als besonders aktiv beschrieben. Wissen wollte der KÜS Trend-Tacho auch von den Autofahrern, ob die Werbung ihre Entscheidung beim Autokauf beeinflusst hat. Hierbei kam eher Unerwartetes zu Tage. 93 % gaben an bisher hätten Werbekampagnen keinerlei Einfluss auf ihre Kaufentscheidung gehabt. Interesse geweckt wurde nur bei 3 %, das beworbene Modell aufgrund der Werbung angesehen und gekauft, haben nur jeweils 2 %.

Im Bereich Service und Reparatur geben ebenfalls 91 % der Autofahrer an, bei ihren Entscheidungen nicht durch Werbekampagnen beeinflusst worden zu sein. Besonders aufgefallen ist hier die Werbung in den Tageszeitungen (24 %) und die am häufigsten bemerkte Werbung war die für den Reifenwechsel und Reifenservice (7 %).

Befragt werden vom Trend-Tacho von KÜS und kfz-betrieb Autofahrer/-fahrerinnen in Deutschland. 1.000 Personen werden im Rahmen einer repräsentativen Zufallsauswahl in einer telefonischen Ermittlung befragt. Die Durchführung geschieht durch das renommierte Institut BBE Automotive GmbH i. Gr. in Köln.

Den kompletten Trend-Tacho findet man unter www.trend-tacho.de.