

PRESSEINFORMATION PRESS INFORMATION

BEST CARS 2018: Pkw-Marken verlieren an Vertrauen, BMW schiebt sich beim Statement „baut umweltverträgliche Autos“ vor Toyota auf Rang 1

Stuttgart, 25. Januar 2018 – BEST CARS, die Leserwahl von auto motor und sport ist in jedem Jahr ein wichtiger Indikator für die Stimmung unter den Autofahrern. „Die Meinungen der Teilnehmer sind ein Frühindikator für die ganze Branche“, weiß Markus Eiberger, Leiter des Geschäftsbereichs Vermarktung. „Die Ergebnisse des Barometers von auto motor und sport spiegeln sich oft erst zwei Jahre später im Gesamtmarkt wieder.“ Daher verfolgten die rund 400 geladenen Gäste aus der Autobranche bei der Preisverleihung zu BEST CARS 2018 die Vorstellung der Ergebnisse im Internationalen Congresscenter Stuttgart mit besonderer Aufmerksamkeit.

Markus Eiberger und seine Spezialisten aus der Marktforschung der Motor Presse Stuttgart haben die Angaben von insgesamt 117.118 Teilnehmern der Wahl ausgewertet. Besonders spannend sind die Antworten auf die Frage, welcher Hersteller besonders umweltverträgliche Autos baut: Hier überholt BMW mit 37 Prozent seinen Langzeitrivalen Toyota. Doch der Vorsprung fällt mit nur einem Prozentpunkt äußerst knapp aus.

Das polarisierende Thema Umwelt schlägt sich auch bei der Frage nieder, welche Automarken im Trend liegen. Erstmals erhoben, belegt Tesla den vierten Platz und schiebt sich in der Gunst der Befragten mit 66 Prozent zwischen Porsche und Audi. Die Marke von Elon Musk ist damit im Trend-Ranking die beste Importmarke. Besonders im Aufwind befinden sich Volvo und Kia. Beide Marken verbessern sich im Vergleich zum Vorjahr um sieben Prozentpunkte. Die beiden Spitzenpositionen behaupten Mercedes-Benz und BMW, die allerdings die Plätze tauschten. Die Stuttgarter Premiummarke belegt mit 77 Prozent den ersten Platz.

Zwar genießen Mercedes-Benz und BMW auch noch immer das höchste Vertrauen unter den deutschen Pkw-Marken. Dennoch stellten die Marktforscher fest, dass das Vertrauen in alle deutschen Hersteller sinkt. Im Ländervergleich fällt Deutschland in der Vertrauenswertung hinter Schweden zurück und liegt nur noch knapp vor den japanischen Autobauern. Vermarktungschef Markus Eiberger dazu: „Seit drei Jahren messen wir die Vertrauenswürdigkeit von Automarken. Im Vergleich zum Vorjahr registrieren wir ein stark eingebrochenes Vertrauen. Auffallend ist, dass alle Herstellernationen deutlich an Zustimmung verlieren. Der Vertrauensverlust macht also die Verunsicherung der Verbraucher auf breiter Front sichtbar.“

In Sachen „Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis“ verteidigt Škoda mit 43 Prozent seine Spitzenposition der letzten Jahre. Das gute Preis-Leistungs-Image zählt traditionell zur DNA der tschechischen Marke und war tragender Baustein in einer Erfolgsgeschichte, die Škoda zur Importmarke Nummer 1 in Deutschland gemacht hat. Platz 2 erreicht Dacia mit 27 Prozent, was zum Vorjahr ein sattes Plus von vier Prozentpunkten bedeutet. Auf den Plätzen 3 bis 5 rangieren Seat sowie die koreanischen Marken Hyundai und Kia. Alle drei konnten ihr Vorjahresergebnis verbessern.



PRESSEINFORMATION PRESS INFORMATION

Die Images der Automarken werden seit 1990 nach derselben besonderen Methode ermittelt, die sich von vielen anderen Erhebungen unterscheidet. Dabei werden die Teilnehmer gefragt, auf welche Hersteller die jeweiligen Aussagen zutreffen. Dann ordnen die Befragten die Marken den Kriterien zu, nicht umgekehrt. In der Konsequenz werden aus einem breiten Set von 35 Marken nur jene genannt, die ein klares Profil haben und den Verbraucher in bestimmten Kriterien handfest überzeugen. Somit misst BEST CARS keine Negativbeurteilungen im klassischen Sinne, sondern immer die relative Veränderung von Marken in ihrem direkten Wettbewerbsumfeld. Diese Methode erzeugt sehr trennscharfe Images.

Die wichtigsten Ergebnisse der Leserbefragung „BEST CARS 2018“ sind in einer Broschüre mit detaillierten Markenprofilen und Wahlergebnissen zusammengefasst, die Geschäftspartner der Motor Presse Stuttgart und Journalisten bei Sybille Weste (sweste@motorpresse.de) anfordern können.

Kontakt:

Dirk Johae
Leiter Unternehmenskommunikation
Motor Presse Stuttgart
Tel.: +49 711 182-1657
Mobil: +49 176 11182007
djohae@motorpresse.de
www.motorpresse.de
www.facebook.com/motorpresse

Die Motor Presse Stuttgart (www.motorpresse.de) ist einer der führenden Special-Interest-Publisher im internationalen Mediengeschäft und mit eigenen Beteiligungsgesellschaften sowie Lizenzausgaben in 20 Ländern rund um die Welt verlegerisch aktiv. Die Gruppe publiziert rund 100 Zeitschriften, darunter auto motor und sport, MOTORRAD, Men's Health, MOUNTAINBIKE und viele, auch digitale, Special Interest Medien in den Themenfeldern Auto, Motorrad, Luft- und Raumfahrt, Lifestyle, Sport und Freizeit. Mehrheitsgesellschafter ist mit 59,9 Prozent das Medienhaus Gruner + Jahr. 40,1 Prozent der Anteile halten die Gründer: Familie Pietsch 25,1 Prozent, Hermann Dietrich-Troeltsch 15,0 Prozent.