

## Schwacke-Markenmonitor bestätigt deutsche Marken

**Mercedes-Benz, Volkswagen, Skoda, Subaru und Porsche sind die Gewinner des diesjährigen Schwacke-Markenmonitors. Die aktuellen Studienergebnisse zur Händlerzufriedenheitsanalyse wurden heute in Frankfurt von Michael Bergmann und Prof. Dr. Reindl vom IFA-Institut bekannt gegeben. Prämiert wurde damit zum 16. Mal die Händlerzufriedenheit in fünf Hersteller-/Importeurkategorien.**

Neben der Gesamtzufriedenheit und der Zufriedenheit mit der Umsatzrendite werden insgesamt 28 weitere zufriedenheitsrelevante Kriterien der Hersteller-Händler-Beziehung dargelegt. Dabei hilft der Markenmonitor den Herstellern und Importeuren die individuellen Schwächen im Hersteller-Händlerverhältnis aufzudecken und weist konkrete Handlungsempfehlungen auf.

In diesem Jahr sinkt die Renditezufriedenheit mit der Note 3,5 auf das Niveau der Krisenjahre 2008 (3,82) und 2009 (3,62). Als Grund für den Rückgang werden in den Studienergebnissen der wirtschaftliche Druck und die sinkende Absatzzahlen genannt. Der 16. Schwacke Marken-Monitor, der ein gemeinsames Forschungsprojekt von Schwacke in Zusammenarbeit mit dem Geislinger Institut für Automobilwirtschaft (IFA) ist, bewertet insgesamt 28 Merkmale aus über 1000 Händlerinterviews. Neben der Analyse und Auswertung von Negativbeurteilungen, hat sich die Studie besonders mit den Sonderthemen Management neuer Medien, Profitabilität und Renditezufriedenheit sowie Markenimage und Händlerzufriedenheit befasst.

In der Kategorie „Deutsche Volumenhersteller“ belegt Ford (2,72) knapp den zweiten Platz, Opel (2,81) erreicht lediglich den dritten Platz. Im Vergleich zum Vorjahr haben die Fabrikate jedoch spürbar an Punkten verloren. Volkswagen konnte den Sieg aus 2012 auch in diesem Jahr mit der Note 2,37 sichern. Die Rubrik „Produkt und Marke“ wird von VW mit Abstand angeführt (1,67). In puncto Vertriebspolitik hat sich VW sogar geringfügig um 0,04 Punkte verbessert.

Der Stuttgarter Premiumhersteller hat BMW abgelöst: Mit dem Gesamtergebnis von 2,32 führt Mercedes-Benz in vier von fünf Rubriken die Fabrikatsgruppe der Premiumhersteller an und ist die einzige Marke in diesem Segment mit gesteigerter Gesamtzufriedenheit. Lediglich in der Kategorie „Produkt und Marke“ setzt sich BMW an

die Spitze (1,64), verliert jedoch beim After Sales, beim Gebrauchtwagenbereich, bei der Netzpolitik und der Zusammenarbeit mit dem Händler an Zufriedenheit. Somit fällt Vorjahressieger BMW 2013 auf den dritten Platz (2,54) hinter Audi (2,42) zurück.

Bei den großen Importfabrikaten kann sich Skoda vor Toyota durchsetzen. Mit leicht gesunkener Zufriedenheit (2,45) verbessert sich der Hersteller im Vergleich zu 2012 von Platz zwei auf die Pole Position. Toyota gibt sich mit ebenfalls gesunkener Gesamtzufriedenheit (2,54) mit dem zweiten Rang zufrieden. Hyundai (2,74) verteidigt weiterhin den dritten Platz, hat aber gegenüber 2012 an Boden verloren. Kia hat in diesem Jahr den Weg in die Kategorie der großen Importfabrikate gefunden und sich gleich den fünften Platz gesichert – allerdings mit 3,01 anstelle 2,78 (2012). Peugeot kann den vierten Platz aus 2012 nicht halten und belegt mit gesunkener Händlerzufriedenheit den sechsten Platz. Nissan und Fiat teilen sich den siebten Platz.

Die Kategorie der „Kleinen Importfabrikate“ wird von Subaru (2,39) trotz leichtem Rückgang der Zufriedenheit dominiert. Die Plätze zwei und drei werden an Suzuki (2,66) und Mitsubishi (2,77) vergeben, die sich auch im vergangenen Jahr unter die Top 3 wiederfanden. Volvo und Mazda bilden das Mittelfeld, wobei Mazda mit der Note 2,88 einen Aufwärtstrend zu verzeichnen hat. Neueinsteiger dieser Gruppe ist Dacia und überrascht mit einer stärkeren Händlerzufriedenheit als der große Bruder Renault. Honda und Chevrolet müssen sich mit den letzten Plätzen anfreunden. Insbesondere Chevrolet kann mit - 0,35 Punkten die positive Vorjahresbilanz nicht halten.

Eine stabile Zufriedenheit (2,22) belohnt Porsche mit dem ersten Rang unter den Nischen-fabrikaten. Die Überraschung aus 2012 positioniert sich auch in diesem Jahr solide auf dem zweiten Platz (2,43): Smart. Lediglich Mini verliert an Zustimmung und fällt von 2,31 auf die Note 2,52 zurück. Bei der Renditezufriedenheit schneidet Mini schlecht ab (3,95) und verliert am meisten innerhalb der Gruppe (-1,47).

Der Gruppensieger Porsche wird vor allem durch das Markenimage (1,22), die Modellpolitik (1,35) und die Produktqualität (1,65) belohnt. Negativ bewertet wird hingegen die Renditesituation mit 3,09 (- 0,96). (ampnet/deg)

Bilder zum Artikel:



Mercedes-Benz CLA 45 AMG.



Porsche Panamera Turbo Executive.



Volkswagen Golf.



Skoda Octavia.



Subaru XV.