

---

## Deutsche Premiummarken nicht in den Top Ten

Autos werden immer zuverlässiger. Die deutschen Premiummarken schneiden dabei auf dem Heimatmarkt aber nicht so gut ab. Zu diesem Ergebnis kommt die heute veröffentlichte Studie „J.D. Power 2019 Germany Vehicle Dependability Study“. Demnach liegen Mitsubishi, Skoda und Hyundai bei den Volumenmarken vorn, Volvo gilt unter deutschen Käufern als zuverlässigste Premiummarke.

Die J.P.-Power-Studie ermittelt auftretende Probleme pro 100 Fahrzeugen (PP100) und anhand 177 Merkmalen. Audi, BMW und Mercedes-Benz liegen dabei in diesem Jahr unter dem Branchendurchschnitt. Besitzer von Premiumfahrzeugen seien laut J.D. Power aber auch eher bereit, Qualitätsprobleme zu verzeihen als Halter von Volumenmodellen, weil sie mit der Attraktivität ihres Autos insgesamt zufriedener sind.

Die ersten 11 Plätze bei der Fahrzeugzuverlässigkeit gehen an Volumenmarken, wobei Mitsubishi bezüglich der Gesamtzuverlässigkeit des Fahrzeugs mit einem Ergebnis von 85 PP100 am besten abschneidet. Bei den Volumenmarken belegt Skoda (88 PP100) den zweiten Platz und Hyundai (89 PP100) den dritten Platz. Es folgen Smart (90), Kia (95), Ford (98), Seat (99) und Toyota (101) sowie Dacia (102), Opel (108) und Volkswagen (109). Volvo erzielt innerhalb der Premiummarken mit 111 PP100 das beste Ergebnis, belegt aber insgesamt Platz 12. Auf Rang 13 bleibt auch Mazda (114) noch über dem Durchschnittswert von 115. Die deutschen Premiummarken BMW (129 PP100), Mercedes-Benz (137 PP100) und Audi (142 PP100) belegen die Plätze 17, 19 und 21.

Die zufriedensten Kunden sind Käufer eines Smart Fortwo (Minis), Skoda Fabia (Kleinwagen) und Rapid (Kompaktklasse) sowie Opel Insignia (Mittelklasse), Hyundai Tucson (Kompakt-SUV) und Mercedes-Benz E-Klasse (obere Mittelklasse und Luxusklasse).

Eine weitere Erhebung von J.D. Power ist der Net Promoter Score (NPS). Er wurde im vergangenen Jahr eingeführt und misst auf einer Skala von 0 bis 10 die Wahrscheinlichkeit, dass Kunden sowohl die Marke als auch das Modell ihres Fahrzeugs weiterempfehlen würden. Kunden werden in drei Gruppen eingeteilt: Detractors (0–6), Passive (7–8) und Promoters (9–10). NPS wird berechnet, indem der prozentuale Anteil der Detractors von dem der Promoters abgezogen wird. In der diesjährigen Studie liegt der NPS im Volumensegment bei 49 (58% Promoters vs. 9% Detractors). Im Premiumsegment liegt er bei 54 (63% Promoters vs. 9% Detractors).

Die Studie „2019 Germany Vehicle Dependability Study“ basiert auf den Antworten von 12 854 Besitzern von Fahrzeugen, die zwischen November 2015 und Januar 2018 zugelassen wurden. Die Studie, die die Probleme ermittelt, die während der vergangenen zwölf Monate bei Erstbesitzern von Fahrzeugen in Deutschland bis zu drei Jahre nach dem Kauf auftraten, wurde von November 2018 bis Januar 2019 durchgeführt. Abgefragt werden acht Kategorien vom Fahrerlebnis über Heizung, Infotainment und Bedienbarkeit bis hin zu Motor und Getriebe. (ampnet/jri)

---

## Bilder zum Artikel



Mitsubishi.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Mitsubishi