

Markenloyalität im Volkswagen Konzern

Eine Studie der puls Marktforschung GmbH untersucht den Wettbewerb zwischen Volkswagen, Audi, SEAT und ŠKODA.

Von Dr. Konrad Weißner

Für die Marktforscher aus Schwaig bei Nürnberg war die immer wieder unterstellte Kannibalisierung insbesondere zwischen ŠKODA und Volkswagen Anlass, den Wettbewerb zwischen den vier Volkswagen Konzernmarken Volkswagen, Audi, SEAT und ŠKODA repräsentativ zu untersuchen. Grundlage dafür ist eine Sonderauswertung des puls AutokäuferMonitors, bei dem jeden Monat 1.000 Personen in Deutschland befragt werden, die eine Auto-Anschaffung planen bzw. vor Kurzem getätigt haben. Die Sonderauswertung beruht auf einer Aggregation der sechs Erhebungswellen im 1. Halbjahr 2020 und somit auf einer markenübergreifenden, repräsentativen Stichprobe von 6.000 Autokäufern bzw. 3.000 Neuwagenkäufern. Die Experten stellten zwei Betrachtungen an:

1. Gain-&-Loss-Analyse (Tabelle 1): Welche Automarken haben die Käufer der vier Volkswagen Konzernmarken vorher gefahren?

2. Relevant-Set (Tabelle 2): Welche Automarken haben die potenziellen Erwerber dieser Volkswagen Konzernmarken für den Kauf noch erwogen?

Bei der Gain-&-Loss-Analyse zeigt sich zunächst eine hohe Kundenloyalität von Neuwagenkäufern zu Volkswagen und Audi. So geben 54,7 Prozent der Volkswagen und 48,8 Prozent der Audi Käufer an, auch vorher schon einen Volkswagen bzw. Audi gefahren zu haben. Anders sieht es beim Vergleich der Eroberungsraten von Volkswagen und ŠKODA aus: Während Volkswagen

lediglich 3,4 Prozent seiner Neuwagenkäufer von ŠKODA gewinnt, gewinnt ŠKODA diese zu 22,6 Prozent von Volkswagen. Daraus resultiert ein negativer Saldo von -19,2 Prozent zugunsten von ŠKODA. Auf einem etwas niedrigeren Niveau gilt dieser Trend auch für das Verhältnis zwischen SEAT und Volkswagen. So liegt der Gain-&-Loss-Saldo zwischen Volkswagen und SEAT bei ebenfalls stattlichen -15,3 Prozent zugunsten von SEAT. Zwischen Volkswagen und Audi besteht dagegen ein positiver Gain-&-Loss-Saldo von 0,7 Prozent.

Die Ergebnisse machen deutlich, dass die Kernmarke Volkswagen sehr wohl im intensiven konzerninternen Wettbewerb mit ŠKODA und SEAT steht. Klar ist auch: Volkswagen wird zwar von vielen Autokäufern in Erwägung gezogen. Die Marke setzt diese positive Ausgangsbasis aber nicht in Kundengewinne um, sondern verliert sogar Kunden an ŠKODA und SEAT. Hier könnte eine Schärfung der Markenseparierung via Analyse der Fans dieser Marken Abhilfe schaffen. ◀

Unser Autor ist Geschäftsführer der puls Marktforschung GmbH.

Anders gestalten sich die Ergebnisse, wenn die potenziellen Käufer der vier Volkswagen Konzernmarken betrachtet werden – und die Marken, die sie noch in Betracht gezogen haben. Bei diesen „Erwägern“ weist Volkswagen zu ŠKODA und SEAT deutlich höhere Werte und sogar positive Salden von +25,2 (zu ŠKODA) und +24,8 Prozent (zu SEAT) auf.

SEAT und ŠKODA erobern ihre NW-Käufer zu jeweils einem Fünftel von Volkswagen

Aktuell gekaufte Automarke (NW)			
Volkswagen	Audi	SEAT	ŠKODA
Vorher gefahrene Automarke			
Volkswagen 54,7 %	Audi 48,4 %	SEAT 32,1 %	ŠKODA 27,4 %
Audi 12,0 %	Volkswagen 11,3 %	Volkswagen 19,6 %	Volkswagen 22,6 %
Opel 5,1 %	BMW 8,1 %	Opel 8,9 %	Audi/BMW/SEAT 4,8 %
SEAT 4,3 %	Opel 6,5 %	Ford 7,1 %	Ford/MB 3,2 %
ŠKODA/Toyota 3,4 %	ŠKODA 1,6 %	Hyundai/ŠKODA/ Peugeot 5,4 %	Peugeot/Toyota 3,2 %

54,7 % der Volkswagen NW-Käufer fahren bereits davor einen Volkswagen.

Tabelle 1

Quelle: puls Marktforschung GmbH

Hohe Volkswagen Erwäherquoten bei ŠKODA und SEAT Erwägern

Aktuell erwogene Automarke (NW)			
Volkswagen	Audi	SEAT	ŠKODA
Zusätzlich erwogene Automarken			
Audi 35,6 %	BMW 46,0 %	Volkswagen 32,9 %	Volkswagen 42,5 %
BMW 20,8 %	Volkswagen 28,1 %	Audi 24,7 %	Audi 20,0 %
ŠKODA 17,3 %	MB 22,2 %	ŠKODA 24,1 %	SEAT 14,6 %
MB 12,0 %	ŠKODA 6,4 %	Ford 15,3 %	Ford 9,6 %
Opel 9,4 %	Ford 6,3 %	BMW 12,4 %	Opel 9,3 %
Ford 8,9 %	Opel 5,0 %	Opel 6,5 %	MB 8,9 %
SEAT 8,1 %	SEAT 4,8 %	Kia 6,5 %	Dacia 8,6 %

35,6 % der Volkswagen NW-Interessenten erwägen auch den Kauf eines Audi.

Tabelle 2

Quelle: puls Marktforschung GmbH