

## Der mögliche Verkauf an PSA spaltet Deutschland

von **Marco Saal**

Dienstag, 12. September 2017



(Foto: Opel)

Audi fährt der Konkurrenz davon

**Ab diesem Donnerstag muss der Lack wieder glänzen. Spätestens. Denn dann präsentieren sich die Autobauer auf der IAA wieder von ihrer schönsten Seite. Doch wie fit sind die Automarken in Zeiten des Dieselskandals wirklich? Antworten auf diese Frage liefert eine aktuelle Studie von BrandTrust. Die Nürnberger Managementberatung hat die Widerstands- und Zukunftsfähigkeit von 14 Automarken untersucht. Bei dem sogenannten Resilienz-Index glänzen vor allem Audi und Opel. Volkswagen muss hingegen Federn lassen.**

Für die repräsentative Studie hat der Nürnberger Marktforscher Puls im August Online-Interviews mit gut 1000 Erwachsenen im Alter von 18 bis 69 Jahren geführt. Das Ergebnis ist durchaus überraschend. Denn

obwohl auch Audi zuletzt knietief im Diesel-Sumpf steckte, kann dies der Marke offenbar nichts anhaben. Im Gegenteil: In der aktuellen Umfrage kann Audi bei nahezu allen Kriterien zulegen. Mit einem Indexwert von 69,5 Punkten (maximal sind 100 Punkte möglich) können die Ingolstädter ihr Ergebnis aus dem Jahr 2015 damit sogar noch steigern und verdrängen Tesla auf Rang 2.

## Die zukunftsfähigsten Automarken

Rang	Marke	Indexwert*	Rang 2015
1	Audi	69,5	2
2	Tesla	65,4	1
3	BMW	65,2	3
4	Porsche	64,6	4
5	Mercedes-Benz	64,2	6
6	Mini	61,2	7
7	Jaguar	61,0	8
8	Volkswagen	60,6	5
9	Toyota	60,5	9
10	Opel	58,9	12
11	Kia	54,8	11
12	Smart	54,6	14
13	Ford	54,5	10
14	Dacia	51,9	13

Quelle: (Brand Trust / \* maximal 100 Punkte möglich)

**Jürgen Gietl**, Technologiemarken-Experte und Managing Partner bei BrandTrust, begründet den Triumph von Audi mit der großen Tradition und der über Jahrzehnte aufgebauten Schutzschildfunktion der Marke. "Was seit 46 Jahren von Audi eingeführt und bewiesen wurde, wird nicht innerhalb eines Jahres zerstört. Im Gegenteil: Kunden verzeihen solch starken Marken eher, erwarten nun aber auch Antworten", sagt Gietl, der Audi gleich noch einen guten Rat mit auf den Weg gibt: Der Autobauer solle nun bitte "keine halbgaren Kompromisse" liefern, an die man selbst nicht glaube. Vielmehr

müsse Audi "eine klare Mission" formulieren und beweisen, dass der Spruch "Vorsprung durch Technik" noch erfüllt werde.

*„Solide und über lange Jahre aufgebaute, starke Marken werden nicht von heute auf morgen zerstört.“*

**Jürgen Gietl**

Dass **Tesla** anders als Audi bei der Untersuchung keinen Gang zulegen kann, hat offenbar viel mit der Preispolitik zu tun. Laut BrandTrust ist die Bereitschaft der Konsumenten, Tesla ein Preis-Premium zuzugestehen, weniger ausgeprägt als bei traditionellen Premiummarken wie eben Audi oder Mercedes-Benz. Unterschätzen sollte man das Unternehmen von Elon Musk allerdings nicht. Der Studie zufolge erzielt Tesla bei den Themen Zukunftsfähigkeit, gesellschaftliche Relevanz und Unverzichtbarkeit Spitzenwerte. Die Bedeutung der Marke am Markt werde daher zunehmen, heißt es.

Während **BMW** (Rang 3) und **Porsche** (Rang 4) ihre Ranking-Position verteidigen, geht es für **Volkswagen** bergab. Die infolge des Dieselskandals aufgetretenen Schäden an der Marke sind allerdings geringer als vermutet. Zwar erhält Volkswagen bei nahezu allen abgefragten Kriterien schlechtere Bewertungen als 2015. Ein Totalabsturz der Marke - VW rutscht von Rang 5 auf Rang 8 ab - findet allerdings nicht statt.

Ausruhen darf sich Volkswagen freilich nicht, denn mit einem Indexwert von 60,6 Punkten ist **Toyota** dem Wolfsburger Autobauer (60,5 Punkte) dicht auf den Fersen. Bei manchen Themen hat der japanische Autobauer Volkswagen bereits überholt. So wird die Adaptionsfähigkeit von **Toyota** bereits höher eingeschätzt als die von VW. Zudem sind die Verbraucher bei Toyota eher bereit, auch andere Produkte oder Services der Marke zu kaufen.

Während es für **Mercedes-Benz, Mini und Jaguar** jeweils um einen Platz nach oben geht, kann **Opel** im Ranking gleich zwei Plätze gutmachen. Laut BrandTrust weist die Marke mit dem Blitz prozentual gesehen sogar die höchsten Steigerungsraten auf. Was aus Sicht der Marktforscher die

Schlussfolgerung nahelegt, dass weder der Verkauf an PSA noch die Abgasprobleme die Marke Opel beschädigt haben.

Einen Erfolg verbucht auch **Smart**: Die Mercedes-Tochter, die 2015 noch auf dem letzten Platz landete, kann bei fast allen Kriterien zulegen und rangiert nun vor **Dacia** und **Ford** auf Rang 12. *mas*

---

## ZUR STUDIE

Analysiert wurden 10 Resilienz-Indikatoren, die aus über 40 Kriterien verdichtet wurden. Diese sind:

**Preis-Premium:** Beschreibt die Fähigkeit von Unternehmen, höhere Preise durchzusetzen und Preisdumping länger stand zu halten.

**Volumen-Premium:** Beschreibt die Fähigkeit von Unternehmen, den Absatz zu halten bzw. kontinuierlich auszubauen und Kunden ein Öko-System zu bieten.

**Adaptionsfähigkeit:** Beschreibt die Fähigkeit von Unternehmen, neue Geschäftsmodelle zu adaptieren und in neue Märkte zu expandieren.

**Zukunftsfähigkeit:** Beschreibt die Fähigkeit von Unternehmen, Trends zu überstehen sowie zu setzen und an Bedeutung für die Kunden zu gewinnen.

**Gesellschaftliche Relevanz:** Beschreibt die Fähigkeit von Unternehmen, einen produktübergeordneten sozioökologischen Nutzen zu spenden.

**Unverzichtbarkeit:** Beschreibt die Fähigkeit von Unternehmen, zu einem festen Bestandteil im Leben ihrer Kunden zu werden, durch spürbar bessere Problemlösungen für Kunden persönlichen Mehrwert zu generieren und dadurch weniger leicht ersetzbar zu sein.

**Markenerlebnis-Exzellenz:** Beschreibt die Fähigkeit von Unternehmen, Leistungen, Werte und Positionierung über die Markenkontaktpunkte qualitativ zu vermitteln.

**Marken-Advocacy:** Beschreibt die Fähigkeit von Unternehmen, Kunden zu treuen Fans zu entwickeln und aktiv weiterempfohlen zu werden.

**Mitarbeiterstolz:** Beschreibt die Fähigkeit von Unternehmen, die passendsten Talente anzuziehen, Leistungsfähigkeit von Mitarbeitern zu erhöhen und Abwanderungsquote zu reduzieren.

**Bekanntheit:** Beschreibt die Fähigkeit von Unternehmen, eine hohe Aufmerksamkeit bei Kunden und Käufern zu erzielen.

Quelle: <http://www.horizont.net/marketing/nachrichten/Die-zukunftsfahigsten-Automarken-Audi-zeigt-Tesla-die-Ruecklichter-160989>