

# Pressemitteilung

## **J.D. Power und AUTO TEST melden:**

### **Kaufentscheidungen von Neuwagenkäufern in Deutschland werden maßgeblich von Zuverlässigkeit, Langlebigkeit und Fahrsicherheit beeinflusst**

Porsche erreicht von allen Herstellern die höchsten Zufriedenheitswerte unter Fahrzeugbesitzern in Deutschland; Toyota und VW erhalten zwei Modellauszeichnungen im jeweiligen Marktsegment.

**MÜNCHEN: 29. Mai 2014** – Laut den heute in Zusammenarbeit mit *AUTO TEST* veröffentlichten Ergebnissen der J.D. Power 2014 Germany Vehicle Ownership Satisfaction Study<sup>SM</sup> (VOSS) führten Besitzer von Neuwagen in Deutschland Zuverlässigkeit/Langlebigkeit (56%), Attraktivität des Angebots (48%) und Sicherheit (46%) als die wichtigsten Einflussfaktoren für ihre Kaufentscheidungen an.

Die 2014 Germany VOSS untersucht die Zufriedenheit der Besitzer von ein bis drei Jahre alten Fahrzeugen anhand der Bewertungen von vier wichtigen Kennzahlen der Gesamtzufriedenheit. Diese sind, in der Reihenfolge ihrer Bedeutung: Attraktivität des Fahrzeugs (27%), einschließlich Leistung, Styling, Komfort und Ausstattung; Unterhaltskosten (25%), darunter Kraftstoffverbrauch, Versicherungs- und Service-/Reparaturkosten; Fahrzeugqualität und -zuverlässigkeit (24%) und die Zufriedenheit mit dem Service (23%).

„Mit fast 10 Millionen verkauften PKWs in Deutschland in den letzten drei Jahren gehört der deutsche Markt weiterhin zu den 10 größten Automobilmärkten der Welt. Für Automobilhersteller ist daher die Kenntnis der wichtigsten Einflussfaktoren bei der Fahrzeugwahl von entscheidender Bedeutung“, bemerkt Dr. Axel Sprenger, Leiter des Europageschäfts für J.D. Power. „Konstruktions- und Marketingabteilungen der Hersteller sowie Vertragshändler sollten diesen Erkenntnissen aus den Stimmen der Kunden, die zur Gestaltung von Fahrzeugentwicklung und Entwicklung von Werbeaussagen sowie zu einer verbesserten Kundenbindung beitragen können, besondere Aufmerksamkeit schenken.“

## **RANGLISTE**

Porsche erreicht 2014 mit 835 Punkten auf einer 1.000-Punkte-Skala die Spitzenposition und schneidet bei Qualität und Zuverlässigkeit sowie Fahrzeugattraktivität besonders gut ab. Toyota und Volvo teilen sich den zweiten Platz mit jeweils 818 Punkten gefolgt von Mercedes-Benz (811).

Unter den neun Fahrzeugkategorien erhalten Toyota und VW jeweils zwei Auszeichnungen auf Modellebene, während Kia, Mercedes-Benz, Opel, Seat und Volvo jeweils eine Auszeichnung erhalten.

Der Toyota Avensis, der im Segment Mittelklasse am besten abschnitt, erhält mit 848 Punkten die höchste Bewertung unter allen Fahrzeugmodellen.

## **DIE WICHTIGSTEN ERKENNTNISSE**

- Der von Fahrzeughaltern in Deutschland am häufigsten angeführte Grund dafür, warum sie nicht wieder zum Vertragshändler zurückkehren, der ihnen das Fahrzeug verkauft hat, ist die ungünstige Lage des Autohauses – Fahrzeughalter kaufen ihre Fahrzeuge dort, wo sie das beste Angebot erhalten, was nicht unbedingt bei dem am nächsten zum Wohnort gelegenen Händler ist.
- Die durchschnittliche Anzahl der beim Händler wahrgenommenen Servicetermine der Fahrzeughalter verringert sich auf 1,7, während Besuche bei anderen Werkstätten um 0,9 pro Jahr

ansteigen. Dementsprechend können Vertragshändler nur 65% der Servicebesuche dieser Fahrzeughalter für sich beanspruchen.

- Zufriedenheit mit dem Service liegt bei Fahrzeughaltern, die im Durchschnitt 390 Euro für einen Service beim Händler und zusätzliche 202 Euro für Service in anderen Betrieben ausgeben, unter 600 Punkten. Folglich geben nur 8 Prozent dieser Halter an, dass sie für einen kostenpflichtigen Service „auf jeden Fall“ wieder einen Händlerbetrieb aufsuchen würden.
- Der Gesamtanteil von Fahrzeughaltern in Deutschland, die für die Fahrzeugsuche das Internet nutzen, ist 2014 auf 72 Prozent gestiegen (im Vergleich zu 70% im Jahr 2013), mit dem größten Anstieg im Jahresvergleich bei Fahrzeughaltern, die 65 Jahre und älter sind (62% gegenüber 56%).
- Während die Mehrzahl (94%) der Internetkäufer in Deutschland nach wie vor herkömmliche Desktop- und Laptop-Computer nutzt, hat sich dieser Anteil gegenüber 2013 (96%) etwas verringert. Der Prozentanteil von Käufern, die Smartphones (25% 2014 vs. 22% 2013) und Tablet-Geräte (21% 2014 vs. 14% 2013) verwenden, ist im Vergleich zum Vorjahr gestiegen.
- Fast die Hälfte (41%) der 18- bis 24-jährigen Neuwagenkäufer nutzen ihr Smartphone für die Fahrzeugsuche über das Internet gegenüber von nur 8 Prozent der Käufer, die 65 Jahre und älter sind.

Die 2014 Germany Vehicle Ownership Satisfaction Study basiert auf 18.288 Online-Befragungen von deutschen Fahrzeughaltern, deren Fahrzeuge zwischen Januar 2011 und Dezember 2012 erstmals zugelassen wurden. Die Umfrage wurde von Dezember 2013 bis Februar 2014 in Deutschland durchgeführt.

Diese jährliche Umfrage von J.D. Power liefert Verbrauchern Informationen, die ihnen helfen, Kaufentscheidungen für auf dem deutschen Markt angebotenen Fahrzeugmodelle zu treffen, und hilft Herstellern zu verstehen, welche Faktoren zu hohen Zufriedenheitswerten unter ihren Kunden führen. Weitere Ergebnisse aus Studie werden exklusiv in der Juni-Ausgabe von *AUTO TEST* veröffentlicht, die ab dem 30. Mai 2014 im Handel ist.

#### **Ansprechpartner für die Presse:**

John Tews; J.D. Power; Troy, Michigan, USA; Tel: +1 248-680-6218; [media.relations@jdpa.com](mailto:media.relations@jdpa.com)  
Mark Lendrich; J.D. Power; München, Deutschland; Tel: +49 (0)89-288 03 66-11; [mark.lendrich@jdpa.com](mailto:mark.lendrich@jdpa.com)  
Tobias Franzke; *AUTO TEST*; Tel: +49 (0)9122 63 13 100; [tobias.franzke@autobild.de](mailto:tobias.franzke@autobild.de)

#### **Über J.D. Power sowie Richtlinien zu Werbe-/verkaufsfördernden Maßnahmen**

<http://www.jdpower.com/about-us/press-release-info>

**Über McGraw Hill Financial** [www.mhfi.com](http://www.mhfi.com)

#### **Über AUTO TEST**

AUTO TEST gehört zur internationalen Gruppe AUTO BILD des Axel Springer Verlags. Seit 2003 ist AUTO TEST das führende Fachmagazin für Leser, die einen Neuwagenkauf planen. Jährlich werden rund 500 Autos getestet und mehr als 1,8 Millionen Kilometer gefahren, um Lesern detaillierte und objektive Fahrzeugbewertungen zur Verfügung zu stellen, damit sie das für ihr Geld beste Auto auswählen können. Außerdem finden Leser dort auch Tipps zu den Themen Reduzierung von Betriebskosten, Gebrauchtwagen, Service, Finanzierung und Zubehör.

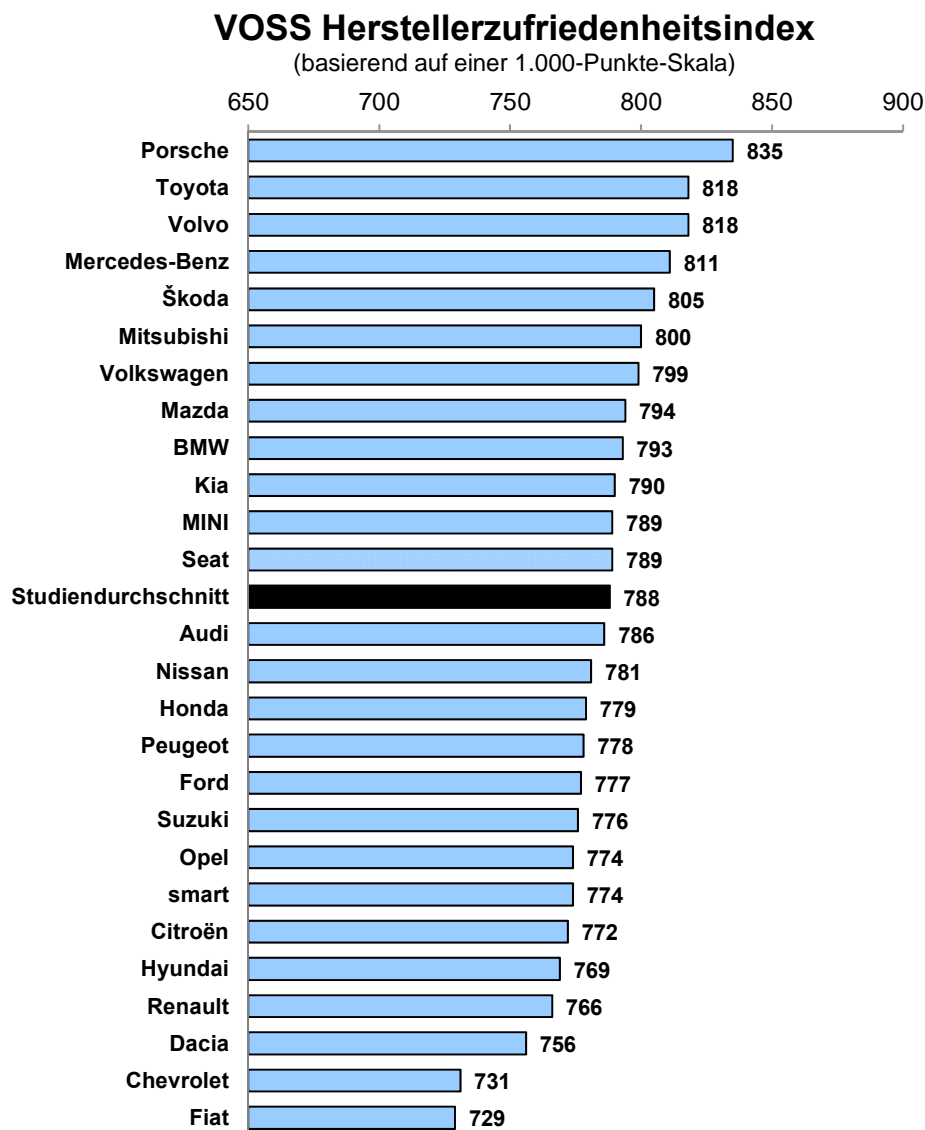
###

(Seite 2 von 2)

HINWEIS: Es folgen vier Diagramme.

# J.D. Power

## 2014 Germany Vehicle Ownership Satisfaction Study<sup>SM</sup> (VOSS)



*HINWEIS: Einige Modelle mit geringen Zulassungszahlen sind in den Herstellerdurchschnittswerten nicht berücksichtigt. In der Studie enthalten, aber aufgrund der geringen Fallzahl nicht aufgeführt: Alfa Romeo, Land Rover und Jaguar.*

Quelle: J.D. Power 2014 Germany Vehicle Ownership Satisfaction Study<sup>SM</sup> (VOSS)

Bei Verwendung von Diagrammen und Schaubildern aus dieser Pressemitteilung müssen J.D. Power and Associates als Herausgeber und die Studie, aus der diese stammen, als Quelle genannt werden. Rangfolgen basieren auf numerischen Ergebnissen und nicht notwendigerweise auf statistischer Signifikanz. Die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen und Umfrageergebnisse von J.D. Power and Associates dürfen nicht ohne eine zuvor schriftlich eingeholte ausdrückliche Zustimmung von J.D. Power and Associates für Werbe- oder sonstige verkaufsfördernde Zwecke verwendet werden.

# J.D. Power

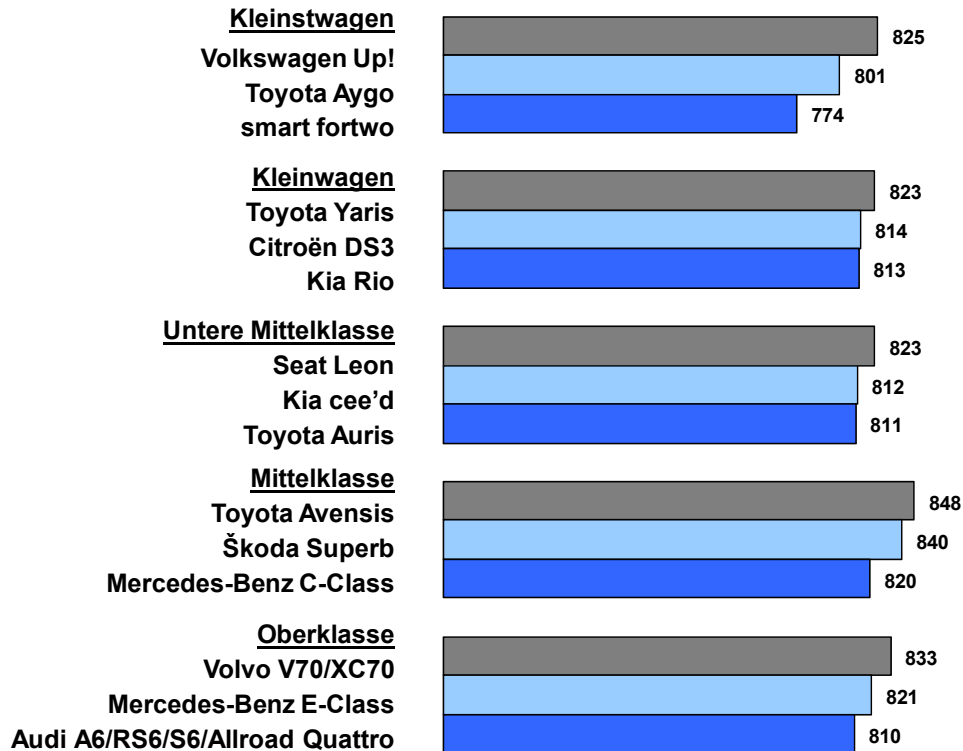
## 2014 Germany Vehicle Ownership Satisfaction Study<sup>SM</sup> (VOSS)

---

### Die drei führenden Modelle je Segment

#### VOSS - Gesamtbewertung

(Basierend auf einer 1.000-Punkte-Skala)



*HINWEIS: Damit eine Segmentauszeichnung verliehen wird, müssen mindestens vier Modelle mit ausreichenden Fallzahlen 67 Prozent der am Markt erzielten Verkäufe in einem Auszeichnungssegment ausmachen. Es wurden keine Auszeichnungen für Sportwagen verliehen, da keine ausreichende Marktrepräsentation unter bewertbaren Modellen in diesem Segment erzielt wurde.*

Quelle: J.D. Power 2014 Germany Vehicle Ownership Satisfaction Study<sup>SM</sup> (VOSS)

*Bei Verwendung von Diagrammen und Schaubildern aus dieser Pressemitteilung müssen J.D. Power and Associates als Herausgeber und die Studie, aus der diese stammen, als Quelle genannt werden. Rangfolgen basieren auf numerischen Ergebnissen und nicht notwendigerweise auf statistischer Signifikanz. Die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen und Umfrageergebnisse von J.D. Power and Associates dürfen nicht ohne eine zuvor schriftlich eingeholte ausdrückliche Zustimmung von J.D. Power and Associates für Werbe- oder sonstige verkaufsfördernde Zwecke verwendet werden.*

# J.D. Power

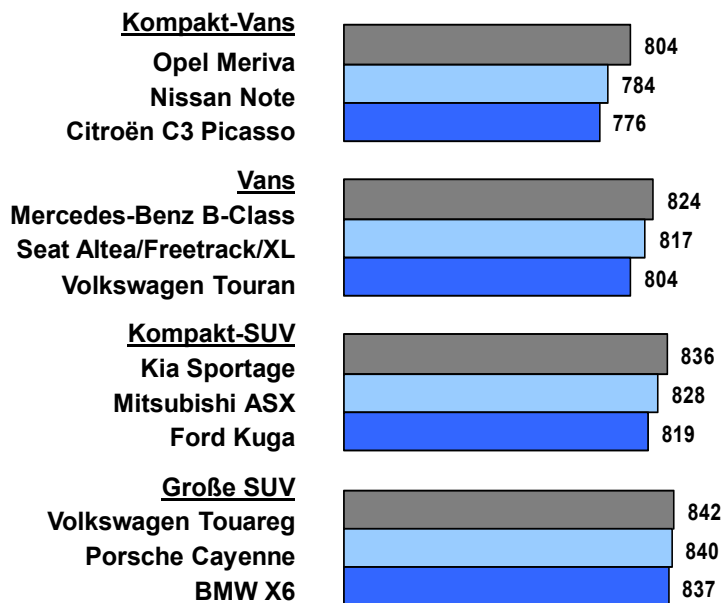
## 2014 Germany Vehicle Ownership Satisfaction Study<sup>SM</sup> (VOSS)

---

### Die drei führenden Modelle je Segment

#### VOSS Gesamtbewertung

(Beruhend auf einer 1.000-Punkte-Skala)



*HINWEIS: Damit eine Segmentauszeichnung verliehen wird, müssen mindestens vier Modelle mit ausreichenden Fallzahlen 67 Prozent der am Markt erzielten Verkäufe in einem Auszeichnungssegment ausmachen. Es wurden keine Auszeichnungen für Sportwagen verliehen, da keine ausreichende Marktrepräsentation unter bewertbaren Modellen in diesem Segment erzielt wurde.*

Quelle: J.D. Power 2014 Germany Vehicle Ownership Satisfaction Study<sup>SM</sup> (VOSS)

Bei Verwendung von Diagrammen und Schaubildern aus dieser Pressemitteilung müssen J.D. Power and Associates als Herausgeber und die Studie, aus der diese stammen, als Quelle genannt werden. Rangfolgen basieren auf numerischen Ergebnissen und nicht notwendigerweise auf statistischer Signifikanz. Die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen und Umfrageergebnisse von J.D. Power and Associates dürfen nicht ohne eine zuvor schriftlich eingeholte ausdrückliche Zustimmung von J.D. Power and Associates für Werbe- oder sonstige verkaufsfördernde Zwecke verwendet werden.

# J.D. Power 2014 Germany Vehicle Ownership Satisfaction Study<sup>SM</sup> (VOSS)

## Faktoren, die zur Gesamtzufriedenheit mit dem Fahrzeug beitragen



Quelle: J.D. Power 2014 Germany Vehicle Ownership Satisfaction Study<sup>SM</sup> (VOSS)

Bei Verwendung von Diagrammen und Schaubildern aus dieser Pressemitteilung müssen J.D. Power and Associates als Herausgeber und die Studie, aus der diese stammen, als Quelle genannt werden. Rangfolgen basieren auf numerischen Ergebnissen und nicht notwendigerweise auf statistischer Signifikanz. Die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen und Umfrageergebnisse von J.D. Power and Associates dürfen nicht ohne eine zuvor schriftlich eingeholte ausdrückliche Zustimmung von J.D. Power and Associates für Werbe- oder sonstige verkaufsfördernde Zwecke verwendet werden.