



Welche Marke baut die besten Autos und hat die zufriedensten Kunden? 54 300 Leser der *motorwelt* beurteilten beim ADAC-Praxistest ihren Wagen und den Werkstatt-Service



■ **Deutschland hat** wieder eine Regierung – und das ist gut so. Denn egal, ob man die neuen Köpfe mag oder nicht: Wichtig ist, dass der politische Stillstand ein Ende gefunden hat, der unser Land über Monate scheinbar lahmlegte. Beim wichtigsten Motor für einen möglichen konjunkturellen Aufschwung knirscht allerdings noch immer Sand im Getriebe: Die Autoindustrie kann sich aus ihrer größten Krise der letzten Jahrzehnte einfach nicht befreien. Potenziellen Kunden fehlt hartnäckig die Lust auf Neuanschaffungen, die Anzahl der Rückrufe steigt stetig und auch die öffentlich vorgetragenen Klagen von Fahrzeugbesitzern werden immer lauter. Doch was steckt hinter dem? Sind unsere heutigen Autos wirklich schlechter geworden oder klappt die Schere zwischen den Ansprüchen der Autofahrer und ihren alltäglichen Erfahrungen einfach zu weit auseinander?

Der ADAC macht deshalb Bestandsaufnahme. Alles, was wir über die tatsächlichen Alltagsqualitäten unserer Fahrzeuge wissen müssen, erfahren wir durch die Beurteilungen unserer Mitglieder: Sie sind beim großen ADAC-Praxistest unsere Testmannschaft – und mehr als 54 000 Autofahrer haben in diesem Jahr den detaillierten Fragebogen ausgefüllt, den wir in der *Julimotorwelt* und gleichzeitig im Internet bereitstellten. An dieser Stelle: Herzlichen Dank an alle, die sich dafür die Zeit nahmen und mitgemacht haben!

Wo sich der Kunde noch als König fühlt

Bei der wohl umfangreichsten Leserbefragung zum Thema Zufriedenheit der Autofahrer wurden im ersten Fragenkomplex die Alltagsqualitäten des eigenen Wagens abgefragt, im zweiten Teil ging es um die Erfahrungen mit den Werkstätten des jeweiligen Herstellers oder Importeurs. Als Antwort zum Ankreuzen war eine Beurteilungsspanne von »sehr zufrieden« bis »gar nicht zufrieden« vorgegeben, was – angelehnt an Schulensuren – einer Notenskala von 1 bis 5 entspricht. Die abschließende Frage, wie zufrieden man insgesamt mit der Automarke sei, geht mit 15 Prozent Gewichtung in den aktuellen AutoMarxx ein (siehe Tabelle Seite 20). Und sie wird auch eine Rolle spielen, wenn der Club am 19. Januar in München den ADAC-Preis »Gelber Engel« in der Kategorie »Qualität 2006« vergibt – ermittelt aus den Ergebnissen dieser Kundenzufriedenheitsumfrage und der ADAC-Pannenstatistik. Im letzten Jahr gewann Toyota mit dem Aven-sis die begehrte Trophäe: Den ersten Platz beim Praxistest und sehr geringe Pannenfall-

zahlen bei der ADAC-Straßen-wacht konnte damals kein Konkurrenzmodell toppen.

Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Marke?

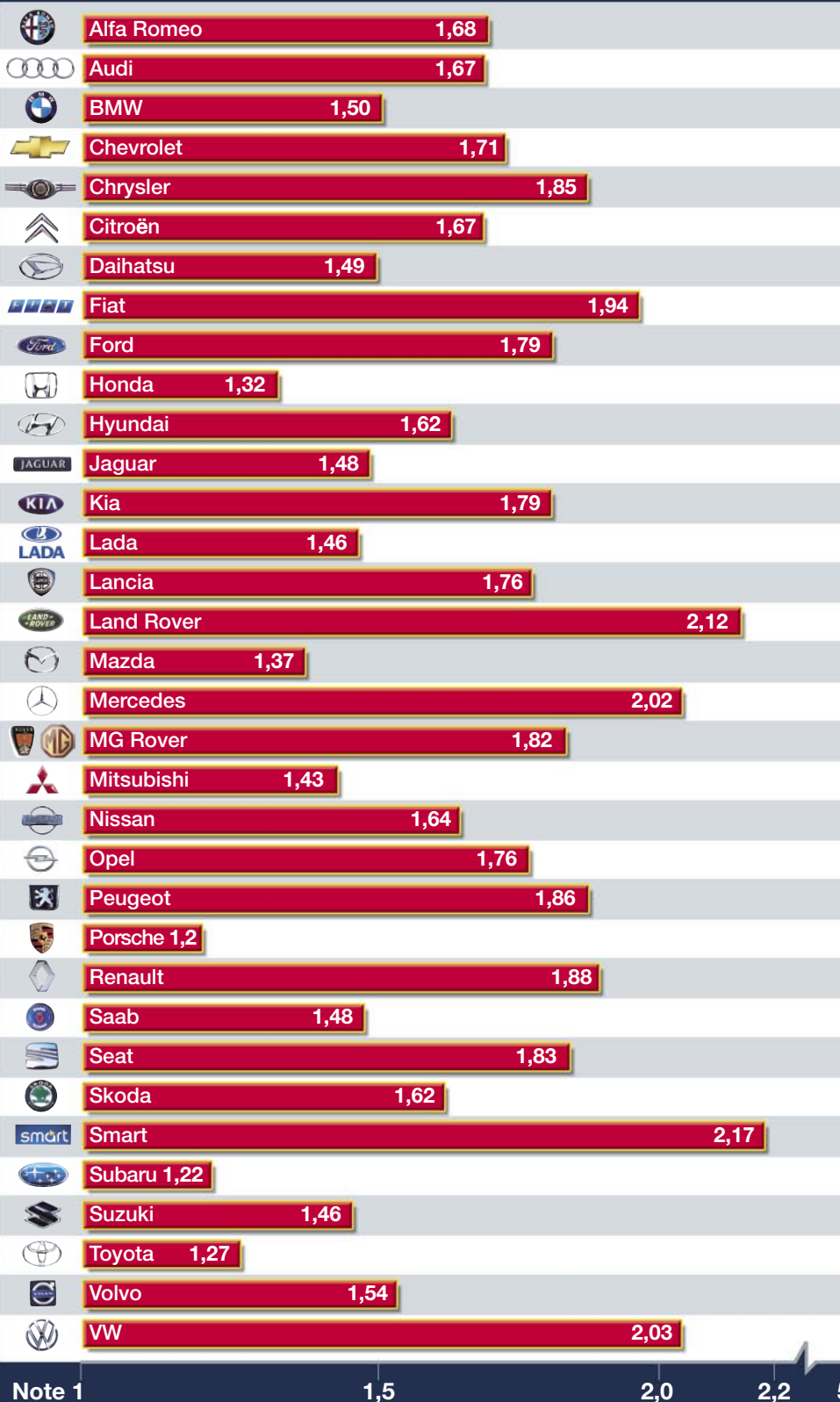
Mit der letzten Frage des Praxistestbogens waren die *motorwelt*-Leser aufgefordert, ihre Erfahrungen mit dem Auto und der Werkstatt zusammenzufassen. Und die Entscheidung fiel denkbar knapp aus (siehe Grafik rechts): Porsche ist mit der Durchschnittsnote 1,2 die neue Nummer eins in Deutschland! Mit Subaru (1,22), dem Vorjahressieger Toyota (1,27), Honda (1,32), Mazda (1,37) und Mitsubishi (1,43) folgen fünf japanische Marken auf den nächsten Plätzen – für Branchenkenner eigentlich keine Überraschung.

Wundern könnte man sich allerdings über den hervorragenden siebten Platz der russischen Marke Lada, die von den Besitzern mit der Durchschnittsnote 1,46 als »sehr gut« beurteilt wird. Doch hier wird ein Grundprinzip deutlich, mit dem man die Ergebnisse des Praxistests interpretieren muss: Es geht um Erwartung und

Wirklichkeit. Ein Lada-Fahrer kauft bewusst: Er weiß z. B. durch die ADAC-Autotests, dass Technik und Komfort der Modelle von gestern sind, das Servicenetz sehr dünn ist und der Wiederverkaufswert gegen Null tendiert – und trotzdem entscheidet er sich für das Fahrzeug. Der Grund: Für einen Listenpreis ab 7990 € bekommt er ein Mittelklassemodell der 21er-Baureihe, das in seiner Schmucklosigkeit zwar wenig Eindruck macht, aber immerhin ausreichend Platz sowie einen großen Kofferraum bietet und für notorische Sparfüchse sogar in einer Version mit umschaltbarem Benzin-Flüssiggas-Antrieb erhältlich ist. Das Auto soll den Fahrer von Punkt A nach B bringen – mehr nicht. Und wenn es dies tagtäglich problemlos und zuverlässig tut, dann hat es die von vorneherein minimalistischen Erwartungen des Besitzers voll erfüllt. Was spricht also dagegen, seinem Fahrzeug



Wenn Sie Ihre Erfahrungen mit dem Auto und der Werkstatt zusammenfassen:
Wie zufrieden sind sie mit Ihrer Automarke? Note 1 = sehr zufrieden, Note 5 = gar nicht zufrieden



gute Noten zu geben? Die Erwartung und die alltägliche Wirklichkeit sind deckungsgleich – und die Lada-Fahrer sind deshalb auch glücklich.

Was uns zu den deutschen Automobilherstellern führt, die nach eigener Wertschätzung immer noch die besten Autos der Welt bauen und sich diesen Anspruch durch eine selbstbewusste Preisgestaltung auch teuer bezahlen lassen. Die vorderen Plätze im Marken-Ranking sollten also reserviert sein, doch die Wirklichkeit, sprich der Alltag der *motorwelt*-Leser, lässt Spitzenplätze in weite Ferne rücken. Noch am besten zieht sich BMW aus der Affäre und erreicht mit der Durchschnittsnote 1,5 immerhin noch Rang 12 – knapp hinter Daihatsu. Audi belegt als weiterer Premium-Hersteller mit der Note 1,67 lediglich einen Mittelplatz, während Opel (1,76, aber gegenüber 2004 um sechs Plätze verbessert) und Ford (1,79) immerhin einen »Spitzenplatz« im unteren Drittel in Anspruch nehmen können. Doch am schlimmsten erwischte es Mercedes, VW und Smart: Nicht, dass die absoluten Noten 2,02, 2,03 und 2,17 schlecht sind – viele Eltern wären froh, wenn ihre Kinder

Porsche, Subaru, Toyota und Honda haben die zufriedenen Kunden, Mercedes, VW, Land Rover und Smart die unzufriedensten

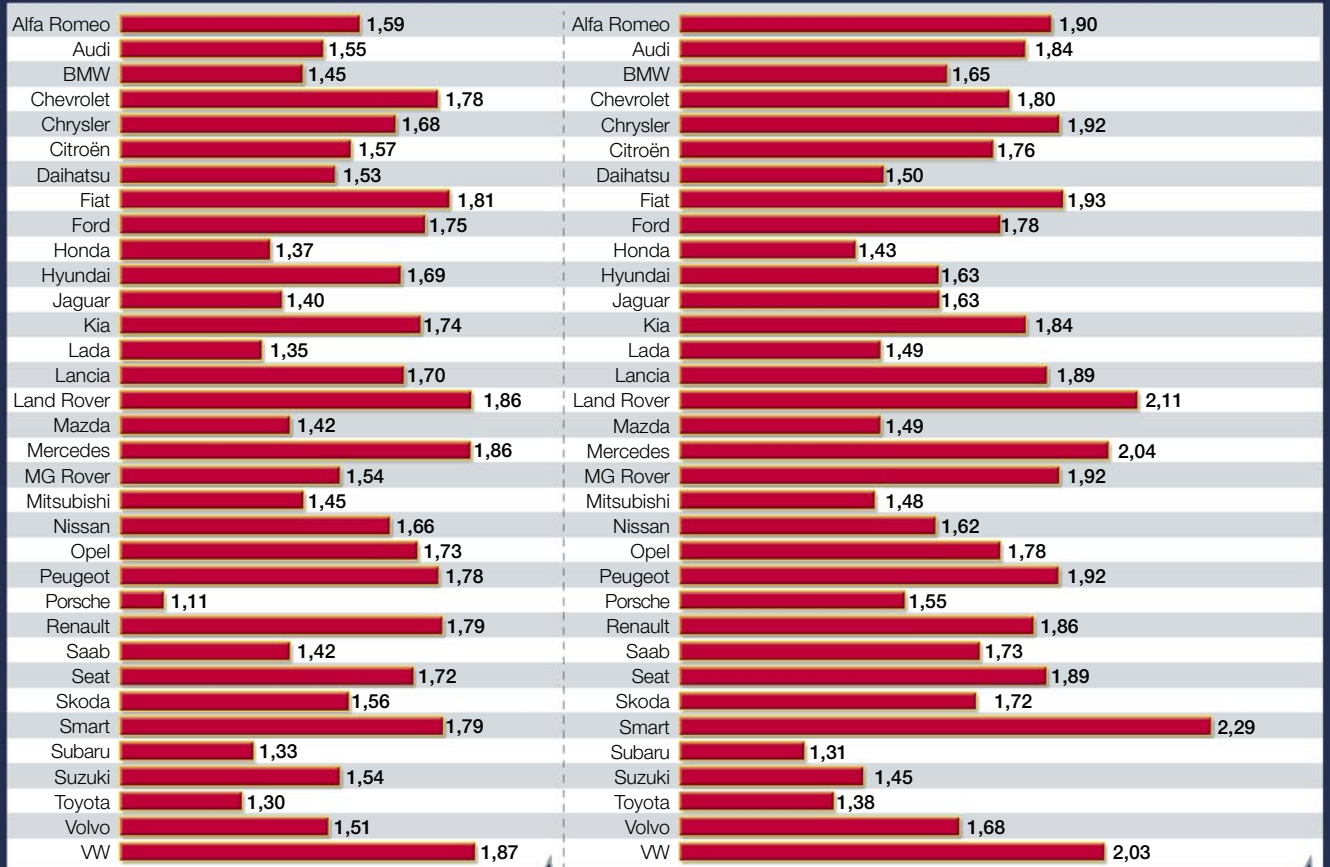
solche Zensuren nach Hause brächten, aber in der Gunst der Kunden nun auch öffentlich am Schluss zu rangieren, nagt doch erheblich

am Selbstverständnis der Autobauer. Und am Profit: Nicht nur Mercedes lässt sich das gute Marken-Image mit jedem Auto teuer bezahlen.

Das jeweilige Abschneiden der Marken bei der Abschlussfrage des Praxistests hat natürlich seine guten Gründe. Und deshalb lohnt es sich

Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Auto... ...und Ihrer Werkstatt?

Note 1 = sehr zufrieden,
Note 5 = gar nicht zufrieden



Die Modelle von Porsche, Toyota, Subaru, Lada und Honda überzeugen ihre Fahrer, die von Fiat, Land Rover, Mercedes und VW weniger

Beim Service ganz vorn: Subaru, Toyota, Honda und Suzuki. Weniger beliebt: die Werkstätten von VW, Mercedes, Land Rover und Smart

auch, etwas genauer zu untersuchen, wie die Kunden mit dem Auto und der Werkstatt im Detail zufrieden waren.

Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Auto?

Welcher der 34 Hersteller (siehe Grafik »Auto« oben links) baut denn nun aus Sicht der deutschen Käufer die besten Autos? Im ersten Themenkomplex des Antwortbogens mussten 14 Fragen zu Zuverlässigkeit, Qualität und Fahrzeugeigenschaften für das eigene Auto beantwortet werden – von der Elektronik bis zum Fahrspaß. Nimmt man die Beurteilung aller Modelle einer Marke zusammen und bildet eine Durchschnittsnote, gibt es einen klaren Sieger in der Produkt-Wertung: Porsche baut

aus Sicht der Kunden mit der Note 1,11 die besten Autos – hier kann der (teure) Anspruch also mit der Wirklichkeit mithalten! Besonders beliebt: der Cayenne, noch vor dem 911er und dem Boxster. Vorjahressieger Toyota erreicht mit der Note 1,3 diesmal »nur« den zweiten Platz. Das hervorragende Abschneiden in der Gunst von 4194 Kunden, die ihre eigenen Toyotas beurteilten, verdankt der japanische Hersteller auch den Lexus-Modellen, die aus Marketinggründen ja offiziell unter dem Dach der Nobelmarke firmieren.

Klein, aber fein präsentiert sich der Allradspezialist Subaru, dessen Modelle mit Legacy und Forester an der Spitze den sehr guten dritten Platz schafften (Note 1,33). Und der vierte

Rang? Sie ahnen es schon: Lada – hier stimmt das Preis-Leistungs-Verhältnis tatsächlich. Interessant ist auch das gute Abschneiden der Jaguar-Modelle (1,4, Platz 6): Während die Fachpresse lästert, dass sich unter der Haube der Traditionsmarke nur noch Ford-Technik verstecke, nimmt der Kunde dies zufrieden an – eine realistische Antwort auf dünnkelhafte Nörgeleien.

Betrachten wir die fünf Schlusslichter in der Produkt-Wertung Smart (1,79), Fiat (1,81), Land Rover (1,86), Mercedes (1,86) und VW (1,87). Dass die absoluten Durchschnittsnote trotz des relativ schlechten Abschneidens noch gut sind, mag auch daran liegen, dass jeder Käufer dieser Marke mit einer schlechten Zensur auch

sich selbst in Frage stellen würde – immerhin hat er sein Modell nach reiflicher Überlegung eigenverantwortlich gewählt. Fakt ist jedoch, dass pro Marke einige Modelle tatsächlich erheblich vom noch guten Durchschnitt abweichen – ein Beweis dafür, dass in diesen Fällen für die Firmen dringender Handlungsbedarf besteht.

Beispiel Mercedes und VW, deren Modelle von immerhin 5538 bzw. 6665 Kunden beurteilt wurden. Bei Mercedes sind die Sorgenkinder vor allem V-Klasse und Vito (Note 3,19), aber auch das G-Modell (2,43), der Vaneo (2,27) und die M-Klasse (2,25). Bei VW schneiden der Sharan (2,23), der VW-Bus T5 (2,13) und der Lupo (2,03) überdurchschnittlich schlecht ab. Fast alle die- ▶

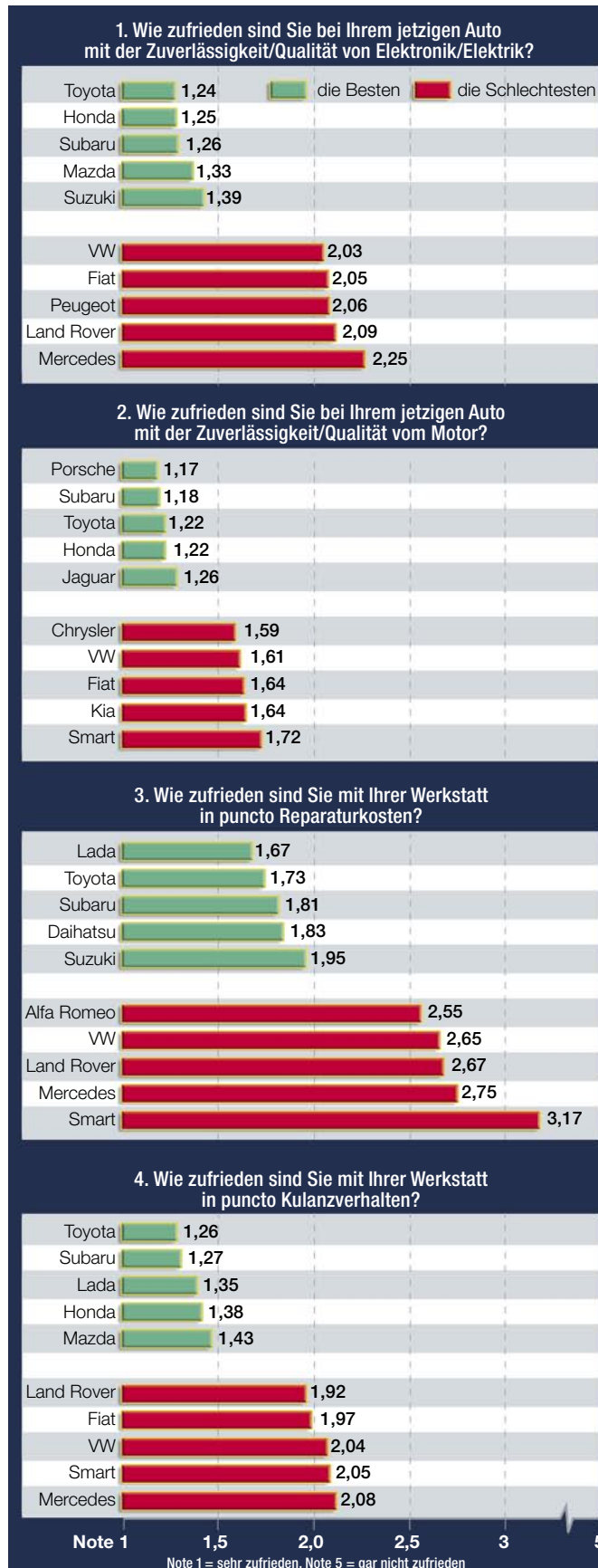
ser Modelle kranken an einer Ursache, die auch aus der ADAC-Pannenstatistik nur allzu bekannt ist: Störungen im Bereich der Elektronik und Elektrik (siehe 1. Grafik rechts). Unser (erst gemeinter) Rat an die betroffenen Firmen: Nehmen Sie doch mal die Modelle der fünf besten japanischen Marken unter die Lupe – die beweisen, wie man Volt und Ampere auch im Alltag störungsfrei im Griff hat.

Besser macht es Mercedes bei der Zuverlässigkeit und der Qualität des Motors. Platz 22 in der Motor-Wertung ist zwar auch kein Spitzenplatz, doch immerhin hat man die Diesel-Technik etwas besser im Griff als die Wolfsburger, die vor allem mit der Dauerhaltbarkeit des Zahnriemens kämpfen. Weniger Aufmerksamkeit schenkt Mercedes scheinbar der Konzern-Tochter Smart, die bei der Kundenbewertung der Motoren die rote Laterne trägt.

Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Werkstatt?

Probleme sind nur halb so schlimm, wenn der Service stimmt. An eine bauartbedingte Schwäche eines Fahrzeugs kann man sich gewöhnen, denn mit jedem Kilometer fällt der Makel etwas weniger auf. Einen vermurksten Werkstatt-aufenthalt mit langen Standzeiten, unzureichenden Reparaturlösungen oder einer überhöhten Rechnung hingegen vergisst man nie. In der Werkstatt kommt der Kunde in direkten Kontakt mit dem Hersteller. Und der ergreift hoffentlich die Chance, sich hier nur von seiner besten Seite zu zeigen – es geht ums gute Image.

Doch wird der Kunde tatsächlich wie ein König behandelt? Wir fragten die *motorwelt*-Leser im zweiten Themenkomplex des Praxistests nach Service, Qualität und Kosten der Markenwerkstätten. Das Ergebnis (siehe auch Grafik »Werkstatt« auf S. 14): Am zufriedensten sind die Kunden von Subaru (Note 1,31), Toyota



(1,38), Honda (1,43), Suzuki (1,45) und Mitsubishi (1,48). Porsche, bei der Produktbeurteilung noch vorn, fällt in der Servicewertung zurück – auch wegen der höheren Kosten.

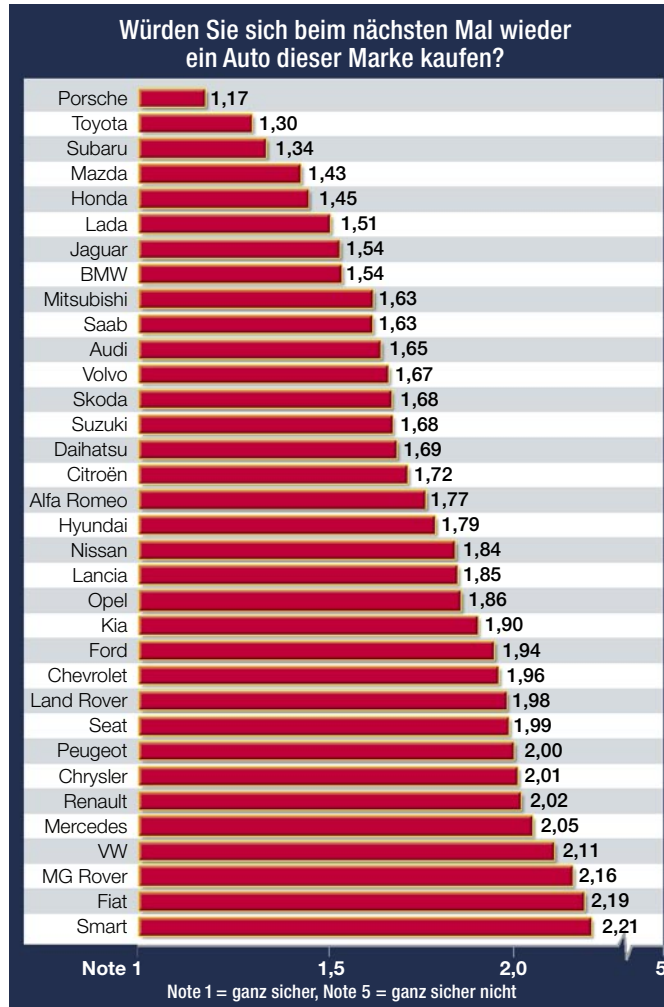
Die Kunden der japanischen Marken sind mit der Preisgestaltung der Hersteller jedenfalls zufrieden (siehe 3. Grafik links). Das alte Vorurteil, die Japaner böten günstige Autos als Lockvogel an, um sich das Geld dann wieder in den Werkstätten zurückzuholen, stimmt also nicht – das mit den günstigen Verkaufspreisen allerdings auch nicht mehr. Wie gut sich die Kunden bei Toyota & Co. aufgehoben fühlen, beweist auch die Beurteilung des Kulanzverhaltens (4. Grafik). Beim Thema Werkstatt kann die Marke Lada, die noch nicht im ADAC-AutoMarX aufgenommen ist, wieder überproportional punkten: Wer nur 1000 Autos pro Jahr verkauft, kann und muss wohl seine Kunden auf Händen tragen – hier darf der Kunde also noch König sein.

360 000 pro Jahr in Deutschland verkaufte Mercedes oder gar 600 000 Volkswagen sind da natürlich eine ganz andere Dimension – allerdings auch die Servicebeurteilung der Kunden der beiden Marktführer. Erstklassig bezahlen, um dann nur zweitklassig behandelt zu werden – für viele Autofahrer stimmt die Relation nicht. Beispiel Mercedes. Jahrelang verkauften die Stuttgarter ihre teuren Premium-Produkte nur mit einer einjährigen Garantie: Mehr brauche man nicht, da sich Mercedes überaus kulant zeige, wenn nach dieser Zeit mal was kaputtginge. Dass dieses Schöne-Welt-Szenario aber nicht der Realität entspricht, zeigt die Kulanz-Bewertung der Betroffenen – auch ein Grund, warum Mercedes beim Service nur enttäuschender Drittleter wird.

Noch schlechter als VW (Note 2,03) und Mercedes (2,04) schneiden in der Werkstatt-Gesamtwertung nur noch Land Rover (2,11) und Smart (2,29) ▶

ab. Bei der Mercedes-Tochter rächt sich das eigenwillige Service-Konzept der in Deutschland homöopathisch verteilten Smart-Center: Ist der Kunde mit der Qualität oder den Preisen seiner Werkstatt unzufrieden, hat er kaum Möglichkeiten, den Wagen woanders reparieren zu lassen. Immerhin hat Mercedes auf dieses Manko reagiert und bietet den Smart samt Service nun auch verstärkt bei den Mercedes-Niederlassungen an.

Ob mit dieser Maßnahme die Absatzflaute bei den kleinen Stadtfützern beendet ist? Es darf bezweifelt werden. Bei der nach Ansicht der Meinungsforscher sehr aussagekräftigen Antwort auf die Frage, ob man erneut ein Produkt dieser Marke kaufen würde, schneidet Smart deutschlandweit am schlechtesten ab (siehe Grafik rechts). Sorgen sollte man sich demnach auch um Fiat machen: Was müssen die neuen Modelle wie der Grande Punto wohl alles bieten, um wenigstens noch einige »gebrannte Kinder« zur Probefahrt zu locken? Bei Fiat, einem der größten Autohersteller der Welt, ist die Unzufriedenheit



der Kunden, die sich in den zurückhaltenden Kaufwünschen widerspiegelt, an den seit Jahren sinkenden Verkaufszahlen ablesbar.

Gut besuchte Showräume bei der Einführung eines neuen Modells haben die Händler der Marken Porsche, Toyota, Subaru, Mazda und Honda garantiert: Die Kunden sind mit dem alten Modell so zufrieden, dass sie darauf vertrauen, mit dem neuen keinen Fehler machen zu können. Auch die seit Jahren wacker kämpfende Lada-Truppe bleibt dem deutschen Markt wohl noch länger erhalten, denn die Kunden schwören fast unisono den Asketen-Modellen Treue.

Interessant ist das relativ gute Abschneiden von BMW. Nicht, dass die Kunden hier keine Probleme mit der Qualität hätten, aber die Gesamtzufriedenheit mit dem Produkt und vor allem der Werkstatt ist einfach größer als bei der Konkurrenz. 21 Plätze liegen im nebenstehenden Ranking zwischen BMW und Mercedes oder VW. Hier sollten die Alarmglocken klingeln – es geht schließlich auch um unsere Konjunktur. **THOMAS KROHER**

Mercedes wieder Spitze

Demokratischer Faktor: Mit dem Praxistest haben die *motorwelt*-Leser beim ADAC-AutoMarX wieder direkt mitentschieden. Obwohl der Stern bei der Kundenzufriedenheit nicht glänzte, liegen die Stuttgarter erneut vorn

MARKENIMAGE. Hier werden drei gleich gewichtete Elemente bewertet: die **Image-Umfrage** des Pkw-Monitors vom ADAC Verlag, die aktuellen **Restwerte** der Gebrauchtwagen und – zusammengefasst – **Werbewirkung** sowie **Werbeausgaben** der letzten sechs Monate (bzw. deren Veränderungen gegenüber dem Vorjahr). Das beste Image genießt bei über 4000 befragten Autofahrern aktuell die Marke BMW, dicht gefolgt von Mercedes und Audi. Am wertstabilsten sind weiterhin die Porsche-Fahrzeuge,

auf Platz zwei die Modelle von Mercedes. Ebenfalls auf hohem Niveau stabil: Audi, BMW und Toyota. Dass Quantität nicht unbedingt auch Qualität bedeuten muss, beweist die Analyse der Werbung: Besonders aktiv in puncto Werbeausgaben waren diesmal die Marken VW, Opel, Toyota, Renault und Ford. Doch fragt man die Kunden, welcher Hersteller generell gute Werbung macht bzw. welche Werbung ihnen in der letzten Zeit besonders aufgefallen ist, haben (mit Ausnahme von VW) meist

andere die Aufmerksamkeit gewonnen: Diesmal waren es Audi, BMW und Mercedes.

MARKTSTÄRKE. Wie gewohnt hält Branchenriese VW bei den **Zulassungen** unangefochten den höchsten Marktanteil vor Opel, Mercedes, BMW, Audi und Ford. Aber auch die Veränderungen gegenüber den Zahlen des Vorjahres wurden wieder bewertet. Sehr gut entwickelten sich demnach Kia, Daihatsu, Chevrolet (früher Daewoo) und Citroën.

KUNDENZUFRIEDENHEIT. Fast 55 000 Autofahrer haben beim

neuen ADAC-Praxistest benotet, wie zufrieden sie alles in allem mit ihrer Automarke sind. Auf Platz eins der **Zufriedenheits-Hitliste:** Porsche, gefolgt von Subaru, Toyota, Honda, Mazda und Mitsubishi.

FAHRZEUGQUALITÄT. Diese Disziplin ist das Herzstück des AutoMarX, denn ohne Qualitätsautos hält sich kein Fahrzeughersteller. Sie bestimmt deshalb auch zu 30 Prozent die Gesamtnote. Mehr als 300 **ADAC-Autotests** aktueller Modelle werden dafür in den zwei Kategorien **Technik** und



Automarkenindex Dezember 2005

Marke	Marken-Image 25%	Markt-Stärke 10%	Kunden-Zufriedenheit 15%	Fahrzeug-qualität 30%	Technik-Trends 10%	Marken-trends 10%	Gesamt-Note	Rang
Mercedes	2,0 ●	2,8 ↗	2,0 ↗	1,7 ●	1,0 ↗	2,8 ↗	1,96	1 ↗
Porsche	2,5 ↘	3,8 ↘	1,2 ↗	1,5 ●	3,0 ●	1,3 ↗	2,06	2 ↗
BMW	2,0 ●	2,9 ↘	1,5 ↗	1,8 ↗	2,0 ↘	3,0 ↘	2,07	3 ↘
Audi	2,2 ●	2,9 ↗	1,7 ↗	1,8 ●	2,0 ↗	2,7 ↗	2,10	4 ↘
Volkswagen	2,3 ↗	1,9 ●	2,0 ↗	1,9 ↘	1,5 ↗	3,2 ↗	2,11	5 ↗
Toyota	3,0 ●	3,5 ↘	1,3 ↘	2,0 ↘	2,0 ↗	2,2 ↘	2,29	6 ↘
Mazda	3,7 ↘	3,8 ↗	1,4 ↘	2,3 ↘	1,7 ↗	3,6 ↗	2,71	7 ↗
Opel	3,6 ↗	2,7 ↗	1,8 ●	2,3 ↗	2,7 ↘	3,4 ↗	2,72	8 ●
Citroën	3,9 ↗	3,4 ↗	1,7 ↗	2,7 ●	1,0 ●	2,4 ↗	2,72	8 ↗
Skoda	3,8 ↗	3,5 ↗	1,6 ↗	2,2 ↗	2,7 ↘	2,9 ↘	2,75	10 ↘
Honda	3,7 ↗	3,6 ●	1,3 ↘	2,7 ↘	2,0 ↘	2,6 ↗	2,76	11 ↘
Ford	3,8 ↘	3,2 ↗	1,8 ↘	2,5 ↗	1,7 ↗	4,1 ↘	2,84	12 ↗
Volvo	3,6 ↘	4,0 ↘	1,5 ●	2,4 ↘	2,5 ↗	3,3 ↘	2,85	13 ↘
Renault	3,7 ↗	3,4 ↗	1,9 ↘	2,9 ↘	2,2 ↘	2,7 ↗	2,89	14 ↗
Peugeot	3,4 ●	3,6 ↘	1,9 ↘	2,8 ↗	3,0 ↘	2,9 ↘	2,91	15 ↘
Subaru	4,1 ↗	3,8 ↗	1,2 ●	2,7 ↗	2,2 ↘	3,1 ↘	2,91	15 ↗
Smart	3,9 ↘	4,0 ↘	2,2 ↘	2,4 ↘	2,7 ↗	3,8 ↗	3,04	17 ↘
Nissan	4,3 ↗	3,7 ↗	1,6 ↘	2,6 ↗	2,7 ↘	3,2 ↘	3,05	18 ●
Saab	4,1 ↘	3,7 ↗	1,5 ↗	2,8 ●	2,0 ↗	4,0 ↘	3,06	19 ↗
Seat	4,1 ↘	3,8 ↘	1,8 ↘	2,4 ↗	3,0 ●	3,9 ↘	3,10	20 ↘
Daihatsu	4,3 ↗	3,4 ↗	1,5 ↘	3,1 ●	2,7 ↗	3,0 ↘	3,14	21 ↗
Mitsubishi	4,0 ●	3,6 ↘	1,4 ●	3,0 ↗	2,7 ↗	4,1 ↘	3,15	22 ↘
Suzuki	4,1 ↗	3,6 ↗	1,5 ●	3,5 ↗	3,0 ●	3,1 ↗	3,26	23 ↗
Jaguar	4,5 ↘	4,4 ↘	1,5 ↗	3,1 ↘	2,3 ↗	3,2 ↘	3,27	24 ↘
Hyundai	4,3 ●	3,7 ↘	1,6 ●	3,5 ↗	3,0 ↘	2,9 ↘	3,34	25 ↘
Kia	4,4 ↘	2,8 ↘	1,8 ↘	3,8 ↗	3,0 ●	3,3 ↘	3,42	26 ●
Fiat	4,5 ↗	4,2 ↗	1,9 ●	3,5 ↘	3,0 ●	3,5 ↗	3,53	27 ↗
Alfa Romeo	3,9 ↘	4,2 ↗	1,7 ↗	4,0 ↗	3,0 ●	4,5 ↗	3,61	28 ↗
Chevrolet	4,4 ↘	3,6 ↗	1,7 ↘	4,1 ●	3,0 ↘	3,9 ↘	3,63	29 ↘
Lancia	4,6 ↗	4,4 ↘	1,8 ●	3,6 ↘	3,0 ●	4,3 ↘	3,64	30 ↘
Land Rover	3,9 ↗	3,9 ↗	2,1 ●	4,4 ↗	3,0 ●	3,8 ↘	3,69	31 ↗
Chrysler	4,4 ↗	4,2 ↘	1,9 ↗	4,6 ↘	2,7 ↗	3,8 ↘	3,81	32 ●
MG Rover	4,9 ↘	5,0 ●	1,8 ↘	4,3 ↘	3,0 ●	5,0 ↘	4,09	33 ↘

↗ Rang verbessert ● unverändert ↘ Rang verschlechtert

Welche Automarken sind die stärksten? Im letzten ADAC-AutoMarxx des Jahres 2005 kann sich nach dem dritten Platz im Juni erneut Mercedes an die Spitze setzen. Der Juni-Sieger BMW fällt auf Platz drei zurück und Porsche tauscht mit Audi den Platz. Der Vormarsch von Toyota ist vorerst gestoppt: Die Japaner mussten VW wieder vorbeiziehen lassen. Weiterhin wacker hält sich die Marke Opel, die nicht nur bei der Marktstärke zulegte, sondern auch das Image verbessern konnte. Ebenfalls weiter im Aufwind: Citroën, Ford und Renault. Die Sorgenkinder bleiben die gleichen: Lancia, Land Rover, Chrysler und die bankrotte englische Marke MG Rover, die – jetzt unter chinesischer Führung – einen Neuanfang zumindest schon mal ins Auge fasst.

Ökonomie/Ökologie ausgewertet. Die nach Zulassungen gewichtete Summe der jeweiligen Testnoten ergibt dann die Gesamtnote für die Marke. Den Spitzenplatz bei der Qualität der Neufahrzeuge (Teilnote!) teilen sich diesmal BMW vor Audi, VW, Mercedes, Porsche und Skoda. Neben der Qualität der Neufahrzeuge beurteilen wir auch die Langzeitqualität. Objektive Messdaten liefern uns dafür die **ADAC-Pan- nenstatistik** und der **TÜV-Report**, die wir in Bezug auf Bestands- und Zulassungszahlen der Modelle gemäß ihrer Marktbedeutung umrechnen. In der aktuellen Pannenstatistik 2004 der ein- bis sechsjährigen Modelle dominieren die japanischen Hersteller: Am zuverlässigsten waren die Fahrzeuge von Mazda vor Subaru, Toyota, Honda, Daihatsu, Mitsubishi und Suzuki. Und am wenigsten Probleme bereiteten dem TÜV bei den fälligen Hauptuntersuchungen im vergangenen Jahr die Prüflinge von Porsche, Toyota, Subaru, Mercedes und Saab.

TECHNIKTRENDS. Hier beurteilt ein ADAC-Expertenteam die Relevanz und das Zukunftspotenzial der technischen **Innovationen**, die eine Marke in den letzten Monaten vorgestellt hat. Die Nase vorn hatte diesmal Citroën vor Mercedes.

MARKENTRENDS. Ein zweites Expertenteam des ADAC bewertet alle wichtigen **Informationen**, die für einen negativen oder positiven Trend einer Marke relevant sein könnten. Nach Meinung des Expertenteams war das Klima in den letzten Monaten besonders günstig für die Marken Citroën, Audi, Porsche und Skoda.

Erfolgreiche Marken verdienen Geld, das in die Zukunft investiert werden kann. Es zählt die **Umsatzrendite** vor Steuern – und die beste hatte Porsche vor Nissan, Hyundai und BMW. THOMAS KROHER ■

info

INTERNET www.adac.de (ausführliche Infos zum ADAC-AutoMarxx unter »motorwelt«)