



Wettkampf um

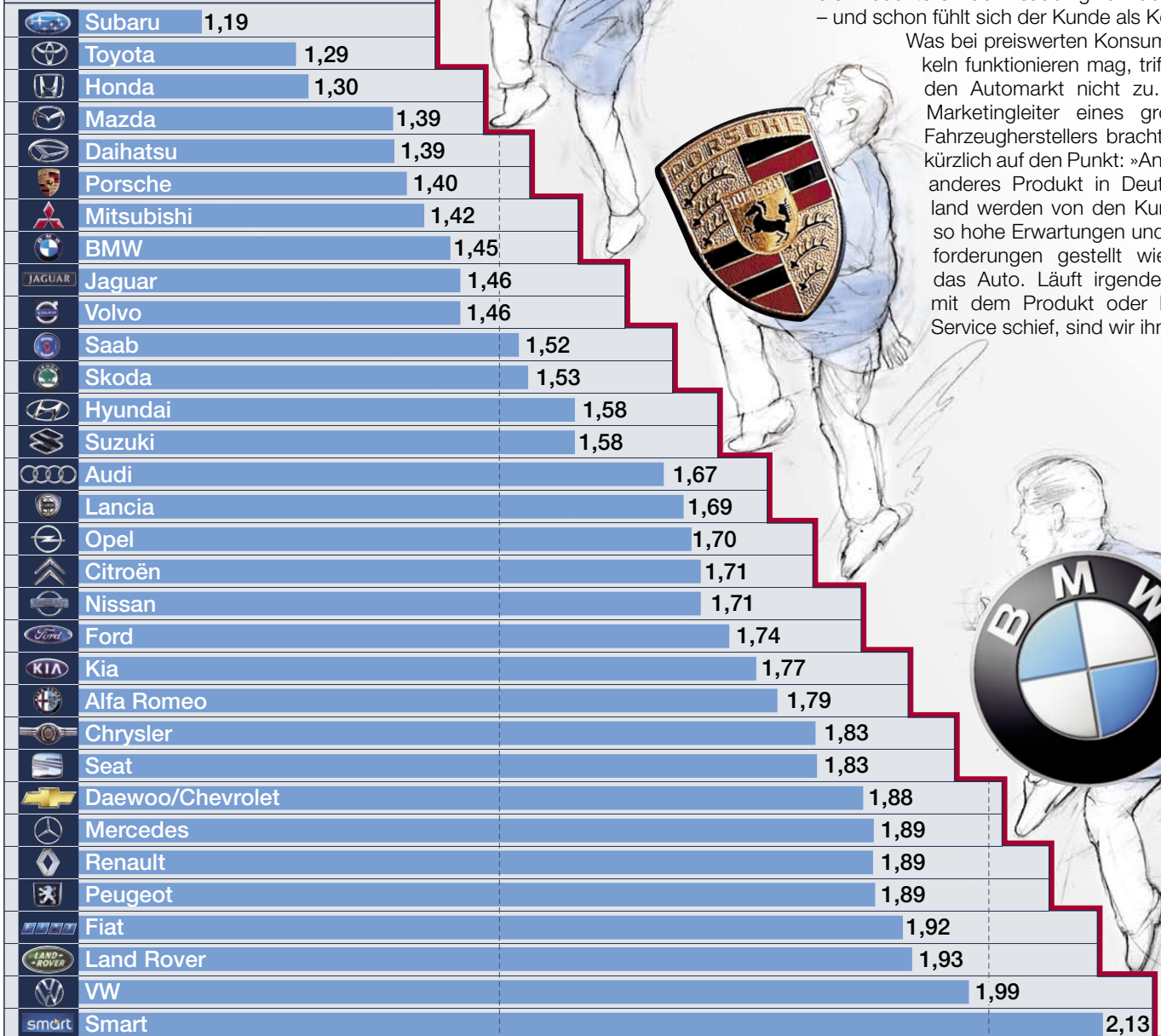
Welche Marke baut die besten Autos und Praxistest ihr eigenes Fahrzeug und den

Zugegeben: Das Bild vom Kunden als König wirkt auf den ersten Blick etwas strapaziert. Fast jeder Händler spricht davon – und macht doch leider oft nicht mehr, als pünktlich seine Türen auf- und zuzusperren. Eine neue Variante liefert aktuell eine Elektromarkt-Kette mit der Melodie des Rio-Reiser-Hits »König von Deutschland«: Es genügt, die Produkte einfach »saubillig« anzubieten – und schon fühlt sich der Kunde als König.

Was bei preiswerten Konsumartikeln funktionieren mag, trifft für den Automarkt nicht zu. Der Marketingleiter eines großen Fahrzeugherstellers brachte es kürzlich auf den Punkt: »An kein anderes Produkt in Deutschland werden von den Kunden so hohe Erwartungen und Anforderungen gestellt wie an das Auto. Läuft irgendetwas mit dem Produkt oder beim Service schief, sind wir ihn los.

Wenn Sie Ihre Erfahrungen mit dem Auto und der Werkstatt zusammenfassen: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Automarke?

Note 1 = sehr gut Note 5 = schlecht



Note 1

1,5

2,0

die Gunst des Kunden

hat die zufriedensten Kunden? Fast 55 000 Leser der motorwelt beurteilten beim ADAC-Werkstatt-Service. Die Sieger: Fünf japanische Hersteller – doch die deutschen Marken holen auf

Das Schlimmste: Um einen verlorenen Kunden zurückzugewinnen, muss ich genauso viel investieren wie für die Erwerbung von drei Neukunden.«

Erfolgreiche Kundenbindung ist also nicht nur eine Frage der Höflichkeit, sondern zählt sich auch aus – und so müsste man eigentlich davon ausgehen, dass die Fahrzeughersteller ihr Bestes geben. Doch wie gut fühlt sich der deutsche Autofahrer als Kunde bei seiner Marke tatsächlich aufgehoben? Hat er das Gefühl, dort wirklich König zu sein? Wir baten unsere Leser um die Beantwortung eines detaillierten Fragebogens, den wir im Juni-Heft und im Internet bereitstellten. Und auch in diesem Jahr machten wieder circa 55 000 Autofahrer beim großen ADAC-Praxistest mit.

Bei der umfangreichsten Leserbefragung zum Thema Zufriedenheit der Autofahrer wurden die Alltagsqualitäten des eigenen Fahrzeugs abgefragt sowie die Erfahrungen mit den Werkstätten des jeweiligen Herstellers oder Importeurs. Vorgegeben war eine Beurteilungsspanne von »sehr zufrieden« bis »gar nicht zufrieden«, was – angelehnt an Schulensuren – einer Notenskala von 1 bis 5 entspricht.

Die Frage, wie zufrieden der Fahrer insgesamt mit der Automarke ist, geht mit 15 Prozent Gewichtung in den aktuellen ADAC-AutoMarX ein (siehe Seite 26). Die Wertung wird auch eine Rolle spielen, wenn der Club am 18. Januar in München den ADAC-Preis »Gelber Engel« in der Kategorie »Qualität 2007« vergibt – ermittelt aus den Ergebnissen dieser Kundenzufriedenheits-Umfrage und der ADAC-Pannenstatistik. In den

beiden Vorjahren ging der begehrte Qualitäts-Preis an Toyota für Avensis und Yaris.

Auto

Welcher der 32 Hersteller (siehe Grafik Seite 22) baut aus Kundensicht die besten Autos? Dazu mussten 14 Fragen zu Zuverlässigkeit, Qualität und Fahrzeugeigenschaften für das eigene Auto beantwortet werden – von der Elektronik bis zum Fahrspaß. Das Ergebnis der Produktwertung: Porsche liegt vorn! Besonders gut schneiden bei den Porsche-Fahrern der Boxster und Cayman ab, tendenziell etwas schwächer wird der Cayenne benotet. Die Beurteilung der Geländewagen drückt die Durchschnittsnote auf 1,24, beim Vorjahressieg von Porsche waren es noch 1,11.

Die Verfolger kommen näher – nur Toyota schwächelt: vor zwei Jahren bei der Auto-Beurteilung noch Nummer eins, im letzten Jahr auf dem zweiten Platz und diesmal nur Rang fünf. Hervorragend platzierten sich beim größten japanischen Hersteller wie gewohnt alle Lexus-Modelle, doch Aygo, Corolla und Avensis werden inzwischen etwas kritischer beurteilt.

Klein, aber fein präsentiert sich erneut der Allradspezialist Subaru, dessen Fahrzeuge – trotz fehlender Dieselmotoren – es diesmal sogar auf den zweiten Platz schafften (Note 1,26). Mit Rückenwind fahren auch die runderneuerten Hondas auf Platz drei (1,32). Die Konzern-Entscheidung, die neuen Modelle wieder individuell unverkennbar zu gestalten, kommt bei den Kunden also gut an.

Die großen deutschen Fahrzeughersteller BMW (1,42), Audi (1,55), Opel (1,69) und Ford (1,71) liegen bei den Beurteilungen der Fahrzeuge im Mittelfeld.

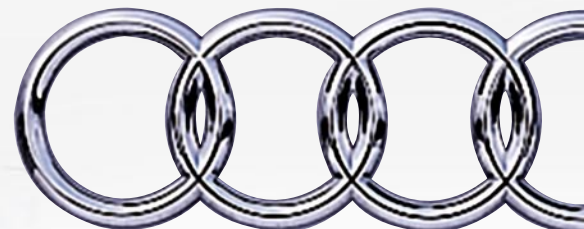
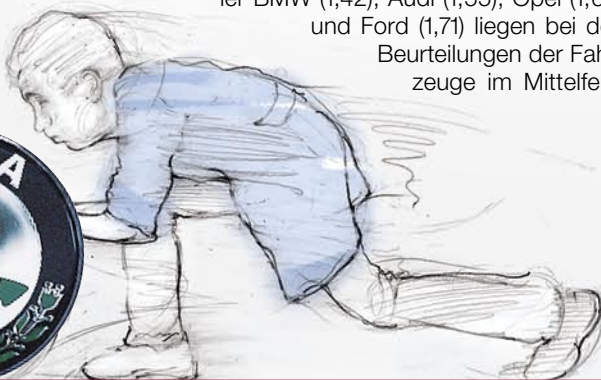
Ein Fortschritt ist das Abschneiden von Mercedes: Im Vorjahr mit der Note 1,86 noch auf dem vorletzten Rang, konnte die Marke diesmal mit der Durchschnittsbewertung von 1,75 einige Plätze gutmachen. Sorgenkinder bleiben die inzwischen eingestellte V-Klasse (3,20), der Vaneo (2,21), das G-Modell (2,14) und die alte A-Klasse (2,16). Die neueren Modelle werden durchweg besser beurteilt.

VW bleibt wie im vergangenen Jahr das Schlusslicht in der Produkt-Wertung: Die Bestseller Golf V und Touran schneiden zwar beide zufriedenstellend ab (1,73), doch vor allem die Elektronikprobleme von Sharan (2,23) und T5 (2,10) verhindern ein insgesamt besseres Ergebnis.

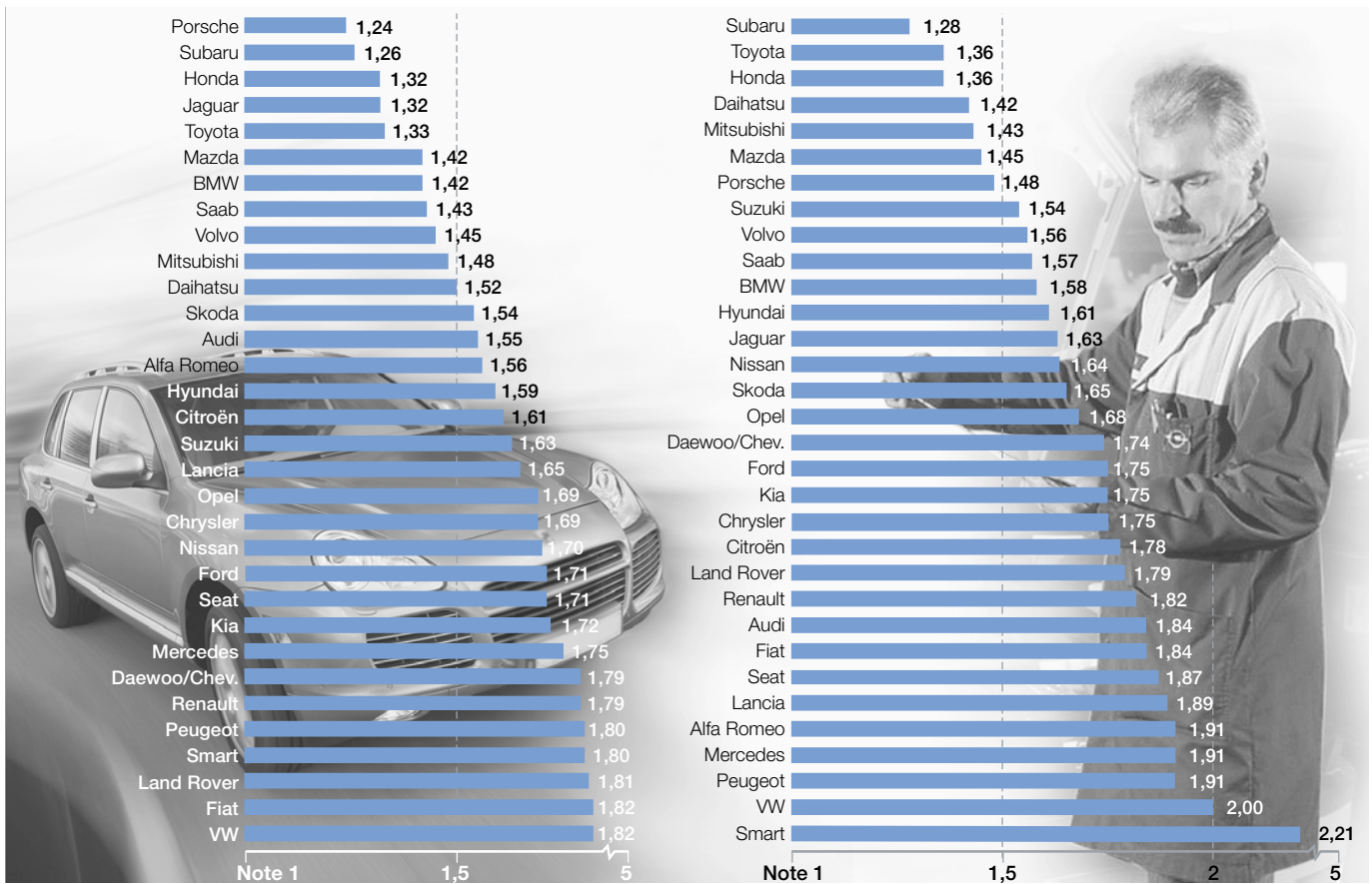
Werkstatt

Probleme sind nur halb so schlimm, wenn der Service stimmt. Eine bauartbedingte Schwäche des Fahrzeugs verzeihen Kunden eher als einen vermurksten Werkstattaufenthalt mit langen Standzeiten, schlammigen Reparaturen oder einer überhöhten Rechnung. In der Werkstatt kommt der Kunde in direkten Kontakt mit dem Hersteller. Und der ergreift dann hoffentlich die Chance, sich hier von seiner besten Seite zu zeigen – das erfolgreiche Prinzip guter Kundenbindung.

Und wie ist die Realität? Wir fragten die motorwelt-Leser im zweiten Themenkomplex nach Service, Qualität und Kosten der Markenwerkstätten. Das Ergebnis: Am zufriedensten sind auch hier die Kunden von Subaru (Note 1,28), Toyota (1,36), Honda (1,36), Daihatsu (1,42), Mitsubishi (1,43) und Mazda (1,45), die mit Ausnahme von Daihatsu auch in der Produktbewertung unter den ersten zehn zu finden sind. Porsche, bei der Wahl der besten Autos ▶



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



Note 1 = sehr zufrieden Note 5 = gar nicht zufrieden

Die Modelle von Porsche, Subaru, Honda, Jaguar und Toyota überzeugen ihre Fahrer – die von Smart, Land Rover, Fiat und VW weniger

Beim Service ganz vorne: Subaru, Toyota, Honda, Daihatsu und Mitsubishi. Weniger beliebt: die Werkstätten von Mercedes, Peugeot, VW und Smart

noch vorn, fällt auf den siebten Platz zurück – vor allem die zu hohen Kosten werden dort moniert.

Dass die japanischen Hersteller bei der Werkstatt-Wertung so hervorragende Plätze belegen, beweist: Das alte Vorurteil, die Japaner böten Neufahrzeuge nur als billige Lockvögel an, um sich das Geld dann in der Werkstatt wieder zurück-zuholen, ist falsch. Allerdings muss leider das Vorurteil mit den preiswerten Neufahrzeugen auch als überholt gelten.

Mit Subaru bietet eine kleine Marke den besten Service an: Wer nur relativ wenige Fahrzeuge pro Jahr verkauft, kann und muss wohl seine Kunden auf Händen tra-

gen. Die finden's prima – denn hier dürfen sie wirklich noch König sein.

Nehmen wir den umgekehrten Fall: VW ist mit etwa 600 000 verkauften Volkswagen der unangefochtene Marktführer in Deutschland – und hat als Vorletzter unseres Praxistests beinahe die unzufriedensten Werkstatt-Kunden. An der Größe des Unternehmens, die eine sehr persönliche Betreuung des einzelnen Kunden schwerer macht, liegt es nicht allein. Es kommen zwei Faktoren hinzu: Zum einen drücken die Besitzer von Sharan, T4 und T5 sowie Lupo das Ergebnis. Denn viele von ihnen mussten eben

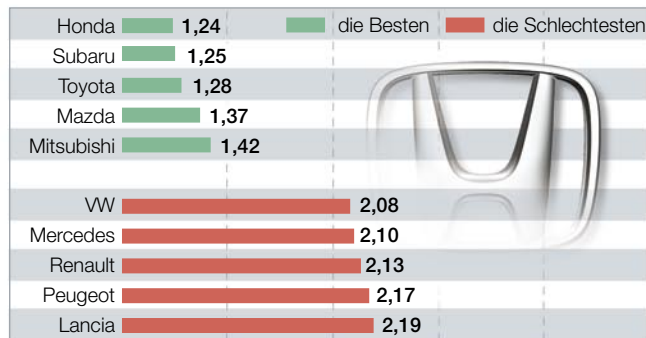
nicht nur einmal zur routinemäßigen Inspektion in die Werkstatt, sondern auch außerplanmäßig. Zum anderen spielen die Erwartungen der VW-Besitzer eine Rolle. Man kauft »Made in Germany«, zahlt dafür etwas mehr und verlangt in der Werkstatt eine entsprechende Leistung. Bleibt diese aus, ist der Kunde vom Betrieb enttäuscht.

Noch hinter VW platzierten sich die Werkstätten von Smart beim Service als Schlusslicht. Ein Grund: Die Smart-Center wurden von der Konzernmutter DaimlerChrysler in Deutschland nur in homöopathischer Dosierung verteilt. Die meisten Kunden haben daher lange Anfahrtswege zur Werkstatt, kaum Wahlmöglichkeiten und müssen die geforder-



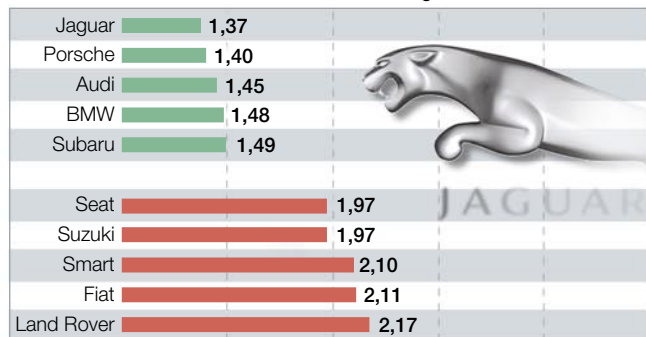
Wie zufrieden sind Sie...

bei Ihrem Auto mit der Qualität von Elektrik/Elektronik?



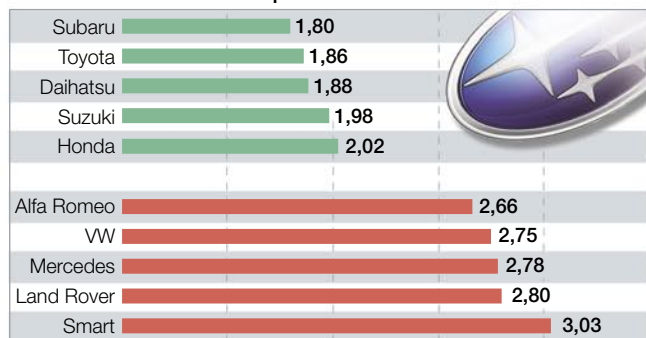
Wie zufrieden sind Sie...

bei Ihrem Auto mit der Qualität der Verarbeitung im Innenraum?



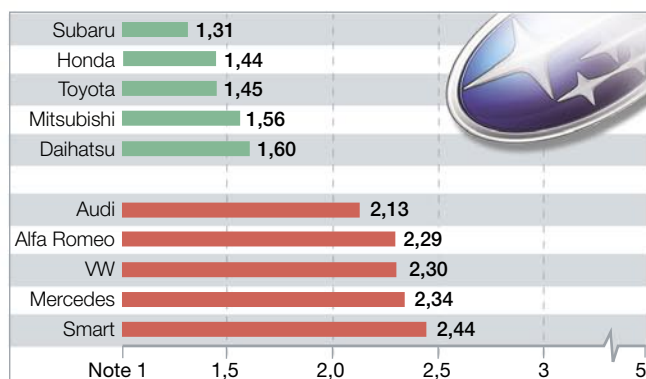
Wie zufrieden sind Sie...

mit Ihrer Werkstatt bei den Reparaturkosten?



Wie zufrieden sind Sie...

mit Ihrer Werkstatt beim Kulanzverhalten?



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

ten Preise deshalb auch klaglos schlucken. Kein Wunder, dass viele Kunden murren.

Marke

Welcher Hersteller kann sich nun über die insgesamt zufriedensten Kunden freuen? Bei der letzten Frage des Praxistests waren die motorwelt-Leser aufgefordert, ihre Erfahrungen mit dem Auto und der Werkstatt zusammenzufassen. Und das Votum fiel eindeutig aus: Subaru darf sich mit der hervorragenden Durchschnittsnote von 1,19 die neue Nummer eins in Deutschland nennen. Mit Toyota (1,29), Honda (1,30), Mazda (1,39) und Daihatsu (1,39) folgen vier weitere japanische Marken auf den nächsten Plätzen – für Branchenkenner keine Überraschung. Technik und Service beherrschen die Anbieter aus Japan nicht erst seit jüngster Zeit perfekt. Was noch fehlt, ist ein emotionaleres Image der Modelle. Doch daran wird – wie auch bei Hyundai und Kia in Korea – mit Sicherheit schon fieberhaft gearbeitet.

Mit emotional ansprechenden Modellen und guter Technik ist der Vorjahressieger Porsche erfolgreich. Dass diesmal nur der insgesamt sechste Platz in der Zufriedenheits-Hitliste drin war, erklärt sich durch die veränderte Sicht der Kunden: Bei aller Begeisterung für die Fahrzeuge wird inzwischen verstärkt auf ein stimmiges Preis-Leistungs-Verhältnis geachtet – und das muss passen. Die Marke BMW, die teilweise die gleiche Klientel anspricht, konnte zu Porsche beinahe aufschließen. Verbessert hat sich auch Mercedes, die nach dem dritt schlechtesten Ergebnis im vorigen Praxistest (Note 2,02) viel Hä-

me einstecken mussten. Dank durchweg besserer Service- und auch Produktbewertungen konnten sich die Stuttgarter mit der Durchschnittsnote 1,89 diesmal etwas vom Tabellenende absetzen.

Ganz unten stehen weiterhin VW und Smart. Während die Wolfsburger ihre etwas unentschlossen wirkende Produktpalette in kleinen, aber beharrlichen Schritten modernisieren, vollzog Smart mit der Einstellung des Forfour und dem komplett neuen Fortwo einen harten Schnitt in der Modellpolitik. Auch das System der monopolistischen Smart-Center ist Vergangenheit – es kann also nur besser werden.

Fazit

Der Erfolg der kleineren japanischen Marken und das schwache Abschneiden der deutschen Premium-Hersteller beweisen: Zufriedenheit hat viel mit Anspruch und Wirklichkeit zu tun. Wer vergleichsweise wenig für ein gut ausgestattetes Fahrzeug zahlt, das keine Probleme macht, ist leicht zufriedenzustellen. Wer viel für ein Auto zahlt, das ab und zu noch muckt, erwartet in der Werkstatt zumindest einen roten Teppich – und den rollen nur wenige Betriebe aus.

Doch bei aller Kritik: Die Durchschnittsnoten in unserem Praxistest liegen zwischen eins und zwei – viele Eltern wären froh, wenn ihre Kinder solche Zensuren nach Hause brächten.

THOMAS KROHER ■

Schlusslicht im Praxistest: Smart

