

Zufrieden-Heizer

**AUTOFAHRER
STUDIE**
J.D. POWER
McGRAW HILL FINANCIAL



Wer schnell fährt, grinst viel. Was keinesfalls als Anstiftung zum Rasen gemeint ist, sorgt bei Porsche in der J. D. Power-Studie 2014 für den ersten Markensieg. Dabei profitiert die schwäbische Traditionsmarke von der Emotionalität ihrer Modelle

Wir bedanken uns beim Porsche-Zentrum Nürnberg für die freundliche Unterstützung und die spontane Bereitstellung des Fotomotivs

Kundenzufriedenheit ist gerade für eine Marke wie Porsche eine der höchsten Währungen, denn einen Porsche kauft man nicht einfach so – oder weil man gerade zufällig ein Auto braucht. Mit einem Porsche erfüllt man sich einen Lebensraum.

Die Legende um die Marke Porsche ist ja schließlich auch nicht aus dem Nichts heraus entstanden, sondern wurde von enthusiastischen Kunden in die Welt hinausgetragen – echten Fans eben. Und der Vorbote des Fantoms heißt: Kundenzufriedenheit.

Diesem Phänomen gehen die Marktforscher von J. D. Power auch im Jahre 2014 wieder nach und fragen, wie zufrieden echte Kunden nach im Schnitt zwei Jahren Autofahralltag mit ihrer Kaufentscheidung sind. In der diesjährigen Zufriedenheitsstudie waren es exakt 18288 auswertbare Antwortbögen, aus denen die Experten ein aussagekräftiges Ranking zusammengestellt haben. Aus dieser Liste geht hervor, wessen Kunden mit dem gekauften Produkt am zufriedensten sind, warum sie das sind und wo die Schwachstel-

len der einzelnen Hersteller liegen. Doch damit nicht genug: Neben dem Markenranking finden Sie im Umhänger dieser Ausgabe eine detaillierte Aufschlüsselung aller 122 ausgewerteten Modelle, aufgeteilt in neun Fahrzeugklassen. So kann sich jeder sein eigenes Auto – oder das kommende Wunschfahrzeug – herauspicken, die Ergebnisse mit den eigenen Erfahrungen abgleichen oder hilfreiche Informationen für den nächsten Autokauf finden.

Nun jedoch zum Markenranking: Dieses Jahr finden sich 26

Autohersteller im offiziellen J. D. Power-Ranking, also einer mehr als im Vorjahr – und ausgerechnet dieser Wiedereinsteiger gewinnt auch noch. Dabei legen Porsche-Käufer ganz andere Maßstäbe an als Kunden konventionellerer Automarken. Die Stuttgarter holen ihre Punkte vor allem in emotional geladenen Kategorien wie Attraktivität, Materialqualität oder Fahrdynamik. Doch auch objektive Punkte wie die Zuverlässigkeit oder der Händlerservice schneiden hervorragend ab. Daran merkt man, dass die Kunden mit dem Ge-

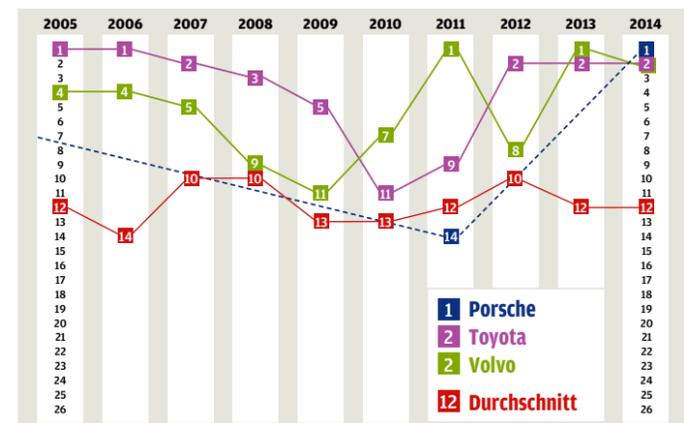
samtpaket der Schwäbischen Marke höchst zufrieden sind. Man betrachte nur den Abstand (1,7 Prozent) auf die darauffolgenden Marken Toyota, Volvo und Mercedes – alle drei mit jahrelanger J. D. Power-Erfahrung gesegnet und jeder für sich mehrfacher Markensieger.

Die einzelnen Bewertungen der übrigen 23 Marken und deren Positionsentwicklung der vergangenen zehn Jahre sowie die Gewinner und Verlierer der 2014er-Studie finden Sie auf den nachfolgenden Seiten. **ab**

Platz 1 Porsche Schwäbische Schätzle

Wie kann es sein, dass ein Hersteller von Luxus Sportwagen die zufriedensten Kunden hat? Wo doch ein ordentlich ausgestatteter Elfer den Gegenwert eines guten Einfamilienhauses kostet... Die Antwort: Porsche-Kunden ist das nicht wirklich wichtig. Klar, die Kostenwertung ist nicht Porsches Paradedisziplin, doch der schwäbische Hersteller gleicht seine Schwächen mit purer Faszination aus. In den Bereichen Leistungsfähigkeit, Attraktivität oder Qualität macht Porsche so schnell keiner etwas vor.

Daran ändert auch nichts, dass die Stuttgarter mit dem Cayenne nur ein Modell in der Wertung haben. 911, Boxster, Panamera oder Cayman zahlen dennoch in die Markenwertung ein und helfen Porsche zum ersten J. D. Power-Sieg. Glückwunsch!



Platz 2 Toyota Bester Massenhersteller

Nach schweren Jahren zwischen 2009 und 2011 hat man sich bei Toyota auf dem zweiten Platz festgesetzt. Zum dritten Mal in Folge müssen die Japaner mit Silber leben – wobei: Wie bereits angedeutet, lief es für den früheren J. D. Power-Seriensieger auch schon einmal schlechter. Das Motto muss also lauten: Kopf nach oben, Ärmel hochgekrempt und das tolle Niveau mindestens halten – dann klappt das schon wieder mit dem ersten J. D. Power-Sieg seit der 2006er-Studie. Bis dahin kann sich Toyota mit dem

inoffiziellen Titel „Bester Japaner“ sowie dem erneuten Klassensieg des Yaris trösten – beides nun schon zum dritten Mal in Folge. Ach ja, beinahe vergessen: Ganz nebenbei ist der Avenis das beste Modell der gesamten Studie und siegt in der Mittelklasse.



Platz 2 Volvo Es fehlt nicht viel

2012 war ein bitteres Jahr für Volvo. Nach dem grandiosen Markensieg des Vorjahres war man bis auf Rang 8 durchgereicht worden. Dies passiert Volvo als aktuellem Titelverteidiger zum Glück nicht: Dem zweiten Markensieg vor Jahresfrist folgt in dieser Studie ein fast ebenso starker, wenn auch geteilter zweiter Platz. Dazu kommt, dass der V70 seinen Vorjahressieg im äußerst sensiblen Bereich der Ober- und Luxusklasse wiederholt und die versammelte deutsche Premiumkonkurrenz alt aussehen lässt.

Die Verantwortung, das hohe Niveau aufrechtzuerhalten, liegt nun allein bei Volvo, denn etabliert hat man sich nach drei guten Resultaten innerhalb von vier Jahren noch lange nicht – das lehrt die Schweden ebenjenes schmerzhaftes Ergebnis von 2012.



Rangliste 2014

Die Hersteller im Überblick

Mit welchem Hersteller sind Autokäufer am zufriedensten, welcher fällt gnadenlos durch? Auf den folgenden Seiten finden Sie alle Ergebnisse zur umfangreichsten Autofahrerstudie Deutschlands

Logo	Brand	Platz	Prozent
	PORSCHE	1	83,5%
	TOYOTA	2	81,8%
	VOLVO	2	81,8%
	MERCEDES-BENZ	4	81,1%
	SKODA	5	80,5%
	MITSUBISHI	6	80,0%
	VW	7	79,9%
	MAZDA	8	79,4%
	BMW	9	79,3%
	KIA	10	79,0%
	MINI	11	78,9%
	SEAT	11	78,9%
	AUDI	13	78,6%
	NISSAN	14	78,1%
	HONDA	15	77,9%
	PEUGEOT	16	77,8%
	FORD	17	77,7%
	SUZUKI	18	77,6%
	OPEL	19	77,4%
	SMART	19	77,4%
	CITROËN	21	77,2%
	HYUNDAI	22	76,9%
	RENAULT	23	76,6%
	DACIA	24	75,6%
	CHEVROLET	25	73,1%
	FIAT	26	72,9%