

MarkenMonitor 2022

Händlerzufriedenheitsanalyse



ifa



Auto
Scout24

Inhalt



3		Hersteller-Händler-Beziehung
7		Konzept
13		Ergebnisse
19		Angebote
21		Kontakt

Hersteller-Händler-Beziehung



Möglichkeiten zur Analyse der „Beziehungssituation“

- Eigene Erhebung
- Beratungsunternehmen
- Außendienst
- Händlerverband



Der IfA MarkenMonitor

Schwächen und Gefahren

- Interessenkonflikt
- Fehlende Unabhängigkeit
- Misstrauen der Befragten
- Kein Benchmarking
- Kein Zeitreihenvergleich



Konzept



Stichprobe

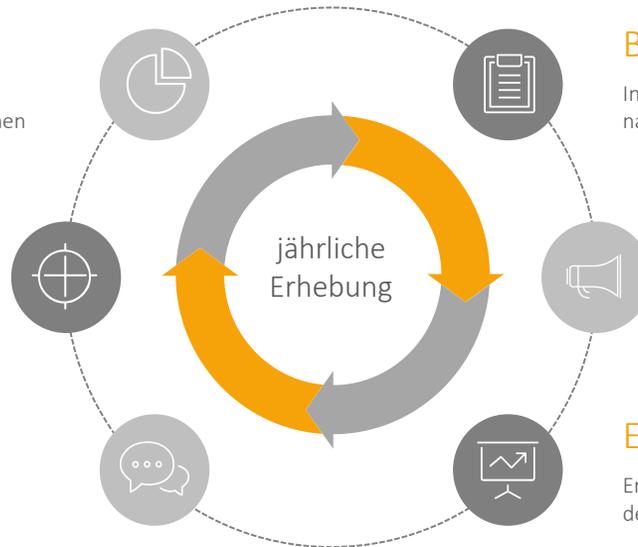
Rund 1.000 Inhaber und Führungskräfte
markengebundener Autohausunternehmen

Eingrenzung

Keine reinen Servicebetriebe sowie
keine Herstellerniederlassungen

Interviews je Marke

Markenbezogene Quotierung
(15 bis 40 Interviews je Marke)



Bewertung

Intuitive Bewertung
nach dem Schulnotensystem

Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitswirksame Prämierung
der Sieger in einzelnen Markengruppen

Ergebnispräsentation

Ergebnispräsentation und Preisverleihung in
der Zukunftswerkstatt 4.0 in Esslingen/Stuttgart

Fünf Markengruppen

Deutsche Volumen

- Volkswagen | 18,4%
- Ford | 6,4%
- Opel | 5,7%

Deutsche Premium

- Mercedes | 9,5%
- BMW | 8,2%
- Audi | 7,2%

Große Importeure

- Skoda | 5,9%
- Renault | 4,0%
- Seat | 4,0%
- Hyundai | 3,8%
- Fiat | 2,9%
- Toyota | 2,6%
- Kia | 2,2%
- Peugeot | 2,0%

Kleine Importeure

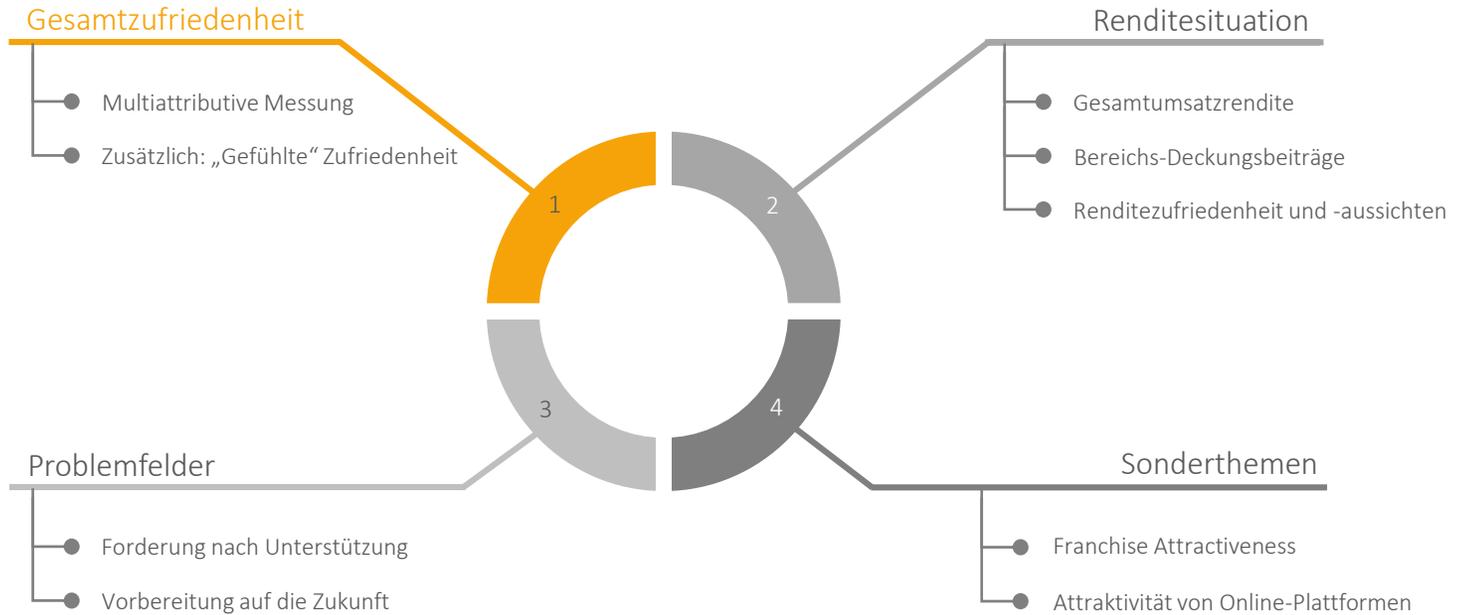
- Mazda | 1,7%
- Citroen | 1,6%
- Volvo | 1,6%
- Mitsubishi | 1,5%
- Nissan | 1,1%
- Suzuki | 1,0%
- Honda | 0,4%
- Subaru | 0,2%

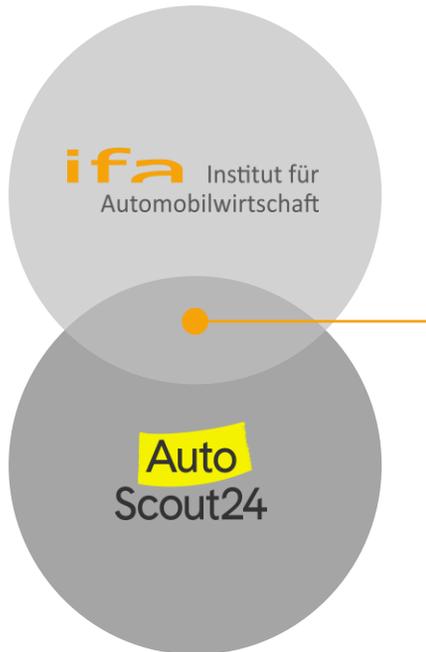
Nischenspezialisten

- Mini | 1,5%
- Porsche | 0,9%
- Jaguar/LR | 0,7%
- Maserati | 0,0%



Ranking und Sonderthemen





ifa Institut für
Automobilwirtschaft

Kompetenzzentrum Automobilwirtschaft

Das Institut für Automobilwirtschaft (IfA) wurde im Jahr 1995 gegründet und ist eine wissenschaftliche Einrichtung der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt (HfWU). Aufgabenschwerpunkte liegen in der branchenorientierten und praxisnahen Forschung und Lehre entlang der gesamten automobil- und mobilitätswirtschaftlichen Wertschöpfungskette.

MarkenMonitor **Händlerzufriedenheitsanalyse seit 1998**

Der IfA MarkenMonitor untersucht die Entwicklungen innerhalb der Hersteller-Händlerbeziehung seit dem Jahr 1998. Die jährlich durchgeführte Untersuchung stützt sich auf rund 1.000 Expertenmeinungen von Geschäftsführern und Inhabern von Autohausunternehmen.

**Auto
Scout24**

Europaweit der größte Online-Automarkt

AutoScout24 ist mit rund 1,5 Mio. Fahrzeug-Inseraten und mehr als 43.000 Händlerkunden europaweit der größte Online-Automarkt. Mit AutoScout24 können Nutzer Gebraucht- sowie Neuwagen finden, finanzieren, kaufen, abonnieren, leasen und verkaufen. Der Marktplatz inspiriert rund um das Thema Auto und macht komplexe Entscheidungen einfach.

Ergebnisse



Ranking nach Gesamtzufriedenheit

Rang	Marke	Bewertung
1	 PORSCHE	2,20
2	 MITSUBISHI MOTORS	2,21
3	 SUBARU	2,69
4	 MINI	2,80
5		2,84
6	 mazda	2,93
7		2,98
8		3,04
9	 SEAT	3,05
10	 HYUNDAI	3,08
11		3,09
12	 NISSAN	3,11
13		3,20

Rang	Marke	Bewertung
14	 VOLVO	3,28
15		3,31
16	 <i>Maserati</i>	3,34
17	 ŠKODA	3,37
18	 JAGUAR LAND-ROVER	3,40
19		3,64
20		3,86
21	 SUZUKI	3,88
22	 HONDA	3,99
23	 FIAT	4,05
24	 <i>Ford</i>	4,07
25		4,24
26	 CITROËN	4,40

1 = sehr gut bis 6 = ungenügend | n = 949



Gruppensieger
DEUTSCHE VOLUMEN

3,64



Gruppensieger
DEUTSCHE PREMIUM

2,84



PORSCHE

Gruppensieger
NISCHENSPEZIALISTEN

2,20





Gruppensieger

GROÙE IMPORTEURE



Gruppensieger

KLEINE IMPORTEURE



Nachhaltig positive Entwicklung

NACHHALTIGKEITSSIEGER



Sieger in den Beziehungsfeldern

Führende Marke im Beziehungsfeld

PRODUKT UND MARKE



Führende Marke im Beziehungsfeld

VERTRIEBSPOLITIK



Führende Marke im Beziehungsfeld

NETZPOLITIK



Führende Marke im Beziehungsfeld

AFTERSALES

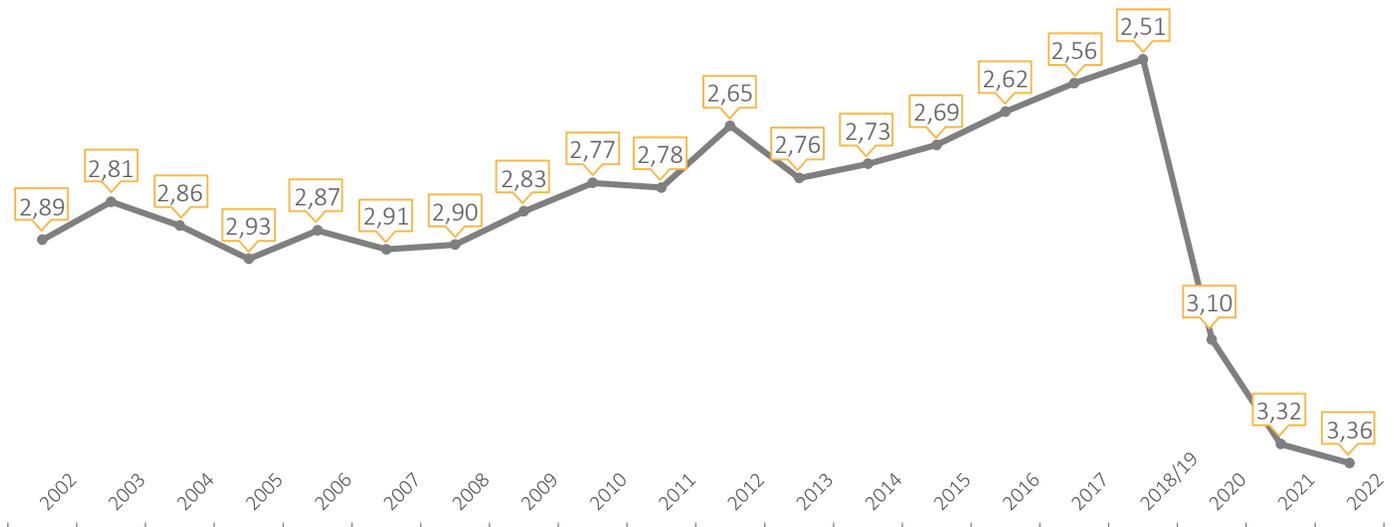


Führende Marke im Beziehungsfeld

GEBRAUCHTWAGEN



Entwicklung der Gesamtzufriedenheit

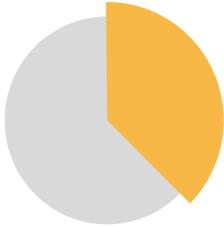


1 = sehr gut bis 6 = ungenügend | n = 949

Angebote

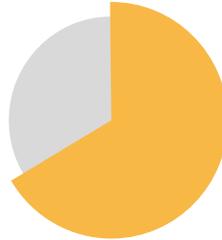


MarkenMonitor STUDIE



- Entwicklung der Gesamt- und Renditezufriedenheit auf Branchenniveau
- Entwicklung der Gesamtzufriedenheit auf Markenniveau
- Ergebnisse auf Ebene der fünf Beziehungsfelder mit Nennung der Best-/Worst-Items für 25 Marken
- Auswertung des Sonderthemas auf Branchenniveau

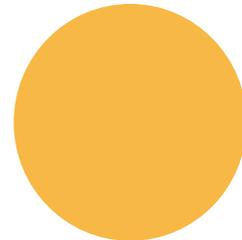
MarkenMonitor INSIGHT



Zusätzlich zu MarkenMonitor STUDIE

- Ergebnisse und Vorjahresvergleich der Entwicklungen Ihrer Marke in den 39 Einzelkriterien
- Detaillierte Auswertung der Sonderthemen
- Gegenüberstellung der Markenergebnisse zur Situation in den strategischen Gruppen sowie Reflexion an Branchenvergleichswerten
- O-Töne der befragten Führungskräfte
- Ergebnispräsentation & Diskussion (optional)

MarkenMonitor INDIVIDUAL



Zusätzlich zu MarkenMonitor INSIGHT

- Integration markenspezifischer Schwerpunkte in den Fragebogen
- Beibehaltung des grundsätzlichen Untersuchungsdesigns mit 39 Einzelkriterien
- Gemeinsame Definition der zusätzlich zu integrierenden Fragen auf Basis aktueller markenindividueller Herausforderungen
- Auswertung der markenspezifischen Ergebnisse
- Ableitung konkreter Handlungsoptionen

Kontakt





Prof. Dr. Stefan Reindl
Direktor

Tel.: +49 (0) 7331 22440
Mail: stefan.reindl@ifa-info.de



Prof. Dr. Benedikt Maier
Stellvertretender Direktor

Tel.: +49 (0) 7331 22442
Mail: benedikt.maier@ifa-info.de



Alexander Wottge M. A.
Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Tel.: +49 (0) 7331 22443
Mail: alexander.wottge@ifa-info.de



Dr. Christoph Buchmann
Director Sales & Strategic Partnerships

Tel.: +49 (0) 151 2163 2841
Mail: christoph.buchmann@autoscout24.com



Peter Kropf
Strategic Account Manager - OEM

Tel.: +49 (0) 172 181 9184
Mail: peter.kropf@autoscout24.com

ifa Institut für
Automobilwirtschaft

Parkstraße 4
73312 Geislingen/Steige

www.ifa-info.de
mail@ifa-info.de

Tel. +49 (0) 73312 22440
Fax +49 (0) 73312 22450