

Ausgezeichnete Platzierungen bei zwei Marktuntersuchungen

Vertragshändler von Land Rover und Jaguar äußern Zufriedenheit mit ihren Marken

Schwalbach, 9. April 2010 - Die deutschen Vertragshändler der beiden renommierten Automarken Jaguar und Land Rover haben in zwei Untersuchungen ihre Zufriedenheit mit ihren Marken und Vertriebsgesellschaften zum Ausdruck gebracht. Während Jaguar im "Dealer Satisfaction Index" der Bamberger Forschungsstelle Automobilwirtschaft (FAW) Platz 4 belegte, kam Land Rover jetzt im "Schwacke MarkenMonitor" des Instituts für Automobilwirtschaft (IFA) auf einen hervorragenden dritten Platz in der Rangliste der Nischenfabrikate. Ergebnisse und Preisträger der IFA-Studie wird ihr wissenschaftlicher Leiter Prof. Willi Diez am 9. April in Leipzig am Vorabend der "Auto Mobil International" (AMI) präsentieren.

Zum 13. Mal analysierten Prof. Diez und seine Mitarbeiter die Zufriedenheit der Autohändler in Deutschland. Für Land Rover bedeutete diese Zahl jedoch keinesfalls Unglück - im Gegenteil: In der Wertung der Nischenfabrikate beim Schwacke MarkenMonitor verbesserte sich der britische Geländewagenspezialist auf den dritten Rang nach Mini und Porsche sowie vor dem Viertplatzierten Smart.

Bei der im Januar und Februar erfolgten Befragung äußerten die deutschen Land Rover-Händler vor allem bei den Themen "Produkt" und "Vertrieb" sehr hohe Zufriedenheit. Darüber hinaus kam in der IFA-Untersuchung ein besonders großes Vertrauen in die Marke zum Ausdruck. Insgesamt bewerteten die Land Rover-Vertragspartner ihre Marke und ihren Importeur mit der Note 2,58 - eine Verbesserung um 0,22 Punkte gegenüber dem Vorjahr. Die Notenspanne reichte von 1 ("sehr zufrieden") bis 6 ("unzufrieden").

Damit rangierte Land Rover beim MarkenMonitor 2010 deutlich überhalb des Gesamtdurchschnitts, der für alle Marken bei 2,77 lag. Das Institut für Automobilwirtschaft aus dem baden-württembergischen Geislingen hatte im Auftrag von EurotaxSchwacke mehr als 1000 Automobil-Vertragshändler in Deutschland befragt. In der Gesamt-Zufriedenheitswertung konnte dabei Subaru seinen Vorjahreserfolg wiederholen. Auf den weiteren Rängen folgen Mini und Porsche, während Land Rover hier Platz 9 belegt.

Dealer Satisfaction Index: Jaguar auf dem vierten Platz

Im "Dealer Satisfaction Index" (DSI) des Jahres 2010 erreicht Jaguar einen sehr guten vierten Platz. In der von der Bamberger Forschungsstelle Automobilwirtschaft (FAW) veröffentlichten Untersuchung kam die attraktive Marke aus Großbritannien bei ihren deutschen Vertragshändlern auf eine Gesamtnote von 3,43 - nur minimal schlechter als der Wert von 3,46, den Smart und Hyundai auf den Rängen 2 und 3 erhielten. Überlegener Händlerzufriedenheits-Sieger wurde auch in dieser Wertung Subaru mit einer Benotung von 3,83, wobei die Spanne von 1 für "sehr unzufrieden" bis 5 für "sehr zufrieden" reichte.

Die FAW-Fachleute um Prof. Wolfgang Meinig ermittelten in der diesjährigen DSI-Studie eine hohe Zufriedenheit der Jaguar-Händler vor allem mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis der Neuwagen und dem Umfang der Serienausstattung.

Land Rover kam beim "Dealer Satisfaction Index" 2010 mit einer Gesamtnote von 3,21 auf Platz 10 - unmittelbar hinter BMW, aber vor Audi, Porsche und Ford.

Peter Modelhart, Geschäftsführer Jaguar und Land Rover Deutschland, kommentiert das Abschneiden in den beiden Untersuchungen erfreut: "Die Ergebnisse beweisen, dass wir mit beiden Marken und unserem Modellangebot den richtigen Weg eingeschlagen haben: Wir wollen unseren Vertragshändlern attraktive Modelle bieten und partnerschaftlich, offen und fair zusammenarbeiten. Denn nur so ist künftiges Wachstum unter einem sich verschärfenden Wettbewerb möglich."

Weitere Informationen und Fotos erhalten Sie unter <http://media.jaguar.de> bzw. <http://media.landrover.de>