



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Deutsche Premium-Automarken führen beim öffentlichen Markenimage



Deutsche Automarken erzielen im Premiumsegment die mit Abstand höchste Medienpräsenz in internationalen Online-, Print- und Social Media. Tesla wird am häufigsten als innovativ bewertet. Bei anderen Marken stehen Aussehen, Emotionen und Qualität im Vordergrund.

Esslingen am Neckar, 05. Juli 2018 – Mit über 52,8 Millionen Beiträgen in internationalen Online- und Printmedien sowie in den Social Media zeichnet das Medienmonitoring länderübergreifend ein Bild für zehn analysierte Premium-Automarken. Damit untersucht die Studie das durch öffentliche Äußerungen gezeichnete Image der zehn Marken. Mit einem Anteil von 56 Prozent der Nennungen entfällt auf Audi, BMW und Mercedes-Benz ein Großteil der Medienpräsenz über sieben Sprachräume hinweg.

Der Brand Promoter Score, eine der zentralen Kennzahlen der Analyse, gibt Aufschluss über den Grad der öffentlichen Äußerungen festzustellenden Zufriedenheit mit den Marken. Dazu werden negative Aussagen von positiven abgezogen und in Relation zu allen Aussagen gesetzt. Fast alle Marken liegen im Ergebnisfeld eng beieinander. Einzig Land Rover hebt sich ab mit dem besten Brand Promoter Score. Für die Premiummarken sind ‚ausgezeichnet‘, ‚authentisch‘ und ‚dynamisch‘ die häufigsten Attribute. Lexus verzeichnet als einzige Marke ‚luxuriös‘ als Top-Nennung.

In der Verdichtung der zahlreichen Nennungen auf neun Grundwerte wird deutlich, dass die Premiummarken übereinstimmend ein nur niedriges Niveau für den Nutzen erzielen. Hingegen treten verstärkt Auftritt, Emotionen und Qualität in den Vordergrund. So ist ‚Emotion‘ der stärkste Wert bei BMW, Porsche und Land Rover, bei Audi, Jaguar und Mercedes-Benz sind Aussagen zum Aussehen am häufigsten. Während Lexus den höchsten Wert bei ‚Qualität‘ besitzt, punktet Tesla bei ‚Innovation‘ und ‚Nachhaltigkeit‘.

Im Analysebereich Nachhaltigkeit zeigt sich, wie gut eine Marke auf die Zukunft vorbereitet ist. Er besteht aus den drei Sektoren ökologisch, ökonomisch und sozial. Tesla verzeichnet von allen zehn untersuchten Marken den höchsten Anteil im Nachhaltigkeitssektor Ökologie. In der Ökonomie trumpft BMW mit der Top-Nennung ‚high quality‘. Porsche verbucht im sozialen Sektor den höchsten Anteil.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die "Reputation Analysis Premium Cars 2018" von *research tools* gibt in englischer Sprache auf 175 Seiten einen Überblick über die Reputation der zehn berücksichtigten Premium-Automobilmarken Audi, BMW, Jaguar, Jeep, Land Rover, Lexus, Mercedes-Benz, Porsche, Tesla, Volvo. Leistungskennzahlen wie Medienpräsenz, Markenwahrnehmung, Markenrisiken und die Nachhaltigkeit der Marke werden identifiziert und analysiert. Eine statistische Reputations-Positionierung visualisiert die Ergebnisse. Die Datenbasis zur Studie stellt der Kooperationspartner und Spezialist für Medienmonitoring *Adwired AG* (Zürich). Insgesamt wurden 52,8 Millionen Beiträge in internationalen Online- und Printmedien sowie in den Social Media aus sieben Sprachräumen erfasst. 3,6 Millionen wertende Aussagen wurden im Rahmen dieser Studie analysiert.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/reputation-analysis-premium-cars-2018/>

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net