

# MarkenMonitor 2021

## Händlerzufriedenheitsanalyse

### Ergebnisse für Ford

© Institut für Automobilwirtschaft (IfA).



# MarkenMonitor 2021

## Inhalt

- 1 Untersuchungsdesign
- 2 Markenübergreifende Ergebnisse
- 3 Ergebnisse Ford
- 4 Kontakt

Slide 3

Slide 7

Slide 13

Slide 22





# Untersuchungsdesign



# Untersuchungsdesign

## Konzept IfA MarkenMonitor

### Stichprobe

Rund 1.000 Inhaber und Führungskräfte  
markengebundener Autohausunternehmen

### Bewertung

Intuitive Bewertung  
nach dem Schulnotensystem

### Eingrenzung

Keine reinen Servicebetriebe sowie  
keine Herstellerniederlassungen

### Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitswirksame Prämierung  
der Sieger in einzelnen  
Markengruppen

### Interviews je Marke

Markenbezogene Quotierung  
(15 bis 40 Interviews je Marke)

### Ergebnispräsentation

Ergebnispräsentation und Preisverleihung auf  
der IAA Mobility 2021 in München



# Untersuchungsdesign

## Einteilung in Markengruppen

### Deutsche Volumen

- Volkswagen | 18,4%
- Ford | 7,3%
- Opel | 5,9%

### Deutsche Premium

- Mercedes | 9,7%
- BMW | 7,9%
- Audi | 7,4%

### Große Importeure

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

### Kleine Importeure

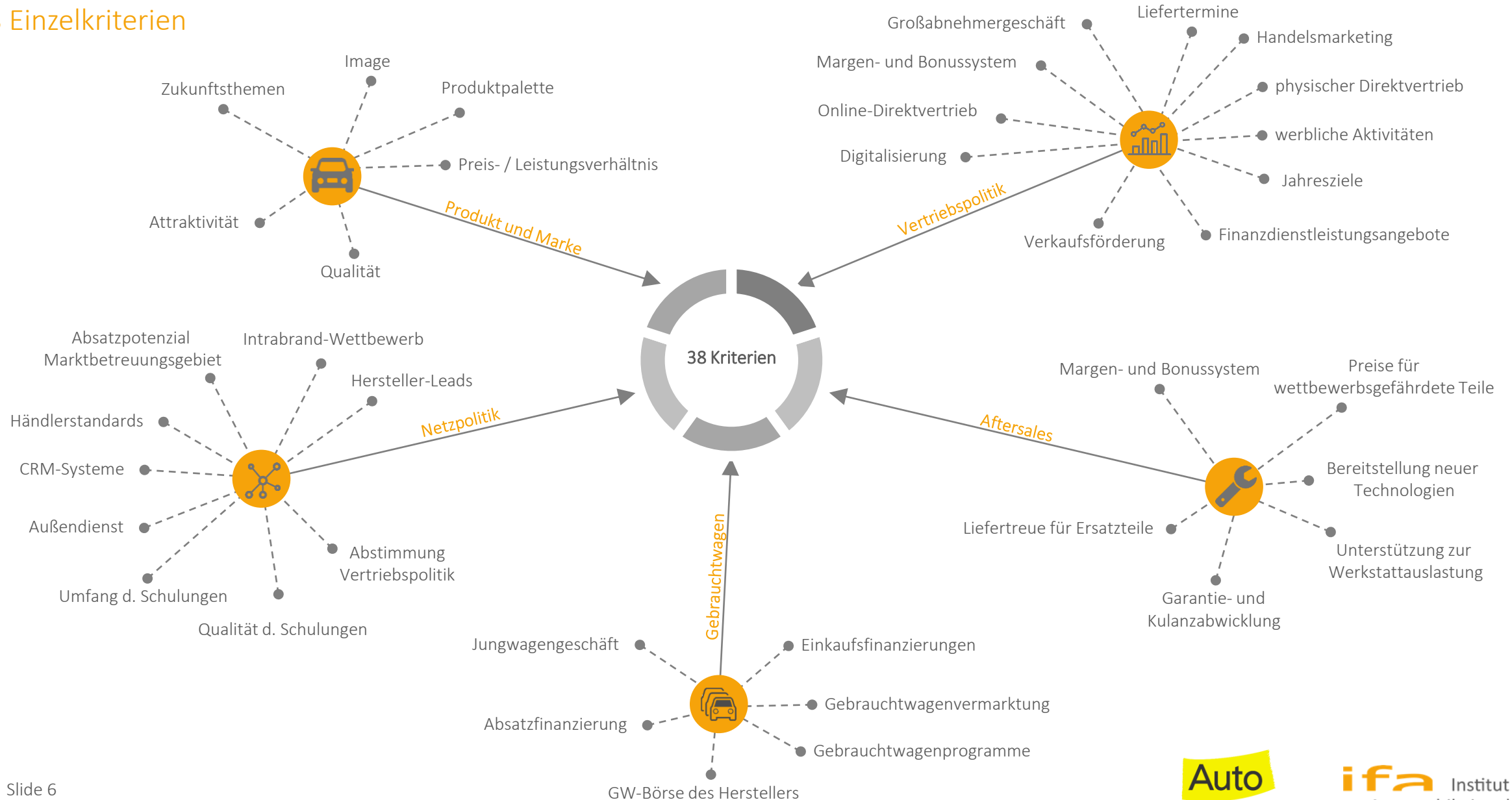
- Mazda | 1,8%
- Citroen | 1,6%
- Mitsubishi | 1,5%
- Volvo | 1,5%
- Nissan | 1,3%
- Suzuki | 1,0%
- Honda | 0,5%
- Subaru | 0,2%

### Nischenfabrikate

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

# Untersuchungsdesign

## 38 Einzelkriterien





# Markenübergreifende Ergebnisse





M T W T F S S

						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					



# Markenübergreifende Ergebnisse

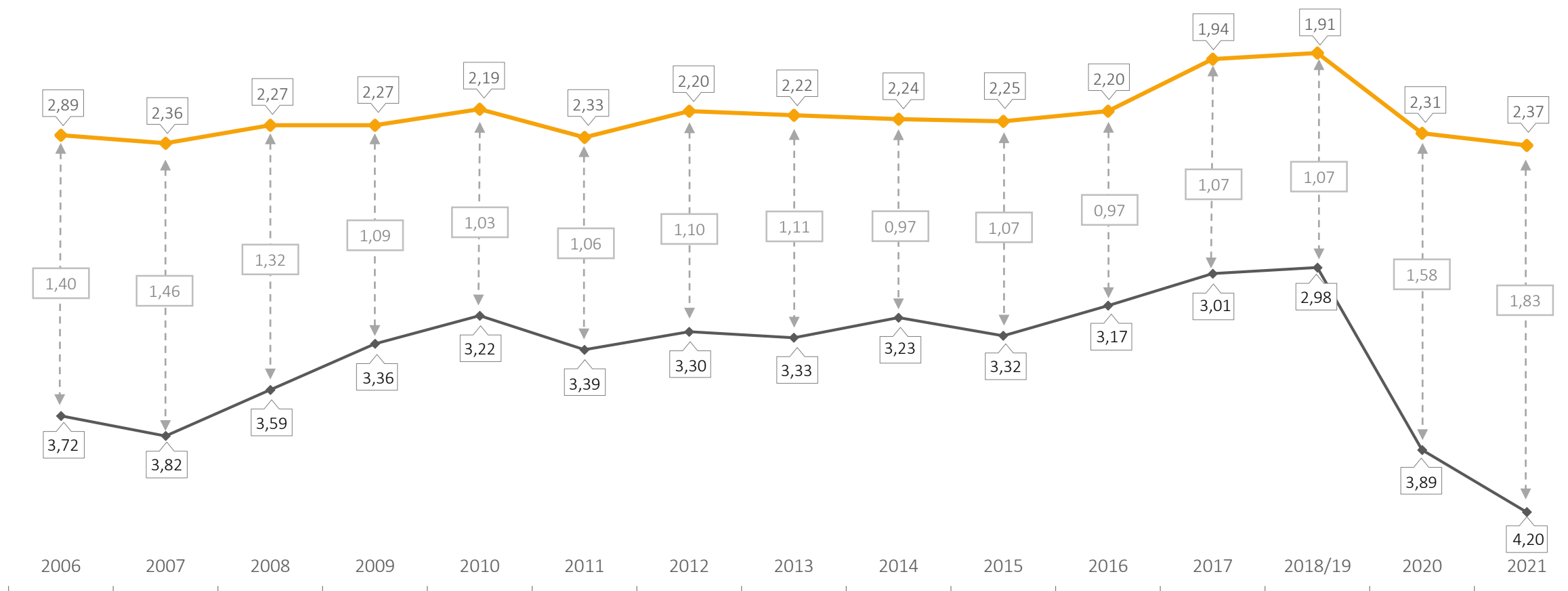
## Umsatzrenditen und Deckungsbeiträge

		Gesamtdurchschnitt				Deutsche Volumen			Deutsche Premium			Große Importeure			Kleine Importeure			Nischenspezialisten		
		Soll	2020*	2019	Trend	2020	2019	Trend	2020	2019	Trend	2020	2019	Trend	2020	2019	Trend	2020	2019	Trend
Bereichsergebnis DB III	 Neuwagenverkauf	>4%	2,4% (n=500)	2,5%	↓	2,2% (n=217)	2,4%	↓	1,8% (n=67)	2,1%	↓	2,7% (n=132)	2,3%	↑	2,4% (n=130)	2,3%	↑	3,7% (n=38)	4,9%	↓
	 Gebrauchtwagenverkauf	>4%	3,1% (n=509)	3,1%	→	2,4% (n=137)	2,9%	↓	2,5% (n=72)	2,0%	↑	3,5% (n=132)	3,7%	↓	3,6% (n=127)	3,4%	↑	3,4% (n=34)	2,8%	↑
	 Werkstattgeschäft (ohne Teilebereich)	>25%	16,0% (n=471)	15,5%	↑	15,8% (n=142)	16,0%	↓	18,8% (n=71)	18,6%	↑	15,1% (n=122)	17,2%	↓	14,0% (n=116)	12,0%	↑	21,8% (n=36)	18,9%	↑
	 Ersatzteil- und Zubehörbereich	>22%	15,5% (n=480)	15,6%	↓	15,5% (n=133)	16,1%	↓	15,2% (n=70)	14,7%	↑	16,7% (n=124)	19,0%	↓	14,3% (n=116)	13,1%	↑	14,8% (n=29)	16,4%	↓
Umsatzrendite		>2,5%	1,4% (n=716)	1,4%	→	1,2% (n=138)	1,1%	↑	1,6% (n=89)	1,2%	↑	1,5% (n=189)	1,3%	↑	1,4% (n=183)	1,5%	↓	1,9% (n=32)	2,2%	↓



# Markenübergreifende Ergebnisse

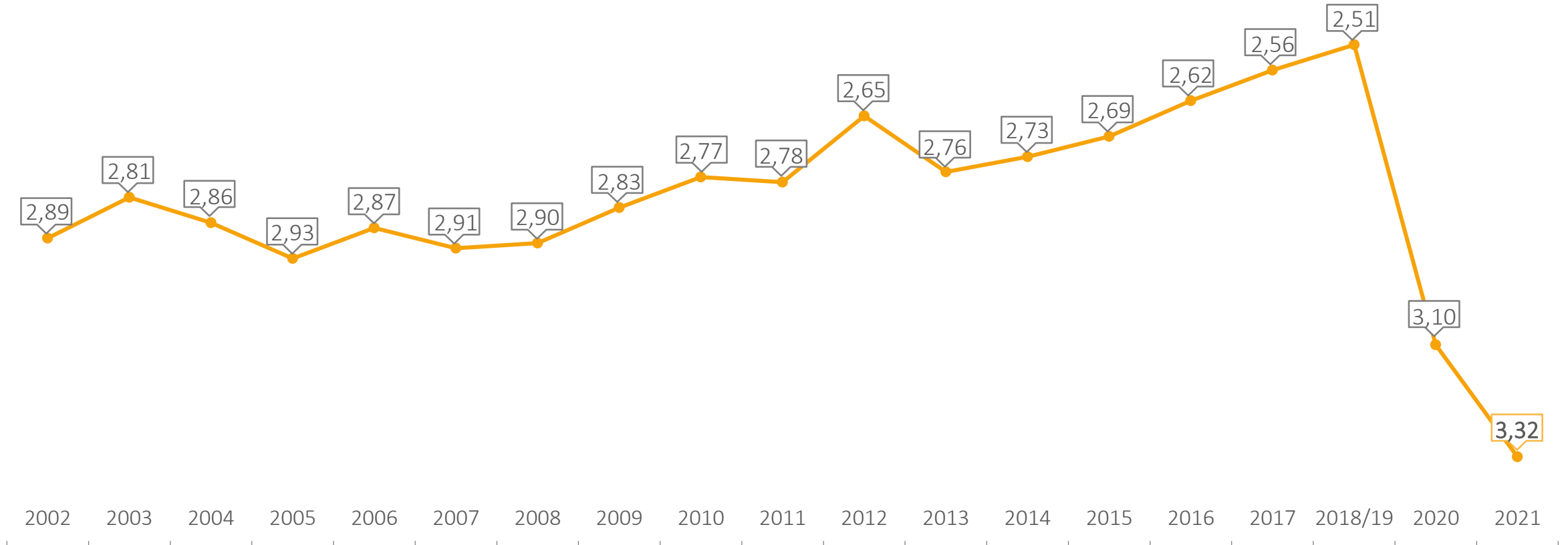
Gegenüberstellung „best“ und „worst“



1 = sehr gut | 6 = ungenügend

# Markenübergreifende Ergebnisse

## Entwicklung der Gesamtzufriedenheit


























1 = sehr gut | 6 = ungenügend



# Markenübergreifende Ergebnisse













## Zufriedenheit in den einzelnen Beziehungsfeldern













	2018/2019		2020		2021	
 Produkt und Marke	2,16	 +0,05	2,72	 -0,56	2,79	 -0,07
 Vertriebspolitik	2,62	 -0,03	3,23	 -0,61	3,51	 -0,28
 Netzpolitik	2,52	 +0,00	3,03	 -0,51	3,25	 -0,22
 GW-Geschäft	2,62	 +0,21	3,29	 -0,67	3,46	 -0,17
 Aftersales	2,58	 +0,08	3,16	 -0,58	3,45	 -0,29
Gesamtzufriedenheit	2,50	 +0,06	3,10	 -0,60	3,32	 -0,22

1 = sehr gut | 6 = ungenügend | n=947

# Markenübergreifende Ergebnisse

## Ranking Gesamtzufriedenheit

Rang	Marke	2021	2020
1.	 PORSCHE	2,37	2,53
2.	 MITSUBISHI	2,41	2,31
3.	 MINI	2,49	2,62
4.	 BMW	2,89	2,92
5.	 MERCEDES-BENZ	3,05	2,71
6.	 SEAT	3,16	3,08
7.	<b>VOLVO</b>	3,20	2,64
8.	 HYUNDAI	3,26	3,41
9.	 DACIA	3,32	2,89
10.	 NISSAN	3,34	3,43
11.	 HONDA	3,35	3,75
12.	 TOYOTA	3,37	2,99
13.	 KIA	3,38	3,00

Rang	Marke	2021	2020
14.	<b>FIAT</b>	3,41	3,07
15.	 VW	3,44*	3,41
16.	 SUZUKI	3,44*	3,89
17.	 FORD	3,44*	3,40
18.	 MAZDA	3,44*	3,10
19.	 AUDI	3,46*	3,10
20.	 SKODA	3,46*	3,18
21.	 SUBARU	3,50	3,17
22.	 JAGUAR  LAND ROVER	3,57	3,44
23.	 ALFA ROMEO	4,01	3,57
24.	 MAZDA	4,04	3,44
25.	 CITROËN	4,20	3,66

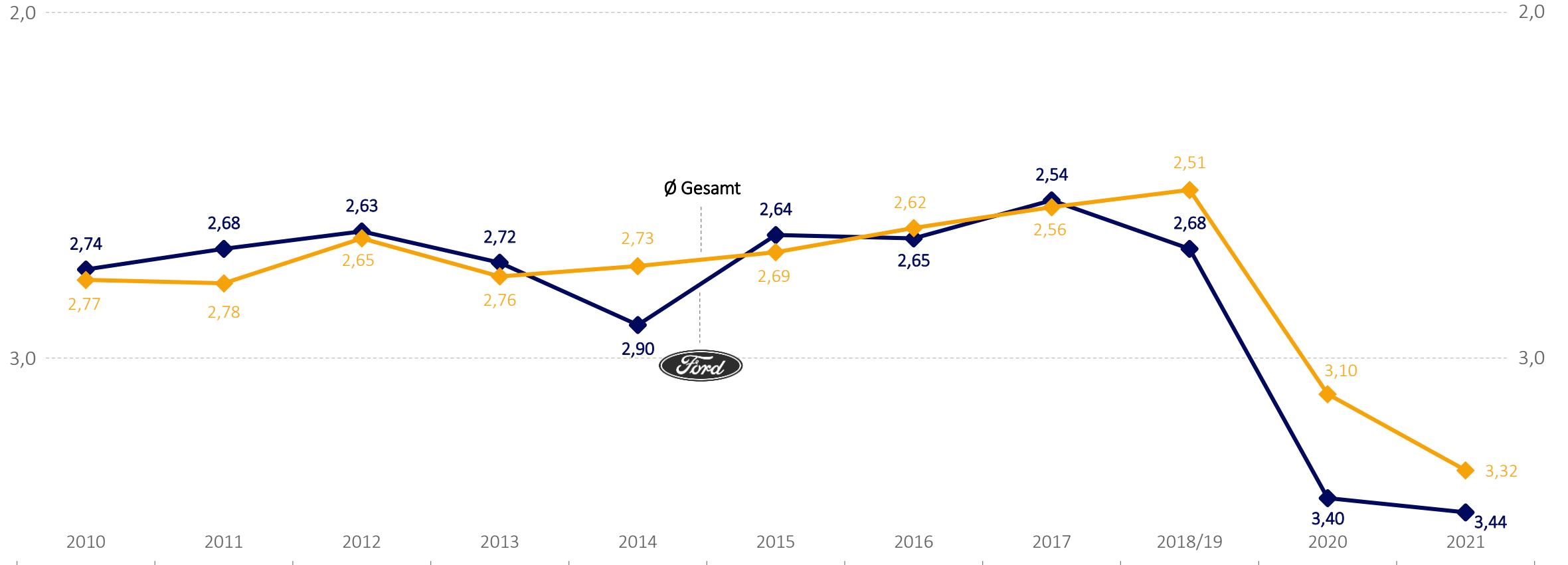




## Ergebnisse Ford

# Ergebnisse Ford

## Zufriedenheitsentwicklung bei Ford im Vergleich zur Branchenentwicklung















1 = sehr gut | 6 = ungenügend | n=947



# Ergebnisse Ford

## Gesamtübersicht

			
	2021	zu. Vorjahr	Branchendurchschnitt
 Produkt und Marke	3,28	 -0,43	2,79
 Vertriebspolitik	3,44	 +0,11	3,51
 Netzpolitik	3,13	 +0,09	3,25
 GW-Geschäft	4,10	 -0,06	3,46
 Aftersales	3,42	 -0,12	3,45
<b>Gesamtzufriedenheit</b>	<b>3,44</b>	 -0,04	<b>3,32</b>
	n=35		n=947

1 = sehr gut | 6 = ungenügend



# Ergebnisse Ford

## Beziehungsfeld 1: Produkt und Marke



	2021	zu Vorjahr	Branchendurchschnitt
Qualität der Fahrzeuge	2,60	↓ -0,01	2,48
Preis- / Leistungsverhältnis	2,69	↓ -0,19	2,86
Image der Marke	3,11	↑ +0,02	2,65
Attraktivität der angebotenen Produkte	3,34	↓ -0,84	2,64
Vollständigkeit der Produktpalette	3,77	↓ -0,86	3,23
Weichenstellung für Zukunftsthemen	4,17	↓ -0,74	2,91
Gesamtzufriedenheit im Beziehungsfeld	3,28	↓ -0,43	2,79
	n=35		n=947

1 = sehr gut | 6 = ungenügend





# Ergebnisse Ford

## Beziehungsfeld 2: Vertriebspolitik



	2021	zu. Vorjahr	Branchendurchschnitt
Vereinbarung der Jahresziele	3,43	↑ +0,02	3,42
Verkaufsförderungsaktionen	3,18	↑ +0,10	3,37
Margen- und Bonussystem	3,25	↑ +0,34	3,64
werblichen Aktivitäten	3,45	↑ +0,31	3,34
Unterstützung Handelsmarketing	3,33	↑ +0,24	3,33
Zuverlässigkeit der Liefertermine	4,42	↓ -0,06	4,07
Finanzdienstleistungsangebote der Herstellerbank	2,97	↑ +0,12	3,17
Einbindung Handels in Firmen-/Großabnehmergeschäft	2,89	↑ +0,20	3,29
Online-Aktivitäten des Herstellers im Direktvertrieb	3,62	↓ -0,03	3,62
Direktvertrieb d. Niederlassungen / eigene Vertriebsorgane	3,47	↑ +0,09	3,79
Bereitstellung digitaler Elemente	3,79	↑ +0,26	3,60
<b>Gesamtzufriedenheit im Beziehungsfeld</b>	<b>3,44</b>	<b>↑ +0,12</b>	<b>3,51</b>
	n=35		n=947

1 = sehr gut | 6 = ungenügend



# Ergebnisse Ford

## Beziehungsfeld 3: Netzpolitik



	2021	zu Vorjahr	Branchendurchschnitt
Absatzpotenzial im Marktbetreuungsgebiet	2,75	↓ -0,13	2,66
Eindämmung des Intra-brand-Wettbewerbs	3,42	↑ +0,23	3,73
Kosten-/Nutzenrelation der Händlerstandards	3,60	↓ -0,10	3,64
Abstimmung vertriebspolitischer Entscheidungen	3,71	↓ -0,29	3,95
Zusammenarbeit mit Außendienst	2,66	↑ +0,30	2,74
Umfang der Schulungen	2,60	↑ +0,54	2,90
Qualität der Schulungen	2,80	↑ +0,43	2,88
Kundenkontakt- bzw. Kundenbindungsprogramme	3,29	↑ +0,10	3,25
Qualität von Kundenanfragen (Leads)	3,37	↓ -0,07	3,47
<b>Gesamtzufriedenheit im Beziehungsfeld</b>	<b>3,13</b>	<b>↑ +0,09</b>	<b>3,25</b>

n=35

n=947

1 = sehr gut | 6 = ungenügend



# Ergebnisse Ford

## Beziehungsfeld 4: Gebrauchtwagen-Geschäft



	2021	zu Vorjahr	Branchendurchschnitt
Unterstützung bei der GW-Vermarktung	4,29	↓ -0,10	3,54
Gebrauchtwagen-Programme bzw. -Marken	4,04	↑ +0,01	3,46
Jungwagen- bzw. Kurzzulassungsgeschäft	3,67	↑ +0,04	3,47
Gebrauchtwagenbörse des Herstellers	3,58	↑ +0,23	3,67
Absatzfinanzierung für Gebrauchtwagen	4,64	↓ -0,29	3,42
Einkaufsfinanzierung für Gebrauchtwagen	4,39	↓ -0,09	3,21
<b>Gesamtzufriedenheit im Beziehungsfeld</b>	<b>4,10</b>	<b>↓ -0,06</b>	<b>3,46</b>
	n=35		n=947

1 = sehr gut | 6 = ungenügend





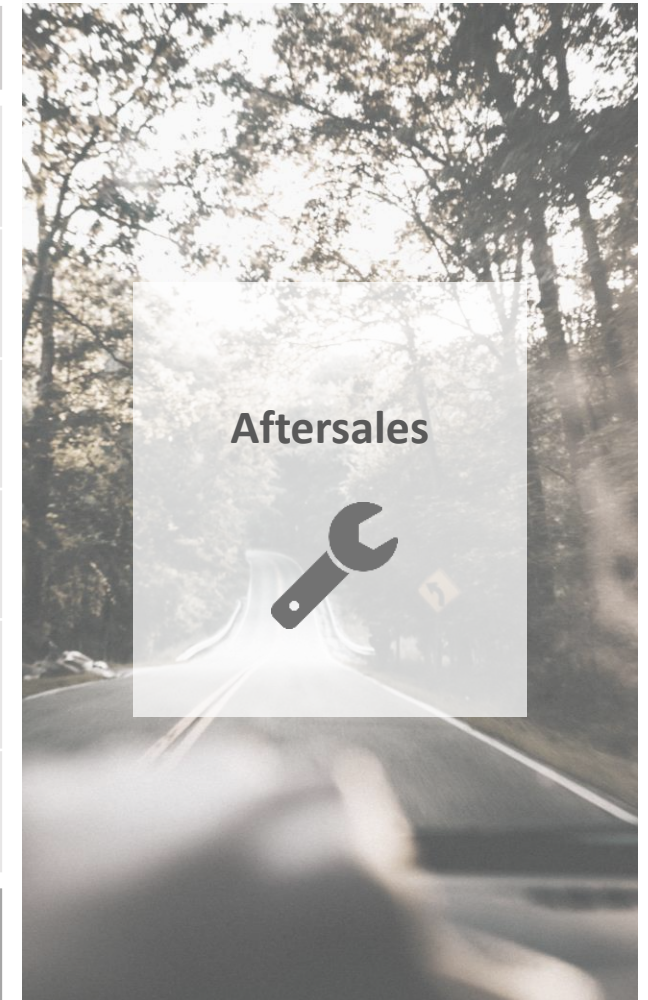
# Ergebnisse Ford

## Beziehungsfeld 5: Aftersales



	2021	zu Vorjahr	Branchendurchschnitt
Preise für wettbewerbs-gefährdete Teile	3,15	↓ -0,10	3,45
Margen- und Bonussystem für Teile und Zubehör	3,36	↓ -0,08	3,51
Liefertreue des Herstellers für Teile und Zubehör	3,30	↓ -0,25	3,35
Unterstützung Optimierung bei der Werkstattauslastung	3,29	↑ +0,23	3,59
Garantie- und Kulanzabwicklung bei NW	3,72	↓ -0,15	3,32
Bereitstellung digitaler Technologien im Service	3,67	↑ +0,10	3,47
<b>Gesamtzufriedenheit Beziehungsfeld</b>	<b>3,42</b>	<b>↓ -0,12</b>	<b>3,45</b>
	n=35		n=947

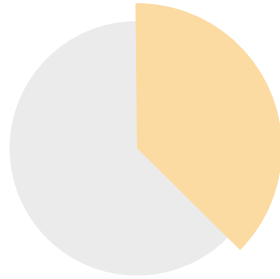
1 = sehr gut | 6 = ungenügend



# MarkenMonitor INDIVIDUAL

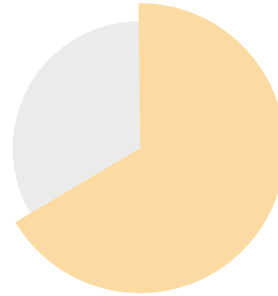
Jetzt individuelle Schwerpunkte Ihrer Marke in den 2022er Fragebogen integrieren

## 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

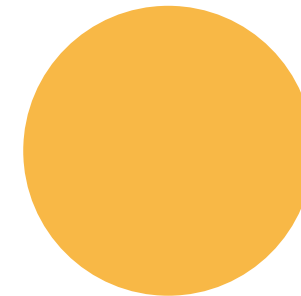
## MarkenMonitor INSIGHT



### Zusätzlich zu MarkenMonitor STUDIE

- Ergebnisse und Vorjahresvergleich der Entwicklungen Ihrer Marke in den 38 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

- Zusätzliche Integration markenspezifischer Schwerpunkte in den 2022er Fragebogen
- Beibehaltung des grundsätzlichen Untersuchungsdesigns mit 38 Einzelkriterien
- Gemeinsame Definition der zusätzlich zu integrierenden Fragen auf Basis aktueller markenindividueller Herausforderungen
- Auswertung der markenspezifischen Ergebnisse
- Ableitung konkreter Handlungsoptionen

Kontakt



# Kontakt

## Kooperationsprojekt von IfA und AutoScout24



**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.**  
Wiss. Mitarbeiter | Projektleiter

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