Jeder Vierte will fremdgehen: ADAC Kundenbarometer untersucht Markentreue von jungen Autofahrern

Jeder Vierte will fremdgehen: ADAC Kundenbarometer untersucht Markentreue von jungen Autofahrern

Im Vergleich zu anderen Altersgruppen ist Markentreue zum eigenen Auto bei jungen Fahrerinnen und Fahrern zwischen 18 und 29 Jahren besonders wenig ausgeprägt. Eine aktuelle Untersuchung des ADAC Kundenbarometers zeigt: Jeder Vierte plant seiner aktuellen Marke beim nächsten Autokauf den Rücken zu kehren und auf ein Modell der Konkurrenz umzusteigen.
Ein Beispiel für die Wechselbereitschaft bei jungen Menschen ist der Kia Ceed. Das Modell des koreanischen Herstellers glänzt im ADAC Kundenbarometer mit guten Zufriedenheitswerten und einem guten vierten Platz - gleich hinter der Mercedes C-Klasse, dem Audi A3 und dem Audi A4. Dennoch kann der Kia seine hohen Zufriedenheitswerte nicht so gut in Markentreue umwandeln, wie dies bei Mercedes oder Audi der Fall ist. Jeder vierte Ceed-Fahrer (24,3 Prozent) plant beim nächsten Autokauf einer anderen Marke den Vorzug zu geben. Das entspricht der allgemeinen Wechseltendenz von jungen Autofahrern.
In den Top 10 der Modelle mit guten Zufriedenheitswerten hat nur Mini einen schlechteren Wert als der Ceed. 36,4 Prozent der Fahrer wollen die Marke wechseln. Aus dem Hause BMW kommt aber auch das Modell, das den geringsten "Fremdgeh-Effekt" auslöst: Von den jungen 1er-Fahrern haben nur 7,9 Prozent vor, künftig in einem Modell eines anderen Herstellers unterwegs zu sein.
Hauptmotiv für die hohe Wechselbereitschaft: Viele junge Menschen können sich ihr tatsächliches Wunschauto erst dann kaufen, wenn sie mehr Geld verdienen. Um die Markentreue der 18-29-Jährigen langfristig zu erhöhen, müssten alle Marken erschwingliche Einsteigermodelle anbieten.
Für das ADAC Kundenbarometer wurden über 20 000 Personen nach der Zufriedenheit mit ihrem Auto befragt. Die Gruppe der 18 bis 29-Jährigen ist mit 4 396 Autofahrern vertreten.

Über den ADAC:
Mit über 18 Millionen Mitgliedern ist der "Allgemeine Deutsche Automobil-Club" der zweitgrößte Automobilclub der Welt.
Als führender Dienstleister trägt der ADAC wesentlich dazu bei, Hilfe, Schutz und Sicherheit in allen Teilbereichen des mobilen Lebens sicherzustellen. Dabei handelt der ADAC nach dem Leitsatz "Das Mitglied steht im Mittelpunkt!" und überzeugt in erster Linie durch die Kompetenz und Servicebereitschaft seiner Mitarbeiter sowie die Qualität und Fairness seiner Produkte und Dienstleistungen.

Pressekontakt

ADAC

81373 München

Firmenkontakt

ADAC

81373 München

1903 in Stuttgart gegründet, ist der ADAC kontinuierlich zum größten europäischen Automobil-Club herangewachsen. Über 14 Millionen Mitglieder sprechen für sich. Wir helfen, wir informieren und wir vertreten engagiert die Interessen der Autofahrer. Gleichzeitig mit den wachsenden Aufgaben und der damit verbundenen Verantwortung, hat der ADAC immer darauf geachtet, die innere Struktur effizient zu gestalten und weiter zu entwicklen. Mit 14 Millionen Mitgliedern ist der ADAC der größte Automobilclub in Europa und der zweitgrößte Automobilclub der Welt, nach AAA, America Automobile Association, 30 Millionen Mitglieder