

Kommunikation in der Glaubwürdigkeitskrise

Ergebnisse einer aktuellen Studie aus der Automobilbranche

3. Jahrestagung des Zentrums für empirische Kommunikationsforschung
am 28. April 2017 in Ravensburg

Zusammenfassung

Zentrale Ergebnisse:

- Auch die dritte Erhebungswelle des ZEK im April 2017 zeigt, dass Volkswagen im Vertrauensranking einen der unteren Plätze einnimmt.
- Zwar sehen viele Befragte das Label „Made in Germany“ weiterhin in Gefahr. Jedoch sind die Studienteilnehmer mehr als im Vorjahr der Meinung, dass vom Imageschaden vor allem VW als Produkt- und Unternehmensmarke - und weniger die gesamte Automobilindustrie - betroffen ist.
- Hinreichende Maßnahmen zur Wiederherstellung des Vertrauens sind bislang für die meisten Deutschen nicht erkennbar - dies gilt vor allem für die Krisenkommunikation.

Weitere Befunde:

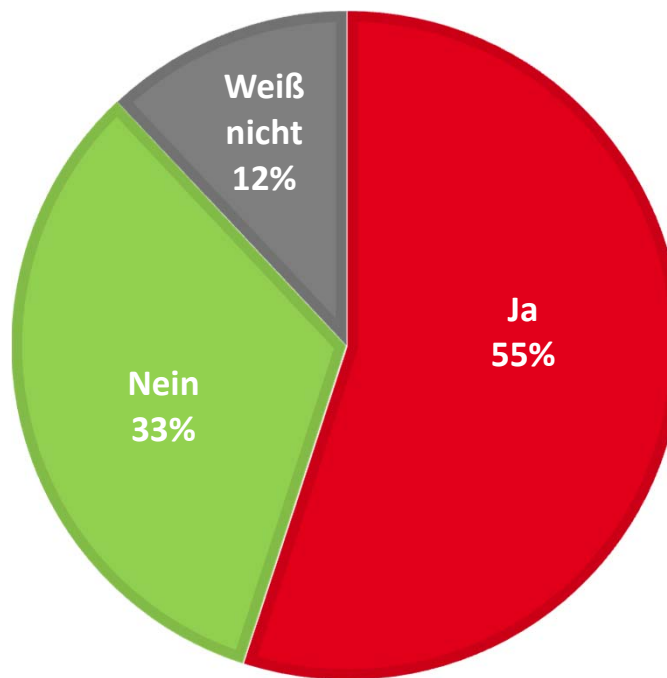
- Zwei Drittel der Befragten sind der Meinung, dass sich Automobilhersteller beim Thema Elektromobilität aktiv engagieren sollten.
- Autonomes Fahren ist für mehr als ein Drittel der Deutschen ein wichtiger oder sehr wichtiger Zukunftstrend. Die höchste Kompetenz wird hierbei dem Hersteller Tesla zugeschrieben.
- Die Berichterstattung über die Abgasmanipulationen von VW sehen die Befragten als weitgehend ausgewogen.

Die Studie 2017

Erhebungsmethode:	Deutschlandweite Online-Befragung, Quotenstichprobe
Fallzahl:	500 vollständig beendete Befragungen, Befragte im Alter zwischen 18 und 77 Jahren, darunter 80% Pkw-Halter
Zeitraum:	3. bis 8. April 2017
Beteiligte:	Zentrum für empirische Kommunikationsforschung (ZEK) an der DHBW Ravensburg
Bisherige Studien:	November 2015 und April 2016 (DHBW Ravensburg) März 2017 (Partnerhochschule Goa University / Indien)
Projektverantwortlich:	Prof. Dr. Udo Klaiber Prof. Dr. Simon Ottler

Ruf der Marke „Made in Germany“

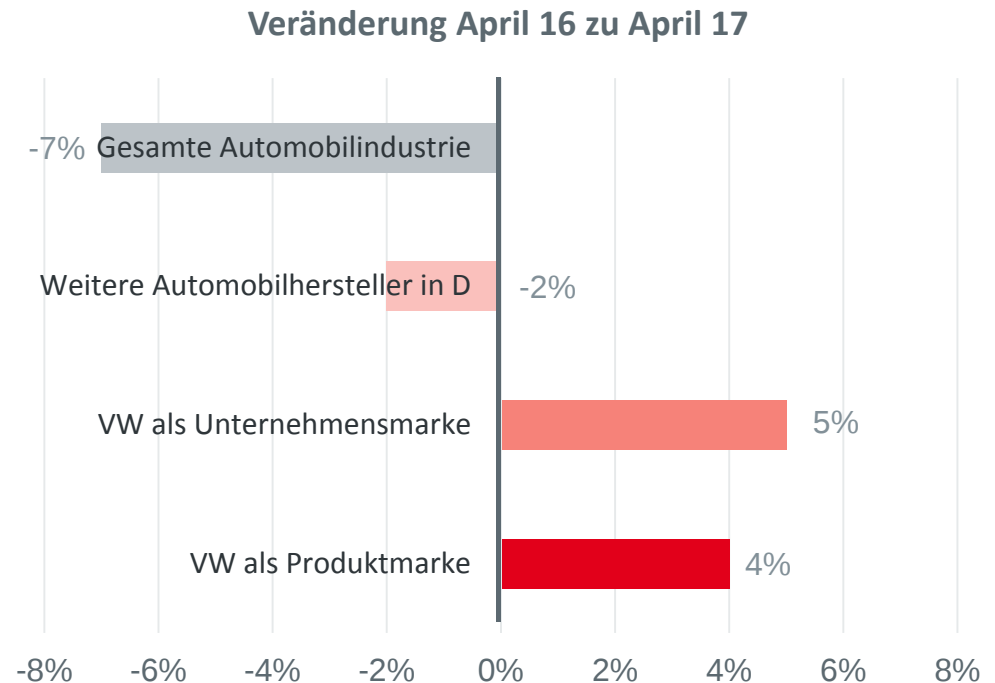
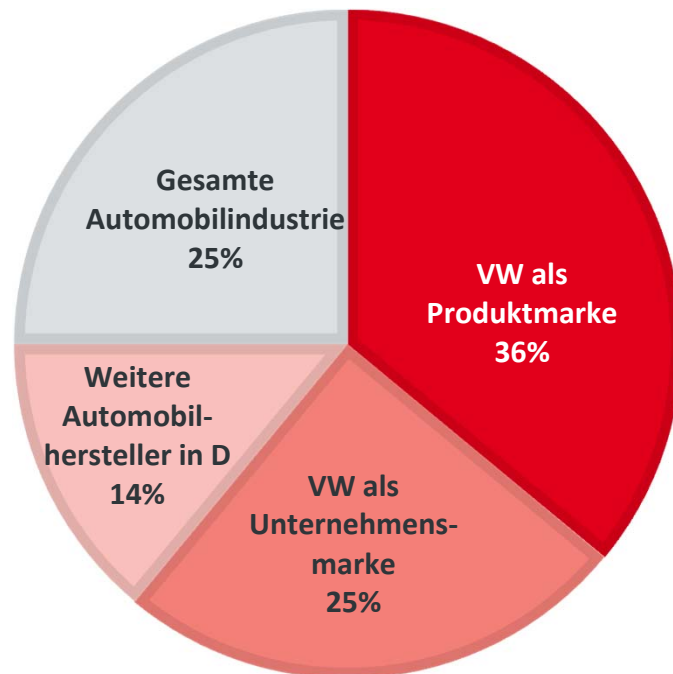
Frage: Finden Sie, dass durch den VW-Skandal die Marke „Made in Germany“ geschädigt wurde?



Basis: 500 Befragte 18-77 Jahre, Online-Befragung

Imageschaden

Frage: Wer ist Ihrer Meinung nach vom Imageschaden betroffen?



Basis: 500 Befragte 18-77 Jahre, Online-Befragung (im Vorjahr 400 Befragte)

Vertrauenswürdigkeit Automobilmarken

Frage: Wie beurteilen Sie zum gegenwärtigen Zeitpunkt die Vertrauenswürdigkeit der folgenden Automarken?

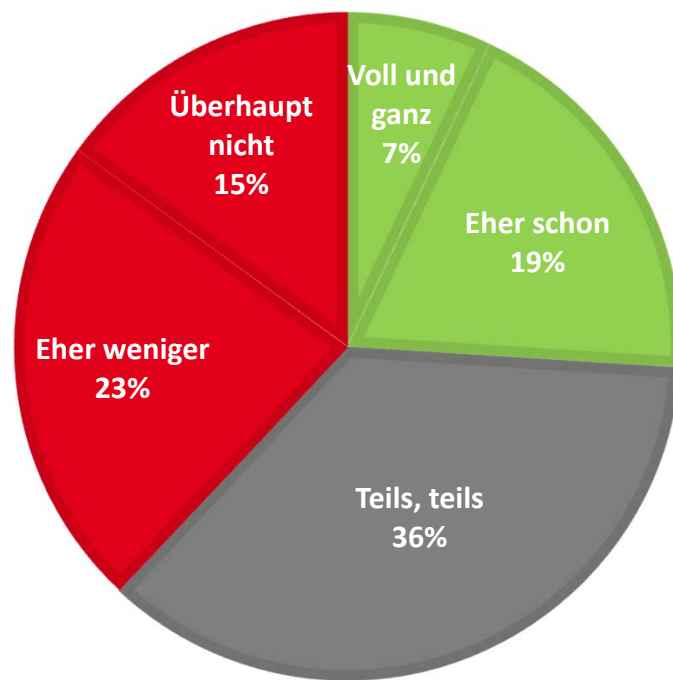
Rang 2017	Rang 2016	Automarke	April 2017	April 2016	Veränderung
1	1	BMW	3,9	3,9	0,0
2	2	Mercedes	3,9	3,7	0,2
3	3	Audi	3,6	3,6	0,0
4	5	Ford	3,4	3,3	0,1
5	4	Opel	3,3	3,3	0,0
6	6	Toyota	3,3	3,3	0,0
7	8	Škoda	3,3	3,2	0,1
8	7	Mazda	3,2	3,2	0,0
9	9	Seat	3,2	3,1	0,1
10	10	Nissan	3,2	3,1	0,1
11	11	Renault	3,1	3,0	0,1
12	12	Hyundai	3,1	3,0	0,1
13	13	Kia	3,0	2,9	0,1
14	14	Volkswagen	2,9	2,8	0,1
15	15	Fiat	2,8	2,7	0,1

Untersucht wurden die 15 Marken mit den häufigsten Pkw-Neuzulassungen (Quelle: Statista 2017)

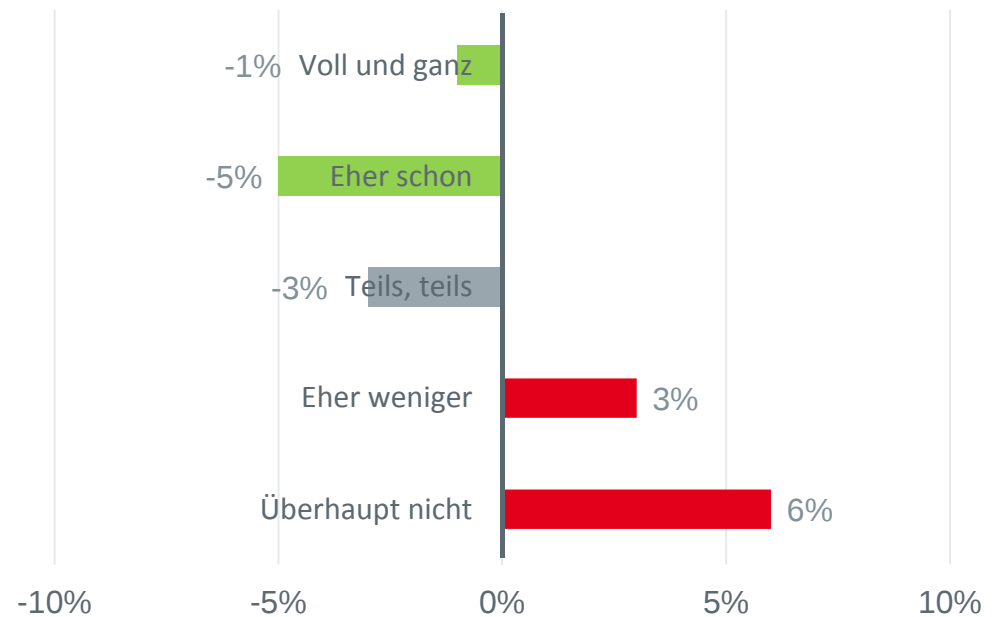
Basis: 500 Befragte 18-77 Jahre, Online-Befragung (im Vorjahr 400 Befragte)
Angaben sind Mittelwerte (1=sehr gering, 5=sehr hoch)

Vertrauenswürdigkeit VW

Frage: Haben Sie insgesamt das Gefühl, dass sich VW ernsthaft und glaubwürdig um eine Verbesserung des Vertrauens der Kunden in die Marke bemüht?



Veränderung April 16 zu April 17

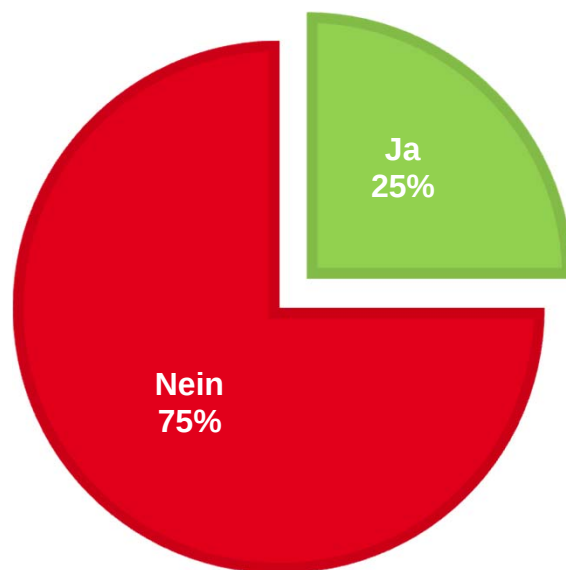


Basis: 500 Befragte 18-77 Jahre, Online-Befragung (im Vorjahr 400 Befragte)

Erfolgreichste Maßnahme VW

Frage: Nennen Sie die aus Ihrer Sicht erfolgreichste Maßnahme, die VW seit dem Bekanntwerden des Abgasskandals ergriffen hat.

Es machen Angaben ...



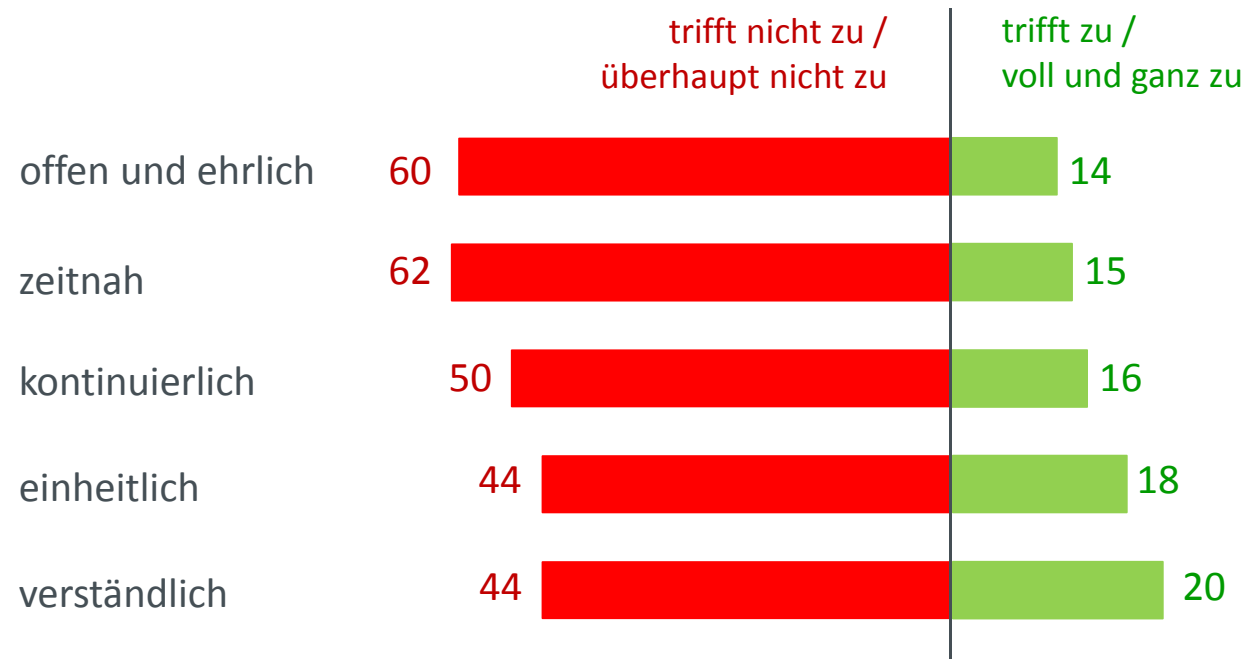
Häufigste Nennungen

- ➊ Rückrufaktionen
- ➋ Entschädigungszahlungen (in den USA)
- ➌ Krisenkommunikation (z. B. offener und ehrlicher Umgang mit Fehlern, Entschuldigung beim Kunden)
- ➍ Entlassungen im Management

Basis: 500 Befragte 18-77 Jahre, Online-Befragung

Krisenkommunikation VW

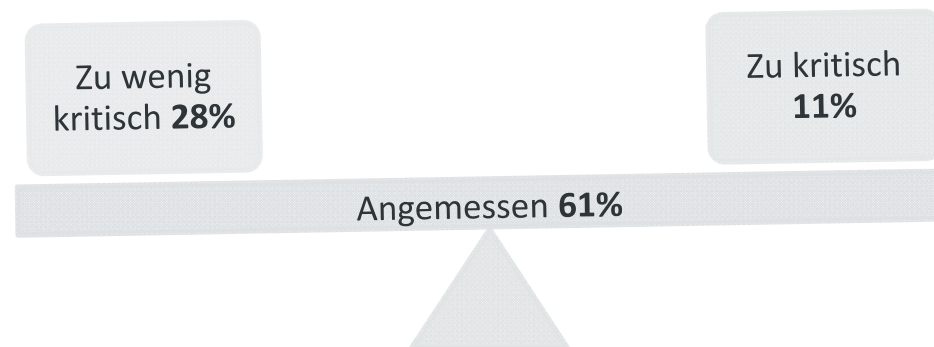
Frage: Wie hat Volkswagen im Verlauf der Krise um die Abgasmanipulationen berichtet?



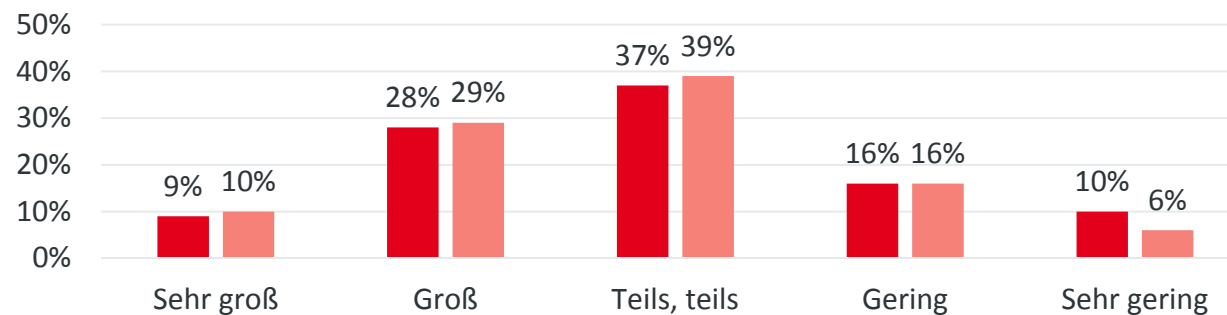
Basis: 500 Befragte 18-77 Jahre, Online-Befragung, Angaben in Prozent

Berichterstattung

Frage: Wie würden Sie die Berichterstattung in der Presse über den VW-Skandal bewerten?



Frage: Wie groß ist Ihr Interesse an der aktuellen Berichterstattung über den VW-Skandal?



Basis: 500 Befragte 18-77 Jahre, Online-Befragung

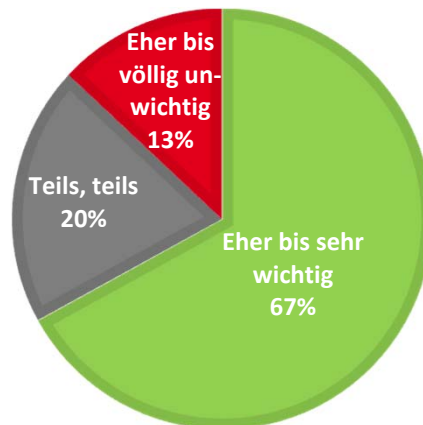
■ Apr 17 ■ Apr 16

(im Vorjahr 400 Befragte)

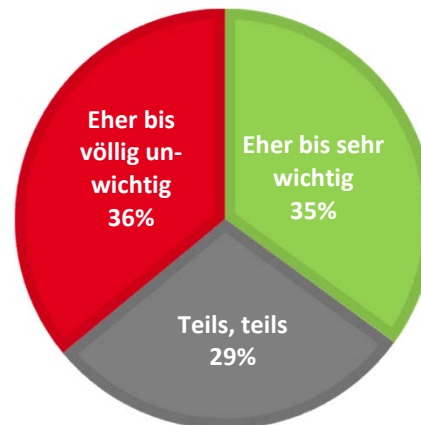
Mobilitätstrends

Frage: Für wie wichtig halten Sie es, dass sich Automobilhersteller aktiv bei folgenden Trends engagieren?

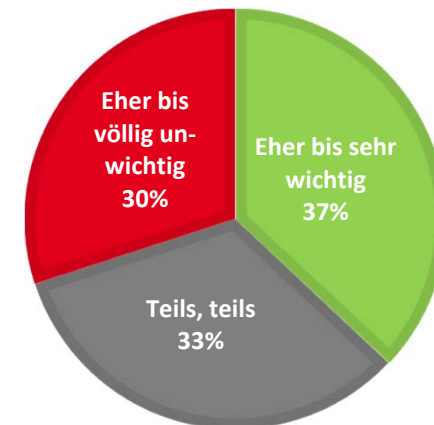
ELEKTROMOBILITÄT



AUTONOMES FAHREN



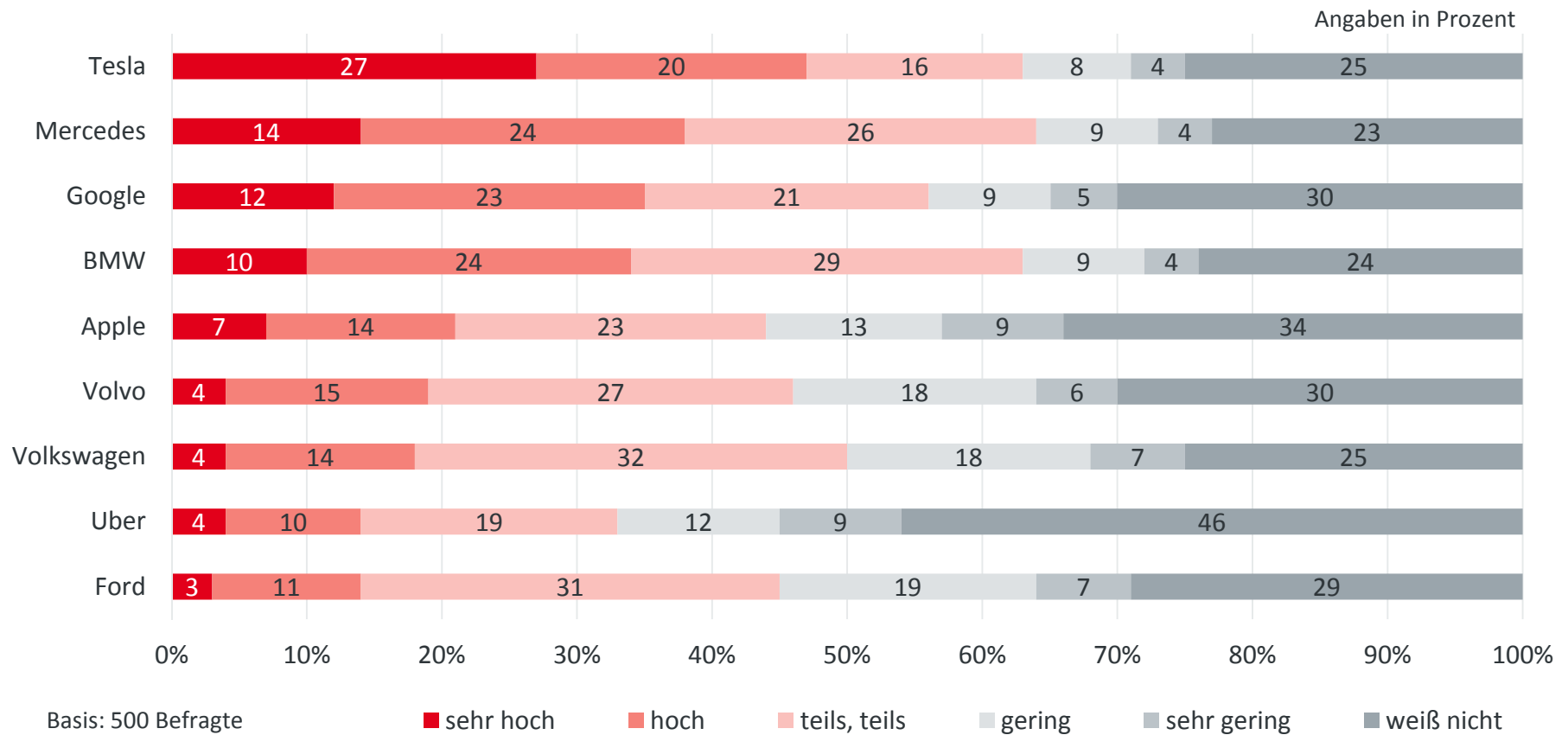
**MOBILITÄTSDIENSTLEISTUNGEN
(Z.B. CARSHARING)**



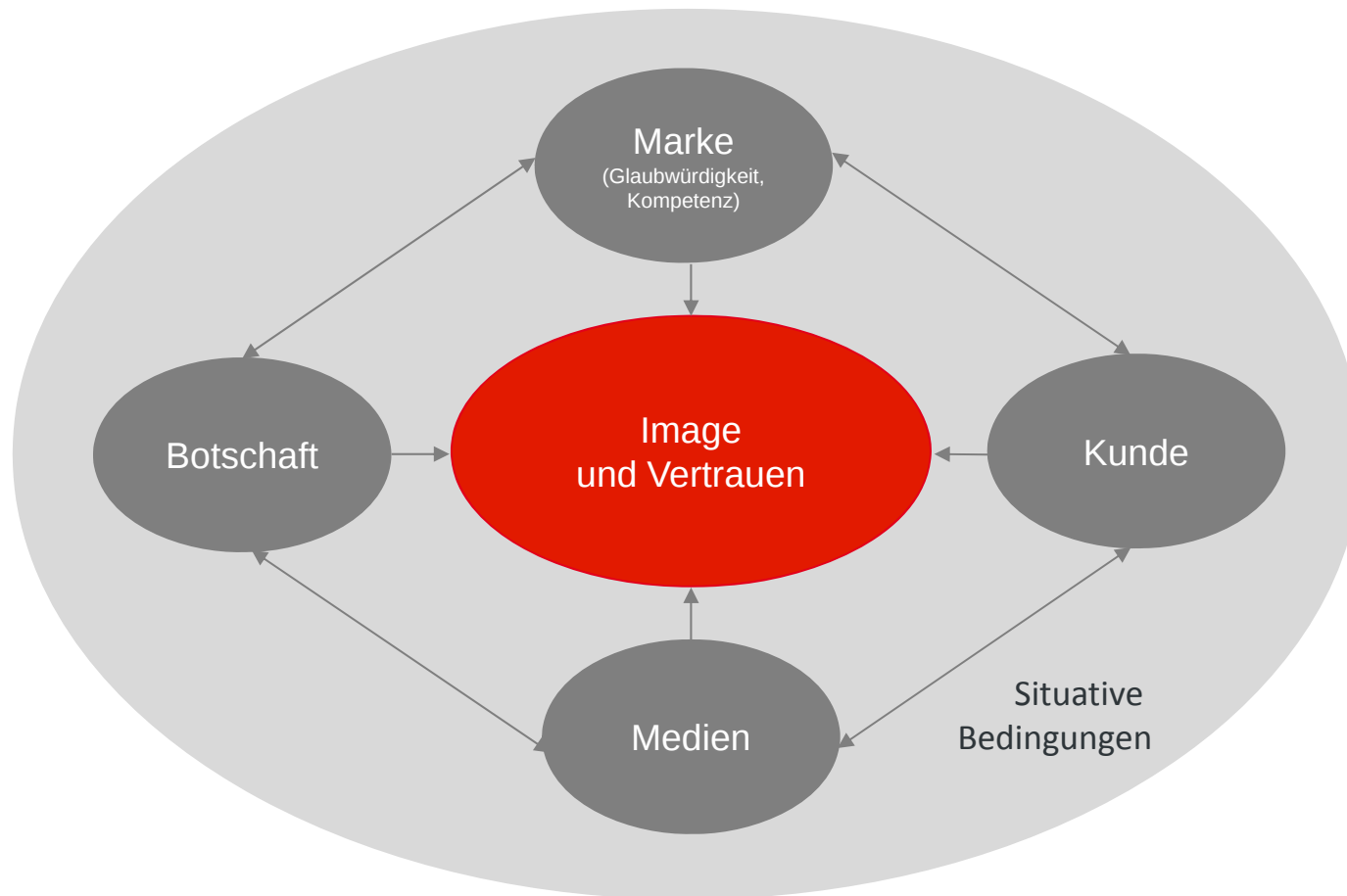
Basis: 500 Befragte 18-77 Jahre, Online-Befragung

Kompetenz beim Thema Autonomes Fahren

Frage: Wie beurteilen Sie die Kompetenz der folgenden Marken im Hinblick auf das Thema Autonomes Fahren?



Einflussfaktoren Kommunikationswirkung



Ansprechpartner



Weitere Informationen: www.ravensburg.dhbw.de/zek

Kontakt:

Prof. Dr. Simon Ottler

Wissenschaftlicher Leiter ZEK

E-Mail: ottler@dhbw-ravensburg.de

Prof. Dr. Udo Klaiber

Studiengangleiter International Business

E-Mail: klaiber@dhbw-ravensburg.de

René Resch, M.Sc.

Akademischer Mitarbeiter ZEK

E-Mail: resch@dhbw-ravensburg.de