

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/22036/1127075/jubel-in-ingolstadt-audi-gewinnt-bei-der-leserwahl-die-besten-autos-2008-von-auto-motor-und-sport> abgerufen werden.



Jubel in Ingolstadt: Audi gewinnt bei der Leserwahl "DIE BESTEN AUTOS 2008" von auto motor und sport vier erste Plätze der Gesamtwertung.

30.01.2008 - 12:00 Uhr, Motor Presse Stuttgart

Stuttgart (ots) - Audi R8 stößt Seriensieger Porsche 911 vom Thron der prestigeträchtigen Sportwagen-Klasse / Mercedes behauptet seine Spitzenposition in der Luxusklasse / Alle Marken des Volkswagen-Konzern zusammen gewinnen sieben erste Plätze / Der Mini verteidigt seine Vormachtstellung bei den Kleinwagen

Die Premiummarke Audi hat ihr ohnehin gutes Vorjahresergebnis bei der auto motor und sport-Leserwahl "DIE BESTEN AUTOS 2008" noch einmal übertroffen: Die knapp 95.000 Teilnehmer wählten in der Gesamtwertung den Audi A3, A4, A6/Allroad und den Audi R8 zu den Besten in ihren jeweiligen Kategorien. Damit ließ der Ingolstädter Autobauer die Konkurrenz klar hinter sich, in der prestigeträchtigen Sportwagenklasse verwies der R8 sogar den langjährigen Platzhirschen Porsche 911 auf Platz 2. Zwei Top-Platzierungen erzielte die Marke Volkswagen mit den Dauersiegern Polo bei den Kleinwagen und dem Multivan bei den Vans. BMW konnte in der Gesamtwertung bei den Geländewagen mit seinem X5 den Audi Q7 verdrängen und gewann mit dem noch immer sehr erfolgreichen Mini einen ersten Platz in der Gesamtwertung. Bei Mercedes holte sich die S-Klasse mit knappem Vorsprung vor dem Audi A8 den Sieg in der Luxusklasse. Porsche zog bei den Cabrios mit seinem 911 am Mercedes SL vorbei auf den ersten Platz.

Auch bei den Kleinwagen und in der Importwertung gab es Bewegung: Bei den Minicars und den Kleinwagen sorgten der Fiat 500 und der Skoda Fabia für Furore. Der knuffige Italiener schaffte es zwar nicht, den Mini von der Spitze zu verdrängen, landete aber mit 28,4 beziehungsweise 34,2 Prozent in der Gesamt- und der Importwertung aus dem Stand jeweils auf Platz 2. Der Fabia, der in der Gesamtwertung Kleinwagen einen beachtlichen 3. Platz hereinfuhr, triumphierte in der Importwertung der Kleinwagen und verwies den Fiat Grande Punto vom ersten auf den dritten Platz. Punkten konnte Skoda zudem mit dem Octavia, der mit hauchdünnem Rückstand hinter dem Alfa Romeo 159 in der Importwertung Mittelklasse auf dem zweiten Platz landet. So kann auch in diesem Jahr der Volkswagen-Konzern bei der Wahl der besten Autos mit seine Marken Audi, Volkswagen und Skoda als unangefochtener Sieger mit sieben ersten Plätzen in Gesamt- und Importwertung gelten.

Aus den Modellen der Import-Edelmarken ragt auch in diesem Jahr wieder der Maserati Quattroporte heraus. Das vom italienischen Stardesigner Sergio Pininfarina entworfene Modell dominiert die Importwertung der Luxusklasse, seitdem es 2004 erstmals antrat. Mit 39,1 Prozent erreicht der Quattroporte diesmal einen neuen Höchststand. In der Wertung der Import-Sportwagen verloren alle Vorjahresplatzierten ihre Positionen. Der Aston Martin DB9/DBS verdrängt den Vorjahressieger Ferrari F430, der sich auf dem dritten Platz wiederfindet. Der Neueinsteiger Alfa Romeo 8C schiebt sich an Ferrari vorbei auf den zweiten Platz. In der Mittelklasse verliert der Lexus IS, auch in der Luxusklasse bröckeln die Zustimmungswerte für den Lexus LS.

Neben der Wahl der besten Autos des Jahres bewerten die auto motor und sport-Leser zusätzlich sehr detailliert das Image der Automobilmarken anhand von 13 Statements. Diese werden zum einen auf der Basis aller Aktionsteilnehmer und zum anderen auf Basis der Fahrer einer Marke ermittelt. Diese Imagebewertung der größten europaweiten Endverbraucherwahl mit rund 243.000 Teilnehmern aus 17 Ländern ist ein Spiegel, den die fachkundige Leser-Jury den Herstellern vorhält.

Marken in der Trendentwicklung

Das Trio Audi (86%), BMW (80%) und Porsche (73%) sind die nach Einschätzung der Leser von auto motor und sport die derzeit

"trendigsten" und angesehensten Automobilmarken. In der Trendentwicklung einzelner Marken gegenüber 2007 gibt es zum Teil erhebliche Veränderungen. Das Spitzentrio kann in allen wichtigen Kategorien zulegen. Mit Fiat feiert eine fast schon abgeschriebene Marke ein furioses Comeback: Der italienische Traditionsmarke legt von 11,2 auf 44,1 Prozent um sage und schreibe 32,9 Prozentpunkte zu: Erfolgreiche Modelle wie der Grande Punto oder der Newcomer Fiat 500 hauchen dem italienischen Volumenhersteller neues Leben ein. Auch die Marke Ford kommt mit plus 18 Prozentpunkten wieder besser in Fahrt: Vor allem das Preis-Leistungs-Verhältnis und das ansprechende Design von nachgefragten Modellen wie S-Max oder Mondeo schlagen hier zu Buche.

Mit Rückenwind fährt auch die Marke Volkswagen. Gegenüber 2006 legte VW um 9,4 Prozent zu. Mit 68,7 Prozent liegt VW auf Platz 5 aller Trendmarken, nach Fiat (Rang 9) die höchste Wachstumsrate unter den Top 10-Marken. Deutliche Verluste müssen in der Trendbetrachtung die Marken Alfa Romeo (-21,33%), Peugeot (-13,5%) und Chrysler (-12,1%) hinnehmen.

Images

Kaum ein Thema wird derzeit so stark diskutiert wie die ökologischen Folgen des Autofahrens und die damit verbundene Debatte um neue Antriebstechnologien. Bei der Leserbefragung wird dieses Thema über das Image-Kriterium "Baut umweltverträgliche Autos" abgefragt. Einige Ergebnisse: Toyota, der Marktführer im Bereich der Hybridtechnologie, legt auf hohem Niveau auf 39 Prozent zu. Die höchsten Wachstumsraten verzeichnen jedoch mit neun bzw. acht Prozentpunkten die Marken BMW und Volkswagen. Bei VW tragen offensichtlich die Investitionen in die Benzin-Direkteinspritzung unter dem Kürzel FSI Früchte. Die BMW-Strategie mit einem umfassenden Paket zur Reduzierung von Kraftstoff und Emissionsausstoß unter dem Stichwort Efficient Dynamics scheint ebenfalls die Autofahrer zu erreichen.

Weniger transparent ist den Kunden dagegen das BlueTec-Modell von Mercedes-Benz. Hier zeigt sich auch, dass erst nachhaltige Strategien zum Erfolg führen. Im Umfeld der IAA hat Mercedes mit BlueTec das Thema Umweltverträglichkeit zwar penetriert, insgesamt sprechen aber nur 14 Prozent der Aktionsteilnehmer der Marke diese Eigenschaft zu - gegenüber Vorjahr ein Minus von vier Punkten.

Beim Thema hohe Zuverlässigkeit gelingt es Audi trotz international steigender Nachfrage und steigenden Produktionszahlen sein Qualitätsversprechen zu halten. Mit 53 Prozent wird AUDI die höchste Zuverlässigkeit aller Markeninformation zugesprochen. Aber auch BMW und Mercedes auf den Plätzen 2 und 3 können um sieben bzw. neun Prozentpunkte zulegen.

Das Ergebnis der Leserbefragung bestätigt die Veröffentlichungen jüngster Pannenstatistiken: Die deutschen Marken - allen voran Mercedes - haben aus Problemen in der Vergangenheit gelernt und investieren erheblich in die Zuverlässigkeit ihrer Autos. Auch VW stärkt diesen Trend mit einem Plus von acht Prozentpunkten. Toyota, in den Vorjahren Garant für Zuverlässigkeit, verliert sieben Prozentpunkte und erhält damit die Quittung für größere Rückrufaktionen.

Die Ergebnisse und Bilder der Preisverleihung sind ab Mittwoch, 30. Januar 2008, 12.00 Uhr im Internet unter www.auto-motor-und-sport.de zu sehen und zum Download bereit.

@@infblk@@

Pressekontakt:
Motor Presse Stuttgart
Stefan Braunschweig
Unternehmenskommunikation
Leitung

Leuschnerstraße 1
70174 Stuttgart
Tel.: 0711/182-1289
Fax: 0711/182-271289
Mobil: 0176/11182089
www.motorpresse.de

Originaltext:

Motor Presse Stuttgart

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/22036/motor-presse-stuttgart>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_22036.rss2