

24. Januar 2020

## **Toyota hat die meisten Fans in Deutschland**

Erfolg vor deutschen Premium-Marken

- Zufriedene Kunden durch klare Positionierung zum nachhaltigen Handeln
- Bekannter „Nichts ist unmöglich“-Claim schafft emotionale Bindung
- Repräsentative Studie des Marktforschungsunternehmens „2HMforum“

Köln. Die meisten Automobilfans in Deutschland hat Toyota: Das japanische Unternehmen verweist im repräsentativen „Fanfocus Deutschland“ die deutschen Premium-Marken auf die Plätze und sichert sich so die Spitzenposition. Zuverlässige Fahrzeuge, aber auch eine klare Profilierung machen sich bezahlt.

Wer zufrieden mit seinem Auto ist, bleibt einer Marke eher treu. Für seine Studie hat das Mainzer Marktforschungsunternehmen „2HMforum“ die Kunden der einzelnen Marken befragt. Je nach Sympathie wurden die Teilnehmer in eine von fünf Kategorien eingeteilt – von „Fans“ über „Sympathisanten“ bis hin zu „Gefangenen“ und „Gegnern“.

Mit 33 Prozent hat Toyota so viele Fans wie keine andere Marke. Damit rangieren die Japaner nicht nur vor allen Volumenmarken, sondern auch vor den deutschen Premium-Fabrikaten. Der bekannte Markenclaim „Nichts ist unmöglich“ schafft eine emotionale Bindung zu den Kunden, zu der auch die klare Positionierung insbesondere im Hinblick auf alternative Antriebe beiträgt.

Neben der umfassendsten Hybridpalette in Europa offeriert Toyota mit dem Mirai (Kraftstoffverbrauch Wasserstoff kombiniert 0,76 kg/100 km; Stromverbrauch kombiniert 0 kWh/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert 0 g/km) eine Brennstoffzellenlimousine, die dank Wasserstoffantrieb lokal völlig ohne CO<sub>2</sub>- und Schadstoffemissionen auskommt – lediglich Wasserdampf wird während der Fahrt ausgestoßen. Jeder dritte Kunde bescheinigt Toyota deshalb auch nachhaltiges Handeln.

Ein weiterer Erfolgsfaktor ist die hohe Kundenzufriedenheit. Fast die Hälfte der befragten Toyota Kunden ist „absolut zufrieden“ mit dem Kontakt zur Marke – der Topwert im Feld. „Kunden werden zu Fans, wenn natürlich Leistung und Qualität absolut stimmen und sie zudem an vielen Kontaktpunkten exzellente Erlebnisse haben“, erklärt Studienleiter Jonas Lang. Bei Toyota ist das offensichtlich der Fall.

Diese Meldung und weitere Informationen rund um Toyota finden Sie auch unter:

[www.toyota-media.de](http://www.toyota-media.de)

Ihr Ansprechpartner bei redaktionellen Rückfragen:

Thomas Heidbrink, Tel. (02234) 102-2238, Fax (02234) 102-992238

[Thomas.Heidbrink@toyota.de](mailto:Thomas.Heidbrink@toyota.de)