

## Pressemitteilungen

Jul 21, 2016 | ID: 194085

### J.D. Power Studie: Premium-Marke Volvo hat die zufriedensten Kunden Deutschlands

- Serviceleistungen der Volvo Vertragspartner auf Top-Niveau
- Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 22 Punkte
- Volvo in den Zufriedenheitsanalysen regelmäßig ganz vorn

**Köln. Volvo hat die zufriedensten Kunden Deutschlands: Als beste Premium-Marke im Land gewinnt der schwedische Autohersteller die diesjährige J.D. Power Kundenzufriedenheitsstudie (Customer Service Index Study). Mit einem Indexwert von 767 Punkten führt Volvo nicht nur das Premium-Segment an, sondern landet auch auf Platz zwei in der segmentübergreifenden Gesamtwertung – vor allen bedeutenden deutschen Premium-Herstellern.**

Das Marktforschungsunternehmen J.D. Power hat in diesem Jahr zum zweiten Mal die sogenannte Service-Zufriedenheit von Autofahrern in Deutschland ermittelt. Berücksichtigt werden dabei ausschließlich die Eindrücke bei offiziellen Vertragspartnern. Wie zufrieden sind Kunden mit Werkstatt und Autohaus? Neben dem Gesamteindruck vom Betrieb zählen unter anderem die Servicequalität und die Kompetenz des Serviceberaters. J.D. Power wertete insgesamt 9.874 Online-Umfragen von Autofahrern aus, deren Fahrzeug zwischen Februar 2013 und April 2015 neu zugelassen wurde.

Klarer Sieger in seiner Klasse ist Volvo: Mit 767 Punkten verbessert sich das Unternehmen gegenüber dem Vorjahr um 22 Punkte und liegt nun deutlich über dem durchschnittlichen Indexwert im Premium-Segment, der 747 Punkte beträgt. Der Durchschnitt der Volumenmarken von 732 wird ohnehin weit übertroffen. Volvo Fahrer sind somit im Branchenvergleich überdurchschnittlich zufrieden mit ihrem Händler.

„Kundenzufriedenheit wird bei Volvo seit jeher groß geschrieben. Neben hochwertigen Modellen spielt dabei das Erlebnis im Autohaus eine zentrale Rolle, denn dort kommen Autofahrer in der Regel erstmals direkt mit der Marke in Kontakt. Wir freuen uns, dass Kunden mit den Volvo Partnern höchst zufrieden sind“, sagte Thomas Bauch, Geschäftsführer der Volvo Car Germany GmbH. Einen entscheidenden Anteil daran hat die Volvo Retail Experience: Mit einer wohnlichen, von der schwedischen Heimat der Marke inspirierten Atmosphäre macht sie den Besuch beim Volvo Partner zum Erlebnis.

Die hohe Zufriedenheit bestätigen auch frühere Ergebnisse von J.D. Power: Bei der sogenannten Vehicle Ownership Satisfaction Study (VOSS) des Marktforschungsunternehmens feierte Volvo neben Podiumsplatzierungen sowohl 2011 als auch 2013 den Gesamtsieg, 2014 fuhr die schwedische Premium-Marke zudem einen Klassensieg in der Oberklasse ein.

Mit einer Kundenzufriedenheitsquote von über 85 Prozent, dem absoluten Spitzenwert aller Marken, führt Volvo auch das ADAC Kundenbarometer 2015 an – wie schon im Jahr zuvor. Der SchwackeMarkenMonitor bestätigt darüber hinaus, dass auch die Händler zufrieden sind: 2015 und 2016 war Volvo die beste Marke in der Klasse der „kleinen Importfabrikate“. „Dies ist ein wichtiges Indiz. Nur zufriedene Händler, die sich mit ihrer Marke identifizieren, schaffen zufriedene

Kunden. Volvo und die deutschen Vertragspartner ziehen an einem Strang“, so Bauch.

Eine hohe Kundenzufriedenheit im Handel nimmt direkten Einfluss auf die Markenloyalität: Fast drei Viertel derjenigen, die von ihrem Autohaus begeistert sind, wollen der J.D. Power CSI-Studie zufolge dort auch ihr nächstes Auto kaufen oder leasen. 82 Prozent kehren zum Vertragspartner zurück, um weitere kostenpflichtige Arbeiten erledigen zu lassen.

## Keywords:

Quality, Awards, Corporate, Press Releases

---

Descriptions and facts in this press material relate to Volvo Cars's international car range. Described features might be optional. Vehicle specifications may vary from one country to another and may be altered without prior notification.

## Weitere Fotos



[Mehr Fotos >](#)

[media.volvocars.com >](https://media.volvocars.com)

[volvocars.com >](https://volvocars.com)

Copyright© 2025 Volvo Car Corporation (oder Tochterunternehmen bzw. Lizenzgeber).