

## Pressemitteilungen

Jun 16, 2011 | ID: 38723

# J.D. Power Studie: Volvo hat die zufriedensten Kunden. Volvo gewinnt prestigeträchtiges Marken-Ranking 2011

## **J.D. Power Studie: Volvo hat die zufriedensten Kunden Volvo gewinnt prestigeträchtiges Marken-Ranking 2011**

- Platz 1 für den schwedischen Premium-Hersteller in der Markenwertung
- Platz 2 für Volvo V50 in der Mittelklasse und Dritter der Gesamtwertung
- Platz 3 für den Kombi-Klassiker Volvo V70 im Oberklasse-Segment
- Repräsentative Studie zur Kundenzufriedenheit aktuell veröffentlicht

Köln. Eindrucksvoller kann der Qualitätsanspruch der Volvo Car Corporation nicht bekräftigt werden: Bei der aktuellen J.D. Power Studie für den deutschen Markt belegt der schwedische Premium-Hersteller in der Markenwertung 2011 den ersten Rang - vor allen deutschen Premium-Marken und allen japanischen Herstellern, die den Wettbewerb viele Jahre dominierten. Auch bei der Produktwertung kamen zwei Volvo Modelle auf das Siegerpodest. Im Mittelklasse-Segment holte der Volvo V50 Silber und schaffte damit auch Platz drei in der Gesamtwertung aller Modelle. In der Oberklasse wurde der Volvo V70 mit Bronze ausgezeichnet.

„Das Ergebnis der aktuellen J.D. Power Studie spiegelt das hohe Niveau unserer Modelle bezüglich Qualität, Zuverlässigkeit, Attraktivität und Service wider. Gleichzeitig unterstreicht es den Premium-Charakter eines jeden Volvo Fahrzeugs. Niemand kennt die Stärken und Schwächen eines Fahrzeugs besser als sein jeweiliger Besitzer. Und genau dies macht diese Auszeichnung, die auf der Grundlage von Kundenbefragungen entsteht, so bedeutend. Hinzu kommt, dass es Premium-Hersteller bei diesen Umfragen traditionell schwer haben, da ihre Kundschaft besonders anspruchsvoll ist. Die wertvollste und aussagekräftigste Währung, die wir erhalten können, ist die Zufriedenheit unserer Kunden“, sagt Bernhard Bauer, Geschäftsführer von Volvo Car Germany.

Zum zehnten Mal erstellte das weltweit tätige Marktforschungsinstitut J.D. Power einen umfassenden Report über die Zufriedenheit und die Erfahrungen deutscher Autofahrer mit ihrem Fahrzeug. Dabei ermittelte das amerikanische Unternehmen mit Hauptsitz in Los Angeles (USA) den Zufriedenheitswert VOSS (Vehicle Ownership Satisfaction Study) und untersuchte mehr als 100 Modelle in neun Klassen. Zum dritten Mal wurde die Umfrage via Internet durchgeführt. An der Online-Befragung nahmen insgesamt 17.158 Autofahrer teil. Die Teilnehmer mussten ihr Fahrzeug mindestens zwei Jahre lang fahren und haben in dieser Zeit durchschnittlich 38.700 Kilometer zurückgelegt. Oder anders ausgedrückt: In die Bewertung floss die Erfahrung aus über 660 Millionen zurückgelegter Kilometer ein - repräsentativer kann ein Ergebnis nicht sein.

Aus der Umfrage erstellt J.D. Power ein Marken-Ranking, das die einzelnen Hersteller aufführt, und eine Produktbewertung, die die verschiedenen Fahrzeugmodelle in den unterschiedlichen Segmenten listet. Für die Bewertung der Hersteller müssen mindestens 100 aussagekräftige Antworten, für das Modellranking mindestens 50 auswertbare Aussagen eingehen. Das Gesamtergebnis wird anhand von 67 Attributen in vier verschiedenen Zufriedenheitskategorien zusammengestellt, die unterschiedlich gewichtet werden: Die Attraktivität fließt mit 32 Prozent in

das Ergebnis ein, der Bereich Qualität/Zuverlässigkeit mit 26 Prozent, die Unterhaltskosten mit 22 Prozent und der Service mit 20 Prozent.

Volvo kam im Marken-Ranking auf eine Zufriedenheitsquote von 84,1 Prozent und schaffte damit erstmals Platz eins. In der Gesamtwertung aller Fahrzeuge (unabhängig vom jeweiligen Segment) belegte der Volvo V50 mit einem Zufriedenheitsindex von 85,9 Prozent Rang drei, in seinem Segment, der Mittelklasse, erreichte er damit äußerst knapp geschlagen Platz zwei. Im Oberklasse-Segment kam der Volvo V70 mit einem Zufriedenheitsindex von 82,7 Prozent auf einen beachtlichen dritten Platz.

Die begehrten Auszeichnungen wurden am Donnerstagabend (16. Juni 2011) im Journalistenclub des Axel-Springer-Hauses in Berlin übergeben.

J.D. Power and Associates ist eine der renommiertesten Marktforschungs-Institutionen weltweit. Das Unternehmen wurde 1968 von James David Power III gegründet und erstellt Kundenzufriedenheitsstudien in den Bereichen Automobilindustrie, Bankwesen, Telekommunikation und Energiewirtschaft. Die Studie für den deutschen Markt veröffentlicht J.D. Power exklusiv in Zusammenarbeit mit der Redaktion der Automobil-Fachzeitschrift AUTO TEST mit Sitz in Schwabach.

## Keywords:

Press Releases, 2011, V70 (2008-2016), Product News

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 >](http://media.volvocars.com)

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

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