

# asp

AUTO SERVICE PRAXIS

[www.autoservicepraxis.de](http://www.autoservicepraxis.de)

Mit freundlicher  
Empfehlung



B43 385 D  
10,90 EURO

01.2016

SPRINGER AUTOMOTIVE MEDIA

## ABGASANALYSE

Der Dieselgate und seine weitreichenden Folgen

## 3D-DRUCK

Schicht für Schicht: Ersatzteile aus dem 3D-Drucker

## GEFAHRSTOFFE

Werkstattinhaber als Chemie-Manager

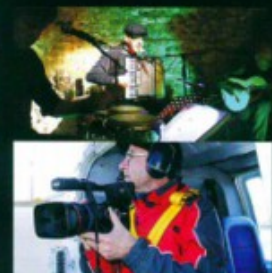
## JUBILÄUM

Rückblick: TÜV SÜD feiert das 150-jährige Bestehen



## TÜV SÜD-AKTUELL

Unterstützung beim Schadenmanagement von A bis Z



Das ist Guido Orth-Gauch, technischer Autor bei TRW.

Guido möchte immer die gleiche Qualität bieten, unabhängig davon, ob er in seiner Jazzband spielt oder ein Handbuch für einen neuen Bremsbelag schreibt. Von Guido aufgezeichnete Tests zeigen, dass unser innovatives Reibmaterial den Bremsweg um bis zu 7 Metern verkürzt.

Verlassen Sie sich auf echte Originale, wenn es um hervorragende Leistungen geht.

Schauen Sie sich Guidos Geschichte an: [www.trwaftermarket.com/bremsbelag](http://www.trwaftermarket.com/bremsbelag)

# ECHTE ORIGINALE



[www.trwaftermarket.com/bremsbelag](http://www.trwaftermarket.com/bremsbelag)

Die Produkte von TRW müssen hohen Anforderungen gewachsen sein. Das gilt auch für die weltweit 4.000 Ingenieure und Produktfachleute, die sie entwickeln. Durch mehr als 100 Jahre Erfahrung als Erbauer setzt TRW Standards für Sicherheit und Qualität.

# TRW

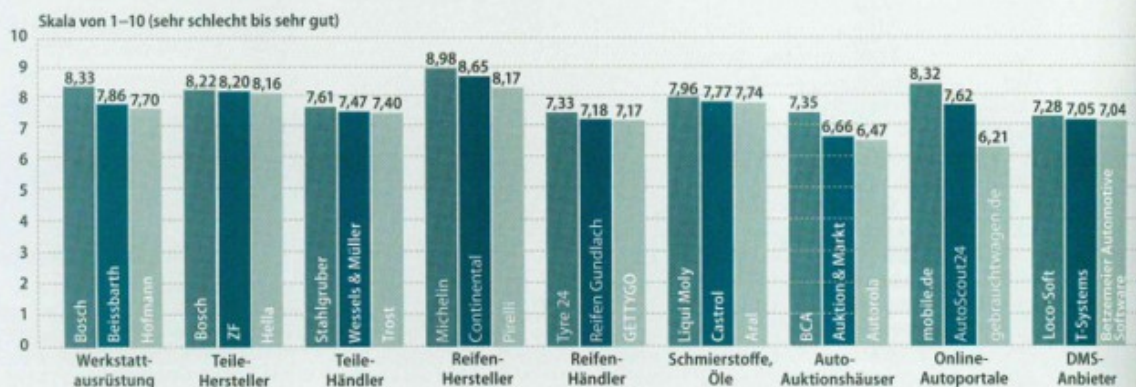


Springer Automotive Media

# BEST BRANDS 2016

AUTOHAUS | asp

## DAS SIND DIE IMAGE-SIEGER IN DEN GRUPPEN





## IMAGE-UMFRAGE

# Auf dem Siegertreppchen

Die Leserbefragung „Best Brands“ 2016 von asp AUTO SERVICE PRAXIS und AUTOHAUS zeigt: Michelin hat wieder das beste Image der Kfz-Branche, gefolgt von Continental und Bosch.

Bereits zum zweiten Mal nach 2014 haben jetzt AUTOHAUS und asp AUTO SERVICE PRAXIS die Leserbefragung „Best Brands“ durchgeführt und hier ist das Ergebnis: Sieger über alle Produktgruppen hinweg und Imageführer in seiner Sparte ist auch 2016 wieder Michelin. Der Reifenhersteller erreichte in der Gesamtwertung den höchsten Wert von 8,98 auf der Skala von null bis zehn (sehr schlecht bis sehr gut). Die Fragestellung lautete dabei: „Wie beurteilen Sie das Image der Marke rein gefühlsmäßig und unabhängig davon, ob Sie mit ihr zusammenarbeiten?“ Auch in puncto Qualität der Produkte (8,84) und Preis-Leistungs-Verhältnis (7,62) glänzte der Pneuhersteller Michelin erneut mit Spitzenwerten.

Platz zwei in der Gesamtwertung errang dieses Mal Reifenhersteller Continental mit dem Wert 8,65 und schob sich somit vor den Zweitplatzierten der 2014er-Befragung Bosch. Auch bei Conti korreliert die Gesamtwertung mit der Bewertung von Qualität (8,52) und Preis-Leistungs-Verhältnis (7,54). In beiden

## DAS STUDIENDESIGN

asp AUTO SERVICE PRAXIS und AUTOHAUS haben sich mit Hilfe ihrer Leser auf die Suche nach den beliebtesten Marken der Kfz-Branche gemacht. Die telefonische Befragung „Best Brands“, durchgeführt vom Marktforschungsinstitut Puls, ermittelt auf der repräsentativen Basis von 900 AUTOHAUS- und asp-Lesern die Anbieter mit dem besten Image in einzelnen Produktgruppen und drei Gesamtsieger über alle Sparten.

Gefragt wurde zuerst allgemein nach dem Image („Bitte beurteilen Sie das Image der Marken, rein gefühlsmäßig und unabhängig davon, ob Sie aktuell mit ihnen zusammenarbeiten.“). Schließlich wurde das Markenbild nach den Faktoren Preis-Leistungs-Verhältnis und Qualität differenziert.

Kategorien ist Continental Zweiter in seiner Produktgruppe und Michelin auf den Fersen.

Auf der Siegertreppe für Platz drei steht Bosch im Bereich Werkstattausrüstung mit dem Wert 8,33 und ist damit auch Sieger in seiner Produktgruppe. Ebenfalls an der Spitze seiner Gruppe liegt Werkstattausrüster Bosch bei der Qualität der Produkte (8,02) und im Preis-Leistungs-Verhältnis (7,29).

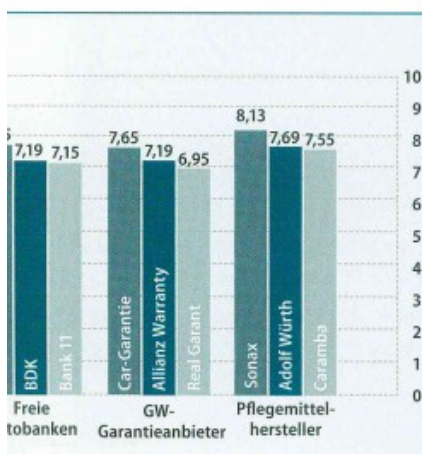
## Gutes Image ist begründet

Damit zeigt sich ein klarer Zusammenhang: Wer beim Image führt, bekommt

von seinen (potenziellen) Kunden auch in puncto Qualität und Preis-Leistungs-Verhältnis gute Noten. Die Sieger in den weiteren neun Produktgruppen finden Sie in der Grafik unten.

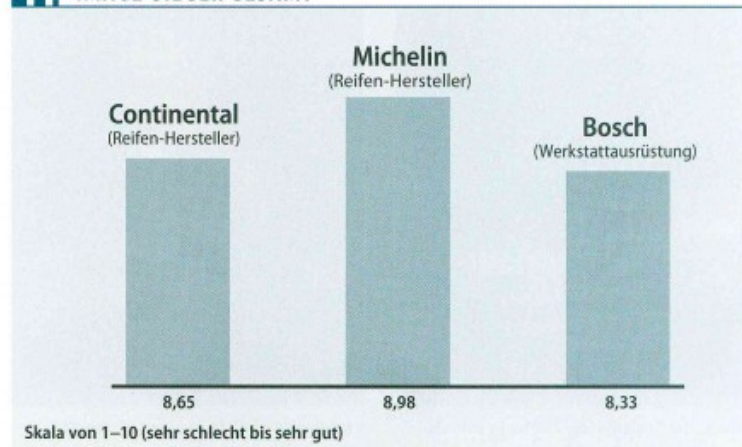
Storys zu den Gewinnern der jeweiligen Produktgruppe finden Sie übers Jahr verteilt in asp AUTO SERVICE PRAXIS. Verliehen wurden die Best-Brands-Awards auf dem diesjährigen Neujahrsempfang von Springer Automotive Media am 14. Januar 2016. Eine Fotogalerie mit den Highlights der Gala-Veranstaltung finden Sie auf [autoservicepraxis.de](http://autoservicepraxis.de).

Dr. Andrea Haunschild



[www.autoservicepraxis.de](http://www.autoservicepraxis.de)

## IMAGE-SIEGER GESAMT



Quelle: puls Marktforschung/UTOHAUS/asp



So sehen Sieger aus: die Gewinner der diesjährigen Best Brands.

Foto: Jörg Schwenker / Rainer Wölflinger

## BEST BRANDS

## Siegertypen

Mitte Januar fand in München die Verleihung der diesjährigen Best Brands Awards statt – vor 270 geladenen Gästen.

**E**in festlich geschmückter Paulaner Festsaal und strahlende Gewinner am Münchner Nockherberg – Mitte Januar stand die Verleihung der diesjährigen Best Brands Awards auf der Agenda. Den passenden Rahmen für die Imagesieger lieferte dabei der Neujahrsempfang der Springer Fachmedien

München GmbH, in der die Fachmagazine AUTOHAUS, asp AUTO SERVICE PRAXIS, Autoflotte, tankstellen markt und VKU erscheinen.

Eine große Bilderstrecke und den ausführlichen Nachbericht zu Verleihung und Neujahrsempfang gibt es in der nächsten asp-Ausgabe am 19. Februar. **pm**



Objekt der Begierde: die 2016er-Pokale als Symbol fürs Top-Image



Verleihung: Ralph M. Meunzel, Verlagsleiter Springer Automotive Media

## KOMMENTAR

Der deutsche Top-manager und Autoexperte Eberhard von Kuenheim hatte einst gesagt: „Das ist die Gefahr bei einem guten Image: Wer glaubt, ich bin seit dreißig Jahren der Erste, also bleibe ich's, der liegt falsch.“



Patrick Neumann, Koordinator asp

Richtig. Unternehmen – egal, ob der Zehn-Mann-Betrieb oder der international agierende Mega-Konzern – müssen täglich an ihrem Image arbeiten. Ausruhen zählt nicht. Neben der Kundenzufriedenheit spielen hierbei natürlich auch die Faktoren Qualität der Produkte oder Dienstleistungen respektive das Preis-Leistungs-Verhältnis eine wichtige Rolle. Aber das muss ich ja Ihnen, liebe Werkstattprofis, nicht groß erzählen. Mit jedem Wartungs- und Reparaturauftrag können Sie in der Imagewertung glänzen. Oder sich einen negativen Kommentar einfangen – im digitalen Zeitalter besonders unschön.

Wie man als Unternehmen der Kfz-Branche vieles richtig machen kann, zeigt wieder unsere repräsentative „Best Brands“-Befragung von 900 AUTOHAUS- und asp-Lesern. Vielen Dank an alle Teilnehmer und herzlichen Glückwunsch an alle Gewinner!

PS: Imagemäßig noch Luft nach oben? Keine Angst vor der Imagepolitur. Auch für die Top-Unternehmen beginnt das Spiel immer wieder von vorne – tagtäglich.