

SOMMERREIFEN-TEST ELF BREITREIFEN IM VERGLEICH

HEFT 7 10. MÄRZ 2011

auto motor und sport

**ÜBERRASCHEND: COMEBACK
DER STUFENHECK-LIMOUSINEN**

**MERCEDES CLC
ALFA ROMEO GIULIA
VW JETTA
AUDI A3**



MERCEDES CLC



ALFA ROMEO GIULIA



**ERSTER
TEST
VW JETTA**



AUDI A3



**GROSSES
CABRIO-EXTRA**

**CABRIOS FÜR
UNTER 20 000 EURO**

FAHRBERICHT MERCEDES SLK TEST BMW 650i CABRIO



**VERGLEICH
PEUGEOT 508
VW PASSAT
OPEL INSIGNIA
MAZDA 6**



**100 000
KILOMETER
DAUERTEST
BMW X5**



**FAHRBERICHT
MERCEDES
C-KLASSE**

Deutschland 3,50 €

Österreich 4 €, Schweiz 9,50 Sfr., Belgien 4 €, Dänemark 4,70 €, Finnland 5,30 €, Frankreich 4,70 €, Griechenland 5,20 €, Italien 4,60 €, Kanada 4,80 €, Norwegen 4,90 NOK., Portugal (cont.) 4,70 €, Spanien 4,60 €, Slowenien 4,60 €, Ungarn 1420 Ft.





MARKEN- BEWUSSTSEIN

Der wahre Wert einer Marke zeigt sich in deren Ansehen beim Kunden. Bei der Wahl „Die besten Autos 2011“ haben die Leser auch über Produkte und Dienstleistungen befunden. Hier Deutschlands Top-Marken.

Was hat in Zeiten wie diesen noch Bestand? Viele Marken mit strahlendem Wiedererkennungswert sind auf einem Bolzplatz namens Globalisierung als Folge von Fusionen, Übernahmen oder Pleiten auf der Strecke geblieben. In Deutschland hat man ihre klangvollen Namen noch im Ohr, nur gebaut werden Erzeugnisse unter diesen Markenzeichen nicht mehr. Wie gut, dass es noch Tempotü-

cher gibt und Esso seinem Uralt-Werbegloss „Pack den Tiger in den Tank“ treu geblieben ist. Da weiß man, was man hat – das ist übrigens auch ein sehr traditionsreicher Werbespruch.

Die Wertschätzung einer Marke ist kein starrer, aber meist sehr stabiler Faktor. Das zeigen die Ergebnisse der auto motor und sport-Leserwahl „Best Brand 2011“ zum Wert der Marken, bei der 28 Produkt-Kategorien abgefragt

wurden: Nur in knapp der Hälfte gibt es Veränderungen auf den vorderen Plätzen. Das Votum der Leser hat etwa Bosch erneut die Lizenz zum Siegen erteilt: Der Systemlieferant geht aus acht Kategorien als klarer Spitzenreiter hervor – somit gebührt ihm das Prädikat „Marken-Weltmeister“. In der Disziplin „Scheibenwischer“ erreicht Bosch mit über 90 Prozent Zustimmung – knapp zwei Prozentpunkte mehr als



im Vorjahr – für seine Produkte den zweithöchsten Wert.

Zum sechsten Mal antworteten die Leser auf die Frage „Produkte welcher Firma überzeugen Sie?“ Ein Traumergebnis mit 92 Prozent Zustimmung erzielt Recaro in der Kategorie Sitze – der Hersteller verbessert seinen Spitzenwert vom Vorjahr damit nochmals um rund sechs Prozentpunkte. Auch bei Auspuff-Hersteller Akrapovic, dem der

Einstieg ins Autogeschäft im vergangenen Jahr aus dem Stand mit Rang vier gelohnt wurde, steigt die Zustimmung im Vergleich zum Vorjahr um sieben Prozentpunkte.

Bei soviel Kontinuität gibt es dennoch Überraschungen. Die Kategorie Schmierstoffe ist neu aufgemischt: Liqui Moly erfährt einen Stimmengewinn von knapp 32 auf über 48 Prozent und verdrängt den bisherigen Dauersieger

Castrol von der Pole Position. Möglicherweise steht dies in Zusammenhang mit der Liqui Moly-Werbekampagne, die das klare Bekenntnis zum Produktions-Standort Deutschland zum Inhalt hat. Denn auch in der Kategorie Pflegemittel verbessert sich Liqui Moly von Platz fünf auf Platz zwei und tauscht mit A1/Dr. Wack die Ränge.

Text: Brigitte Haschek. Foto: Peter Arnold