

VW zurück im Vertrauen: Studie zeigt beeindruckende Wenden der Marke!

Das ZEK der DHBW Ravensburg untersucht das Vertrauen in die Marke VW und dessen Entwicklung seit 2015.



Ravensburg, Deutschland - Die Marke Volkswagen zeigt beeindruckende Fortschritte beim Vertrauen der Verbraucher, laut einer aktuellen Untersuchung des Zentrums für empirische Kommunikationsforschung (ZEK) an der DHBW Ravensburg. Nach den verheerenden Folgen des Dieselskandals im Jahr 2015, bei dem VW immense Vertrauensverluste erlitten hatte, erleben die Wolfsburger nun einen Aufschwung. Mittlerweile gehört VW wieder zu den Top 5 der vertrauenswürdigsten Automarken in Deutschland, wie **Horizont** berichtet. Zwei Drittel der Befragten, die bereits einen VW besitzen, sind bereit, wieder zur Marke zu greifen. Dies spiegelt einen positiven Trend wider, da VW auch als innovativer wahrgenommen wird, nur hinter BMW und zusammen mit Tesla auf Rang zwei landet.

Vertrauenskrise überwunden?

Die Umfrage, die im November unter 503 Personen in Deutschland durchgeführt wurde, zeigt, dass VW das Vertrauen der Kunden wieder zurückgewinnen konnte, trotz anhaltender negativer Berichterstattung über mögliche Werksschließungen und Stellenabbau. Das ZEK stellt fest, dass die Wahrnehmung des Unternehmens als innovativer Automobilhersteller gestiegen ist, was für die Marke entscheidend sein könnte. Die Studie hat auch ergeben, dass Hybridfahrzeuge in den nächsten zwölf Monaten voraussichtlich an Beliebtheit gewinnen werden, während beim Antriebsmix der klassische Benziner an Rückhalt verliert.

Dennoch schatten die Erinnerungen an die Manipulationsskandale mit Abgaswerten weiterhin das Image des Unternehmens. Bei einer Tagung des ZEK besprachen Experten die Herausforderungen der Unternehmenskommunikation, insbesondere in Krisensituationen. Prof. Dr. Frank Brettschneider wies darauf hin, dass verständliche Kommunikation in der Wirtschaft und Politik von großer Bedeutung ist, und betonte, dass „Verstehen zu Akzeptanz führt.“ Obwohl die Markenwahrnehmung von VW sich verbessert hat, liegt das Unternehmen nach wie vor hinter vielen Wettbewerbern zurück, was das Vertrauen angeht, da 36 Prozent der Befragten die Marke als betroffen durch den Skandal ansehen, wie **DHBW Ravensburg** berichtete.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Ravensburg, Deutschland
Quellen	• nag-news.de • www.horizont.net • www.ravensburg.dhbw.de

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at