

## Puls-Studie: Jeder fünfte Toyota-Interessent sieht vom Kauf ab

Die Nürnberger Marktforschung Puls hat den Einfluss der jüngsten Rückrufaktionen von Toyota auf den Autokauf untersucht. In einer Befragung von 700 Autokäufern gab jeder fünfte Toyota-Interessent an, auf den Kauf von Autos dieser Marke zu verzichten. Weitere 27 Prozent wollen mit ihrem Fahrzeugkauf vorerst abwarten.



[Pia Krix](#)  
[pkrix@craincom.de](mailto:pkrix@craincom.de)

Nürnberg. Jeder fünfte Toyota-Interessent will wegen der Rückrufaktionen von einem Kauf absehen. Zu diesem Ergebnis kommt das Nürnberger Marktforschungsinstitut Puls, das im Rahmen der Studie "Autokäuferpuls" bundesweit rund 700 Autokäufer befragt hat. Weitere 27 Prozent wollen mit ihrem Fahrzeugkauf vorerst abwarten. Puls-Geschäftsführer Konrad Weißner: "Nun kommt es auf ein aktives Krisenmanagement mit offener und verständlicher Kommunikation der Mängel an." Nur so könne vermieden werden, dass Toyotas Image als Qualitätsweltmeister Schaden nimmt.



Toyota-Logo: Die weltweiten Rückrufaktionen führen zu einer Kaufzurückhaltung bei den Kunden.

Die Wahrnehmung der Rückrufaktionen auf dem deutschen Automobilmarkt ist nach Angaben von Puls "gewaltig". Wird offen nach Automobilherstellern gefragt, bei denen Rückrufaktionen aufgefallen sind, nennen zwei von drei Autokäufern Toyota (67 Prozent). Werden verschiedene Marken vorgegeben, erinnern sich nach Angaben von Puls sogar 77 Prozent an die Qualitätsprobleme der Japaner. Damit werden die Rückrufaktionen von Marken wie Peugeot, Ford oder Citroen in den Schatten gestellt. "Die Erwartungen an das Krisenmanagement von Toyota sind hoch", so Weißner. Insbesondere ältere Fahrzeugkäufer würden durch die Rückrufaktionen negativ beeinflusst. "Von zentraler Bedeutung ist dabei auch eine Erklärung, wie Mängel künftig vermieden werden."

### Artikel zum Thema:

Dienstag, 09. Februar 2010, 11.07 Uhr