

22. August 2010

Umwelt-Image von Automarken: Deutsche Hersteller holen auf. Dämpfer für Toyota.

Vor drei Jahren, als das IPPC seine Klimaschutz-Berichte veröffentlicht hatte, standen die deutschen Automobil-Hersteller wegen verfehlter Selbstverpflichtungen im Brennpunkt öffentlicher Kritik. Und TOYOTA belegte mit großem Abstand die Image-Pole-Position in Sachen "Engagement für umweltverträgliche Antriebe und Autos".

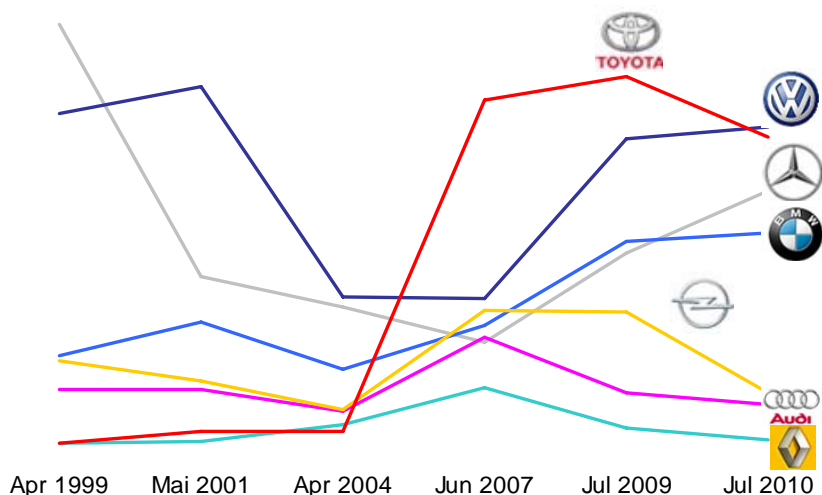
Auch wenn es lt. VCD zwischenzeitlich keine großen technologischen Fortschritte zu vermelden gibt, sind einige heimische Autobauer wie VW, Mercedes bzw. Daimler und BMW in diesem Punkt aktuell deutlich besser als damals positioniert. Die Öko-Labels "BlueMotion", "BlueEfficiency" und "Efficient Dynamics" zeigen Wirkung. VW hat sogar zu TOYOTA aufgeschlossen - allerdings nur deshalb, weil das Image von TOYOTA noch unter Nachwirkungen der Rückruf-Aktion vor Monaten leidet. Andere Marken wie OPEL oder Audi scheinen in den Augen der Deutschen unter Ökologie-Aspekten den Anschluss zu verlieren.

Global Issues Monitor Deutschland 2010, 1.003 repräsentativ ausgewählte Befragte zwischen 16 und 75 Jahren, Telefon-Befragung in der Zeit vom 02.-30.07.2010.

Positionierung der Autohersteller Leadership in puncto Engagement für die Entwicklung umweltverträglicher Antriebe und Autos



Welcher Autohersteller engagiert sich besonders stark für die Entwicklung umweltverträglicher Antriebe und Autos? [1-te Nennung]



1