

Thema: Jürgen Gietl

Autor: k.A.

**Jürgen Gietl**

Managing Partner beim Markenstrategie-Experten BrandTrust

**1 Sie haben 14 Automarken nach Widerstands- und Zukunftsfähigkeit untersucht: Audi ging trotz Dieselskandal als Sieger hervor. Überrascht das nicht sehr?**

Eher gefreut als überrascht, da es unsere Überzeugung bestätigt, dass bekannte Marken einerseits helfen, wertvoller zu verkaufen, aber eben immer auch Schutzschild in Krisen sind. Mehr als 40 Jahre „Vorsprung durch Technik“ wischt man nicht in zwei Jahren einfach weg, sondern lässt Kunden vertrauen, dass sie das auch in Zukunft sein werden. Jetzt liegt es an Audi, dem auch gerecht zu werden.

**2 VW ist zwar nicht abgestürzt, doch die Marke ist nach Dieselgate beschädigt. Wie schwer, würden Sie meinen?**

Als Massenanbieter mit weniger Profil hat es VW schwerer, unbeschadet hervorzugehen. Was fehlt, ist das klare, demütige Signal, dass man endlich verstanden hat und eine echte Zukunftsvision zeigt, die über die Ankündigung der Anzahl neuer E-Modelle hinausgeht.

**3 Warum scheinen Kunden die hohen Preise für die Zukunftshoffnung Tesla weniger gerne zu bezahlen wollen als für deutsche Premiummarken?**

Weil sie gewohnt sind, dass Premiumpreise nicht nur für Innovationen, sondern für alle Erlebnisse rund um die Marke und das Produkt bezahlt werden. Die Qualitätsanmutung deutscher Hersteller liegt noch weit über der eines Tesla.