

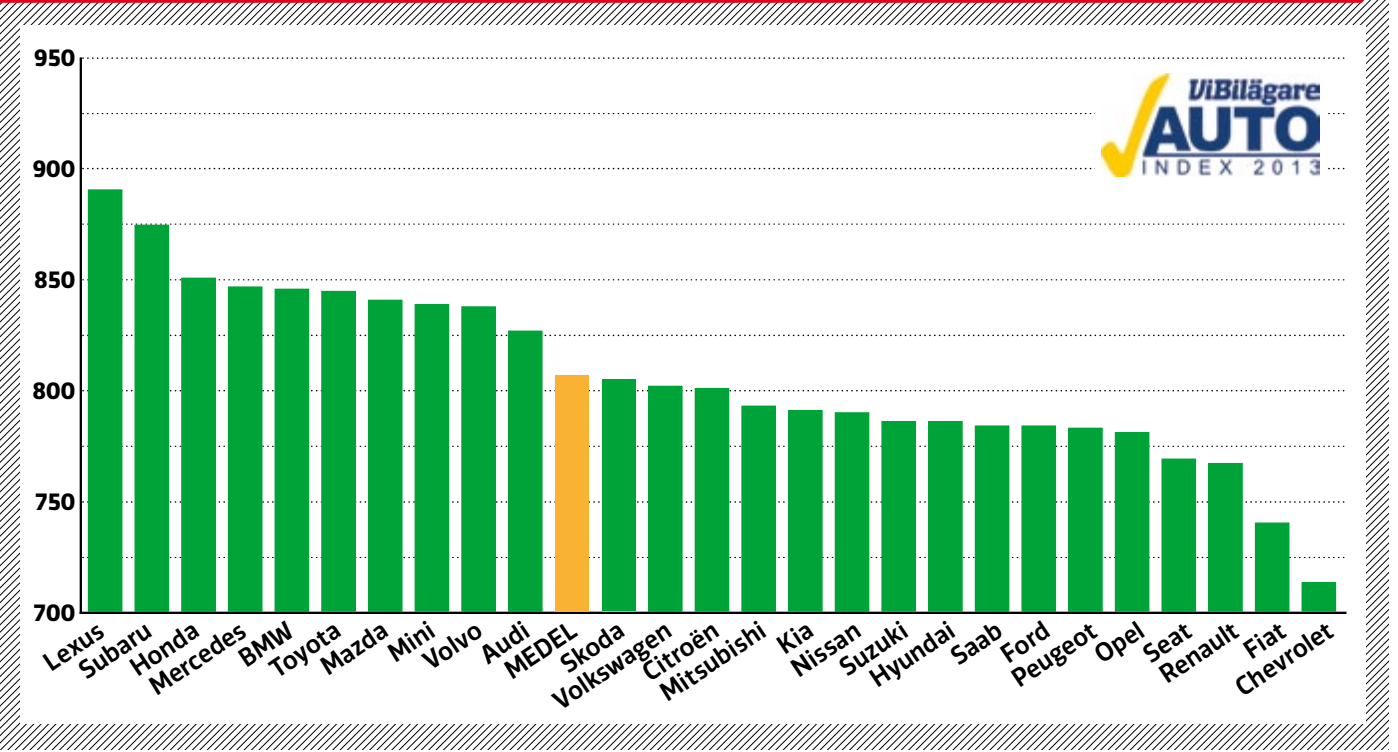


LJUST FÖR JAPANERNA

De drygt 20 000 privata bilägare som deltagit i årets AutoIndex låter solen stråla över japanerna Lexus, Subaru och Honda. BMW och Audi hamnar alltmer i skuggan.

TEXT: BOO WENNERBERG ILLUSTRATION: NIKLAS CARLE

TOTALT Påverkan: Bilen 40 % Försäljning 20 % Verkstad 20 % Lojalitet 20 %



Svenska folket med privata bilar av årsmodellerna 2006–2012 har tyckt till om sitt bilinnehav. Betygen är omvandlade till indextal som teoretiskt kan variera från 0 till 1000 poäng. Rankingen visar hur nöjda bilägarna är i förhållande till varandra. 500 poäng är ett medelnöjdvärde och som synes är bilägarna i genomsnitt inte missnöjda med bilägandet i stort. Det skiljer dock en del i poäng mellan mest och minst nöjd.

AutoIndex har genomförts för tolfte gången i ordningen och precis som i fjol visar det sig att Lexus har landets mest nöjda kunder. Det är ingen sensation i sig eftersom Lexus redan under fjolåret som nykomling etablerade sig i toppen. Då blev marginalen endast två indexpoäng före Subaru, en ledning som det japanska lyxbilmärket nu utökat till 16 poäng. Prispallen blir heljapansk för första gången eftersom Honda ryckt fram till en tredje plats bakom Subaru.

DET ÄR I premiumklassen som kriget fortsätter att rasa. Företagsförsäljningen är första prioritet för dessa märken och det är också där de största ansträngningarna görs. I AutoIndex är det inga tjänstebilinnehavare som kommer till tals, men rapporterna från den förhållandevis lilla andelen privatägare ger mycket viktiga signaler om vad som är på gång. Det är just privatägarna som lever med sina bilar och betalar bränsle och verkstadsfakturer ur egen ficka som bäst kan bedöma hur bilägandet fungerar i vardagen.

BMW och Audi bör ta tillbakagången i AutoIndex på största allvar. Tendenser som pekar åt ena eller andra hållet ger intressanta fingervisningar. BMW har under alla år som AutoIndex genomförts aldrig varit sämre än trea, men i årets undersökning rankas märket nu plötsligt som femma. För Audi blir tillbakagången ännu tydligare, från sjunde till en högst medioker tionde plats bland 26 märken är inte något resultat att skryta över för ett premiummärke. Konkurrerande Lexus och Mercedes har där emot kunna behålla sina positioner som etta respektive fyra.

I AUTOINDEX bygger svarsunderlaget på att ägarna har bilar som är upp till sju år gamla, det betyder från årsmodell 2006 till 2012. I enkäterna om verkstäder och återförsäljare gör vi en utbrytning och låter endast dem som har lite nyare begagnat, årsmodellerna 2009–2012, komma till tals. Det är i de här kundgrupperna som vi finner orsaken till BMW:s tapp. Redan i fjol gavs det indikationer på att verkstadskunderna inte längre

AUTOINDEX TOTALT – RANKING 2013–2007							
	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
Lexus	1	1	–	–	–	–	–
Subaru	2	2	1	1	1	3	1
Honda	3	6	5	4	4	4	4
Mercedes	4	4	4	6	6	7	7
BMW	5	3	2	2	2	1	2
Toyota	6	5	3	3	3	2	3
Mazda	7	10	10	9	9	8	9
Mini	8	8	–	–	–	–	–
Volvo	9	9	7	7	8	6	5
Audi	10	7	6	5	5	5	6
Skoda	11	11	8	8	7	13	10
Volkswagen	12	18	12	13	18	10	17
Citroën	13	14	16	16	14	14	11
Mitsubishi	14	15	11	17	11	12	12
Kia	15	13	18	14	16	15	21
Nissan	16	19	15	18	13	20	14
Suzuki	17	16	13	11	21	19	16
Hyundai	18	12	17	12	12	11	13
Saab	19	17	9	10	10	9	8
Ford	20	22	20	20	15	16	20
Peugeot	21	23	22	21	20	18	15
Opel	22	20	14	19	17	17	18
Seat	23	25	21	22	22	22	22
Renault	24	21	19	15	19	21	19
Fiat	25	24	–	–	–	–	–
Chevrolet	26	26	–	–	–	–	–

»Mazda har tagit ett rejält skutt uppåt.«

var helt tillfreds och dessa mer negativa synpunkter har ytterligare förstärkts. Det har också slagit tillbaka på återförsäljarna som också fått betydligt sämre betyg än i fjol. I Audis fall är det mer återhållsamma betyg från ägarna på själva produkten – kvalitet, egenskaper och allmänna korupplevelser – som är skälet till lägre ranking. Betänk att bilenkäten omfattar upp till sju år gamla bilar och att det är den enkäten som väger tyngst – 40-procentig påverkan – i det totala AutoIndex. En av förklaringarna till tillbakagången ges också på sidorna 14–15 i detta nummer där Audi-ägarna tycker till om rotskydd och lackkvalitet.

FÖR VOLKSWAGEN-gruppen är självfallet Audis tillbakagång en missträknning, men istället kan man glädjas åt en ordentlig framryckning för just Volkswagen, från 18:e upp till tolfte plats. Samma resa, fast i motsatt riktning, har sydkoreanska Hyundai gjort. Både VW och Hyundai sålde bra i fjol under ett förhållandevis något sämre år för bilmarknaden i stort och för VW:s del tycks man ha klarat av anstormningen på ett bra sätt. Där emot har Hyundais ägare gett sämre betyg i samtliga fyra enkäter, jämfört med AutoIndex-resultaten 2012.

ÄGARE AV JAPANSKA bilar är fortsatt mycket nöjda med sitt bilnehav. Utöver den japanska trippeln genom Lexus, Subaru och Honda så kan vi också notera att Mazda tagit ett rejält skutt uppåt, från tionde till sjunde plats – Mazdas bästa placering sedan 2004. I de nedre regionerna är Peugeots trend fortsatt positiv efter djupdykningen 2010 då märket rankades sist. Däremot ser det sämre ut för en annan fransk tillverkare. Renault tappar stadigt mark och har nu bara Fiat och Chevrolet efter sig. ☹



Lexus har för andra året i följd Sveriges mest nöjda kunder, ett besked som gläder märkeschefen Gustav von Sydow.

Storslam för Lexus

Lexus sålde på sin höjd 200 bilar till privatpersoner i fjol, men det var fullt tillräckligt, tillsammans med redan tidigare frälsta, för att på nytt vinna AutoIndex.

TEXT: BOO WENNERBERG
FOTO: HÅKAN FLANK

Lexus visade sig ha landets mest nöjda kunder redan förra året när märket debuterade i AutoIndex. Då blev marginalen till tvåan Subaru ytterst liten, men den här gången har den japanska lyxbilstillverkaren stärkt sin ställning och är numera ohotad etta. – Vi är försiktigt jätteglesa, intygar märkeschefen Gustav von Sydow. Det här blir ett täv-

lingsmoment och vi har jobbat hårt på alla områden för att bli bättre. Resultatet har inte heller låtit vänta på sig. I fjol toppade Lexus tre av fyra AutoIndex-enkäter. I år tar Lexus storslam och vinner också återförsäljarenkäten, den som ”bara” resulterade i andra plats förra gången. Lexus får också ett högre betygssnitt vilket inte alltid är lätt att få när

kundernas förväntningar blir uppskruvade till max. – Introduktionen av en mindre bil, vår CT 200h, har betytt mycket för vår säljorganisation. Framför allt har bilen blivit ett lyft i Norge, säger Gustav von Sydow och gläds lika mycket åt totalsegern i vårt grannland som här hemma i egenskap av nybliven Nordenchef. Annars är det suven RX 450h som kunderna faller för och från och med i juni hoppas också Gustav von Sydow att lyxiga mellanklassaren IS, i nytt utförande, både som bensinbil och som miljöklassad fullhybrid (220 hk/99 gram i koldioxidutsläpp) ska väcka stort intresse. Priserna för IS 300h kommer att börja vid 342 000 kronor.

PÅ EN VIKANDE bilmarknad sålde Lexus i Sverige totalt 720 bilar under 2012, en minskning med 27 procent. Lexus marknadsandel uppgick vid årsskiftet till 0,25 procent. Audi, BMW och Mercedes har i det avseendet ett stort övertag. Audi stärkte exempelvis sin position som tredje största märke i Sverige och noterades för en marknadsandel på 6,1 procent. Det betydde i fjol drygt 17 000 sålda bilar. I AutoIndex backade dock Audi rejält, från sjunde till tionde plats. – Vi är lite förvånade, men samtidigt vet vi att Audiägarna med all rätt ställer höga krav, säger nytilträdde svenska Audichefen Oliver Bartholomäy. Vi ser fram emot att få ta del av hela undersökningen för att kunna göra en noggrannare analys av orsaken till nedgången. BMW föll också tillbaka i AutoIndex trots ett bra säljår – eller kanske just därför? – eftersom just privatkunderna dragit ned på betygen beträffande återförsäljare och verkstäder. Redan i fjol fanns tendenser, framför allt gällande långa väntetider hos verkstäder i storstadsregionerna. – Vi är självfallet inte alls nöjda med att vi sjunkit från tredje till femte plats, säger BMW:s informationschef Michael De Geer. Eftersom våra egna kundnöjdhetsmätningar visar en kontinuerlig förbättring när det gäller prestationen hos återförsäljare och verkstäder blir det särskilt viktigt för oss att få analysera AutoIndex-resultaten. ☹

Högre betyg i Norge och Danmark

► AutoIndex genomförs enligt samma koncept i Sverige, Norge och Danmark. Svenska bilägare är som vanligt mest kritiska till bilinnehavet i stort. Norska och danska bilägare ger överlag högre betyg. Resultaten skiljer sig också åt i andra avseenden. I Norge och Danmark är premiummärken som Audi och BMW cementserade på toppositioner medan betygen från Sverige i de här fallen är mer svajiga. Tendensen för Mercedes pekar dock uppåt i alla skandinaviska länder, från 2007 och senare. En annan påvisbar skillnad är att Sverige är ett typiskt Subaru-land där betygen alltid blir höga. Norrmännen är mer återhållsamma med beröm medan danskarna inte ens köper Subaru-bilar i tillräcklig omfattning för att märket ska platsa i deras AutoIndex. Däremot platsar Alfa Romeo som inte finns med i de svenska eller norska undersökningarna. ☹

AUTOINDEX TOTALT NORGE	
1. Lexus	914
2. BMW	859
3. Audi	854
4. Toyota	853
5. Mercedes	853
6. Subaru	851
7. Volvo	832
8. Honda	832
9. Skoda	825
10. Renault	822
MEDEL	820
11. Kia	817
12. Volkswagen	817
13. Peugeot	810
14. Ford	804
15. Mazda	803
16. Mitsubishi	800
17. Citroën	800
18. Opel	798
19. Hyundai	796
20. Nissan	789
21. Suzuki	788
22. Saab	785
23. Fiat	761

AUTOINDEX TOTALT DANMARK	
1. BMW	879
2. Mercedes	865
3. Audi	864
4. Toyota	862
5. Volvo	861
6. Volkswagen	840
7. Honda	834
8. Skoda	832
9. Alfa Romeo	826
10. Nissan	823
11. Saab	820
MEDEL	820
12. Mazda	818
13. Suzuki	808
14. Hyundai	808
15. Opel	806
16. Citroën	805
17. Peugeot	803
18. Ford	803
19. Kia	801
20. Renault	800
21. Mitsubishi	794
22. Seat	790
23. Fiat	782
24. Chevrolet	761

Så gjordes undersökningen

► Vi har tagit hjälp av 20 398 svenska bilägare för att få fram resultaten till AutoIndex 2013. Det slumpmässiga urvalet visar ett tvärsnitt av landets bilburna befolkning. Flest bilägare återfinns i åldersspannet 50–65 år. Undersökningen har genomförts för tolfte gången i ordningen. Vi har enbart vänt oss till privata bilägare som bäst kan bedöma hur ekonomin också påverkar bilinnehavet. Underlaget består av lika delar bilägare som köpt nytt respektive begagnat och lika delar bilägare som har årsmodellerna 2009–2012 respektive 2006–2008. Den svenska undersökningen består av 26 märken, utvalda efter storleken på marknadsandelar från årsmodell 2006 och senare. Frågorna ställdes under perioden januari–mars i år. AutoIndex är ett skandinaviskt samarbete mellan Vi Bilägare, danska och norska bilmagasinen Motor samt konsultföretaget Loyalty Group med säte i Köpenhamn. Motsvarande frågor har gått till danska och norska bilägare och det skandinaviska underlaget kommer också att resultera i en kvalitetsbedömning av bilarna på modellbasis. Nationellt sker presentationen märkesvis och då ges det möjlighet att bedöma hur verkstäderna och återförsäljarna sköter sig på respektive marknad. Hela svarsunderlaget bygger på



bilägare som har bilar i årsmodellspannet 2006–2012, men i de separata enkäterna om verkstäder och återförsäljare hämtar vi enbart in bedömningarna från gruppen som har nyare bilar, årsmodellerna 2009–2012. I den här kategorin vänder sig fortfarande ägarna i första hand till sina märkesverkstäder, oftast kopplat till nybilsgarantierna. Ägarna till nyare bilar har också mer färsk relationer till märkeshandlarna, oavsett om de köpt

bilarna som nya eller begagnade. I bedömningsfrågorna har bilägarna satt betyg i en skala 1–7. De samlade resultaten har bearbetats statistiskt enligt en regressionsanalys och viktats efter frågornas betydelsegrad. Resultaten presenteras som indextal i en skala som teoretiskt går från 1 till 1 000 poäng och där 500 blir ett mått på medelnöjd-nivå. Medelvärdet för det samlade resultatet av AutoIndex 2013 blev 807 poäng, att jämföra med 809 poäng 2012. Det visar att bilägarna i stort sett är lika nöjda med sitt bilinnehav och att marginalen till medelnöjd-nivå (500 poäng) fortfarande är stor. Vår förhoppning är rankingen märkena emellan ska påverka tillverkarna/importörerna att göra ännu bättre ifrån sig till nästa år – till nytta för oss konsumenter. I detta nummer presenterar vi det svenska totalresultatet. Fler rapporter om svenska folkets uppfattningar om sitt bilägnande kommer att redovisas i kommande nummer.

