

Jörg Richter

Die Garantie als Marketinginstrument in der Automobilindustrie

LIT

Inhaltsverzeichnis

<u>Inhaltsverzeichnis</u>	1
<u>Abkürzungsverzeichnis</u>	IV
<u>Darstellungsverzeichnis</u>	VI
<u>1 Einleitung</u>	1
1.1 Abgrenzung des Themas und dessen Zielsetzung	1
1.2 Aufbau der Arbeit	2
1.3 Begriffsbestimmungen	3
<u>2 Die Automobilindustrie</u>	5
2.1 Die Marktsituation	5
2.1.1 Der Neuwagenmarkt	5
2.1.2 Der Gebrauchtwagenmarkt	6
2.2 Werbeinvestitionen im Automarkt	8
<u>3 Der geschichtliche Rückblick</u>	9
3.1 Die Entwicklung der Garantie im Sektor Neufahrzeuge	9
3.1.1 Die Entwicklung in den 70er Jahren	9
3.1.2 Die Entwicklung in den 80er Jahren	11
3.1.3 Die Entwicklung in den 90er Jahren	12
3.2 Die Entwicklung der Garantie im Sektor Gebrauchtfahrzeuge	13
<u>4 Der rechtliche Hintergrund</u>	15
4.1 Die gesetzlichen Bestimmungen	15
4.2 Der Neuwagenkauf	16
4.2.1 Die Händlergewährleistung bei Neufahrzeugen	16
4.2.2 Die Herstellergarantie bei Neufahrzeugen	18
4.3 Der Gebrauchtwagenkauf	18

4.3.1 Die Händlergarantie bei Gebrauchtfahrzeugen	19
4.3.2 Die Herstellergarantie bei Gebrauchtfahrzeugen	19
4.4 Besondere Vorschriften für die Werbepaxis	20

5 Der Garantievergleich **21**

5.1 Die Garantien beim Neuwagenkauf	21
5.2 Die Garantien beim Gebrauchtwagenkauf	26

6 Der Marketingprozeß **29**

6.1 Der Marketing-Mix	29
6.2 Der Automobil-Marketing-Mix	30
6.3 Die Garantie im Automobil-Marketing-Mix	32

7 Die Bedeutung der Garantie für das Marketing **33**

7.1 Die Sichtweise der Hersteller	33
7.1.1 Aufgaben und Ziele der Hersteller	33
7.1.1.1 Das selektive Vertriebssystem	34
7.1.1.2 Die Produktpolitik	35
7.1.1.3 Der Imageaufbau	37
7.1.2 Die kostenspezifische Betrachtung	40
7.2 Die Sichtweise der Händler	42
7.2.1 Aufgaben und Ziele der Händler	42
7.2.1.1 Die Kundenbindung	43
7.2.1.2 Die Dienstleistung	46
7.2.1.3 Das Gebrauchtwagengeschäft	47
7.2.2 Die Garantievergütung	51
7.3 Die Sichtweise der Kunden	52
7.3.1 Die Kundenerwartungen	52
7.3.2 Die Kundenzufriedenheit	54

Anhang

1: Auszug aus den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für den Verkauf von fabrikneuen Kraftfahrzeugen und Anhängern	A 1 - A 4
2: Allgemeine Geschäftsbedingungen für Gebrauchtwagen-Garantie	A 5
3: Werbeanzeige von Toyota mit dem Hinweis auf die Jahresgarantie	A 6
4: Werbeanzeigen von Volvo für die Jahresgarantie	A 7 - A 8
5: Werbeanzeige von Ford für die Einführung der Jahresgarantie	A 9
6: Werbeanzeige von Ford mit dem Hinweis auf die Jahresgarantie	A 10
7: Werbeanzeige von VW für die Einführung der Jahresgarantie	A 11
8: Werbeanzeige von Audi für die Einführung der Jahresgarantie	A 12
9: Werbeanzeige von Fiat für erweiterte Garantieangebote	A 13
10: Werbeanzeige von Porsche für erweiterte Garantieangebote	A 14
11: Werbeanzeige von Renault für die 5-Jahre-Rostschutz-Garantie	A 15
12: Werbeanzeige von Proton für die 6 Jahre Proton Garantie	A 16
13: Werbeanzeige von VW und Audi für die Mobilitätsgarantie	A 17
14: Werbeanzeige von Nissan für die 3 Jahre (bis 100.000 km) Garantie	A 18
15: Werbeanzeige von Jaguar mit dem Hinweis auf 3 Jahre Garantie	A 19
16: Werbeanzeigen von Mitsubishi-Händlern für die „3 Jahre Garantie“	A 20
17: Werbeanzeige eines Jaguar-Händlers	A 21
18: Werbeanzeige eines Fiat-Händlers	A 22
19: Beispiel für Werbung eines Fiat-Händlers	A 23
20: Werbeanzeige von VW und Audi für die Gebrauchtwagen-garantie	A 24
21: Beispiel für Werbung eines VAG-Partners	A 25
22: Werbeanzeige von Opel für die Gebrauchtwagen-garantie	A 26
23: Beispiele für Werbung eines Opel-Händlers	A 27
24: Werbeanzeige von Mercedes-Benz für die Gebrauchtwagen-garantie	A 28
25: Werbeanzeige von VW und Audi für die Mobilitätsgarantie	A 29
26: Werbespot von Audi für die 10 Jahre gegen Durchrostung	A 30 - A 34