

PKW-Probleme

Lokale Autohändler ärgern die Hersteller der Autos, die sie verkaufen. Sie mißachten bei ihren Werbeaktivitäten häufig die Corporate Identity der von ihnen vertriebenen PKW-Marken, skandalisiert Werben & Verkaufen in seiner neuesten Ausgabe. Das Marketingmagazin beruft sich dabei auf eine Untersuchung eines Marktforschungsinstituts, wonach rund 40 Prozent aller Autowerbung in Zeitungen und Zeitschriften von den Händlern vor Ort stammen. Die Autoverkäufer kümmern sich dabei wenig um die Werbe-Richtlinien der Autokonzerne und verändern Markenlogos oder entwerfen eigene mundartliche Slogans (»Kosch't nix«, »Mir san janz Corsa«). Darüber sind die Konzerne nicht amüsiert.

(ots/jW)

<https://www.jungewelt.de/artikel/83580.pkw-probleme.html>