MEDIENMITTEILUNG

Genf, 22. September 2026

Autokauf in der Schweiz: Welche Marken KI-Assistenten nennen

Toyota klar vorn – die Sprache verändert das Markenranking, und nur 13 bis 16 % der zitierten Quellen richten sich an den Schweizer Markt

Nationale Erhebung in drei Sprachen, frei zugänglich
www.gorepliq.com/de/observatoire/automobile

Drei Viertel der erwachsenen Bevölkerung in der Schweiz nutzen heute ChatGPT, Gemini oder einen vergleichbaren Assistenten; 2024 war es erst die Hälfte. Von den Personen, die Chatbots kennen, verwenden 41,6 % sie anstelle einer Suche bei Google oder Bing, gegenüber 27,2 % zwei Jahre zuvor. Das zeigt eine repräsentative Umfrage von Innofact für Comparis vom März 2026 mit 1035 Personen.

Entscheidend ist, was diese Assistenten auf konkrete Fragen antworten. «Wir sind eine vierköpfige Familie. Welches Auto sollen wir kaufen?» «Ich fahre jeden Tag 40 Kilometer zur Arbeit. Welches Auto soll ich kaufen?» «Ich wohne in einer Wohnung und kann zu Hause nicht laden. Welches Elektroauto soll ich kaufen?»

Diese drei Fragen wurden tatsächlich an ChatGPT, Gemini, Google AI Mode, Perplexity und Grok gestellt. Sie gehören zu insgesamt 148 Fragen, die Repliq zwischen dem 16. August und dem 8. September 2026 jeweils viermal auf Deutsch, Französisch und Italienisch gemessen hat. Insgesamt umfasst die Erhebung 8'880 Antworten. Davon entfallen 6'120 auf Fragen, bei denen jemand Modelle vergleicht oder auswählt: Sie bilden das Markenranking. Die übrigen Antworten betreffen allgemeine Informationsfragen, ein separates Modul zu chinesischen Marken sowie Formulierungsvarianten zur Kontrolle der Methode.

Keine Frage des Markenrankings nennt einen Hersteller. Gemessen wird damit, welche Marken die Assistenten spontan nennen, wenn jemand seine Anforderungen beschreibt – nicht individuelle Vorlieben und nicht, welches Auto später tatsächlich gekauft wird.

Toyota in mehr als jeder zweiten Antwort

Toyota erreicht mit 55,6 % die höchste Erwähnungsrate der Erhebung, vor Volkswagen mit 36,9 %. Auch die beiden meistgenannten Modelle stammen von Toyota: Yaris und RAV4. Insgesamt nennen die Assistenten 77 Marken, doch die zehn sichtbarsten vereinen 61,7 % aller Nennungen auf sich.

Die Erwähnungsrate bezeichnet den Anteil der Antworten, in denen eine Marke vorkommt. Sie wird für jedes Kaufbedürfnis einzeln berechnet und anschliessend gemittelt, damit alle vierzehn Kaufbedürfnisse gleich gewichtet sind.

Die Sprache der Frage verändert das Markenranking

Die Ergebnisse unterscheiden sich deutlich nach Sprache. Peugeot wird in 26,2% der französischsprachigen Antworten genannt, in den deutschsprachigen dagegen nur in 4,4%. Bei Skoda zeigt sich das umgekehrte Bild, während Fiat auf Italienisch dreimal so sichtbar ist.

Bei sechs der vierzehn Kaufbedürfnisse steht je nach Sprache eine andere Marke an der Spitze. Nicht alle Marken reagieren gleich stark: Bei Volvo und Tesla beträgt die Differenz zwischen den drei Sprachen höchstens zwei Prozentpunkte.

Analysiert wird die Sprache der Frage, nicht der Kanton oder der Wohnort.

Familie, Elektro, Zuverlässigkeit: Je nach Kaufbedürfnis ändert sich das Ranking

Skoda führt bei Familienautos, Toyota bei Zuverlässigkeit, Mercedes bei Sicherheit und Technologie, Subaru beim Allradantrieb und Tesla bei Elektroautos. Bei Performance liegt Porsche vorn.

Im Gesamtranking gehen solche Spezialisierungen teilweise unter. Subaru liegt dort nur auf Rang 17, führt aber, sobald Allradantrieb im Zentrum der Frage steht.

Die zitierten Quellen richten sich mehrheitlich an ausländische Märkte

Bei französischsprachigen Fragen richtet sich rund die Hälfte der zitierten Quellen primär an den französischen Markt, bei deutschsprachigen 56% an Deutschland und bei italienischsprachigen 55% an Italien. Quellen mit Fokus auf den Schweizer Markt machen je nach Sprache nur 13 bis 16% der Zitate aus.

Unter den sechzig meistzitierten Quellen der Erhebung sind sechs schweizerisch.

Volkswagen wird häufig genannt – aber selten an erster Stelle

Volkswagen liegt im Gesamtranking mit einer Erwähnungsrate von 36,9% auf Rang zwei, wird aber nur in 4,3% der Antworten als erste Marke genannt. Dacia steht insgesamt auf Rang acht, erscheint jedoch in 10,3% der Antworten an erster Stelle.

Häufig genannt zu werden bedeutet also nicht automatisch, auch zuerst genannt zu werden.

Die Erhebung untersucht ausserdem die Unterschiede zwischen den fünf Assistenten, wie Marken je nach Fragetyp auf- oder absteigen und welche Warnhinweise zu den verschiedenen Antriebsarten erscheinen. 83% dieser Hinweise betreffen Diesel.

Marktvergleich: Toyota vorn bei der KI, Volkswagen bei den Neuzulassungen

Die grossen Marken des Schweizer Markts sind auch in den Antworten der Assistenten präsent, aber nicht immer in derselben Reihenfolge. Toyota liegt mit 5,8% der Neuzulassungen von Januar bis August 2026 auf Rang sechs des Markts, führt jedoch die Repliq-Erhebung an. Volkswagen ist mit 11,2% Marktführer bei den Neuzulassungen und belegt in der Studie Rang zwei.

Die beiden Rankings messen jedoch Unterschiedliches: Die Neuzulassungen zeigen, welche Fahrzeuge tatsächlich in Verkehr gesetzt wurden; die Repliq-Erhebung misst, welche Marken in den Antworten der Assistenten erscheinen. Der Vergleich dient deshalb als Marktbezug, nicht als Soll-Ist-Abweichung.



«Bei gleichem Kaufbedürfnis rücken je nach Sprache der Frage andere Marken in den Vordergrund. Das zeigt sich bei allen fünf gemessenen Assistenten: ChatGPT, Gemini, Google AI Mode, Perplexity und Grok», sagt Xavier Mercier, Gründer von Repliq. «Auch die zitierten Quellen unterscheiden sich je nach Sprache. In der Schweiz ist das besonders aufschlussreich, weil diese Unterschiede innerhalb desselben nationalen Automobilmarkts auftreten – und nicht zwischen zwei verschiedenen Märkten.»

Methode und Grenzen

Vier Messzeitpunkte im Abstand von jeweils acht Tagen, vom 16. August bis zum 8. September 2026: Bei den zehn führenden Marken beträgt die Spanne zwischen dem höchsten und dem tiefsten Messwert maximal 3,8 Prozentpunkte.

Erfasst werden die Links, die in den Antworten angezeigt werden – nicht sämtliche Quellen, die ein Assistent möglicherweise konsultiert hat. Dass eine Quelle in derselben Antwort wie eine Marke erscheint, belegt keinen kausalen Einfluss auf die Empfehlung. Welchen Markt eine Website primär bedient, wird automatisiert klassifiziert; die Anteile sind deshalb mit einer Unsicherheit von einigen Prozentpunkten zu lesen. Die Fragen enthielten kein Standortsignal. Zudem werden die vierzehn Kaufbedürfnisse gleich gewichtet. Das Ranking bildet daher nicht ab, wie häufig diese Kaufbedürfnisse im realen Schweizer Markt auftreten.

Ressourcen

Die detaillierten Ergebnisse und die Originalantworten sind online zugänglich, mit Filtern nach Kaufbedürfnis, Sprache und Assistent.

Für jede der 77 genannten Marken gibt es ein eigenes Profil: Ranking nach Kaufbedürfnis, genannte Modelle, zugeschriebene Eigenschaften nach Assistent, Ergebnisse nach Sprache, Rang bei den Neuzulassungen sowie die Originalantworten. Zum Beispiel www.gorepliq.com/de/observatoire/automobile/toyota oder /mercedes.

Deutsch: www.gorepliq.com/de/observatoire/automobile
Französisch: www.gorepliq.com/fr/observatoire/automobile
Italienisch: www.gorepliq.com/it/observatoire/automobile
Die als Marktreferenz verwendeten Zulassungsdaten stammen aus dem Register von auto-suisse, dem Verband der Schweizer Automobilimporteure, und decken Januar bis August 2026 für die Schweiz und Liechtenstein ab. Die Nennung dieser Quelle bedeutet weder eine Partnerschaft noch eine Bestätigung der Analyse durch auto-suisse.

Über Repliq

Repliq ist ein Schweizer Unternehmen mit Sitz in Genf. Es misst, wie sichtbar Unternehmen und Organisationen in den Antworten von KI-Assistenten sind. Repliq Research veröffentlicht Observatorien dazu, wie diese Systeme Informationsquellen zitieren, zusammenfassen und sichtbar machen.

Repliq Research hat bereits drei Observatorien veröffentlicht: zur Abstimmung «Keine 10-Millionen-Schweiz», zur KI-Sichtbarkeit der Schweizer Hotellerie und zu den von Assistenten zitierten Quellen in der Westschweiz, wobei letzteres laufend aktualisiert wird.

Pressekontakt

Xavier Mercier, Gründer — Repliq
xavier@repliq.ch · +41 22 512 99 95
Rue du Grand-Bureau 11, 1227 Genève

Hochauflösende Bilder und ein Porträt sind auf Anfrage erhältlich. Die Datensätze der Studie stellen wir Redaktionen zur Verfügung, die einzelne Berechnungen nachvollziehen möchten, ebenso den vollständigen Fragenkatalog. Schriftliche Antworten auf Deutsch gerne jederzeit; Gespräche führen wir auf Französisch oder Englisch.

Redaktionelle Anmerkung. Die Studie ist unabhängig. Keine Automarke hat sie finanziert, und keine wurde vor der Publikation konsultiert. Sie ergänzt die Reihe von Repliq Research zu eidgenössischen Abstimmungen, der Schweizer Hotellerie und den von KI-Assistenten zitierten Quellen in der Westschweiz.

Erwähnungsrate der Marken, über alle Kaufbedürfnisse hinweg

Erwähnungsrate, über die Kaufbedürfnisse gemittelt, jedes mit gleichem Gewicht · 6'120 gemessene Antworten

Alle Kaufbedürfnisse | Preis-Leistung | Zuverlässigkeit | Unterhaltskosten | Elektro | Hybrid | SUV | Familie | Stadtauto | Autobahn und lange Strecken | Allradantrieb | Sicherheit | Technologie | Performance | Karosserie und Volumen

#	Marke	Erwähnungsrate	Anteil der Nennungen	Zuerst genannt
1	Toyota	**55,6 %**	10,2 %	22,1 %
2	Volkswagen	**36,9 %**	6,9 %	4,3 %
3	Skoda	**35,2 %**	6,5 %	10,1 %
4	BMW	**34,1 %**	6,3 %	4,0 %
5	Hyundai	**34,0 %**	6,6 %	2,1 %
6	Mercedes	**31,9 %**	5,4 %	10,4 %
7	Kia	**30,0 %**	5,8 %	0,9 %
8	Dacia	**27,5 %**	5,0 %	10,3 %
9	Tesla	**27,2 %**	4,8 %	7,6 %
10	Audi	**24,2 %**	4,4 %	1,3 %
11	Volvo	**21,4 %**	3,7 %	3,3 %
12	Renault	**19,9 %**	3,8 %	1,5 %
13	Mazda	**17,3 %**	3,0 %	3,4 %
14	Honda	**16,9 %**	3,1 %	0,9 %
15	Peugeot	**13,3 %**	2,4 %	1,3 %
16	Porsche	**11,4 %**	2,1 %	3,2 %
17	Subaru	**11,2 %**	2,1 %	3,5 %
18	Suzuki	**11,2 %**	2,0 %	0,7 %
19	Lexus	**10,8 %**	1,9 %	1,3 %
20	Fiat	**10,1 %**	1,8 %	2,0 %

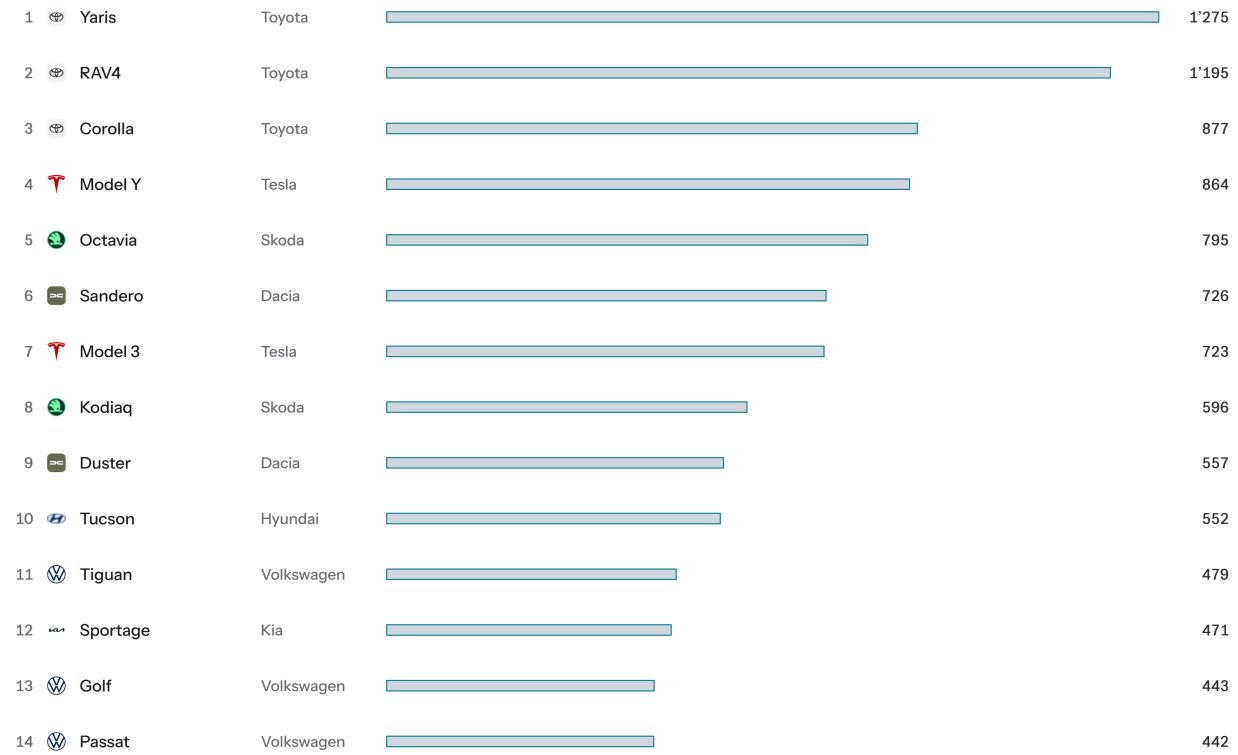
Der Markt, den die zitierten Quellen bedienen, Sprache für Sprache

in % der Zitate jeder Sprache

Auf Französisch	15'238 Zitate	Auf Deutsch	14'670 Zitate	Auf Italienisch	13'937 Zitate
Frankreich	51,0 %	Deutschland	56,3 %	Italien	54,7 %
International	32,0 %	International	24,4 %	International	26,9 %
Schweiz	12,7 %	Schweiz	16,1 %	Schweiz	13,1 %
Übrige	1,9 %	USA	2,0 %	Deutschland	1,9 %
Deutschland	1,2 %	Übrige	0,9 %	USA	1,2 %
USA	1,1 %	Frankreich	0,2 %	Übrige	1,1 %
Italien	0,2 %	Italien	0,1 %	Frankreich	1,1 %

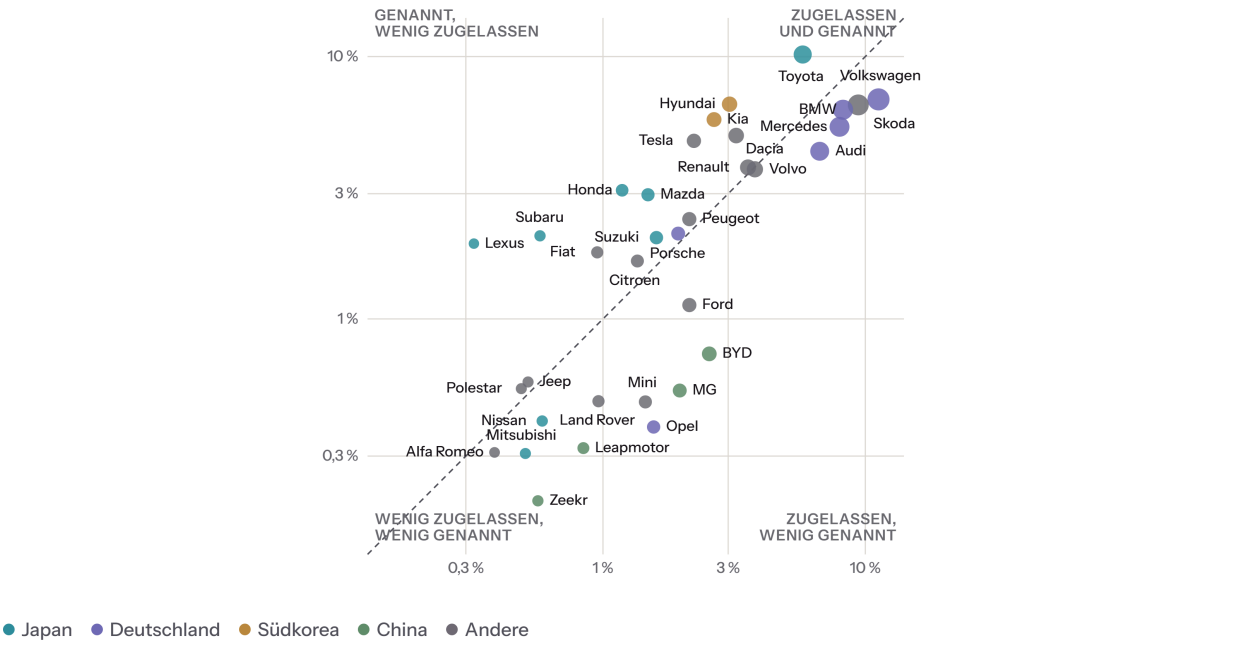
Die meistgenannten Modelle, alle Sprachen zusammen

Anzahl Antworten, die das Modell nennen



Was zugelassen wird, was genannt wird

auf der x-Achse der Anteil an den 151’589 Neuzulassungen, auf der y-Achse der Anteil der Markennennungen



34 Marken, 17 über der Linie und 17 darunter. Auf der Linie wird eine Marke im selben Verhältnis genannt, wie sie zugelassen wird.

Die Farben zeigen das Herkunftsland, sie erklären die Position nicht: Porsche ist deutsch und liegt über der Linie, Nissan und Mitsubishi sind japanisch und liegen darunter.

Repliq, Observatorium des Schweizer Automobilmarkts, 1. Ausgabe. 6 120 Antworten von fünf Assistenten, 16. August bis 8. September 2026.

Die führende Marke, Kaufbedürfnis für Kaufbedürfnis

Anteil der Antworten dieses Bedürfnisses, welche die Marke nennen

Kaufbedürfnis	Führende Marke	Anteil
Autoroute et longues distances	Skoda	62,1%
Carrosserie et volume	BMW	60,3%
Citadine	Toyota	87,5%
Coût de possession	Toyota	90,8%
Électrique	Tesla	73,3%
Famille	Skoda	94,8%
Fiabilité	Toyota	96,7%
Hybride	Toyota	89,8%
Performance	Porsche	68,8%
Quatre roues motrices	Subaru	73,1%
Rapport qualité-prix	Toyota	79,8%
Sécurité	Mercedes	84,2%
SUV	Toyota	74,6%
Technologie	Mercedes	90,2%

Repliq, Observatorium des Schweizer Automobilmarkts, 1. Ausgabe. 6 120 Antworten von fünf Assistenten, 16. August bis 8. September 2026.