

XIX Niezależne
badanie satysfakcji
dealerów
samochodowych

2026

 WSTĘP



XIX Niezależne badanie satysfakcji dealerów samochodowych 2026

Badanie jest cyklicznym projektem realizowanym przez DCG Dealer Consulting pod patronatem Związku Dealerów Samochodów oraz Polskiej Izby Motoryzacji. Jego celem jest rozwijanie partnerskich relacji między importerami a dealerami, a także systematyczne podnoszenie jakości i standardów ich współpracy.

Obszary badania

Badanie objęło 22 kluczowe obszary współpracy pomiędzy dealerami a importerami, wpływające na poziom satysfakcji sieci oraz efektywność prowadzonego biznesu. Ocenie poddano między innymi kwestie związane ze sprzedażą, serwisem, polityką handlową i marketingową, wynikami finansowymi, szkoleniami, oraz systemami informatycznymi.

Grupa badawcza

Do udziału w badaniu zaproszono właścicieli firm dealerskich oraz członków zarządów wielomarkowych grup. W przypadku poszczególnych marek ankiety wypełniali również dyrektorzy bezpośrednio zaangażowani we współpracę z danym importerem.

Dziękujemy za zaangażowanie

Dziękujemy wszystkim dealerom, którzy poświęcili czas na udział w badaniu, oraz importerom wspierającym jego realizację.



Okres badania:
**Połowa lipca –
koniec sierpnia
2026**



Forma ankietowa:
82 pytania



Skala ocen:
1-5



**22 obszary
współpracy**

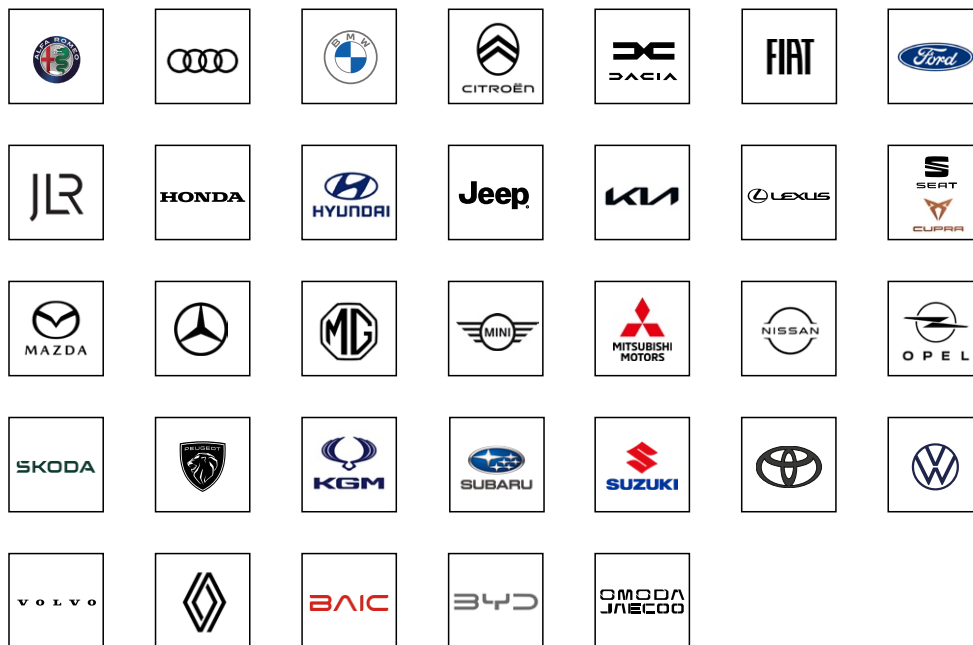
METODOLOGIA BADANIA



METODOLOGIA BADANIA

Tegoroczna edycja badania objęła 33 marki:

Grono ocenianych importerów rozszerzono o trzy chińskie brandy, które stosunkowo niedawno zadebiutowały na polskim rynku: BAIC, BYD oraz Omoda&Jaecoo

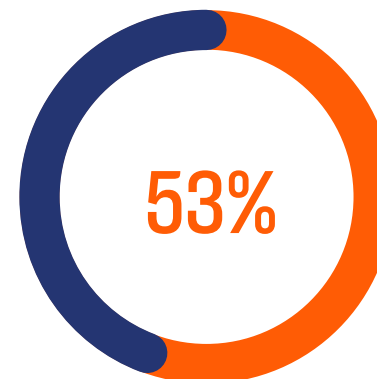


Metodologia:

Minimalny poziom realizacji próby ustalono na 30% dla każdej sieci dealerskiej. W przypadku mniejszych sieci, liczących poniżej 20 niezależnych firm dealerskich, wymagany próg podwyższono do 40%. Badaniem nie objęto marek posiadających mniej niż 10 autoryzowanych dealerów, a także tych, które działają w Polsce od niedawna lub osiągają niewielką sprzedaż.

Rekordowa próba badawcza:

W tegorocznej edycji zebrano rekordowe 457 ankiet markowych, obejmując tym samym 53% badanej grupy. Tak wysoki poziom realizacji próby stanowi solidną podstawę do formułowania wiarygodnych wniosków oraz porównywania wyników poszczególnych marek.





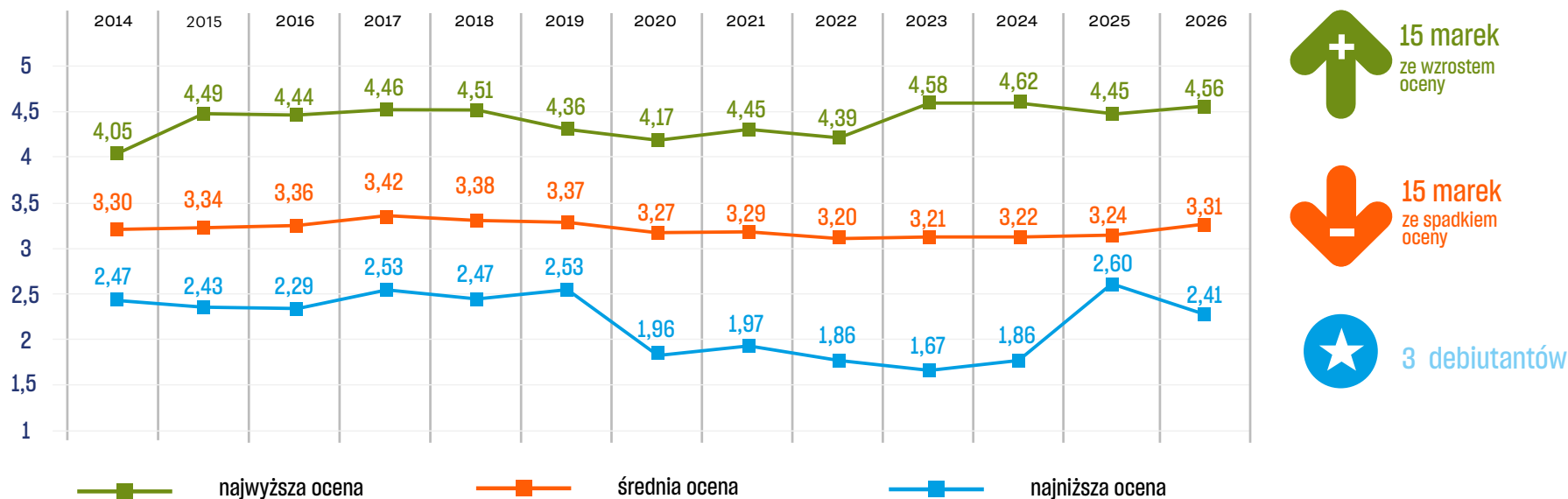
OGÓLNE WYNIKI BADANIA



OGÓLNE WYNIKI BADANIA

Spośród 30 marek ocenianych w poprzedniej edycji badania swój wynik poprawiła dokładnie połowa, zaś średnia nota wzrosła z 3,24 do 3,29. Po uwzględnieniu chińskich debiutantów - marek BAIC, BYD oraz Omoda&Jaecoo - tegoroczny wynik zwiększył się do 3,31, co oznacza, że do wzrostu średniej w dużej mierze przyczynili się „nowoprzybyli”.

WYKRES 1. Najwyższe i najniższe oceny markowe w odniesieniu do średniej:



W ubiegłym roku wskazywaliśmy na skrócenie dystansu między liderem oraz ostatnią marką w zestawieniu. Tegoroczna edycja przyniosła jednak częściową korektę trendu z uwagi na zmiany zarówno w dolnej, jak i górnej części rankingu. Ocena zwycięzcy badania wzrosła z 4,45 do 4,56, natomiast wynik marki zamykającej ranking obniżył się o 0,19 pkt - z 2,60 do 2,41. W rezultacie rozpiętość między najwyższą a najniższą oceną zwiększyła się z 1,85 do 2,15 pkt.

OGÓLNE WYNIKI BADANIA

Nie oznacza to jednak powrotu do poziomu dysproporcji obserwowanego w latach 2020-2024. Marki zamykające tabelę nadal uzyskują wyraźnie lepsze wyniki niż w tamtym okresie, a dystans między pierwszą i ostatnią pozycją pozostaje mniejszy niż przed laty. To z kolei pozytywny sygnał, który świadczy o tym, że brandy z dolnej części zestawienia cały czas dążą do poprawy jakości współpracy ze swoimi dealerami.

Zwycięzcą tegorocznego badania po raz piąty z rzędu zostało Volvo. Marka poprawiła ubiegłoroczny wynik o 0,11 pkt i z oceną 4,56 ponownie zdystansowała konkurencję. Drugie miejsce zajęła KIA, która awansowała aż o sześć pozycji, a na trzecim uplasował się Lexus. W pierwszej piątce, mimo niższych ocen niż przed rokiem, utrzymały się KGM oraz Toyota.

Bardzo udany „start” zanotowała Omoda&Jaecoo, która podsumowała swój pierwszy ranking na piątej pozycji. Drugi z tegorocznych debiutantów, BAIC, zajął 12. miejsce. Poza pierwszą piętnastką uplasowało się z kolei BYD, podobnie zresztą jak ostatni przedstawiciel chińskiej motoryzacji na liście - MG - po raz pierwszy uwzględniony w badaniu przed rokiem.

Do najważniejszych wydarzeń tegorocznej edycji bez wątpienia należy zaliczyć awanse Volkswagena i Skody. Marki należące do niemieckiej grupy przesunęły się w górę odpowiednio o 11 i 8 miejsc. Volkswagen uzyskał przy tym najwyższą ocenę w swojej dotychczasowej historii - 3,85. Jakby tego było mało, poprawa o 0,84 pkt była zarazem największym wzrostem w całym tegorocznym zestawieniu. Wyraźnie lepszy wynik osiągnęło również BMW, które tym samym niemal zrównało się oceną z Mini.

Nie wszystkim markom udało się jednak poprawić swoją pozycję. Mercedes utrzymał siódme miejsce, natomiast Subaru, mimo wysokiej oceny 3,84, spadło na dziewiątą lokatę - najniższą zajmowaną przez markę od 2014 roku. Kolejny spadek odnotowała także Mazda, wielokrotny zwycięzca badania. Po tym jak rok temu marka wypadła z pierwszej dziesiątki, w tym japoński brand ponownie przesunął się w dół, kończąc tegoroczną edycję na 14. miejscu.

WYKRES 2. Klasyfikacja generalna Top15

		MARKA	OCENA
1	(0)	VOLVO	4,56
2	(+6)	KIA	4,00
3	(+2)	LEXUS	3,98
4	(-1)	KGM	3,95
5	(b.d.)	OMODA JAECCO	3,92
5	(-3)	TOYOTA	3,92
7	(0)	MERCEDES	3,86
8	(+11)	VW	3,85
9	(-5)	SUBARU	3,84
10	(-4)	MINI	3,81
11	(+2)	BMW	3,78
12	(b.d.)	BAIC	3,72
13	(+8)	SKODA	3,54
14	(-3)	MAZDA	3,31
15	(-3)	SEAT CUPRA	3,30

OGÓLNE WYNIKI BADANIA

Oceny poszczególnych obszarów współpracy

Średnie oceny uzyskane w 22 podstawowych kategoriach badania pozwoliły nam przeanalizować kondycję poszczególnych obszarów współpracy importerów z dealerami na tle wyników uzyskanych w poprzedniej edycji raportu. Dodajmy, że samochody elektryczne nie zostały uwzględnione w ocenie końcowej, ponieważ nie wszyscy importerzy mają je dziś w swojej ofercie.

Podobnie jak w ubiegłych latach, tak i tym razem na najwyższą notę zasłużyły sprzedawane przez dealerów samochody. Branża doceniła również menedżerów pracujących w importerskich strukturach, co pokazuje, że dealerzy dobrze oceniają codzienne relacje biznesowe z osobami bezpośrednio odpowiedzialnymi za współpracę z siecią.

Największy wzrost odnotowano z kolei w kategorii programów samochodów używanych, która od lat stanowi słaby punkt w relacjach między markowymi centralami oraz branżą. Zmiana na plus może sugerować, że importerzy zaczynają coraz wyraźniej dostrzegać znaczenie tego segmentu dla biznesu dealerskiego. Trudno jednak mówić o przełomie - mimo poprawy auta używane nadal zajmują przedostatnie miejsce w zestawieniu.

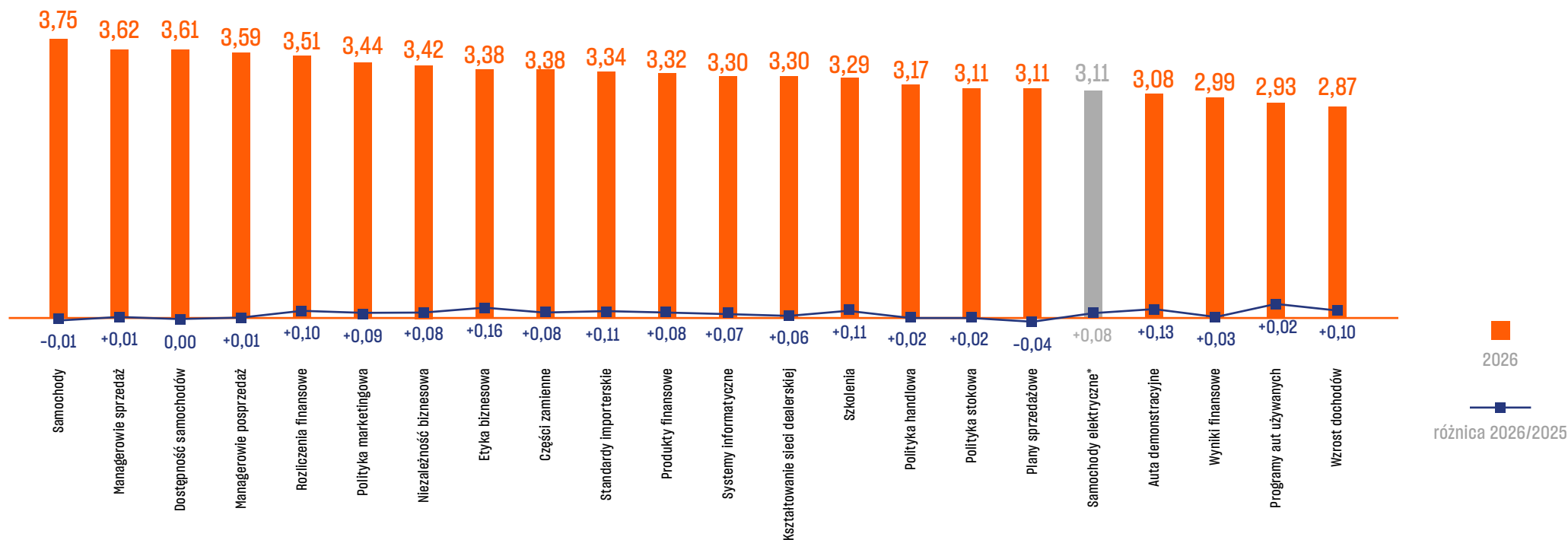
Co wypadło najgorzej? Prognoza wzrostu dochodów, ale, o czym warto wspomnieć, nisko oceniono również wyniki finansowe osiągane dzięki autoryzacji marki. Rezultaty te pokazują utrzymującą się niepewność dealerów dotyczącą obecnej kondycji finansowej oraz przyszłej rentowności biznesu.



OGÓLNE WYNIKI BADANIA

WYKRES 3.

Średnie oceny uzyskane w każdej z 22 kategorii Badania Satysfakcji 2026 z odniesieniem do zmiany względem ubiegłego roku.



*kategoria nieuwzględniona w ocenie końcowej

OGÓLNE WYNIKI BADANIA

Obszary wymagające poprawy

W tegorocznej edycji badanie rozszerzono o nowe pytanie, w ramach którego dealerzy mogli wskazać maksymalnie trzy obszary współpracy z importerem wymagające najpilniejszej poprawy. Nikogo nie zaskoczy, że kategorią wymienianą najczęściej, były wyniki finansowe osiągnięte dzięki autoryzacji marki, co pozostaje spójne z niskimi ocenami dotyczącymi obecnej i przyszłej rentowności biznesu dealerskiego. Na drugim miejscu znalazła się z kolei polityka cenowo-rabatowa importerów.

Pozorne zaskoczenie może natomiast stanowić nienajlepszy wynik gąmy modelowej producenta lub importera, która zajęła piąte miejsce wśród obszarów najczęściej wskazywanych jako wymagające zmian.

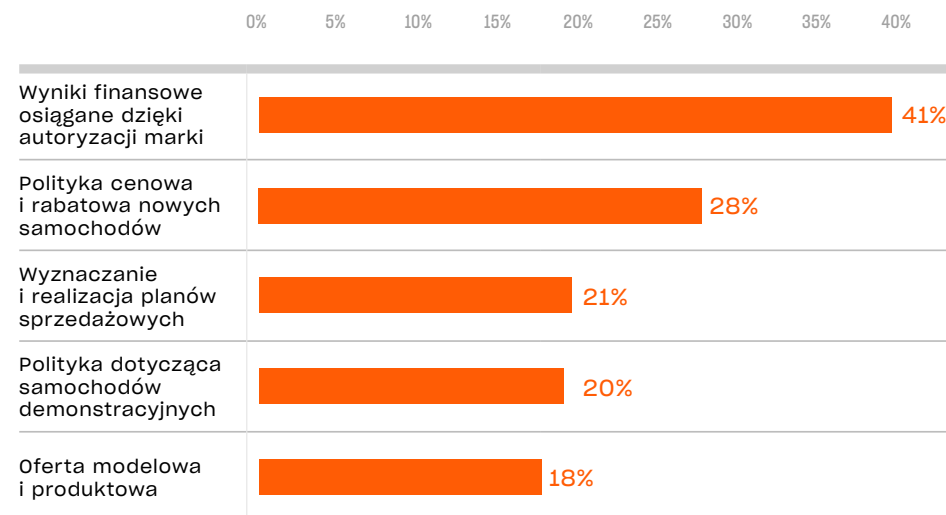
Uzyskany rezultat może dziwić tym bardziej, że to właśnie oferowane przez dealerów auta uzyskały najwyższą średnią ocenę w całym badaniu.

Sprzeczność? Niekoniecznie - raczej dowód na to, jak duże znaczenie dealerzy przypisują atrakcyjności i konkurencyjności oferty produktowej - nawet najlepiej oceniany obszar pozostaje przedmiotem wysokich oczekiwań i wymaga ciągłego rozwoju.

WYKRES 4.

Które obszary współpracy z importerem wymagają obecnie największej poprawy?

Respondenci mogli wskazać maksymalnie trzy odpowiedzi



OGÓLNE WYNIKI BADANIA

Najlepsi w poszczególnych kategoriach

Było o wynikach ogólnych, przejdźmy zatem do szczegółów - w tej części raportu zaprezentujemy rezultaty uzyskane przez centrale importerskie w dziesięciu wybranych obszarach, należących do 22 podstawowych kategorii badania. Na tapetę weźmiemy wyłącznie marki, które w danym obszarze zajęły miejsce w TOP10.

Zacznijmy od kategorii kluczowej - oceny zadowolenia z wyników finansowych osiągniętych dzięki autoryzacji marki. Podobnie jak przed rokiem pierwsze miejsce zajęło Volvo. Ciekawie jest natomiast „oczko” niżej - pozycję wicelidera objęła bowiem debiutująca w tegorocznej edycji Omoda&Jaecoo. Autorem największego awansu był z kolei Volkswagen, który przesunął się w górę aż o 22 miejsca. Wyraźnie poprawiły się również notowania dwóch marek premium - BMW i Mercedesa.

WYKRES 5.

Top10. Ocena zadowolenia z wyników finansowych, jakie przynosi firmie autoryzacja marki

		MARKA		OCENA
1	(0)	 VOLVO		4,42
2	(b.d.)	 OMODA JAECCO		4,04
3	(+1)	 KIA		3,84
4	(+22)	 VW		3,70
5	(+8)	 BMW		3,61
6	(-1)	 TOYOTA		3,57
7	(+10)	 MERCEDES		3,45
8	(b.d.)	 BAIC		3,38
9	(-5)	 MINI		3,38
10	(-4)	 KGM		3,34

OGÓLNE WYNIKI BADANIA

Do dużych przetasowań doszło w kategorii oceniającej możliwości wzrostu dochodów oraz prognoz na kolejny rok. Na czele zestawienia znalazła się Omoda&Jaecoo, zastępując na tej pozycji inną markę z Chin - MG. Znacznie wyżej niż przed rokiem dealerzy ocenili Volkswagena i Mazdę. W pierwszej dziesiątce zabrakło natomiast obecnych w 2025 przedstawicieli koncernu Stellantis.

WYKRES 6.

Top10. Ocena wzrostu dochodów w ciągu ostatnich 12 miesięcy oraz prognoz na najbliższe 12 miesięcy.

	MARKA	OCENA
1	(b.d.) OMODA JAECOO	4,50
2	(0) VOLVO	4,17
3	(+18) VW	3,80
4	(+5) HONDA	3,70
5	(+21) MAZDA	3,64
6	(+10) MERCEDES	3,59
7	(-6) MG	3,58
8	(-4) KGM	3,50
9	(+13) KIA	3,48
10	(b.d.) BAIC	3,44



OGÓLNE WYNIKI BADANIA

Pozytywny trend utrzymał się w ocenie etyki działalności biznesowej importerów. Średnia dla całego rynku wzrosła w tej kategorii o 0,16 pkt, a najwyższą ocenę swojemu importerowi wystawili dealerzy Volvo, które wyprzedziło w tym obszarze KGM. Na uwagę zasługują także awanse siostrzanych marek Mini i BMW. Mieszane nastroje panują za to w Grupie Toyota: nieznacznie lepszej pozycji Lexusa towarzyszył bowiem wyraźny spadek Toyoty, która w tej kategorii finiszowała sześć pozycji niżej.

WYKRES 7.

Top10. Ocena etyki działalności biznesowej importera

		MARKA	OCENA
1	(+1)	 VOLVO	4,49
2	(-1)	 KGM	4,30
3	(+4)	 MINI	4,21
4	(b.d.)	 SsangYong	4,18
5	(-2)	 SUBARU	4,17
6	(b.d.)	 BAIC	4,08
7	(+1)	 LEXUS	4,00
8	(+9)	 VW	3,97
9	(+2)	 BMW	3,93
10	(-6)	 TOYOTA	3,89

Lider nie zmienił się natomiast w klasyfikacji dotyczącej wysokości standardów importerskich w sprzedaży i serwisie. Podobnie jak przed rokiem zwyciężyło KGM, tym razem zostawiając jednak w tyle Volvo oraz Toyotę. Pierwszą dziesiątkę, z identyczną oceną 4,00, zamknęły marki BAIC i Volkswagen, które mogą być zadowolone z takiego rozstrzygnięcia - choć z różnych powodów. Dla marki BAIC to przede wszystkim udany debiut, dla Volkswagena - efekt awansu o osiem pozycji.

WYKRES 8.

Top10. Ocena wysokości narzuconych standardów importerskich w zakresie sprzedaży oraz serwisu

		MARKA	OCENA
1	(0)	 KGM	4,58
2	(+1)	 VOLVO	4,50
3	(+1)	 TOYOTA	4,21
4	(-2)	 SUBARU	4,20
5	(b.d.)	 SsangYong	4,18
6	(+3)	 KIA	4,16
7	(-1)	 LEXUS	4,13
8	(+4)	 BMW	4,06
9	(b.d.)	 BAIC	4,00
9	(+8)	 VW	4,00

OGÓLNE WYNIKI BADANIA

Tak samo jak w roku 2025 branża oceniła natomiast dostępność samochodów i czas realizacji zamówień. Zmienił się jednak lider, którym w roku bieżącym został Mercedes. Dostępność aut wyżej ocenili ponadto dealerzy Lexusa, Volvo oraz KIA. Warto podkreślić, że problemy w tym obszarze dotyczyły raczej marek na polskim rynku nowych, aniżeli przedstawicieli tzw. starej motoryzacji.

WYKRES 9.

Top10. Ocena dostępności samochodów i czasu realizacji zamówień

		MARKA		OCENA
1	(+1)			4,41
2	(+2)			4,33
3	(+5)			4,31
4	(+3)			4,30
5	(-2)			4,19
6	(+8)			4,17
7	(b.d.)			4,11
8	(+3)			4,07
9	(-8)			4,01
10	(+6)			4,00

Jak zaznaczyliśmy wcześniej, najwyżej ocenionym obszarem całego badania ponownie okazały się samochody oferowane przez importerów. Na wynik tej kategorii złożyły się oceny niezawodności, polityki gwarancyjnej oraz dopasowania gamy modelowej do potrzeb współczesnych klientów. Do większych niespodzianek nie doszło - pozycję lidera i wicelidera utrzymały kolejno Toyota oraz Volvo. Godna odnotowania jest ponadto obecność dwóch tegorocznych debutantów: Omoda&Jaecoo oraz BYD.

WYKRES 10.

Ocena samochodów oraz polityki gwarancyjnej importera

		MARKA		OCENA
1	(0)			4,67
2	(0)			4,44
3	(+1)			4,43
4	(+1)			4,42
5	(+4)			4,38
6	(0)			4,28
7	(b.d.)			4,23
8	(+2)			4,12
9	(b.d.)			4,04
10	(+5)			4,02

OGÓLNE WYNIKI BADANIA

W obszarze polityki marketingowej dealerzy oceniali zarówno poziom wsparcia reklamowego zapewnianego przez centralę, jak i swobodę prowadzenia własnych działań promocyjnych oraz lokalnych programów marketingowych. Układ trzech najwyższych pozycji nie zmienił się w porównaniu z poprzednim rokiem. Na podium ponownie znalazły się Volvo, Toyota i Lexus.

WYKRES 11.

Top10. Ocena polityki marketingowej importera

		MARKA		OCENA
1	(0)	VOLVO		4,54
2	(0)	TOYOTA		4,43
3	(0)	LEXUS		4,40
3	(b.d.)	SHODA JACCO		4,40
5	(+1)	KIA		4,21
6	(-2)	KGM		4,01
7	(+10)	VW		3,96
8	(+4)	BMW		3,93
9	(-4)	SUBARU		3,89
10	(-3)	MERCEDES		3,83



OGÓLNE WYNIKI BADANIA

Nieco inaczej podeszliśmy do polityki importerów w zakresie samochodów elektrycznych, która została zaprezentowana odrębnie, zaś wyniki w tej kategorii nie były uwzględniane w klasyfikacji generalnej. Ze względu na brak reprezentatywnej oferty samochodów elektrycznych lub zbyt ograniczony zakres działalności w tym obszarze, który nie pozwalał dealerom na miarodajną ocenę współpracy z importerem, w zestawieniu pominięto marki BAIC, Mitsubishi, Suzuki oraz JLR. A kto uzyskał najwyższy wynik? Volvo, wyprzedzając KGM oraz Mercedesa.

WYKRES 12.

Top10. Ocena polityki importera w zakresie samochodów elektrycznych*

		MARKA		OCENA
1	(+3)	 VOLVO		4,35
2	(0)	 KGM		4,08
3	(+4)	 MERCEDES-BENZ		4,07
4	(-1)	 TOYOTA		3,94
5	(+4)	 LEXUS		3,73
6	(-1)	 BMW		3,62
7	(-6)	 MINI		3,58
8	(+3)	 KIA		3,50
9	(b.d.)	 SsangYong		3,47
10	(+14)	 VOLKSWAGEN		3,34

* kategoria nieuwzględniona w ocenie końcowej



OGÓLNE WYNIKI BADANIA

Ważnym elementem badania pozostaje ocena menedżerów odpowiedzialnych za sprzedaż w strukturach importerów. Dealerzy brali pod uwagę między innymi kompetencje zarządcze, jakość prowadzonego dialogu, wywiązywanie się ze zobowiązań oraz wsparcie w sprzedaży flotowej. Także i tu branża najwyżej ceniła sobie współpracę z Volvo. Na szczególne wyróżnienie zasłużyły także imponujące awanse Volkswagena i Renault – obie marki podskoczyły o ponad 10 pozycji.

WYKRES 13.

Top10. Ocena managerów odpowiadających za sprzedaż, pracujących u importera

		MARKA		OCENA
1	(0)	 VOLVO		4,63
2	(+9)			4,42
3	(b.d.)	 OMODA JNECOO		4,39
4	(-2)			4,36
5	(+11)			4,32
6	(+1)	 DACIA		4,20
7	(-1)	 SUBARU		4,20
8	(+14)			4,20
9	(0)	 LEXUS		4,17
10	(-6)			4,15

Ostatnia z prezentowanych klasyfikacji dotyczy sprawności i przejrzystości rozliczeń finansowych z importerami. Ocenie podlegały zasady rozliczania rabatów i korekt związanych z akcjami promocyjnymi w sprzedaży nowych samochodów, serwisie i częściach zamiennych, a także systemy naliczania bonusów za realizację planów sprzedażowych i serwisowych. Najwyższą ocenę uzyskała KIA, natomiast ubiegłoroczny lider, Volvo zajął drugie miejsce.

WYKRES 14.

Top10. Współpraca w ramach rozliczeń finansowych

		MARKA		OCENA
1	(+3)	 KIA		4,59
2	(-1)	 VOLVO		4,54
3	(+5)	 MINI		4,34
4	(+4)	 LEXUS		4,27
4	(-1)	 SUBARU		4,27
6	(b.d.)	 OMODA JNECOO		4,24
6	(+1)	 KGM		4,24
8	(+7)			4,18
9	(+8)	 SKODA		4,11
10	(-5)			4,07

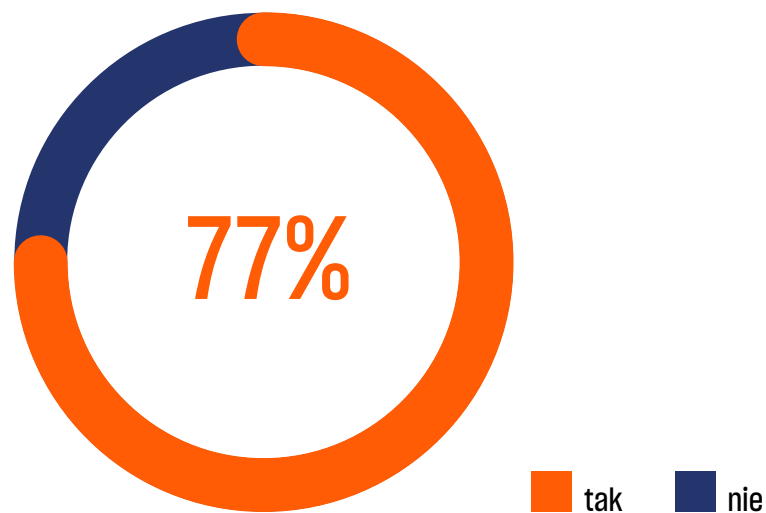
OGÓLNE WYNIKI BADANIA

Na zakończenie części ankietowej poprosiliśmy dealerów, by odpowiedzieli na pytanie, czy gdyby ponownie stanęli przed takim wyborem, zdecydowaliby się podpisać umowę dealerską z importerem reprezentowanej obecnie marki. Podobnie jak przed rokiem odpowiedzi twierdzącej udzieliło 77% ankietowanych.

Stuprocentową gotowość do ponownego wyboru swojej marki zadeklarowali wszyscy respondenci reprezentujący Audi, BMW, Mini, Volvo, BAIC, BYD oraz Omoda&Jaecoo. W tej grupie dominował więc segment premium oraz nowe marki zza Wielkiego Muru.

WYKRES 15.

Czy dealer ponownie podpisałby umowę z obecną marką



100%

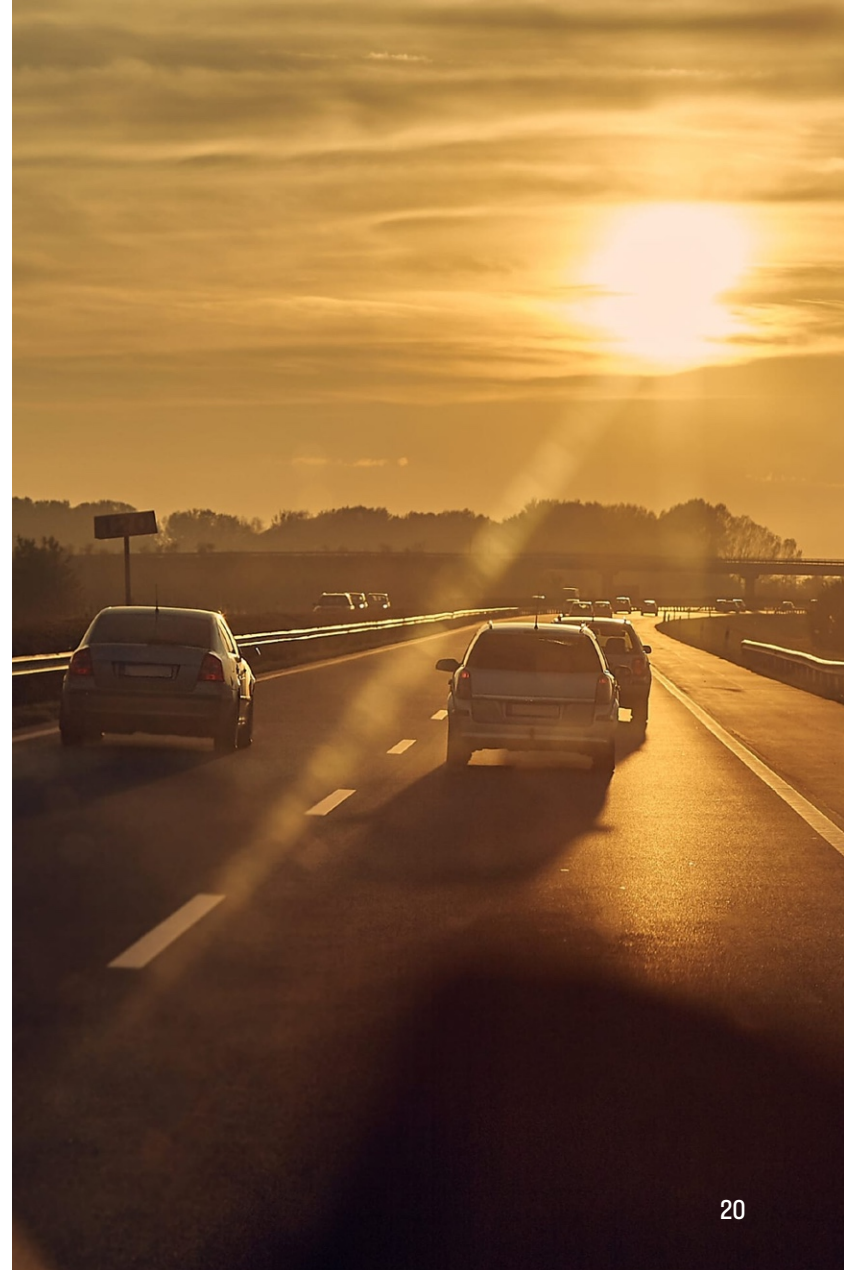
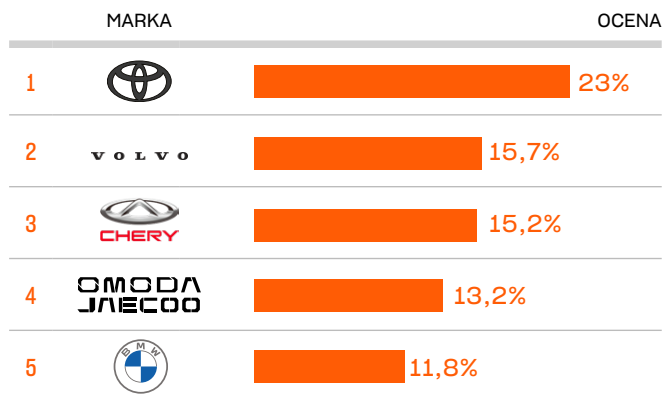


OGÓLNE WYNIKI BADANIA

Dealerzy wskazywali również, jaką markę wybraliby dzisiaj, gdyby ponownie mogli podjąć decyzję o uzyskaniu autoryzacji. Kolejny rok z rzędu najbardziej pożądaną marką okazała się Toyota, którą wymienił niemal co czwarty ankietowany. Do niespodzianki nie doszło również na drugim miejscu, które zajęło Volvo, wieloletni zwycięzca Badania Satysfakcji Dealerów Samochodowych. Pewnym zaskoczeniem były natomiast kolejne pozycje - podium uzupełniło bowiem zupełnie świeże na polskim rynku Chery, a tuż za nim uplasowała się Omoda&Jaecoo. Pierwszą piątkę zamknęło BMW.

WYKRES 16.

Najbardziej pożądana przez dealerów marki



 OCENA SATYSFAKCJI ZE WSPÓŁPRACY
W SEGMENTIE AUT DOSTAWCZYCH



SAMOCCHODY DOSTAWCZE

Osobny moduł badania poświęcono samochodom dostawczym o dopuszczalnej masie całkowitej do 3,5 tony. Ankieta obejmowała 82 pytania, a do klasyfikacji zakwalifikowano marki posiadające co najmniej 2% udziału w rynku. Łącznie analizie poddano dziesięć brandów.

Dobra wiadomość jest taka, że branża zauważyła wyraźną poprawę w tym segmencie. Średnia ocena wzrosła z 2,94 do 3,12, przy czym lepszy rezultat uzyskało sześć spośród dziesięciu marek. Liderem zestawienia pozostała Toyota, która utrzymała pierwsze miejsce mimo gorszej noty - o 0,16 pkt. Spektakularny wzrost odnotował za to Volkswagen - wzrost oceny o 0,93 pkt pozwolił marce awansować z siódmej na drugą pozycję. Czołówkę uzupełniły Mercedes, Ford oraz Renault.

WYKRES 17.

Top5 wyników badania satysfakcji dealerów samochodów dostawczych 2026

	MARKA	OCENA
1 (0)		3,84
2 (+5)		3,65
3 (-1)		3,37
4 (+2)		3,31
5 (-2)		3,25



WYKRES 18.

Top15 najlepiej ocenionych marek w latach 2026-2007

MARKA	2026	2025	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2011	2010	2009*	2008	2007
Alfa Romeo								10 3,49					10 3,57	2 3,97	3 3,85	7 3,57	-		
Audi			8 3,69	10 3,70	5 3,91	7 3,72	8 3,73			13 3,38	11 3,45	13 3,36	11 3,49				15 2,92		
BAIC	12 3,72	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
BMW	11 3,78	13 3,23	14 3,41	12 3,40											10 3,38	9 3,53	-	8 3,49	2 3,97
Citroen																	-		
Chevrolet														7 3,70	6 3,69	8 3,55	7 3,30		
Chrysler																			13 3,25
Dacia		10 3,37	11 3,62		15 3,00	9 3,48	11 3,37		13 3,21	15 3,28	13 3,33		6 3,66				-	-	-
Fiat								13 3,35			14 3,32	15 3,30	15 3,25	12 3,56	9 3,43		6 3,43		
Ford						10 3,41				9 3,59	9 3,58	10 3,49	7 3,65	8 3,68	5 3,82	4 3,77	1 4,14	3 3,72	13 3,33
Honda																12 3,35	11 3,09	9 3,46	8 3,49
Hyundai				14 3,28	13 3,16	13 3,32	10 3,39	8 3,51							13 3,27	13 3,35	14 2,97		
Jeep									14 3,20						-	-		-	-
KIA	2 4,00	8 3,66	5 3,98	2 4,33	4 4,12	4 4,27	4 4,09	2 4,28	1 4,51	4 4,00	3 4,12	5 3,94	4 3,78	11 3,57		15 3,32	-	14 3,33	9 3,40
Jaguar / Land Rover		14 3,22			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lancia															14 3,22			-	-
Lexus	3 3,98	5 3,78	2 4,40	4 4,11	6 3,89	2 4,33	1 4,17	6 3,92	4 4,26	2 4,33	-	-	-	-	-	-	10 3,13	-	-
Mazda	14 3,31	11 3,34	9 3,64	6 4,02	8 3,61	8 3,64	7 3,78	1 4,36	2 4,46	1 4,46	1 4,44	1 4,29	1 4,05	5 3,79	4 3,83	3 3,85	-	-	-

2009* - badanie przeprowadzone na ograniczonej liczbie marek

Top15 najlepiej ocenionych marek w latach 2026-2007

MARKA	2026	2025	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2011	2010	2009*	2008	2007
MG		9 3,54	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mercedes	7 3,86	7 3,71	6 3,97	3 4,21	3 4,22	6 3,89	2 4,11	3 4,12	5 4,24	5 3,96	5 3,96	3 4,06	8 3,64	3 3,89	2 3,96	2 4,03	2 3,95	1 4,12	3 3,92
Mini	10 3,81	6 3,77	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mitsubishi								15 3,27	11 3,24			11 3,41				6 3,60	-	15 3,30	14 3,30
Nissan					14 3,03										7 3,48	11 3,37			
Opel										8 3,67	8 3,62	9 3,60	9 3,58	14 3,37	11 3,38	14 3,32			
Omoda&Jaecoo	5 3,92	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Peugeot																			
Renault		15 3,21	13 3,45			11 3,36	12 3,34		12 3,22	14 3,37	7 3,72	12 3,36	5 3,68	15 3,33	15 3,21		-		
Saab																	13 2,98	10 3,45	-
SEAT / Cupra	15 3,30	12 3,24	12 3,52	8 3,89	9 3,40	14 3,25	15 3,17	14 3,30	9 3,34			14 3,32		-			8 3,27	5 3,63	7 3,49
Skoda	13 3,54		10 3,63	11 3,44	11 3,25		14 3,20	11 3,46	8 3,40	11 3,43	10 3,48	8 3,63	12 3,39	9 3,68			4 3,53	7 3,62	5 3,61
KGM	4 3,95	3 3,97	7 3,91	9 3,87	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11 3,42	11 3,36
Subaru	9 3,84	4 3,95	4 4,00	7 4,01	7 3,79	5 4,25	6 3,97	4 4,07	3 4,27	6 3,94	4 4,06	4 3,99	14 3,28	6 3,77		-	9 3,23	13 3,32	6 3,49
Suzuki				15 3,24	11 3,25	12 3,33	9 3,53	9 3,49	10 3,26	12 3,40	12 3,43	7 3,63		10 3,59	12 3,37	10 3,40	12 3,08	6 3,62	10 3,40
Toyota	5 3,92	2 4,18	3 4,39	5 4,07	2 4,30	1 4,45	3 4,10	5 4,01	6 4,20	3 4,24	2 4,33	2 4,17	2 4,04	4 3,87	8 3,44	5 3,61	5 3,51	4 3,65	4 3,74
Volkswagen	8 3,85		15 3,23	13 3,29	10 3,35	15 3,15	13 3,31	12 3,39	15 3,16	10 3,48	15 3,28		13 3,34	13 3,52				12 3,35	12 3,35
Volvo	1 4,56	1 4,45	1 4,62	1 4,58	1 4,39	3 4,28	5 4,05	7 3,73	7 3,54	7 3,72	6 3,76	6 3,90	3 3,82	1 4,10	1 4,20	1 4,19	3 3,67	2 4,07	1 4,05

2009* - badanie przeprowadzone na ograniczonej liczbie marek

XIX Niezależne
badanie satysfakcji
dealerów
samochodowych

WYKONAWCA BADANIA



Krzysztof Romański
Tel.: + 48 602 434 686
romanski@dealerconsulting.pl

Dealer Consulting Group
ul. Komitetu Obrony Robotników 56
02-146 Warszawa
Tel.: +48 22 243 63 86

PATRON BADANIA



Polska Izba Motoryzacji
ul. Grażyny 15
02-548 Warszawa
Tel.: +48 22 845 01 40
Fax: +48 22 845 27 17

PATRON BADANIA



Związek Dealerów Samochodów
ul. Komisji Obrony Robotników 56
02-231 Warszawa
Tel.: +48 602 206 399
biuro@zds.org.pl