

PRESSMEDDELANDE · Stockholm, 21 oktober 2026

Ju mer AI:n vet om köparen, desto sämre går det för premiummärkena

När AI-modellen Claude får veta vem som ska köpa bil styr den bort från premiummärkena och mot prisvärda alternativ. BMW hamnar sist, och Toyota toppar hos både Claude och GPT. Det visar Pickd, en ny mätning från BrandValuator av vilka varumärken AI-modeller rekommenderar.

Allt fler frågar en AI om råd innan de köper. Pickd mäter vad AI:n svarar. I oktober 2026 fick två AI-modeller, Claude Sonnet 5.5 från Anthropic och GPT-6 Luna från OpenAI, 1 125 frågor var om Sveriges 15 största bilmärken. Frågorna ställdes både utan information om köparen och för köpare som AI:n känner till, från unga singlar och barnfamiljer till ensamstående föräldrar.

Tre resultat

- AI:n blir en sparsam rådgivare när den känner köparen. Utan information om köparen ligger märkena nära varandra. När Claude vet något om köparens hushåll och ekonomi tappar BMW, Polestar, Mercedes-Benz, Audi, Cupra och Tesla mest. En ensamstående förälder får rådet att välja en begagnad Toyota, Skoda eller Kia. "Jag har ingen varumärkespreferens", svarar Claude. Även GPT sänker premiummärkena, men sänker samtidigt de flesta andra märken.
- Storleken ger ingen fördel. Bland konsumenter får stora märken mer positiva omdömen, en av marknadsföringens mest belagda regler. Hos AI-modellerna gäller den knappt. Volvo är etta i nybilsregistreringarna men femma hos båda modellerna. Hyundai, nummer 16 på marknaden, tar sig in bland de fyra främsta. För barnfamiljer rekommenderar Claude Volvo lika gärna som Toyota.
- Toyota först, BMW sist. Toyota toppar hos båda modellerna och Skoda är tvåa. BMW kommer sist hos båda.

Vad det kan betyda

AI-assistenter får minne och vet allt mer om sina användare. Om mönstret håller blir det svårare för bilmärken att ta betalt för image. Det som räknas i AI:ns svar är inköpspris, driftkostnad och pålitlighet. För premiummärkena står prispremien på spel, alltså den del av priset som köparen betalar för själva märket.

Så gjordes mätningen

Varje AI-modell fick betygsätta varje märke från 0 till 10 efter hur gärna den skulle rekommendera det till någon som ska köpa ny bil. Varje fråga ställdes i ett nytt samtal utan minne, i tre lägen: utan information om köparen, med köparens behov beskrivna och med en köparprofil som AI:n redan känner till. Svaren är vägda efter SCB:s hushållstyper. Marknadsplaceringen bygger på Mobility Swedens nybilsregistreringar januari–september 2026. Mätningen beskriver vad AI-modellerna svarar, inte vad konsumenterna köper.

Om Pickd och BrandValuator

Pickd™ är en återkommande mätning av vilka varumärken AI-modeller rekommenderar. Rankingen är fri att dela; den fullständiga rapporten per bransch säljs som prenumeration. Pickd drivs av BrandValuator, ett verktyg för transparent varumärkesvärdering i linje med ISO 10668 och ISO 20671. Pickd är oberoende och har ingen koppling till Anthropic, OpenAI eller något av de rankade märkena.

Pickd: brandvaluator.se/pickd

Oktoberutgåvan med ranking, infografik och bilder: brandvaluator.se/pickd/se/cars/2026-10

Presskontakt: Alexander Todoran, info@brandvaluator.se