



TÜV Rheinland

Autohaus- und Fuhrpark-Services
Innovations- und Marktforschung

Werkstattmonitor 2014

-Auszug-

Köln, 30.03.2015

Werkstattmonitor 2014

Pünktlich zur Automechanika 2014 hat TÜV Rheinland den „Werkstattmonitor“ gemeinsam mit dem Autofahrerportal DRIVELOG neu aufgelegt.

Die Befragung von Autofahrern zu ihren Erfahrungen mit Autowerkstätten im Rahmen des „Werkstattmonitor“ wurde zuletzt 2006 durchgeführt. In diesem Jahr weist sie überraschende Einzelergebnisse sowie interessante Entwicklungen gegenüber 2006 auf. Dieses Mal wurden über 1.400 Autofahrer gefragt, warum sie ihre jeweilige Werkstatt wählen und welche Erfahrungen sie gemacht haben.

Während die Autofahrer grundsätzlich sehr zufrieden mit ihrer Werkstatt sind, überraschen die Gründe für die Werkstattwahl: Nicht der Preis zählt an erster Stelle, sondern für mehr als die Hälfte aller Befragten die räumliche Nähe und für über 40 Prozent die bisherige Zufriedenheit mit der Werkstatt. Nur für knapp ein Drittel der Autofahrer ist der Preis ausschlaggebend bei der Werkstattwahl.

Weitere Informationen und Auszüge aus den Ergebnissen der Studie finden Sie auf den folgenden Seiten.

Innovations- und Marktforschung

Die Innovations- und Marktforschung von TÜV Rheinland erarbeitet seit über fünfzehn Jahren maßgeschneiderte Marktstudien für Automobilhersteller- und -zulieferer sowie für Handel und Werkstätten.

Kernthemen sind u.a. Marktanalysen zu Fahrzeugen, Fahrzeugkomponenten und -zubehör sowie zum Werkstattservice.

Schwerpunkte beim Werkstattservice liegen in der systematischen Analyse der Kundenzufriedenheit, Kundenloyalität und Wiederkaufswahrscheinlichkeit bis hin zur Entwicklung von Lösungen und Umsetzung konkreter Maßnahmen.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt in der Konzeption und Durchführung entwicklungsbegleitender Studien, z.B. zur Nutzerakzeptanz, zur Bedienfreundlichkeit und zum Marktpotenzial von Fahrerassistenzsystemen.

Zentrale Leitthemen der Studie

- Gründe für die Auswahl der Werkstatt
- Informationswege bei der Werkstattwahl und Einfluss von unterschiedlichen Informationsquellen auf die Auswahl der Werkstatt
- Art der Kontaktaufnahme mit der Werkstatt, Angebotsanfrage und Preisvergleich
- Zufriedenheit der Kunden mit der Durchführung der Arbeiten und Einschätzung des Preis-/Leistungsverhältnis

Methodik

- Standardisierte Online-Befragung mit 42 Fragen
- Erhebungszeitraum: August 2014
- Stichprobengröße: $n = 1.442$
- Zielgruppe: Autofahrer, die ein eigenes Fahrzeug besitzen

Auswahl der Werkstatt und durchgeführte Arbeiten

Auswahl der Werkstatt und durchgeführte Arbeiten

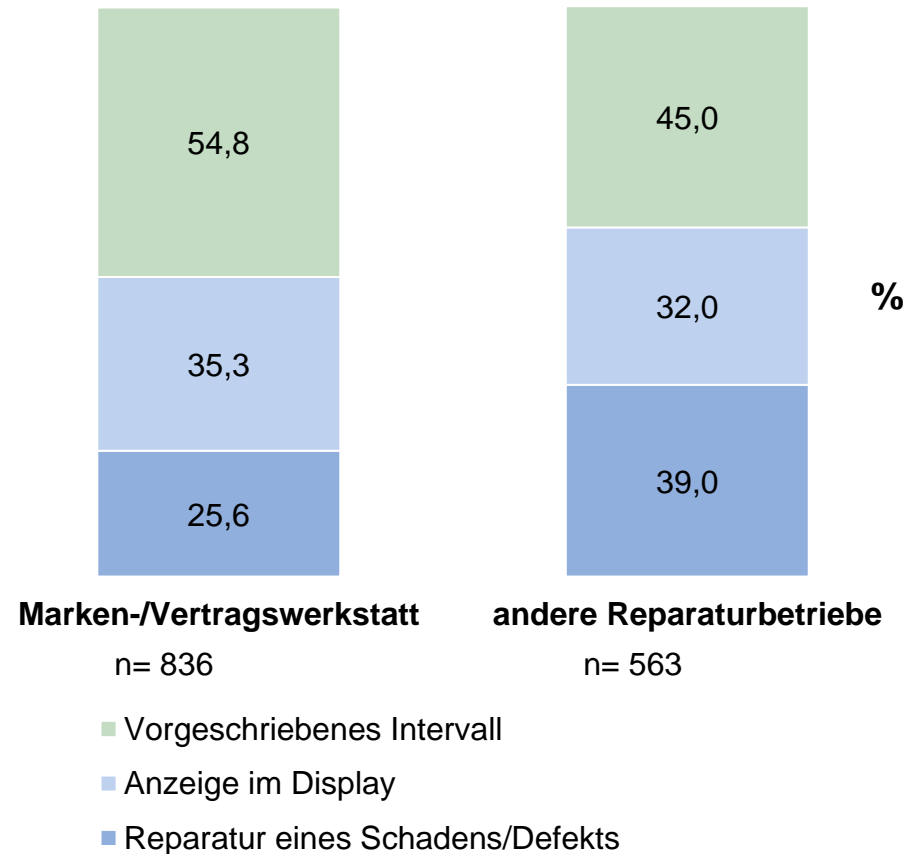
Ein Drittel der Kunden verlässt sich hinsichtlich des Wartungszeitpunktes auf den entsprechenden Hinweis im Display des Fahrzeuges.

F2: Wann wurden an Ihrem Auto zuletzt Wartungs- oder Reparaturarbeiten durchgeführt und was war der Grund dafür?

(Mehrfachnennungen möglich)

Die letzten Wartungs- und Reparaturarbeiten liegen im Durchschnitt **6,1 Monate** zurück.

n= 1.371



Auswahl der Werkstatt und durchgeführte Arbeiten

Marken-/Vertragswerkstätten werden primär als Fachwerkstatt aufgesucht.

Hauptgrund für die Wahl der anderen Reparaturbetriebe ist die räumliche Nähe.

F14: Warum haben Sie gerade dort reparieren/warten lassen?

(Mehrfachnennungen möglich)

	Marken-/ Vertragswerkstatt		andere Reparaturbetriebe	
	abs.	% von n = 836	abs.	% von n = 563
liegt in der Nähe	412	49,3	345	61,3
bin zufrieden dort	316	37,8	283	50,3
Vertrauen/Zuverlässigkeit	321	38,4	267	47,4
Fachwerkstatt	515	61,6	63	11,2
Kompetenz der Werkstatt	311	37,2	227	40,3
guter Service allgemein	295	35,3	230	40,9
bin Stammkunde	300	35,9	195	34,6
Qualität der Arbeiten	279	33,4	216	38,4
preisgünstig	123	14,7	335	59,5
schnelle Terminvergabe	208	24,9	196	34,8
Fahrzeug dort gekauft	348	41,6	24	4,3
geht schnell	136	16,3	199	35,3
persönliche Beziehung	161	19,3	169	30,0
gutes Angebot zur Ersatzmobilität	149	17,8	63	11,2
sonstige Gründe	270	32,3	126	22,4
Gesamt	4.144		2.938	

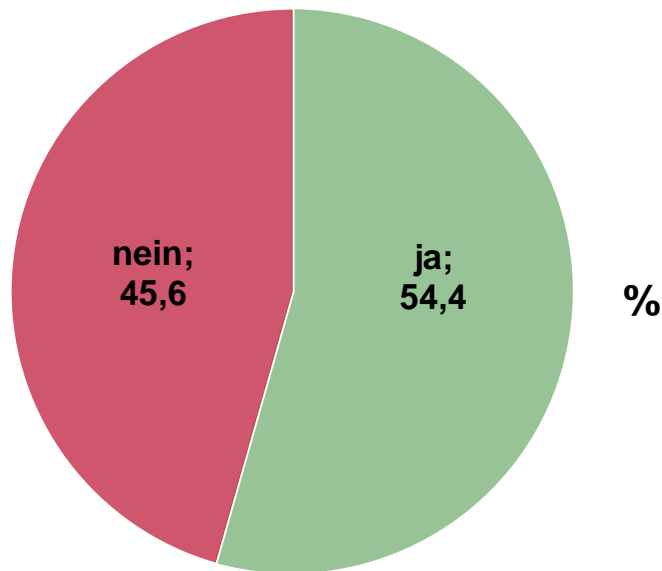
Informationsverhalten, Kontakt und Angebotsanfrage

Informationsverhalten, Kontakt und Angebotsanfrage

Mehr als die Hälfte hat sich im Vorfeld informiert.

Die höchste Relevanz haben Informationen durch Freunde und Bekannte.

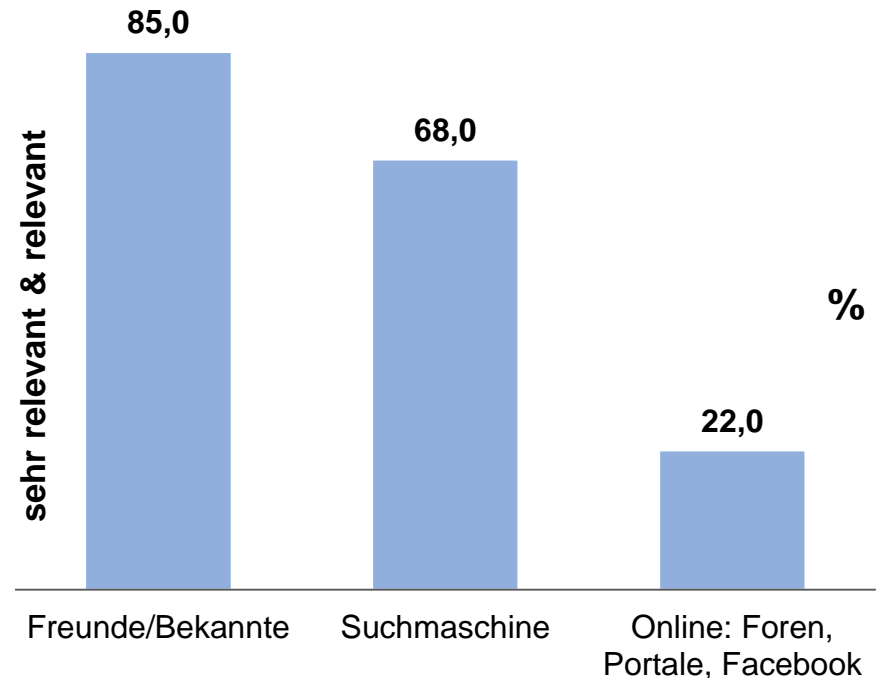
F9: Haben Sie sich im Vorfeld über diesen Betrieb informiert?



n = 1.399

F10: Auf welchen Weg haben Sie sich über den Betrieb informiert und wie relevant waren die Informationen für Sie?

(Mehrfachnennungen möglich)

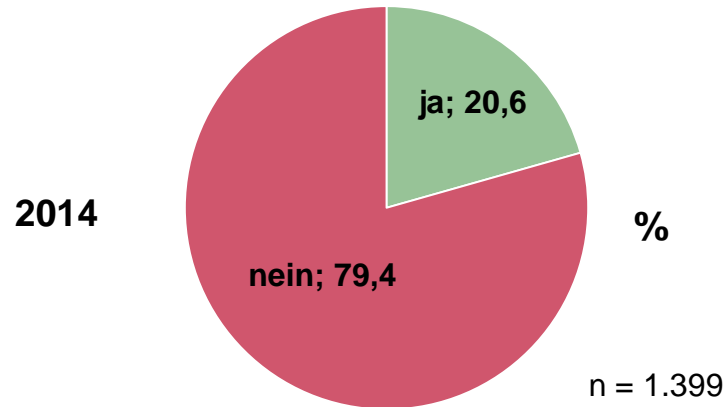


n = 761

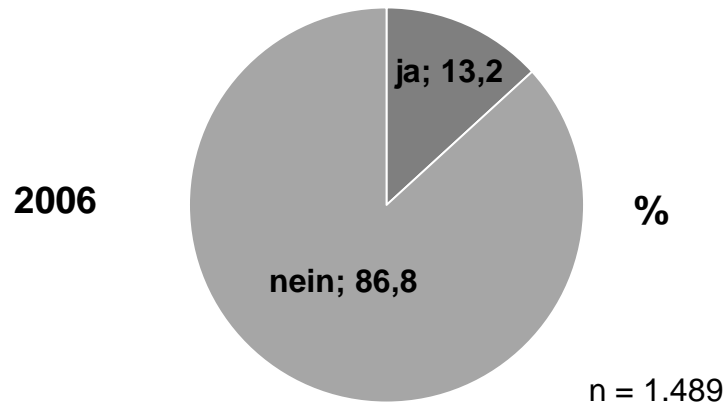
Informationsverhalten, Kontakt und Angebotsanfrage

Preisvergleiche nehmen zu. Dennoch sinkt die Präferenz für das günstigste Angebot.

F18: Haben Sie im Vorfeld Vergleichsangebote eingeholt?



F20: Haben Sie das preisgünstigste Angebot gewählt?

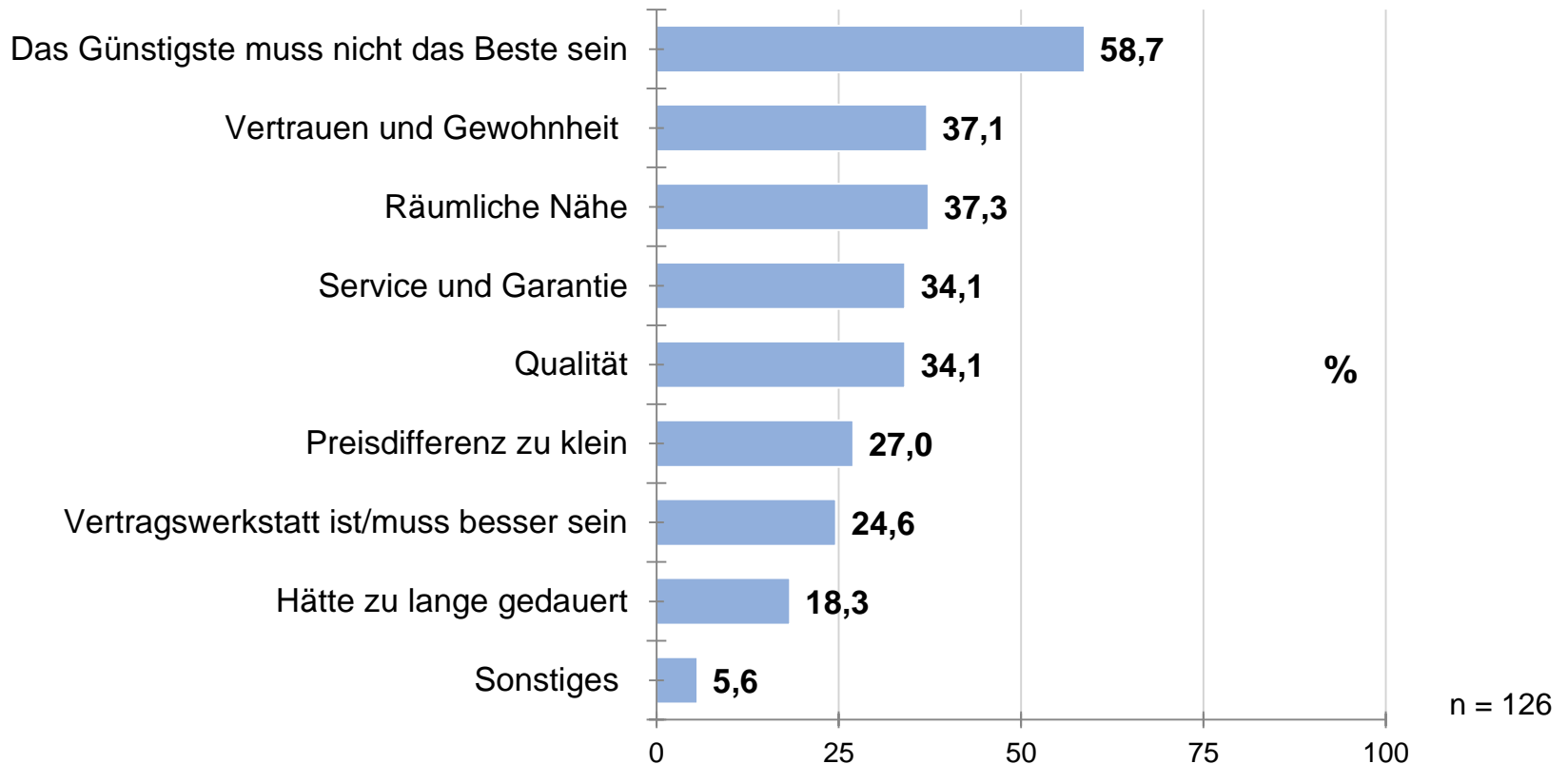


Informationsverhalten, Kontakt und Angebotsanfrage

Es herrscht Misstrauen in das günstigste Angebot.

F21: Was hat Sie dazu bewogen, nicht das preisgünstigste Angebot zu wählen?

(Mehrfachnennungen möglich)

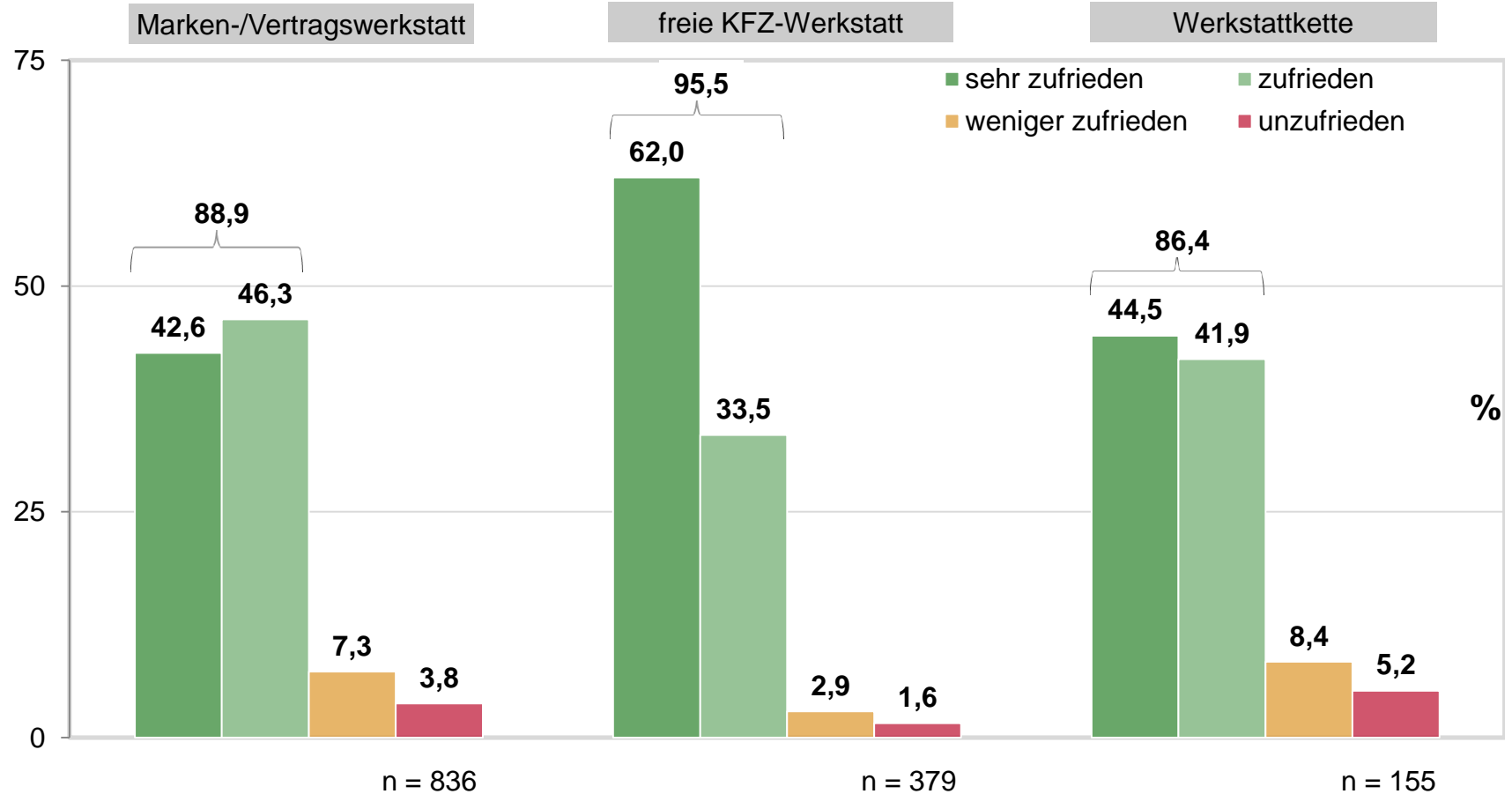


Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlung

Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlung

Die Kunden freier KFZ-Werkstätten sind die Zufriedensten im Vergleich.

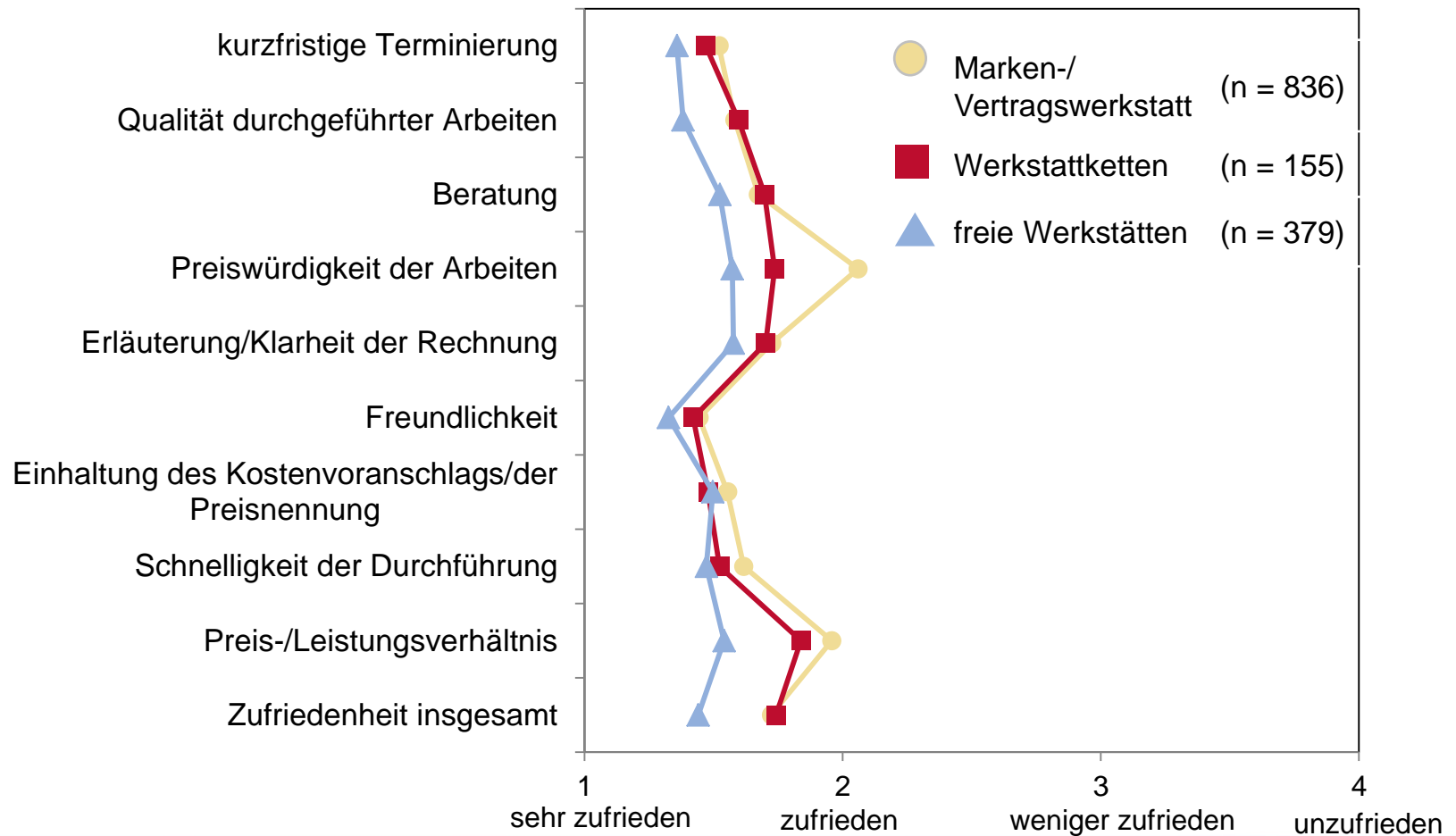
F29: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit diesem Betrieb?



Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlung

Kunden von freien Werkstätten sind insgesamt am zufriedensten. Hinsichtlich der empfundenen Preiswürdigkeit bilden Marken-/Vertragswerkstätten das Schlusslicht.

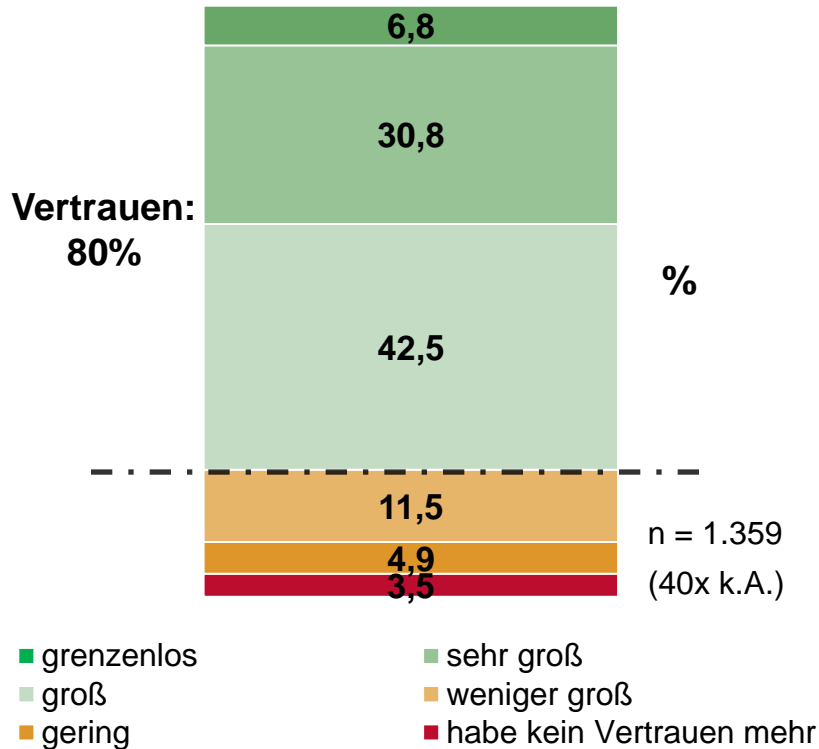
F17: Wie zufrieden waren Sie mit der Ausführung im Detail?



Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlung

Insgesamt herrscht hohes Vertrauen in die Werkstatt. Marken-/Vertragswerkstätten werden seltener weiterempfohlen, als andere Reparaturbetriebe.

F23: Wie groß ist Ihr Vertrauen darin, dass Ihre Werkstatt nur die tatsächlich erforderlichen Arbeiten anbietet und durchführt?



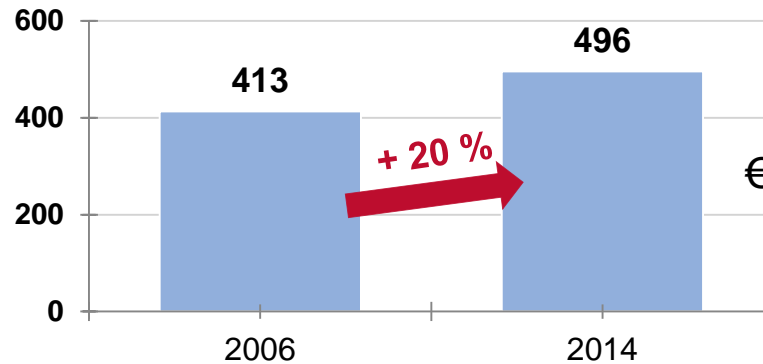
F28: Würden Sie diesen Betrieb Freunden und Bekannten empfehlen?

	Marken-/ Vertragswerkstatt n = 836	andere Reparaturbetriebe n = 563
ja, auf jeden Fall	51,6 %	69,4 %
eher ja	36,4 %	24,3 %
nein	12,1 %	6,2 %

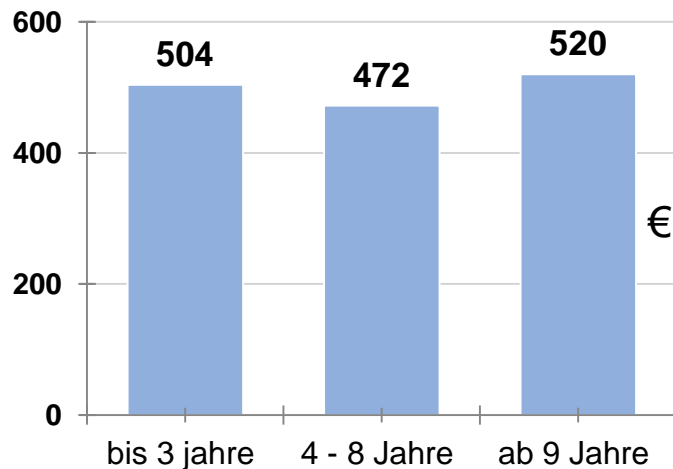
Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlung

Erhöhung um 20% in den letzten 8 Jahren.

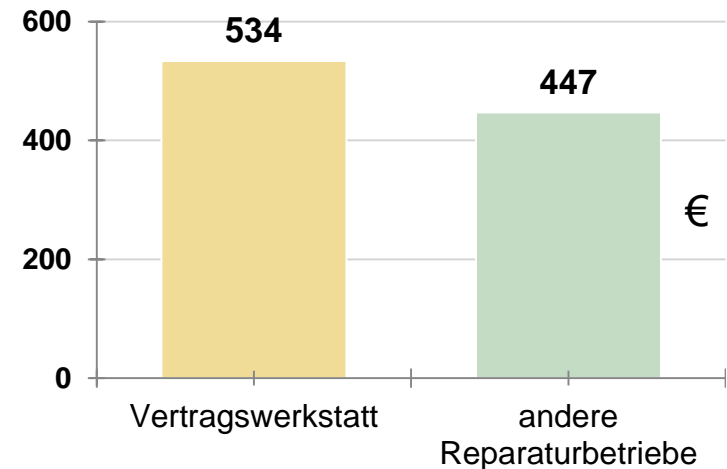
F7: Was haben Sie insgesamt für die Ausführung der Arbeiten bezahlt?



Fahrzeugalter



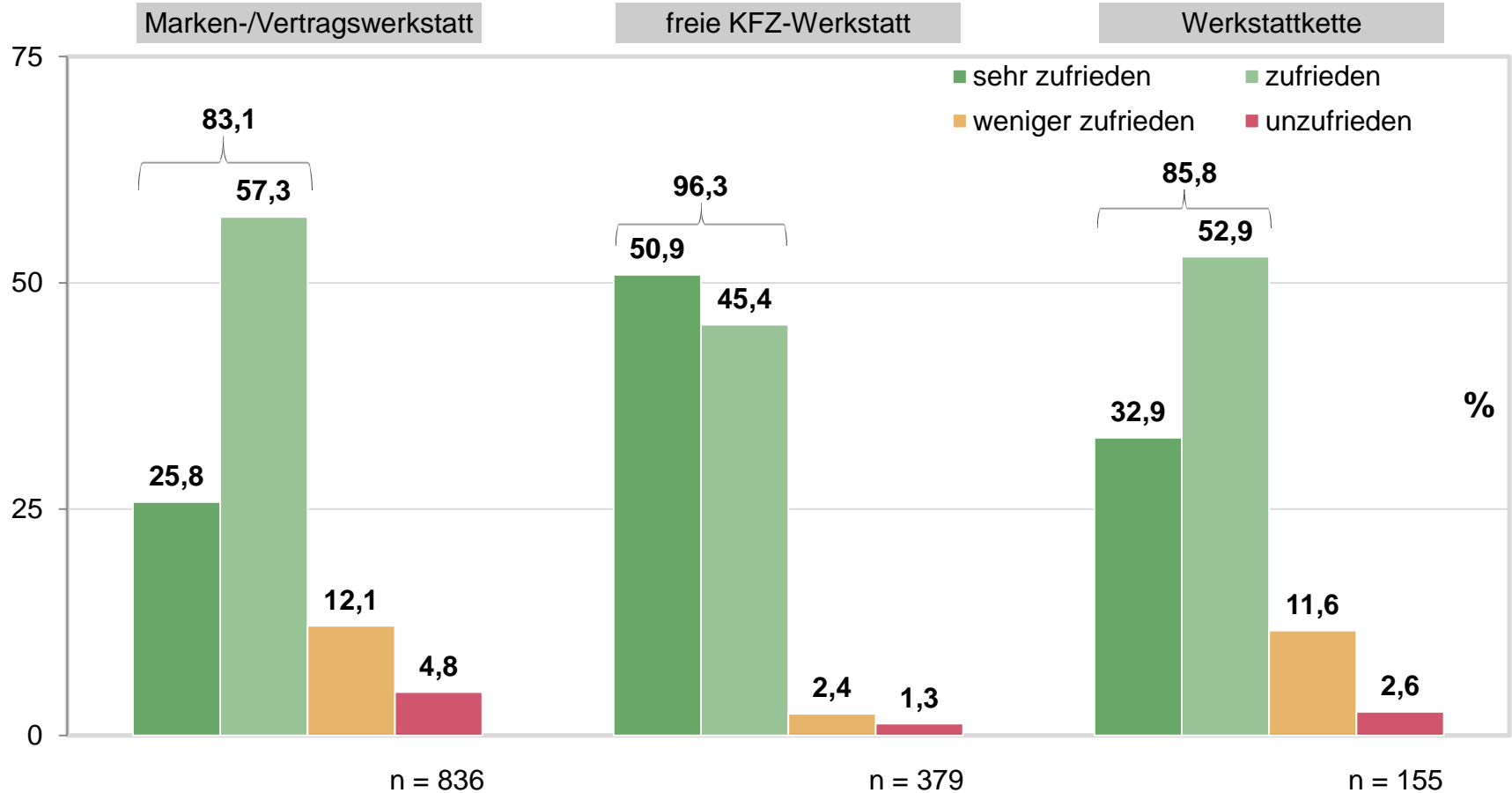
Werkstatttyp



Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlung

Kunden freier KFZ-Werkstätten sind mit 96,3% deutlich zufriedener.

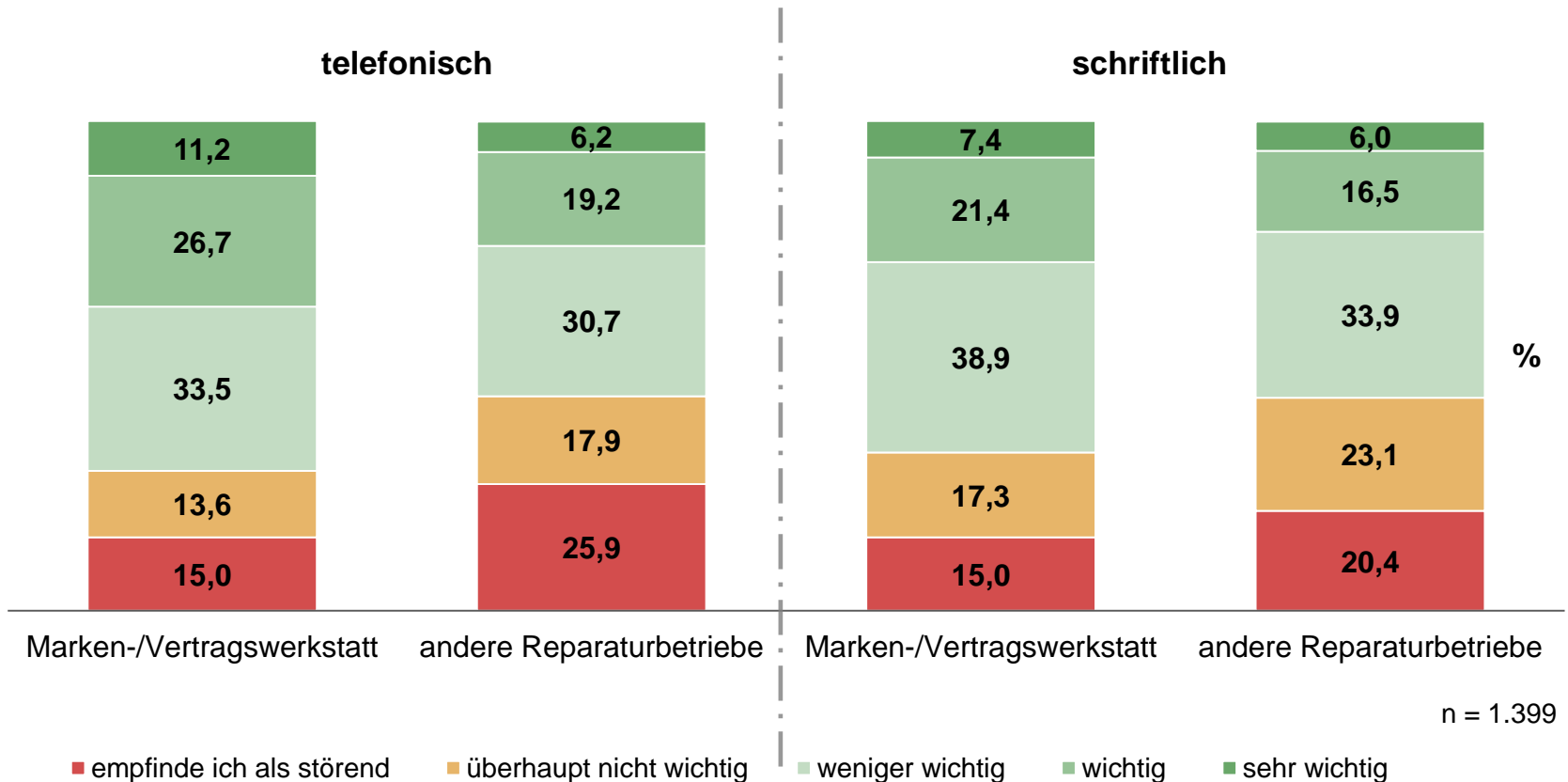
F26: Wie zufrieden sind Sie nach dem Werkstatttermin mit dem Preis-/Leistungsverhältnis?



Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlung

Kunden von Marken-/Vertragswerkstätten finden solche Maßnahmen wichtiger als Kunden anderer Reparaturbetriebe.

F31: Wie wichtig ist es Ihnen grundsätzlich nach Werkstattterminen telefonisch/schriftlich zur Zufriedenheit befragt zu werden?



Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlung

Bargeldloses Bezahlen ist ein wichtiges Kriterium.

F33: Wie interessant finden Sie folgende Serviceangebote von Werkstätten?

(Mehrfachnennungen möglich)

Serviceangebot	Platzierung 2014	Platzierung 2006	Veränderung
Bargeldloses Bezahlen	1	2	+1
Fester, persönlicher Ansprechpartner	2	1	-1
Ersatzmobilität	3	3	0
Kostenlose Fahrzeugreinigung (innen u./o. außen)	4	8	+4
Hol- und Bringservice	5	6	+1

Gestützte Abfrage mit der Möglichkeit zu Mehrfachnennungen.
Vierpolige Skala von 1 „sehr interessant“ bis 4 „uninteressant“

n = 1.442



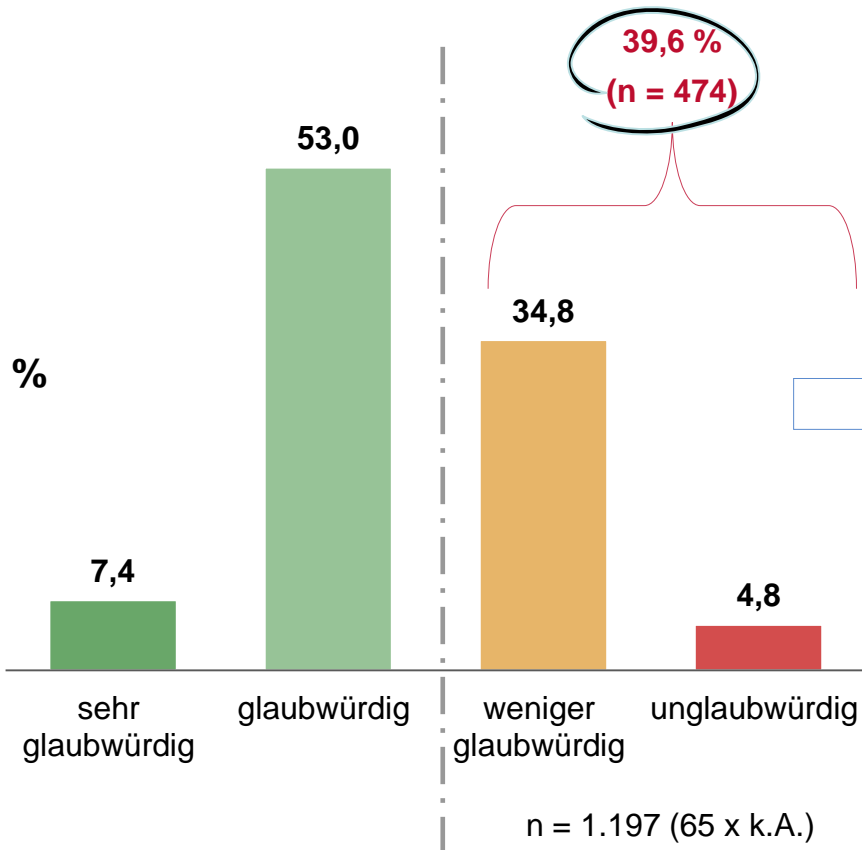
Außerhalb der TOP-5 verlieren Bonussysteme im Vergleich zu 2006 an Bedeutung (Rang 13, vormals 8) wohingegen die Möglichkeit zur Online-Terminierung stärker nachgefragt wird (Rang 8, vormals 17).

-Exkurs Fahrzeugkauf-

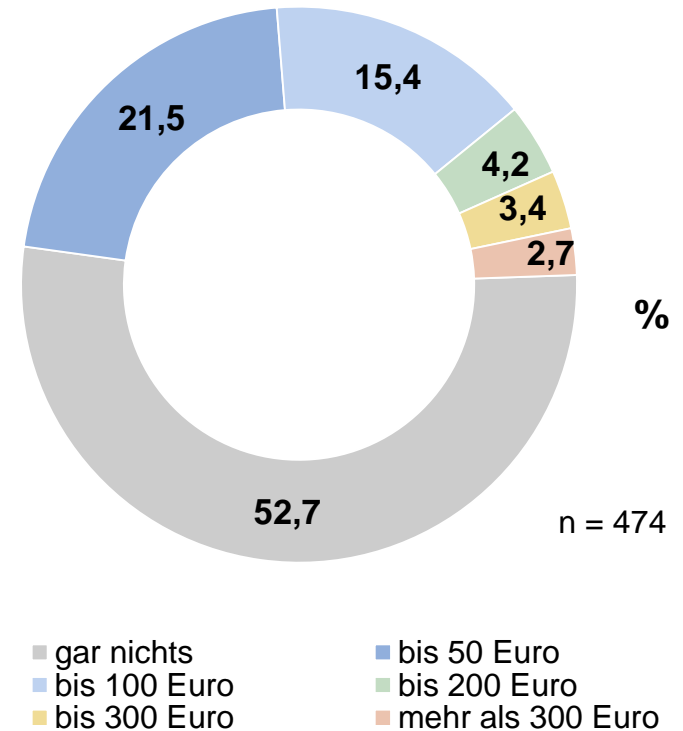
-Exkurs Fahrzeugkauf-

Relativ hohes Misstrauen in km-Stand forciert Interesse an digitalen Serviceheft.

F35: Für wie glaubwürdig halten Sie die Richtigkeit des auf dem Tacho angegebenen km-Standes?



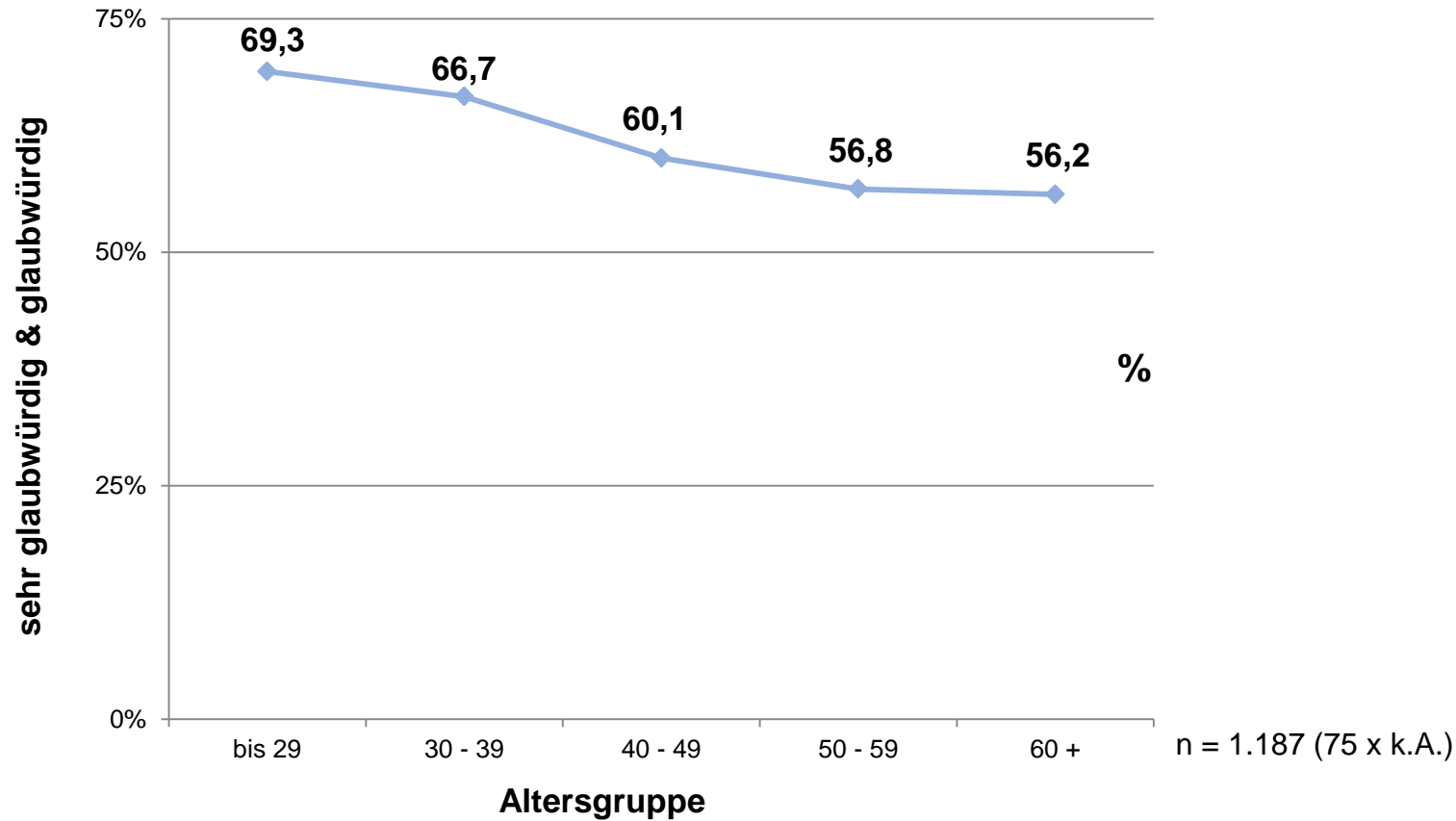
F38: Welchen Aufpreis wären Sie bereit zu zahlen für ein vollständiges digitales Serviceheft zum Fahrzeug?



-Exkurs Fahrzeugkauf-

Vertrauen in die Tachostände sinkt mit zunehmendem Alter der Kunden.

F35: Beim Kauf eines Gebrauchtwagens: Für wie glaubwürdig halten Sie die Richtigkeit des auf dem Tacho angegebenen km-Standes?

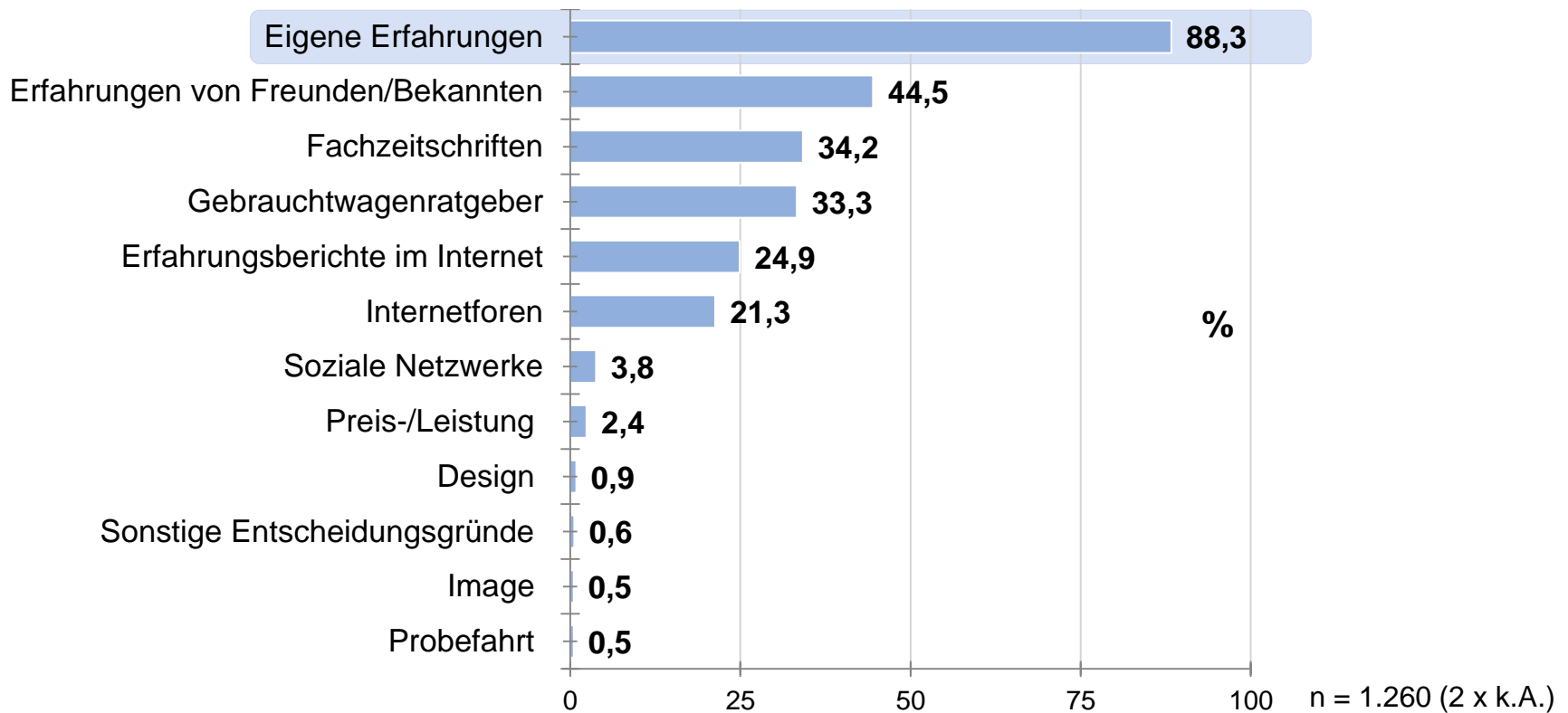


-Exkurs Fahrzeugkauf-

Eigene Erfahrungen oder die von Freunden und Bekannten beeinflussen maßgeblich die Kaufpräferenzen.

F41: Wenn Sie einen Neu- oder Gebrauchtwagen kaufen, was beeinflusst Ihre Markenwahl?

(Mehrfachnennungen möglich)

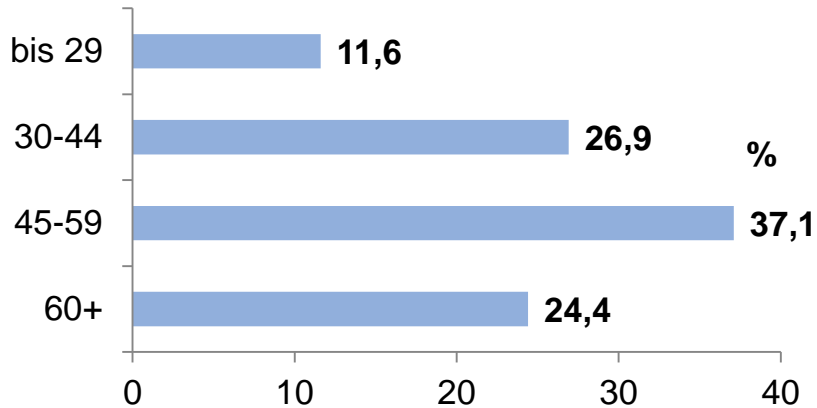


Back up

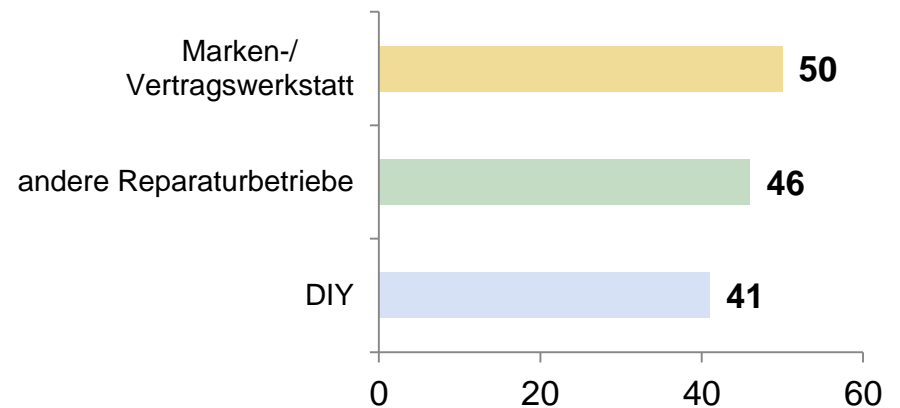
Back up

Stichprobenbeschreibung

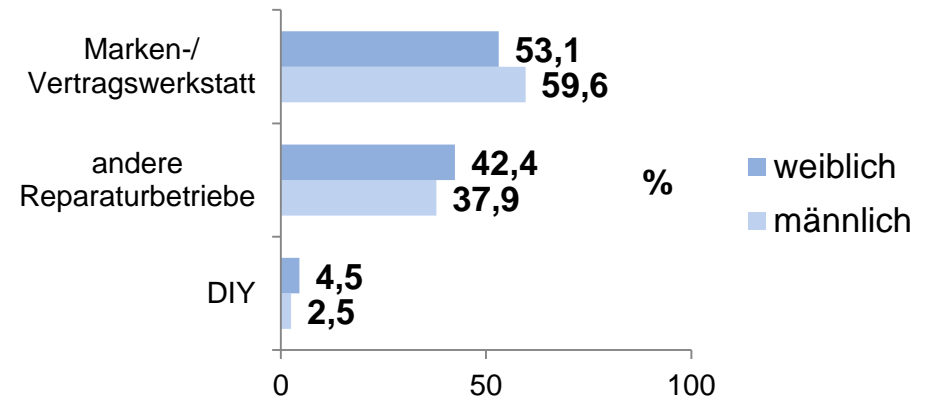
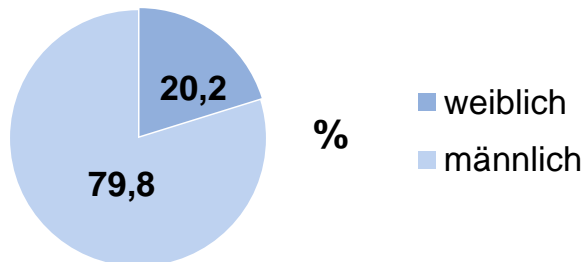
Alter (Ø 49 Jahre)



Ø Alter nach Werkstattpräferenz

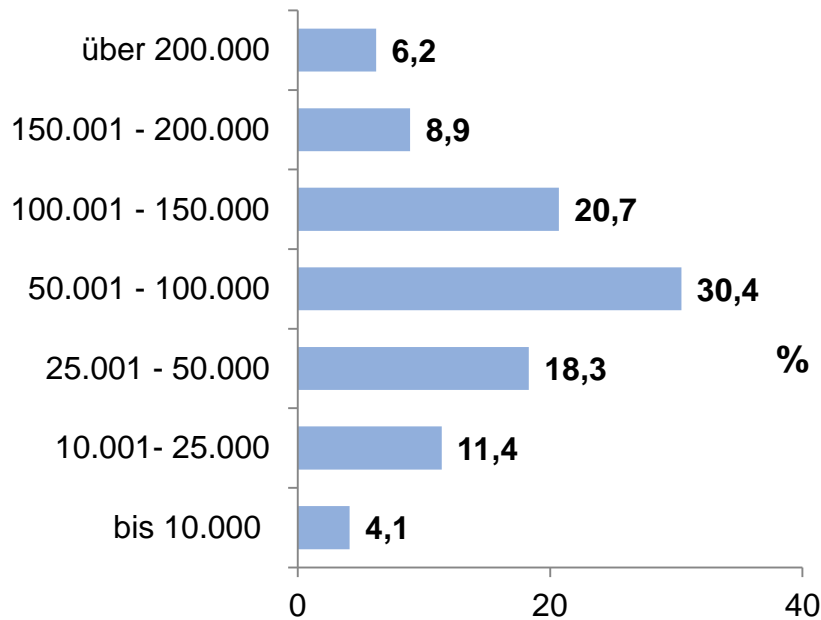


Geschlecht

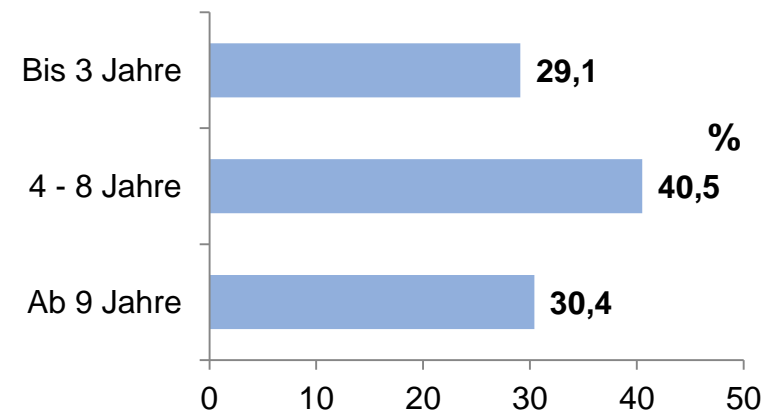


zu F1: Angaben zum Fahrzeug

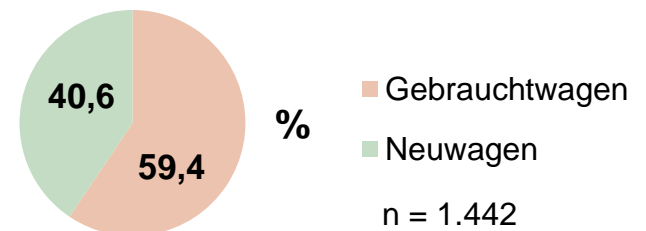
Kilometerstand



Fahrzeugalter (Ø 7,2 Jahre)



Gekauft als

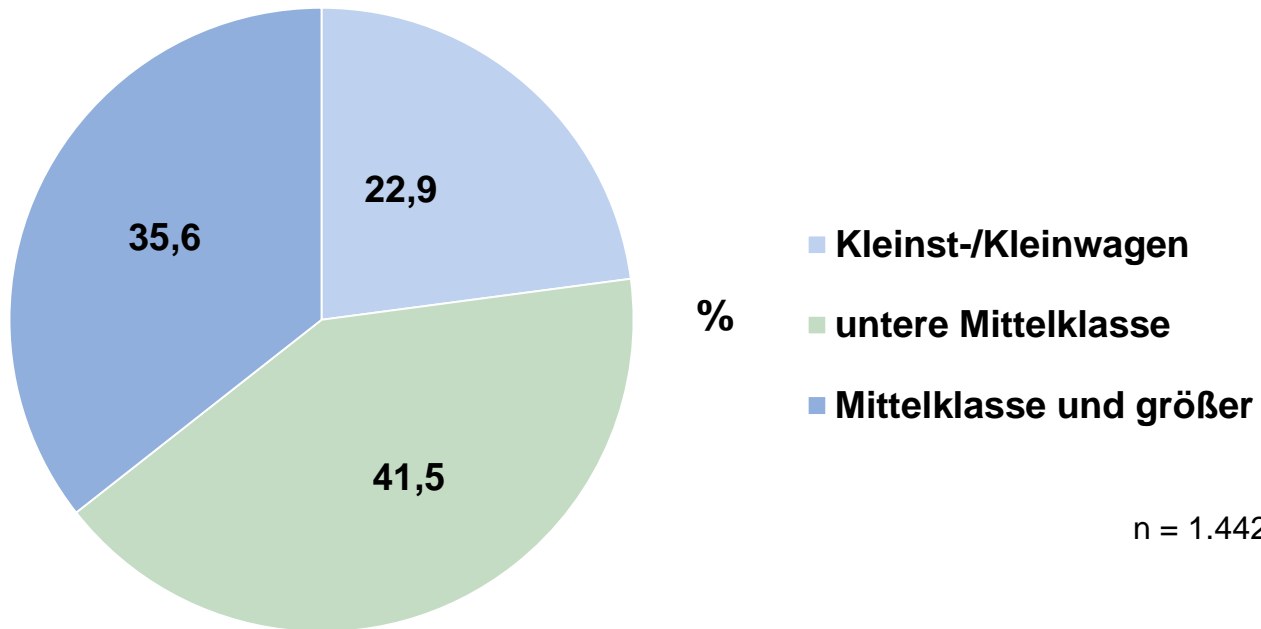


Back up

Angaben zum Fahrzeug

F1: Das Fahrzeug, an dem zuletzt Reparaturen/Wartungen durchgeführt wurden.

Fahrzeugsegment



Weitere Informationen. Kontakt.

TÜV Rheinland Kraftfahrt GmbH
Am Grauen Stein
51105 Köln

Torsten Brämer
Leiter Autohaus- und Fuhrpark-Services

T: 0221 – 806 – 3329
torsten.braemer@de.tuv.com

Dr. Frank Schierge
Leiter Innovations-
und Marktforschung

T: 0221 – 806 – 1925
F: 0221 – 806 – 1469
M: 0171 – 307 2604

frank.schierge@de.tuv.com

Steffen Ansmann
Projektleiter Innovations-
und Marktforschung

T: 0221 – 806 – 1645
F: 0221 – 806 – 1469

steffen.ansmann@de.tuv.com

www.tuv.com/market-research

