

Pressemitteilung

Kompetenz und Vertrauen sind das A und O beim Werkstattservice

Repräsentative Studie von AutoScout24 zeigt, was deutsche Autofahrer unter „gutem Service“ in der Werkstatt verstehen

München, 23. Mai 2013 – Jeder wünscht sich guten Service. Doch was bedeutet „guter Service“ für Deutschlands Autofahrer wirklich? Wann hinterlässt eine Werkstatt bei ihnen einen guten Eindruck? Und wie zufrieden sind sie mit dem Service ihrer Werkstatt? Der Online-Automarkt AutoScout24, der unter www.autoscout24.de/werkstatt das erste Online-Werkstattportal betreibt, hat hierzu eine repräsentative Studie durchgeführt. Befragt wurden hierfür 1.047 Autofahrer in Deutschland. Dabei zeigt sich: Kompetenz ist Trumpf (1. Platz) und Gründlichkeit (2. Platz) geht vor Schnelligkeit (4. Platz). Auch sind ihnen Ehrlichkeit und Transparenz wichtiger als ein niedriger Preis (90 Prozent zu 69 Prozent). Insgesamt schneiden Deutschlands Werkstätten dabei gut ab: Im Schnitt geben die Befragten ihrer letzten Werkstatt in Schulnoten eine 2,2.

Guter Service ist kompetent, gründlich und verlässlich

Bittet man Deutschlands Autofahrer, verschiedene Serviceaspekte bei Werkstätten nach ihrer Relevanz zu sortieren, dominieren traditionelle Werte: Auf Platz 1 landen die Kompetenz und das Fachwissen der Mitarbeiter, die Gründlichkeit und Genauigkeit folgen auf dem zweiten Platz und an dritter Stelle steht die Verlässlichkeit des Anbieters. Auf den nachfolgenden Plätzen: Schnelligkeit und geringe Wartezeit, Pünktlichkeit, Freundlichkeit, das Angebot von Zusatzleistungen. Renommee und Bekanntheit des Anbieters werden weniger Bedeutung zugeschrieben und nehmen den letzten Platz ein.

Umfassende Information schon vor dem Werkstattbesuch gewünscht

Guter Service beginnt nicht erst, wenn der Kunde die Werkstatt betritt. 85 Prozent der Verbraucher wünschen sich, gleich beim ersten Versuch telefonisch jemanden in der Werkstatt zu erreichen. Eine gute, umfassende und glaubwürdige Präsentation der Werkstatt im Internet ist vor allem jüngeren Kunden wichtig: 61 Prozent der 18- bis 29-Jährigen geben dies an. Bei den 30- bis 39-Jährigen sind es 49 Prozent, den 40- bis 49-Jährigen 46 Prozent und bei den Über-50-Jährigen immerhin noch 44 Prozent. Schilder, die auf Aktionen hinweisen, stoßen vor allem bei Frauen auf Interesse (57 Prozent im Vergleich zu 46 Prozent bei Männern).

In der Werkstatt zählen Ehrlichkeit und Verlässlichkeit

90 Prozent der Werkstattbesucher erwarten, dass ihnen offen und ehrlich gesagt wird, welche Kosten auf sie zukommen. Genauso viele erwarten, dass beim Abholen des Fahrzeugs keine böse Überraschung in Form höherer Kosten auf sie wartet. Auch schätzen es die Befragten, auf anstehende Services, wie eine fällige Haupt- und Abgasuntersuchung oder ein Zahnriemenwechsel, hingewiesen zu werden (82 Prozent). Ein besonders günstiges Angebot zu erhalten wünschen sich 69 Prozent der Befragten. Hier ist der Unterschied zwischen Frauen und Männern besonders groß: Im Gegensatz zu 63 Prozent der Männer legen 76 Prozent der Frauen Wert darauf.

Seite 2

Guten Noten für Werkstätten – jüngere Kunden kritischer

Fragt man Deutschlands Autofahrer, dann machen die Werkstätten ihre Arbeit gut: Fast die Hälfte bewertet ihre letzte Werkstatt mit einem „Gut“ (47 Prozent), jeder Vierte fand sie „sehr gut“ (25 Prozent). Für jeden Sechsten war sie „befriedigend“ (16 Prozent). Zehn Prozent vergeben ein „Ausreichend“, „Mangelhaft“ oder „Ungenügend“ für den letzten Werkstattbesuch. Vor allem die jüngeren Autofahrer sind kritisch: Bei den 18- bis 29-Jährigen kommen die Werkstätten lediglich auf eine 2,5, bei den 30- bis 39-Jährigen auf eine 2,4. Besonders eklatant ist der Unterschied zwischen den Generationen bei der Frage, ob sie sich von der Werkstatt seriös und ehrlich behandelt fühlen. Während 62 Prozent der Über-50-Jährigen dies bejahen, sind es bei den 18- bis 29-Jährigen gerade einmal 37 Prozent, bei den 30- bis 39-Jährigen 35 Prozent. Diese Ergebnisse kommentiert André Stark, Geschäftsführer von AutoScout24: „Den Vertrauensvorschuss, den Werkstätten bei ihren älteren Kunden genießen, müssen sie sich bei der jüngeren Kundschaft erst noch erarbeiten. Gerade mit Blick auf diese Zielgruppe ist eine offene, umfassende und glaubwürdige Präsentation der Werkstätten und ihrer Leistungen im Internet ein wichtiger erster Schritt.“

Über die Studie

Im Auftrag von AutoScout24 hat das Marktforschungsinstitut Innofact vom 02. bis zum 08. Mai 2013 repräsentativ 1.047 Autofahrer im Alter von 18 bis 65 Jahren befragt. Weitere Ergebnisse der Studie erhalten Sie auf Anfrage unter presse@autoscout24.de.

Über AutoScout24

AutoScout24 ist europaweit der größte Online-Automarkt. Im Rahmen der AutoBild-Leserbefragung 2012 „Die besten Marken in allen Klassen“ gewinnt AutoScout24 in den Bereichen „Bestes Angebot“ und „Bestes Handling“. Rund um die Uhr stehen den jährlich 17,1 Millionen Nutzern (ACTA 2012) rund 2 Millionen Fahrzeugangebote auf vier verschiedenen Marktplätzen zur Verfügung: Neufahrzeuge, [Gebrauchtwagen](#) und [Motorräder](#), [Nutzfahrzeuge](#) sowie Teile & Zubehör. Über das Werkstattportal von AutoScout24 lassen sich unter <http://werkstatt.autoscout24.de/> zudem Werkstattdienstleistungen finden, vergleichen und buchen. Rund 40.000 Händler nutzen AutoScout24 europaweit.

AutoScout24 gehört zur Scout24-Gruppe mit ihren Marken FinanceScout24, FriendScout24, ImmobilienScout24, JobScout24 und TravelScout24. Scout24 ist ein Teil des Deutsche Telekom Konzerns. www.autoscout24.de

Kontakt:

Rashid Elshahed
PR Manager
AutoScout24 GmbH
Dingolfinger Str. 1-15
D-81673 München
Tel.: +49 89 444 56-1368
Fax: +49 89 444 56 19-1368
Mail: relshahed@autoscout24.de
www.autoscout24.de