

Mainz, 13. Januar 2010



## **Preis und Reparaturschnelligkeit wichtigste Kriterien für Wahl der Automobilwerkstatt.**

### **Autofahrer sehen geringen Nutzen in Mobilitätsgarantie und Erreichbarkeit.**

Autohäuser bzw. Kfz-Werkstätten stehen nicht nur durch die Finanzkrise unter Druck. Schon seit einer Dekade gehen die für den Ertrag entscheidenden Wartungsarbeiten für die Betriebe zurück. Der Autofahrer hat im Schadens- bzw. Wartungsfall die Wahl zwischen verschiedenen Automobilwerkstätten in seinem lokalen Umfeld. Er steht vor der Entscheidung, ob er zu seiner Marken-Vertragswerkstatt geht, einer freien Werkstattkette (z. B. Bosch Service Betriebe) vertraut oder gar einen Filialisten, wie ATU, wählt. Wie sind diesbezüglich aber seine Präferenzen und welche Faktoren sind für seine Entscheidung maßgebend? Wählt er seine Autowerkstatt nach dem Preis oder bestimmten Serviceleistungen? Diesen Fragen ging der Lehrstuhl für Marketing I an der Universität Mainz zusammen mit der Strategie- und Managementberatung 2hm & Associates in einer aktuellen Studie nach.

### **Mobilitätsgarantie keine Garantie für Kundenbindung.**

Anhand relevanter Merkmale für die Wahl einer Autowerkstatt, wie Preis, Art der Werkstatt, Erreichbarkeit, Mobilitätsgarantie und Reparaturschnelligkeit, wurde deren Bedeutung mittels einer Conjoint-Analyse untersucht. Die führende Rolle des Preises mit einem Anteil an der Wahlentscheidung von 33% bei Neuwagen- und von 55 % bei Gebrauchtwagenbesitzern ist sicherlich keine Überraschung. Erstaunlicher ist die Wichtigkeit einer Mobilitätsgarantie mit einem Wert von 17 %, so dass diese eine untergeordnete Rolle im Vergleich zu den Kriterien Reparaturschnelligkeit und Art der Werkstatt spielt und damit an vierter Stelle rangiert.

2hm & Associates GmbH  
Strategie- und Managementberatung

Im Rahmen der Mobilitätsgarantie stiftet ein Hol- und Bringservice einschließlich eines Ersatzwagens für die Zeit der Reparatur den höchsten Nutzen.



Die Reparaturschnelligkeit trägt für Gebrauchtwagenkunden mit einem Wert von 26 % einen großen Teil zur Wahlentscheidung bezüglich der Autowerkstatt bei. Hintergrund sind die aufgrund der Nichtnutzung des Fahrzeugs entstehenden Opportunitätskosten sowie zusätzliche Investitionen wie beispielsweise für alternative Verkehrsmittel oder für einen in dieser Zeit genutzten Leihwagen. Die hohe Bedeutung einer möglichst schnellen Reparatur ohne Verzögerungen durch ständigen Abstimmungsbedarf ist für den Autobesitzer damit äußerst plausibel. Bei Neuwagenbesitzer hat die Reparaturschnelligkeit hingegen eine geringere Bedeutung. „Diese Personengruppe scheint ein höheres Risiko wahrzunehmen als Gebrauchtwagenbesitzer, so dass zu Gunsten einer qualitativ hochwertigen Arbeit eine länger dauernde Reparatur akzeptiert wird“, so Hans Herrmann, Leiter des Bereichs Automotive bei 2hm & Associates.

## **Einfühlungsvermögen ein wesentlicher Hebel zur Kundenzufriedenheit.**

Ein Kunde bewertet ein Dienstleistungs-Unternehmen zudem danach, in wie weit das Personal die Fähigkeit besitzt auf sein Anliegen mit Verständnis oder Finger-spitzengefühl zu reagieren. Schließlich trägt das Merkmal „Einfühlungsvermögen des Personals“ wesentlich zur Begeisterung für die Leistungserstellung der Werkstatt und damit zur langfristigen Kundenbindung bei. „Diejenigen Autowerkstätten, die insbesondere bei weiblichen Autofahrern ein entsprechendes Einfühlungsvermögen für deren Belange zeigen, werden am meisten Erfolg haben“, stellt Hans Herrmann fest. Lange Zeit wurde diese Eigenschaft bei der Bedienung dieser Zielgruppe vernachlässigt, obwohl sie hinsichtlich der Wahl einer Autowerkstatt in der Bedeutung direkt hinter dem Preis folgt.

Insgesamt zeigen die Untersuchungsergebnisse, dass unterschiedliche Kundengruppen abweichende Anforderungen an Autowerkstätten stellen. Um Wettbewerbsvorteile zu erzielen, muss eine Werkstatt demnach konsequent auf die einzelnen Zielgruppen zugeschnittene Konzepte präsentieren.

2hm & Associates GmbH  
Strategie- und Managementberatung

# Pressemitteilung

ca. 4200 Zeichen, Abdruck frei / Bitte um PDF-Belegexemplar an Kontakt / Bildmaterial und Grafik im Anhang



Ihr Ansprechpartner:  
Hans Herrmann  
hans.herrmann@2hm.com  
+49/(0)172-59.81.998

Um ein Belegexemplar wird gebeten.

## *Über 2hm & Associates:*

*Die 2hm & Associates GmbH ist eine inhabergeführte und international tätige Managementberatung mit Sitz in Mainz. Über 30 Consultants und mehr als 40 Call Center-Mitarbeiter stehen für den richtungsweisenden 360°-Beratungsansatz von 2hm: „Research. Consulting. Implementation.“*

## *Über die Leistungen von 2hm & Associates*

*Den Anspruch methodischer Exzellenz, praxisnahes Beratungs-Know-how sowie erfolgreicher Implementierung bündelt 2hm in den Kompetenzzentren Marken-Management, Kundenbeziehungsmanagement, Marketing-Controlling, Vertriebsmanagement sowie Produkt- und Preismanagement. Mehr als mit mehr als 50 Bücher und 200 Fachartikeln dokumentieren die in diesen Geschäftseinheiten gesammelten Erfahrungen.*

2hm & Associates GmbH  
Strategie- und Managementberatung