SCHADEN.NEWS







28.08.2024

DEKRA-STUDIE ZU WERKSTATTKOMMUNIKATION: KUNDEN WÜNSCHEN NEBEN PERSÖNLICHEM ERSTKONTAKT MEHR DIGITALE MÖGLICHKEITEN

Wenn es um digitale Services geht, bleibt das Angebot von Kfz-Werkstätten in Deutschland aktuell hinter den Erwartungen vieler Kunden zurück. Das ist eines der Ergebnisse einer aktuellen Befragung der Expertenorganisation DEKRA und des Marktforschungsinstituts Ipsos. Bei den Fragen, welche digitalen Angebote sich Autobesitzer wünschen und welche Services ihre Werkstatt heute schon anbietet, liegen die Ergebnisse weit auseinander.

PERSÖNLICHER ERSTKONTAKT WEITERHIN GEWÜNSCHT, ABER RÜCKLÄUFIG

Ein bemerkenswertes Ergebnis ist jedoch: Für die erste Kontaktaufnahme, etwa für einen Reparaturauftrag, bevorzugen aber immer noch 63 Prozent der Befragten den persönlichen oder telefonischen Kontakt. Diese Zahl ist aber rückläufig, wie der Blick auf frühere Befragungen zeigt. Im Jahr 2017 bevorzugten noch 69 Prozent grundsätzlich den persönlichen Kontakt zu ihrer Werkstatt. 2020 und 2022 lag der Wert bei 66 Prozent. Umgekehrt steigt die Zahl der Autobesitzer, die schon einmal digital Kontakt mit ihrer Werkstatt aufgenommen haben. Sie liegt in der aktuellen Befragung bei 41 Prozent. Im Jahr 2017 lag sie noch bei 25 Prozent, in den Jahren 2020 und 2022 bei 34 Prozent.

GROSSES INTERESSE AN DIGITALER TERMINVEREINBARUNG

Das größte Interesse in Sachen digitaler Angebote haben die Befragten an der Möglichkeit, über die Webseite der Werkstatt einen Termin zu vereinbaren: Zwei Drittel wünschen sich diese Option. Nur 28 Prozent sagen, dass ihre Werkstatt diesen Service heute schon anbietet. Eine Online-Information zum aktuellen Stand bei laufenden Service- oder Reparaturarbeiten hätten gerne 65 Prozent der Befragten – nur 25 Prozent haben nach eigener Aussage diese Möglichkeit heute schon bei ihrer Werkstatt. Weitere Wunschservices sind unter anderem Einsicht zu Service-Intervallen oder HU-Fälligkeiten (Wunsch: 60 Prozent / aktuelles Angebot: 15 Prozent), Terminvereinbarung per WhatsApp oder anderen Apps (54 Prozent / 20 Prozent) oder die Bestellung eines Ersatzwagens über das Internet (51 Prozent / 14 Prozent).

WUNSCH NACH WERKSTATTKOMMUNIKATION VIA APP STEIGT

Steigende Tendenz verzeichnet die aktuelle Befragung auch beim Interesse daran, mit der eigenen Werkstatt über eine eigens dafür angebotene App in Kontakt zu treten. Sehr interessant oder eher interessant finden das heute insgesamt 52 Prozent der Befragten. 2017 waren es noch 38 Prozent, 2020 und 2022 jeweils 43 Prozent. Eher uninteressant oder überhaupt nicht interessant sind Werkstatt-Apps heute insgesamt nur noch für 22 Prozent (2017: 35 Prozent, 2020: 31 Prozent, 2022: 27 Prozent).

„Unsere aktuelle Befragung zeigt, dass die Digitalisierung unserer Gesellschaft auch für das Kfz-Gewerbe in Deutschland immer größere Relevanz bekommt“, so Guido Kutschera, Vorsitzender der Geschäftsführung der DEKRA Automobil GmbH. „Mehr und mehr Autofahrerinnen und -fahrer haben Interesse an Online-Angeboten; gleichzeitig besteht weiter der Wunsch nach dem persönlichen Kontakt. Für die Betriebe bedeutet das: Beide Kanäle sind wichtig und müssen bestmöglich in einem Gesamtkonzept zusammengebracht werden, um die Kundenerwartungen zu erfüllen.“

Für die Online-Studie befragte Ipsos im Auftrag von DEKRA im Juni 2024 insgesamt eintausend Autobesitzer, die selbst für die Wartung und Reparatur ihres Fahrzeugs verantwortlich sind.

Ina Otto