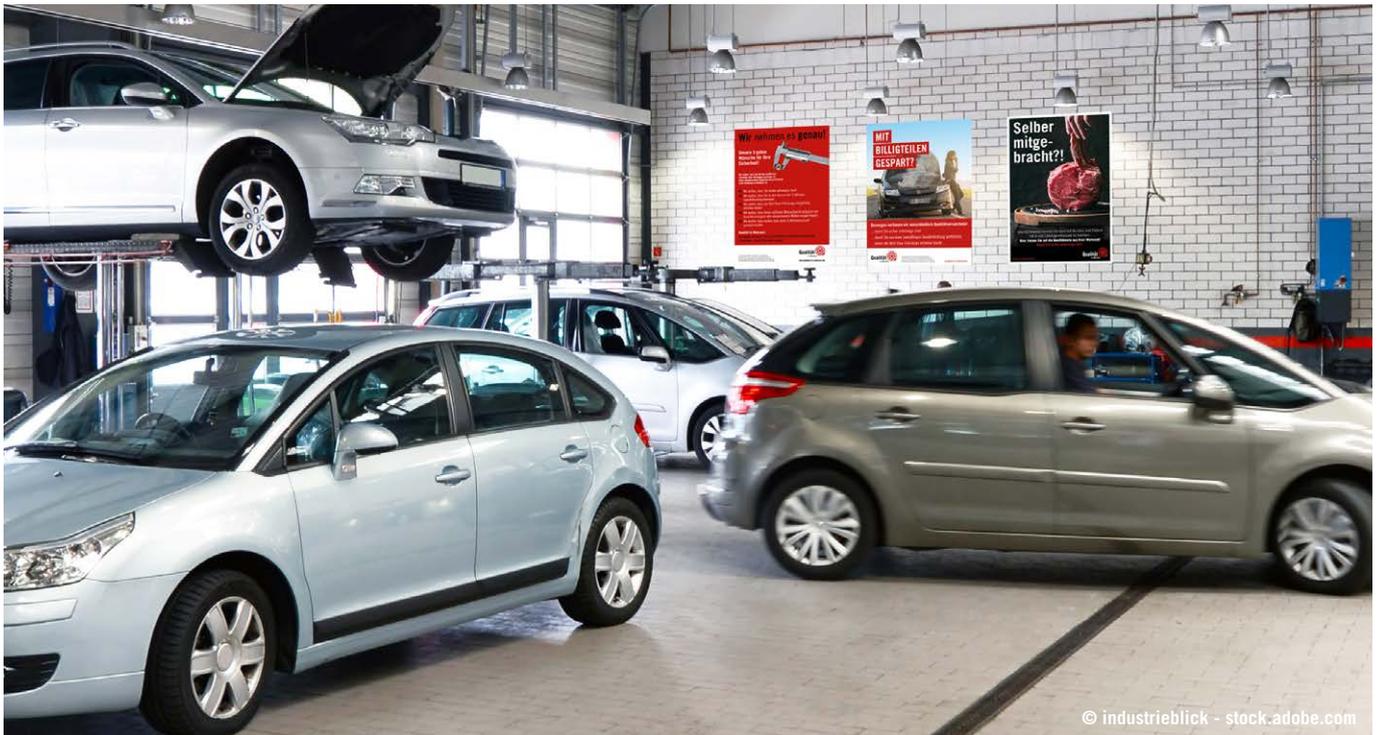


2020

KFZ-WERKSTATT BEFRAGUNG

WIE FREI WOLLEN FREIE
KFZ-WERKSTÄTTEN WIRKLICH SEIN?



© industrieblick - stock.adobe.com

Einleitung

Der Markt wird für Freie Werkstätten immer anspruchsvoller: Elektromobilität, Digitalisierung, Fachkräftemangel und dieses Jahr zu allem Überfluss auch noch die Corona-Pandemie.

Freie Werkstätten müssen sich in einem komplexer werdenden Umfeld aufstellen. Als Branche, die von kleinen und mittelständischen Familienunternehmen geprägt ist, müssen Werkstattinhaber echte Allrounder sein.

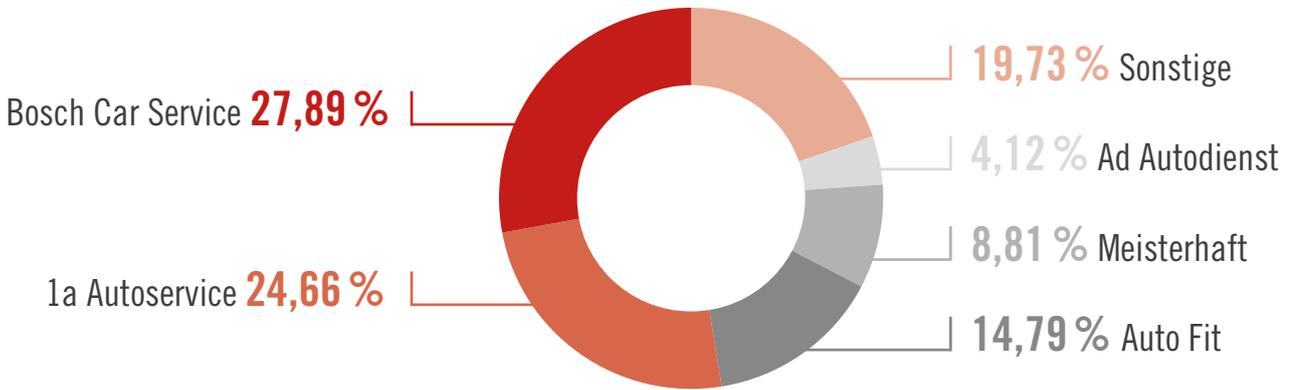
Zahlreiche Werkstatt-Konzepte versprechen Unterstützung bei den vielfältigen Aufgaben. Gleichzeitig binden sie Werkstätten an sich, im Markenauftritt, im Einkauf, im Marketing oder mit anderen Leistungen. Wie schätzen Freie Werkstätten diese Option ein? Sind Freie Werkstätten zufriedener, wenn sie wirklich komplett frei agieren oder bieten die Werkstatt-Konzepte echte Vorteile, die von mehr Werkstätten genutzt werden sollten?

Die Initiative Qualität ist Mehrwert wollte es genau wissen und hat von Juni 2020 bis Juli 2020 eine Online-Umfrage zu diesem Thema gestartet. Bis zum 12.07.2020 beteiligten sich 764 Werkstattinhaber an der Umfrage. 54% der befragten Werkstatt-Inhaber gaben dabei an, Partner mindestens eines Werkstatt-Konzeptes zu sein. 41% agieren laut eigener Auskunft komplett frei, die anderen Teilnehmer waren angestellt oder führen eine Vertragswerkstatt/ein Autohaus.

Hinweis: An der Kfz-Werkstattumfrage haben sich überwiegend freie Kfz-Werkstätten beteiligt, bei denen das Thema Qualität zentraler Bestandteil der Firmenphilosophie ist. Die Umfrageergebnisse können daher hinsichtlich eines hohen Qualitätsbewusstseins leicht verzerrt sein. Dennoch geben die Ergebnisse einen hervorragenden Einblick in die Bedeutung der Werkstatt-Konzepte für den freien Markt.

UNGESTÜTZTE BEKANNTHEIT VON WERKSTATT-KONZEPTEN

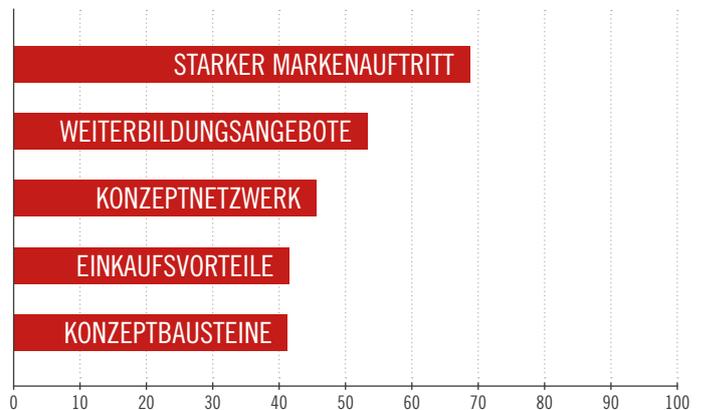
Die 5 meist erwähnten Konzepte (spontan)



MITARBEITERSTRUKTUR IN DEN TEILNEHMENDEN WERKSTÄTTEN



TOP 5 GRÜNDE PARTNER EINES WERKSTATT-KONZEPTES ZU WERDEN



GROSSE ZUFRIEDENHEIT MIT WERKSTATT-KONZEPTEN

88% DER BEFRAGTEN FÜHLEN SICH IN ALLEN WICHTIGEN FRAGEN GUT BETREUT.



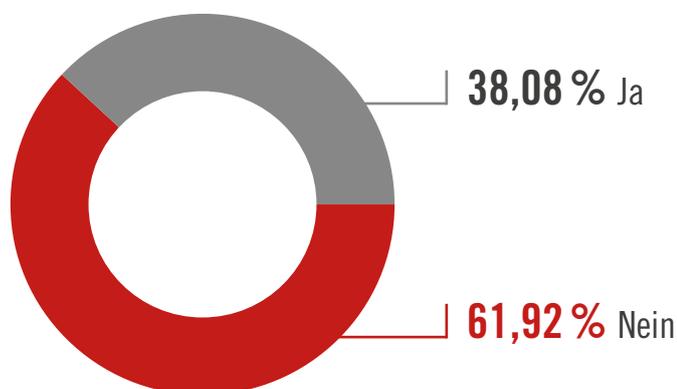
62% DER FREIEN WERKSTÄTTEN
BEVORZUGEN EINEN **FESTEN ERSATZTEILANBIETER.**



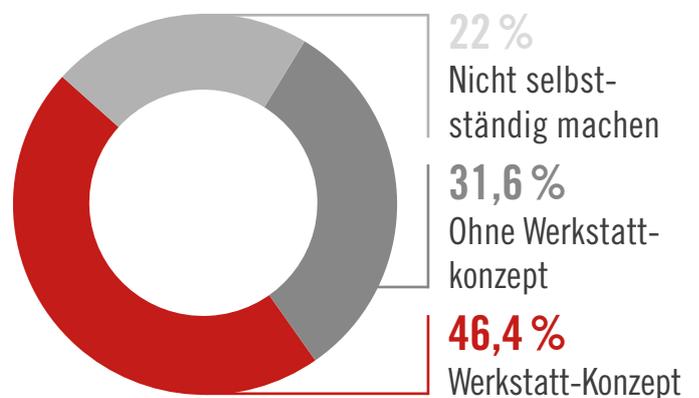
WERKSTÄTTEN SIND MIT DEM **GROßHANDEL SEHR ZUFRIEDEN.**

95% DER BEFRAGTEN GEBEN AN, DASS
DIE **ERSATZTEIL-BELIEFERUNG** DURCH IHREN
TEILELIEFERANTEN **ZEITNAH UND REIBUNGSLOS** KLAPPT.

ANTEIL DER **FREIEN WERKSTÄTTEN**, DIE
SCHON EINMAL **ÜBERLEGT** HABEN, EINEM
WERKSTATT-KONZEPT BEIZUTRETEN:



RAT FÜR JUNGE KFZ-MEISTER, DIE SICH
SELBSTSTÄNDIG MACHEN WOLLEN:



9 Thesen zur Elektromobilität in freien Kfz-Werkstätten

1 Zufriedenheit überwiegt

Unabhängig davon, ob Werkstätten einem Werkstatt-Konzept angehören oder frei agieren, sind sie größtenteils zufrieden. 62% der Konzeptwerkstätten geben an, dass sie mit ihrem Werkstatt-Konzept rundum zufrieden sind, 62% der freien Werkstätten sind so zufrieden, dass sie noch nie über den Beitritt zu einem Werkstatt-Konzept nachgedacht haben.

2 Nachholbedarf bei Digitalisierung

Die Digitalisierung ist die größte Herausforderung für Freie Werkstätten. 58% der Konzeptwerkstätten wünschen sich in diesem Bereich mehr Unterstützung durch das Werkstatt-Konzept. Bei den kleinen Werkstätten mit bis zu 5 Mitarbeitern fordern sogar 70% eine stärkere Unterstützung in diesem Bereich.

85% der Konzeptwerkstätten sind ihren Konzepten treu. Nur 12% haben in den vergangenen fünf Jahren ein Konzept gewechselt und lediglich 3% planen einen Wechsel. 64% der freien Werkstätten bevorzugen einen festen Teilelieferanten, weitere 28% wechseln nur gelegentlich.

3 Konzepte unterstützen bei Ausrichtung

Die Konzeptlandschaft in Deutschland ist stark differenziert. Die teilnehmenden Werkstätten waren Partner von mehr als 28 unterschiedlichen Werkstatt-Konzepten. Beim direkten Vergleich der Werkstatt-Konzepte wird deutlich, dass jedes Werkstatt-Konzept seine eigene Ausrichtung hat, so dass Freie Werkstätten sich die jeweils passenden individuell zusammenstellen können.

4 Überzeugt von Werkstatt-Konzepten

Die Mehrheit der befragten freien Werkstätten (54%) gibt an, mindestens einem Werkstatt-Konzept anzugehören. Insgesamt beteiligten sich an der Umfrage Konzeptpartner von mehr als 35 Werkstatt-Konzepten.

5 Konzepte empfehlenswert für Branchen-Neulinge

Auch wenn die meisten Freien Werkstätten zufrieden sind: mit ihrem Status würde der Großteil von ihnen einem jungen Kfz-Meister empfehlen sich mit einem Konzept selbstständig zu machen (46%). Die Empfehlung ohne Werkstatt-Konzept zu starten geben 32%. Immerhin 22% raten von der Selbstständigkeit komplett ab.

6 Selbstständigkeit als Überzeugung

Die häufigsten Argumente, die als Entscheidungskriterium gegen den Anschluss an ein Werkstatt-Konzept genannt wurden sind: Zu große Bindung (64%), das Gefühl der Bevormundung (54%) und erst an dritter Stelle die Kosten (39%).

7 Markenauftritt als Triebfeder

Mit deutlichem Abstand erhoffen sich Freie Werkstätten, von dem starken Markenauftritt zu profitieren. 69% nennen den starken Markenauftritt als Grund, sich für ein Werkstatt-Konzept entschieden zu haben. Bei den großen Werkstätten mit mehr als 20 Mitarbeitern geben diese Triebfeder sogar 87% der Befragten an.

8 Kleine Werkstätten fühlen sich in Konzepten wohler

Von den kleinen Werkstätten mit bis zu 5 Mitarbeitern fühlen sich nur 15% manchmal in den freien Entscheidungen eingeschränkt, bei den großen Werkstätten über 20 Mitarbeiter sind es 40%.

1. Zufriedenheit überwiegt

Die gute Nachricht vorne weg: Die meisten Werkstätten sind mit ihrer Entscheidung für oder gegen ein Werkstatt-Konzept zufrieden. Satt 62% der Konzeptwerkstätten sehen keine Nachteile durch ihre Zugehörigkeit zu ihrem Konzept. Mit 25% werden die hohen Kosten als häufigstes Manko genannt. Deutlich abgeschlagen mit nur 9% kritisieren die Befragten die Einkaufsbindung, noch 4% bemängeln den eingeschränkten Entscheidungsspielraum. Das ist genau der Punkt, der andere Freie Werkstätten dazu bringt, sich gegen Werkstatt-Konzepte zu entscheiden: 83% der Befragten geben an, dass die Unabhängigkeit und Entscheidungsfreiheit die Gründe sind, warum sie sich gegen ein Werkstatt-Konzept entschieden haben. Den größten Vorteil von ihrer Ungebundenheit sieht das Gros der Befragten im Einkauf: 85% geben an, dass ihre Unabhängigkeit im Bereich Einkauf ein Vorteil ist. Übrigens: 86% der Konzeptwerkstätten sind mit den Leistungen ihres Konzeptes im Bereich Einkauf zufrieden oder sehr zufrieden.

Es zeigt sich: Freie Werkstätten und Konzeptwerkstätten sind größtenteils mit der selbst getroffenen Wahl komplett frei zu agieren oder die Unterstützung eines Werkstatt-Konzeptes in Anspruch zu nehmen, zufrieden.



© Valerii - stock.adobe.com

2. Nachholbedarf bei Digitalisierung

Der Großteil der Konzeptwerkstätten pickt sich die benötigten Leistungen des Werkstatt-Konzeptes heraus: 72% nutzen die Angebote, die ihnen wichtig sind; 19% nutzen nahezu alle Angebote des Konzeptes und nur 9% nehmen nur wenige Leistungen in Anspruch.

Freie Werkstätten stützen sich bei einigen klassischen Konzept-Leistungen auf unterschiedliche Anbieter. So werden bei Weiterbildungen die Angebote der Großhändler (89%) mit Abstand bevorzugt, gefolgt von Angeboten der Innung (50%) und Angeboten der Industrie (37%). Informationen beziehen die meisten ungebundenen Werkstätten durch ganz unterschiedliche Kanäle. Mit über 70% werden jeweils Fachmessen, Großhändler, Fachmedien und Onlineplattformen genutzt.

Größter Wissensdurst besteht bei dem Thema Digitalisierung. 58% der befragten Konzeptwerkstätten wünschen sich hier mehr Unterstützung – damit ist dieser Bereich der mit Abstand gefragteste. Vor allem kleine Werkstätten bis 5 Mitarbeiter (63%) und 6-10 Mitarbeiter (70%) scheinen hier einen großen Bedarf zu haben. Für Werkstatt-Konzepte bietet sich hier die Möglichkeit aktive Unterstützung vor allem für die kleinen Unternehmen anzubieten und ihre Werkstätten zukunftssicher aufzustellen.

3. Loyalität gegenüber Partnern

Gebunden oder ungebunden: Freie Werkstätten sind treue Geschäftspartner. Sowohl bei Konzeptwerkstätten, als auch bei ungebundenen Werkstätten ist eine hohe Loyalität gegenüber Lieferanten und Partnern spürbar. 85% der Konzeptwerkstätten sind ihren Konzepten treu. Nur 12% haben in den vergangenen fünf Jahre ein Konzept gewechselt und lediglich 3% planen einen Wechsel.

Auch die Freien Werkstätten binden sich im Tagesgeschäft: 64% der Freien Werkstätten bevorzugen einen festen Teilelieferanten, weitere 28% wechseln nur gelegentlich.

Der Grund für diese Kontinuität bei Freien Werkstätten scheint in großem Maße die Kundenorientierung der Teilelieferanten zu sein. Unglaubliche 95% der Befragten geben an, dass die Belieferung durch den Großhandel zeitnah und reibungslos klappt.

Interessant ist in diesem Zusammenhang auch der geringe Anteil an Werkstätten, die hauptsächlich bei Onlinehändlern bestellen: Nur 2% geben an, die Teile im Wesentlichen aus dem Internet zu beziehen. 50% der befragten Freien Werkstätten bestellen ausschließlich im klassischen Großhandel, 15% im lokalen Autoteilehandel und 33% bei unterschiedlichen Anbietern.

4. Konzepte unterstützen bei Ausrichtung

Von 1a Autoservice bis ZF pro Tech – die Konzeptlandschaft in Deutschland ist stark differenziert. Es gibt Werkstatt-Konzepte, die Werkstätten alles aus einer Hand bieten und umfassende Vorgaben an ihre Werkstattpartner haben. Andere Werkstatt-Konzepte sind deutlich freier aufgestellt, haben eine geringere Erwartungshaltung an die teilnehmenden Werkstätten und bieten weniger umfassende Leistungen. Diese Differenzierung sorgt auch dafür, dass 80% der Werkstätten einem Werkstatt-Konzept angehören. 20% haben sich für zwei oder mehr Werkstatt-Konzepte entschieden. Während sich die Key-Faktoren, die zur Entscheidung des Anschlusses an ein Konzept führen, ähneln, gibt es darüber hinaus spezifische Angaben, die je Konzept variieren. In der Befragung wurden beispielsweise aufgeführt: IT/Warenwirtschaft, Mobilitätsgarantie, Flottensteuerung, technische Informationen für Nutzfahrzeuge, Gas-Anbindung.

Bei diesen Nennungen zeigt sich, dass viele Werkstätten sehr gezielt bei der Auswahl des passenden Konzeptes vorgehen und sich für das optimale Leistungsspektrum entsprechend ihren Voraussetzungen entscheiden. Die wenig vorhandene Wechselbereitschaft (nur 15% haben vor kurzem gewechselt oder wollen wechseln) zeigt, dass diese Vorgehensweise sinnvoll ist.

5. Überzeugt von Werkstatt-Konzepten

Insgesamt nahmen an der Umfrage 764 Werkstätten teil. Eine Mehrheit (54%) gibt an, mindestens einem Werkstatt-Konzept anzugehören. 41% agieren laut eigener Auskunft komplett frei, die anderen Teilnehmer waren angestellt oder führen eine Vertragswerkstatt/ein Autohaus.

80% der Werkstätten, die einem Werkstatt-Konzept angehören, haben sich für ein Konzept entschieden. 20% der Befragten sind zwei oder mehr Werkstatt-Konzepten angeschlossen. (14% - 2 Konzepte, 5% - 3 Konzepte, 1% mehr als 3 Konzepte).



© memorystockphoto - stock.adobe.com

6. Konzepte empfehlenswert für Branchen-Neulinge

Trotz der Zufriedenheit der Freien Werkstätten, unabhängig davon, ob sie Werkstatt-Konzepten angehören oder nicht, würde die Mehrheit einem jungen Kfz-Meister den Start der Selbstständigkeit in einem Werkstatt-Konzept empfehlen: 46% empfehlen den Start in die Selbstständigkeit mit einem Konzept, 32% schätzen die freie Selbstständigkeit als bessere Option ein und 22% raten von der Selbstständigkeit komplett ab. Die Antworten der Befragten unterscheiden sich dabei nicht in Abhängigkeit von dem eigenen Status. Das lässt darauf schließen, dass die Unterstützung der Werkstatt-Konzepte von der gesamten Branche ähnlich eingeschätzt wird. Die Gruppe der Freien Werkstätten teilt sich nach Analyse der Antworten in zwei Lager: Diejenigen, die die Anforderungen der Konzepte auf Grund der eigenen Unternehmensstruktur nicht erfüllen („bestimmter Umsatz erforderlich“, „zu klein“, „Standort nicht repräsentativ“) und diejenigen, die sich im Unternehmertum nicht einschränken möchten („Die CI-Anforderung löscht unsere eigene Außensignalisation fast völlig“, „wollte mich nicht in Design usw. unterordnen“, „Kenne kein System, das die selbe Umsatzrendite erwirtschaftet wie wir“). Offenbar schätzen jedoch alle den Nutzen der Werkstatt-Konzepte für eine Geschäftsneugründung gleichermaßen gut ein.



7. Selbstständigkeit als Überzeugung

Hauptgrund für die Ablehnung von Werkstatt-Konzepten ist die gefühlte Einschränkung der eigenen Entscheidungsspielräume. Zu große Bindung (64%), das Gefühl der Bevormundung (54%) und erst an dritter Stelle die Kosten (39%). Die Antworten der befragten Konzeptwerkstätten zeigen ein gänzlich anderes Bild: 82% der befragten Werkstätten fühlen sich in ihren freien Entscheidungen überhaupt nicht vom Werkstatt-Konzept eingeschränkt. Mit 25% werden jedoch am häufigsten die Kosten als Nachteil der Werkstatt-Konzepte genannt. Diese Ergebnisse können in der Gegenüberstellung unterschiedlich gedeutet werden: Ein möglicher Schluss ist, dass die gänzlich freien Werkstätten das Unternehmertum mit allen Rechten und Pflichten und dem dazugehörigen Entscheidungsspielraum signifikant mehr schätzen, als die Unternehmer, die für einen Teil der Aufgaben, die nicht der Kernkompetenz entsprechen, Unterstützung in einem Konzept suchen.

8. Markenauftritt als Triebfeder

Die Gründe für den Beitritt in ein Werkstatt-Konzept sind sehr vielfältig und variieren je nach Konzept. Abgesehen von Autopro, Meisterhaft und Profiservice Werkstatt, überzeugt bei allen Konzepten klar der starke Markenauftritt mit 69% über alle Konzepte hinweg. Bei Profiservice Werkstatt stehen die Argumente Einkaufsvorteil und Weiterbildungsangebote mit jeweils 60% an erster Stelle.

An zweiter Stelle folgen das Konzeptnetzwerk und der Markenauftritt mit jeweils 44%. Noch wichtiger als der starke Markenauftritt (53%) sind für Meisterhaft Werkstätten die Konzeptbausteine (84%) und das Netzwerk (68%). Ähnlich gelagert ist es bei Autopro: Das Netzwerk und die unterschiedlichen Konzeptbausteine (jeweils 71%) überzeugen in erster

Linie. An dritter Stelle folgt auch hier der Markenauftritt mit 48%.

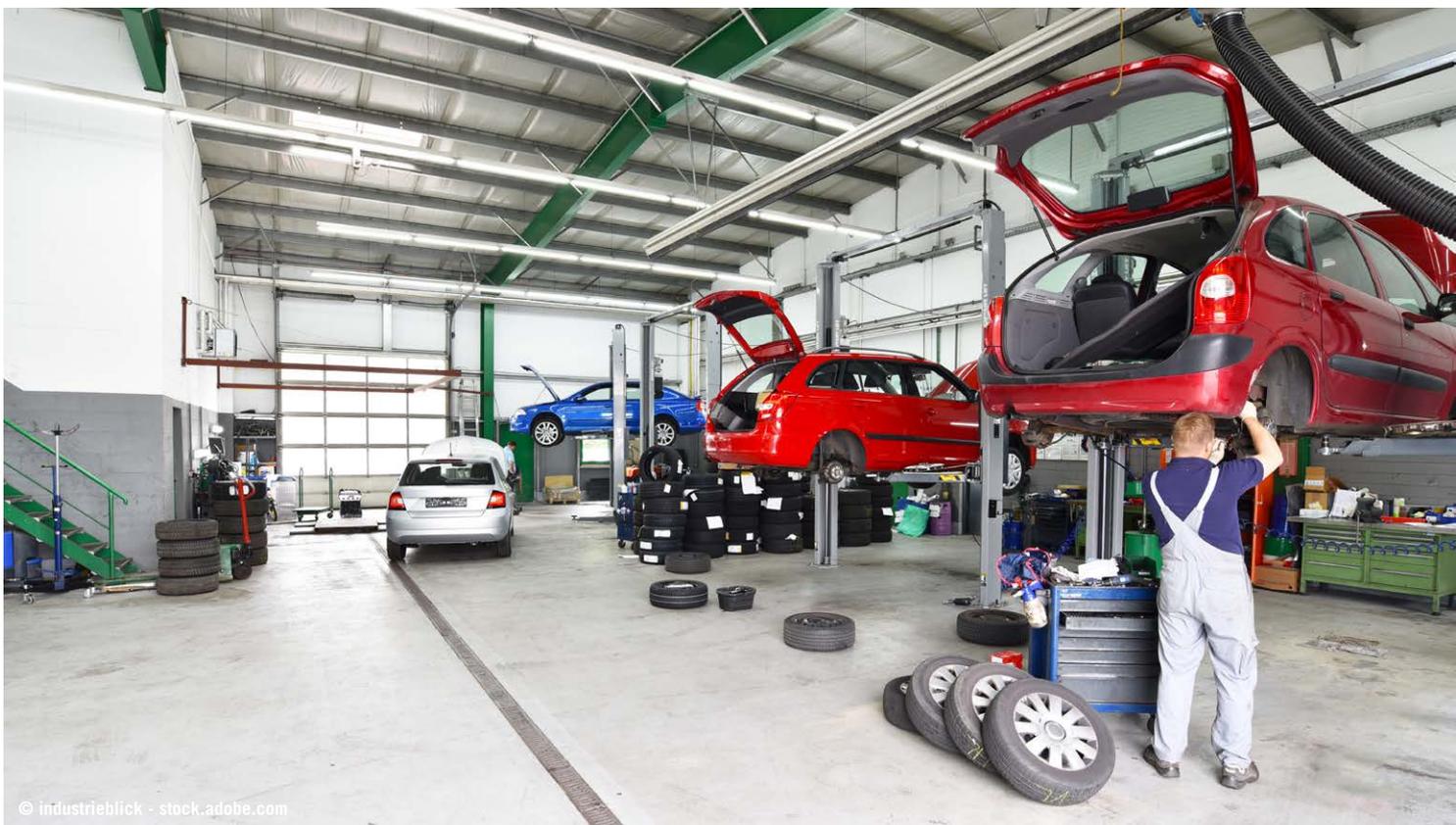
Vergleicht man die Antworten nach Größe der Werkstätten, zeigt sich ein recht einheitliches Bild: Unabhängig von der Größe steht der Markenauftritt unangefochten an Platz 1, wobei große Werkstätten (größer 20 Mitarbeiter) mit 87% die meiste Gewichtung auf den Außenauftritt legen. Platz zwei und drei gehen größenunabhängig an die Weiterbildungsangebote und das Netzwerk.

9. Kleine Werkstätten fühlen sich in Konzepten wohler

Grundsätzlich lässt sich auf Grundlage der Angaben der Befragten kein eindeutiger Schluss ziehen, für welche Werkstätten Konzepte die bessere Option sind.

Allerdings lässt sich erkennen, dass größere Werkstätten kritischer und skeptischer gegenüber Konzepten sind: Von den kleinen Werkstätten mit bis zu 5 Mitarbeitern fühlen sich nur 15% manchmal in den freien Entscheidungen eingeschränkt, bei den großen Werkstätten über 20 Mitarbeiter sind es 40%. Auch die Zufriedenheit ist bei dieser Gruppe am geringsten. Während nur 23% der befragten Werkstätten mit mehr als 20 Mitarbeitern angeben, rundum zufrieden zu sein und keine Nachteile zu sehen, sind es bei den Werkstätten mit bis zu 20 Mitarbeitern satte 60%.

Besonders auffällig ist die Unzufriedenheit im Bereich Werbung und Marketing. Während Werkstätten mit bis zu 20 Mitarbeitern mit großer Mehrheit zu 77% sehr zufrieden oder zufrieden mit den Leistungen ihres Konzeptes sind, geben Werkstätten über 20 Mitarbeitern zu 60% an, wenig oder gar nicht zufrieden zu sein.



© industrieblick - stock.adobe.com

Das Ergebnis der Umfrage zeigt: Die Zufriedenheit der Freien Werkstätten hängt nicht davon ab, ob sie einem Konzept angehören oder nicht. Insgesamt sind freie Werkstätten mit Konzeptanbietern, aber auch mit dem Großhandel sehr zufrieden.

Gerade kleinen und mittelgroßen Werkstätten mit bis zu 20 Mitarbeitern oder Kfz-Meistern, die sich selbstständig machen wollen, können Werkstatt-Konzepte das Leben erleichtern.

Wichtig ist, dass bei der Auswahl das passende System ausgewählt wird, denn die Systeme unterscheiden sich deutlich in der Verbindlichkeit und den Schwerpunkten.

Über die Initiative Qualität ist Mehrwert

Qualität ist Mehrwert ist eine Initiative namhafter Hersteller von Automobilteilen im Automotive Aftermarket. Ziel ist es, das Qualitätsbewusstsein bei der Fahrzeugreparatur signifikant zu steigern. Dazu werden den Kfz- und Nfz-Werkstätten, dem Teilehandel und den Autofahrern die Vorteile von Qualitätsteilen vor Augen geführt – mit Informationsmaterial, bei Veranstaltungen und auf der Website.

Alle Partner, aktuelle Termine und Informationen gibt es im Internet unter:

qualitaet-ist-mehrwert.de

Pressekontakt:

Qualität ist Mehrwert
CGW GmbH
Christina Guth
Karl-Arnold-Straße 8
47877 Willich
Tel: 02154 88852-0
kontakt@qualitaet-ist-mehrwert.de