



Foto: Adobestock/Industrieblick

Liegt es an der zunehmenden Komplexität der Fahrzeuge, dass freie Werkstätten in der Gunst der Autofahrer zurückgefallen sind?

Alarmierende Daten

Marktforschung | Haben die freien Werkstätten ein Imageproblem? Die Zahlen von puls Marktforschung legen das nahe, denn Autofahrer verteilen in einer aktuellen Umfrage schlechtere Noten als bisher.

Die September-Ausgabe 2024 des Autokäuferpuls der puls Marktforschung GmbH befasste sich schwerpunktmäßig mit den Themen Werkstattloyalität und Teilegeschäft. Der Blick in die Umfrageergebnisse lohnt

sich, denn nicht nur die Markenwerkstätten haben ein Loyalitätsproblem. Auch die freien Werkstätten, die in früheren Jahren regelmäßig in puncto Kundenzufriedenheit besser abgeschnitten haben als die Markenbetriebe, sind in der Gunst der Kunden deutlich zurückgefallen. Puls-Geschäftsführer Stefan Reiser stellt

klipp und klar fest: „Die freien Werkstätten punkten zwar noch bei Preis, Erreichbarkeit und Schnelligkeit der Reparatur, aber die Trendwende bei der Kundenzufriedenheit ist in den Gesamtergebnissen unserer Zeitreihe klar ersichtlich.“

Aber auch die Markenbetriebe haben teils Probleme, ihre Kunden zu loyalisie-

Kurzfassung

In der Gunst der von puls Marktforschung befragten Autofahrer standen freie Kfz-Betriebe immer sehr gut da. In den aktuellen Zahlen vom September 2024 zeichnet sich eine Trendwende ab.

Wer wurde befragt:

Im Rahmen des Autokäuferpuls befragt die puls Marktforschung GmbH monatlich 1.000 Personen, die gerade ein Fahrzeug gekauft haben oder im Planungsprozess stecken. Der vorliegende Autokäuferpuls stammt von September 2024 mit den Schwerpunktthemen Werkstattloyalität und Teilegeschäft.

„Es war bisher so nicht zu sehen, freie Werkstätten beginnen zu schwächeln.“

Stefan Reiser, puls Marktforschung

ren, zeigt die Umfrage. Dabei sind die Voraussetzungen für einen erfolgreichen Aftersales durchaus günstig: Die Fahrzeuge werden immer länger gefahren und damit steigt der Servicebedarf. Nach dem Motto „Lieber das bisherige Fahrzeug nochmal reparieren lassen als in unsicheren Zeiten einen Neuwagen anschaffen“ ist der auf rekordverdächtige 10,3 Jahre gealterte Fahrzeugbestand der wichtigste Wachstumstreiber für Services, Reparaturen, Teile und Zubehör.

Schwache Loyalisierung

Mit einer für das erste Halbjahr 2024 festgestellten Werkstattloyalisierung von durchschnittlich 39 Prozent bei Markenbetrieben gibt es aber durchaus Luft nach oben. Denn Dacia, Toyota, Cupra und Tesla zeigen mit Loyalisierungsquoten

Zufriedenheit nach Werkstattkriterien

✓ Anteile (sehr) zufrieden

	Marken Werkstatt (Autokauf)	Andere Marken Werkstatt	System-Werkstatt	Freie Werkstatt
Termineinhaltung	82 % 🏆	71 %	60 %	75 %
Freundlichkeit	83 % 🏆	70 %	57 %	76 %
Qualität der Teile	77 % 🏆	63 %	55 %	72 %
Qualität & Zuverlässigkeit der Arbeiten	78 % 🏆	63 %	55 %	71 %
Örtliche Nähe	73 %	60 %	61 %	74 % 🏆
Öffnungszeiten	78 % 🏆	60 %	61 %	70 %
Schnelligkeit der Reparaturen / Wartezeiten	60 %	57 %	60 %	67 % 🏆
Terminverfügbarkeit	68 % 🏆	53 %	57 %	67 %
Qualität der Beratung	75 % 🏆	61 %	60 %	69 %
Preisniveau	51 %	40 %	44 %	60 % 🏆

Basis: n=1.001

Quelle: Autokäuferpuls

Die freien Werkstätten erlangen nur noch bei drei Kriterien den Pokal.

zwischen 56 und 60 Prozent, dass es auch noch deutlich besser geht.

Die in den letzten Jahren insgesamt rückläufige Kundenzufriedenheit mit Autowerkstätten trifft aber besonders für System- und freie Werkstätten zu. Stefan Reiser: „Es ist auffällig und war bisher nicht so zu sehen. Aber freie Werkstätten beginnen erstmals zu schwächeln. Die Werkstattloyalität und -zufriedenheit ist vor allem bei den Systemwerkstätten als auch bei freien Werkstätten rückläufig.“ In der Vergangenheit haben die freien Werkstätten beim Image deutlich besser abgeschnitten als Markenbetriebe.

In der detaillierten Abfrage der Kundenzufriedenheit punkten Markenwerkstätten bei wichtigen Imagekriterien wie

Qualität der Arbeiten, Freundlichkeit, Terminverfügbarkeit und Beratung. Freie Betriebe haben nur noch bei drei Kriterien die Nase vorne: beim Preis, bei der Erreichbarkeit und bei der Schnelligkeit der Reparatur. Bei ähnlichen Umfragen in den Jahren 2018 und 2021 war das Bild noch ein anderes: Hier haben die freien Werkstätten in fast allen Kategorien einen deutlichen Vorsprung.

Mögliche Erklärungsansätze

Woher kommt der Abfall bei der Kundenzufriedenheit? Stefan Reiser hat dafür eine Erklärung: „Wir glauben, dass dies einhergeht mit der rasanten Entwicklung der Technik in den Autos bei Antrieb, Konnek-



Foto: puls Marktforschung

Stefan Reiser ist Geschäftsführer der puls Marktforschung GmbH

Gesamtzufriedenheit Werkstatt

	2018	2021	2024
Gesamt	79 %	76 %	68 %
Markenwerkstatt des Autohauses	79 %	77 %	75 %
Andere Markenwerkstatt	68 %	71 %	63 %
In einer System-Werkstatt	87 %	69 %	61 %
In einer freien Werkstatt	94 %	84 %	71 %

Basis: n=1.001 | gerankt nach Gesamt | Differenz zu 100% = Weiß nicht / keine Angabe
Quelle: Autokäuferpuls

Auch in der Gesamtzufriedenheit strafen befragte Autofahrer die freien Werkstätten ab.

tivität und der ganzen Mechatronik. Das sind alles Bereiche, in denen eine freie Werkstatt bei künftigen Fahrzeug-Generationen nicht mehr ohne Weiteres wird liefern können.“

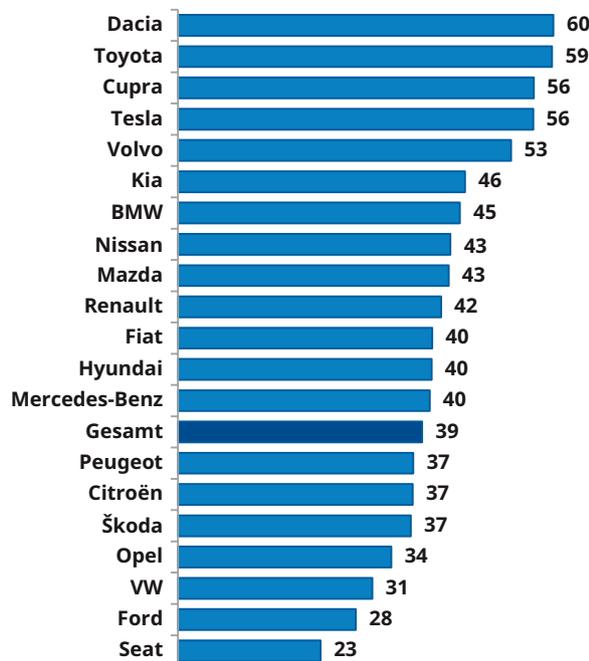
Bislang galten freie Werkstätten für Fahrzeuge ab Segment 2 als die natürliche Anlaufstelle, was automatisch mit Kundenverlusten bei Markenwerkstätten verbunden war. Dass dies auch künftig so sein werde, sei alles andere als sicher.

Beim Blick auf die Zufriedenheit schneiden die Systemwerkstätten (Werkstattketten) mit Ausnahme der Kategorie Preis am schlechtesten ab. In den Werten zeigt sich eine offensichtliche Problematik: „Es gelingt nicht mehr, Kunden für Systemwerkstätten zu begeistern. In der Vergangenheit waren hier die Werte noch deutlich besser“, konstatiert Marktforscher Stefan Reiser. In den Ergebnisdaten zeigt sich, dass Systemwerkstätten wie A.T.U oder Pit-Stop grundsätzliche Imageprobleme bei der Termineinhaltung, Freundlichkeit, der Teilequalität und Zuverlässigkeit der Arbeit haben, die sie auch in der Preiswahrnehmung nicht wettmachen können.

Was also ist zu tun, um Kunden wieder besser abzuholen? Stefan Reiser denkt an Investition in Aus- und Weiterbildung: „Man wird bei den Freien eine Ausbildungs-Offensive starten müssen. Das Thema Qualifizierung ist eine hohe Marktbarriere für freie Werkstätten.“

Wo lassen Sie Ihr Auto in der Regel reparieren?

Antwort: In der Markenwerkstatt des Autohauses, bei dem ich das Fahrzeug gekauft habe.



Basis: n=2968 | Für Marken mit mehr als 30 Nennungen
Quelle: Autokäuferpuls

Fachkräftemangel trifft alle

Spürbar wird in den puls-Umfragen der Fachkräftemangel. Reiser: „Der Fachkräftemangel betrifft die gesamte Automobilbranche, aber im Werkstattbereich ist das Defizit am stärksten.“ Oft fehlten Leute, die mit ihrer langjährigen Erfahrung wichtige Stützen für den Betrieb waren, und neue gut ausgebildete Mitarbeiter rückten immer schwerer nach. Aufgrund der Betriebsgröße wiegt das in der freien Werkstatt vermutlich noch schwerer, weil in der Regel insgesamt weniger Mitarbeiter vorhanden sind, die das ausgleichen können.

Ähnlich gravierend stellt sich in vielen Betrieben die Frage nach der nächsten Generation: „Es schließt sich direkt die Frage an, wie es die Freien schaffen, den Betrieb in die nächste Generation zu übergeben“, so Reiser.

Dacia, Toyota, Cupra und Tesla erzielen die besten Werte bei der Loyalisierung ihrer Kunden.

Dietmar Winkler |