
Umfrage: Kfz-Werkstätten noch nicht digital

Die Hälfte (52%) der deutschen Neuwagenkäufer meint, die Kundenkommunikation ihrer bevorzugten Kfz-Werkstatt sei noch nicht im digitalen Zeitalter angekommen. Insbesondere Kunden von freien Werkstätten (63%) und Werkstattketten (65%), doch auch 45 Prozent der Kunden von Vertragswerkstätten, bemängeln die fehlende Kommunikation via E-Mail, WhatsApp oder Online-Portalen wie eine aktuelle Befragung des Markt- und Meinungsforschungsinstituts Ipsos und der Expertenorganisation Dekra ergab.

Den Status des eigenen Auftrags kann lediglich einer von fünf (18%) Befragten bereits online einsehen. Vier von zehn (44%) würden diesen Service gerne nutzen, bekommen ihn allerdings nicht geboten. Auch würden 40 Prozent ihre Werkstattrechnungen online abrufen, jedoch haben lediglich ein Fünftel (18%) der Befragten die Möglichkeit dazu. Am weitesten verbreitet unter den Kfz-Werkstätten ist dann noch die Terminvereinbarung via der eigenen Webseite. Vier von zehn (41%) Werkstattkunden können dieses Angebot bereits nutzen. Ein Drittel wünscht sich diesen Service (33%). Eine Online-Chat Funktion für dringende Fragen dagegen ist für mehr als die Hälfte (54%) der Studienteilnehmer nicht relevant.

Eine Reaktion der Kfz-Werkstätten auf Online-Anfragen erwarten neun von zehn (91%) Neuwagenkäufer innerhalb von 24 Stunden. Über die Hälfte (56%) der Befragten wünscht sich sogar in maximal vier Stunden eine Antwort.

Um eine neue Werkstatt zu finden, setzt jeder zweite (49%) Befragte inzwischen auf das Internet. Mehr als vier von zehn (46%) würden in der Umgebung selbst nach einer Anlaufstelle suchen. Fast ebenso viele (40%) vertrauen der Empfehlung von Freunden und Bekannten. (ampnet/nic)

