

LADIES DRIVE  
DAS BUSINESSMAGAZIN FÜR LADIES MIT DRIVE

# HINTER DEN KULISSEN DER HEADHUNTER

WIE SIE DIESES WISSEN GEWINNBRINGEND FÜR  
SICH NUTZEN KÖNNEN.

## FEATURING

Claudia Schwers, Björn Johansson, Lucas Schellenberg, Marc Gläser, Michèle Etienne, Nadia Al-Sakkaf, Franziska Gsell, Inga Beale, Kerstin Pichel, Antoinette Hunziker, Barbara Artmann, Bea Petri, Beatrice Erb, Betina Balitzki

# DAS BUSINESSMAGAZIN

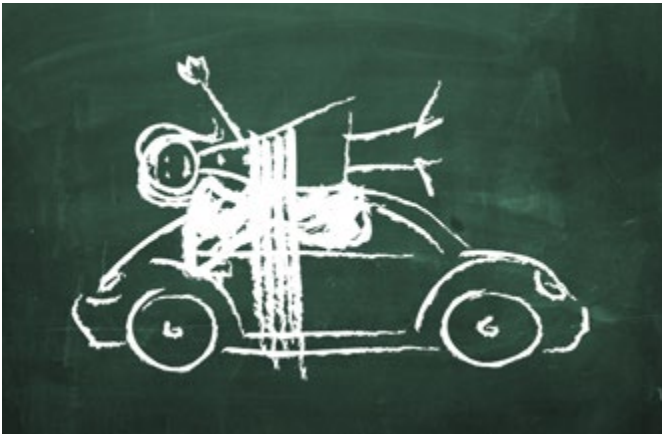
FÜR LADIES MIT DRIVE

No. 22 · Sommer 2013 · 6. Jahrgang  
Ausgabe Schweiz & Deutschland

Schweiz CHF 15.- Europa EUR 11.-



9 771662 575007 02



# SERVICE IN DER AUTOWERKSTATT: ALTERS- UND GESCHLECHTER-SPEZIFISCHE UNTERSCHIEDE

Eine Wissenschafts-Kolumne von Prof. Doris Kortus-Schultes\*,  
Fotos: Press

Nach dem Autokauf gilt es, das margenstarke After-Sales-Geschäft nahtlos anzuschliessen, um Kundenbindung und Folgekäufe zu generieren. Unsere Marktforschungsstudie mit mehr als 4'000 befragten Autofahrerinnen und Autofahrern (Band 9, Schriftenreihe des Kompetenzzentrums Frau und Auto; Cuvillier Verlag Göttingen, 2012) liefert Antworten auf die Frage nach geschlechter- und altersspezifischen Unterschieden in der Kundenbindung, Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Serviceleistungen der Werkstatt.

1. Die Werkstattbindung ist in erster Linie altersabhängig: Je älter die Befragten, umso häufiger haben sie eine feste Werkstatt, d. h. dort platzieren sie alle Wartungs- und Reparaturaufträge. Jüngere Autofahrer sind häufiger Werkstattwechsler. Das gilt sowohl für die Frauen als auch die Männer. Unsere Daten weisen im Anteil der Befragten mit fester Werkstatt nur einen geringen geschlechterspezifischen Unterschied auf. Rund die Hälfte der Befragten, die eine feste Werkstatt nutzen, besuchen die Werkstatt des Händlers, bei dem sie ihr Fahrzeug erworben haben.

2. Vertragswerkstätten der gefahrenen Automarke werden von rund der Hälfte der Befragten hauptsächlich aufgesucht. An zweiter Stelle stehen die freien Werkstätten mit Anteilswerten zwischen 20 und 30 %. Servicecenter erreichen zwischen 7 und 12 %. Die Ergebnisse sind relativ unabhängig vom Geschlecht der Befragten. Sie hängen allerdings für einige „Werkstattstypen“ deutlich vom Alter ab.

3. Hinsichtlich acht ausgewählter Merkmale einer Werkstatt wurde nach der Wichtigkeit und der Zufriedenheit gefragt. Freundlichkeit, Kompetenz, Ehrlichkeit und Vertrauenswürdigkeit werden von weit über 90 % der Befragten als (sehr) wichtige Eigenschaften einer Werkstatt erachtet. Ähnliches gilt für die Informationsqualität hinsichtlich Reparatur und Preis. Die Bereitstellung eines Ersatzfahrzeugs sowie ein Hol- und Bring-Service haben zwar eine geringere Bedeutung, werden aber immerhin von mehr als 50 % als (sehr) wichtig eingestuft. In der Einschätzung der Wichtigkeit der abgefragten Merkmale gibt es keine oder allenfalls nur sehr geringe geschlechterspezifische Unterschiede.

4. Die Anteile ‚sehr zufrieden‘ und ‚zufrieden‘ sind deutlich niedriger als diejenigen für die Wichtigkeit, d. h., es gibt gewisse Defizite in der wahrgenommenen Servicequalität. Mit den Eigenschaften Ehrlichkeit und Vertrauenswürdigkeit sowie der Informationsqualität zeigen sich nur zwischen 60 und 70 % der Befragten (sehr) zufrieden. Zwischen Frauen und Männern gibt es lediglich hinsichtlich Freundlichkeit und Vertrauenswürdigkeit Unterschiede: Die Frauen zeigen sich mit den Werkstätten bezüglich dieser beiden Merkmale etwas zufriedener.

5. Die Befragten mit einer festen Werkstatt sind erheblich zufriedener als diejenigen, die wechselnde Werkstätten besuchen. Dies gilt insbesondere für die Eigenschaften Vertrauenswürdigkeit und Ehrlichkeit. Unter den Befragten ohne feste Werkstatt sind die Frauen mit den meisten Eigenschaften und Angeboten (etwas) zufriedener als die Männer. In der Gruppe mit fester Werkstatt gilt dies nur für die Merkmale Ehrlichkeit, Freundlichkeit und Vertrauenswürdigkeit.

6. Die für den Werkstattservice kritische Gruppe, d. h., die ein Merkmal für (sehr) wichtig erachtet, mit der Ausprägung aber nicht uneingeschränkt zufrieden ist, umfasst keinen geringen Anteil: Für die Befragten mit fester Werkstatt sind es – je nach Merkmal – zwischen 15 und 30 % aller Befragten. Bei den Befragten ohne feste Werkstatt ist diese kritische Gruppe noch deutlich grösser: Für die Merkmale Ehrlichkeit und Vertrauenswürdigkeit umfasst sie z. B. rund 50 %. Die Männer sind damit mit den meisten abgefragten Merkmalen grundsätzlich etwas unzufriedener als die Frauen – wer hätte das gedacht!



Ich grüsse Sie an dieser Stelle einmal mehr herzlich, Ihre

*Doris Kortus-Schultes*

Haben Sie Fragen oder Anregungen an unsere Gastautorin? Sie kontaktieren sie am besten direkt über unsere Redaktions-E-Mailadresse [redaktion@ladiesdrive.tv](mailto:redaktion@ladiesdrive.tv).

\*Die Autorin ist Professorin an der Hochschule Niederrhein und leitet dort das Kompetenzzentrum „Frau und Auto“ ([www.frau-und-auto.hsnr.de](http://www.frau-und-auto.hsnr.de)).