



Service-Ansprüche von Kunden an freie Kfz-Werkstätten im Wandel der Zeit

Die Anforderungen der **Kunden an den Service** in **freien Kfz-Werkstätten** unterliegen einem stetigen Wandel. Dieser Wandel wird häufig durch **Erwartungstransfer** aus der Richtung von **großen Markt-Playern** ausgelöst. Kunden erwarten heute nicht nur **ein funktionierendes Auto**, sondern auch **eine Kundenorientierung**, die ihre Bedürfnisse und Wünsche in den Mittelpunkt stellt.

Steigende Kundenerwartungen: Außergewöhnlicher Service wird zum neuen Standard

Kunden verlangen nach einem Service, der schneller, unkomplizierter, einfacher, schöner und vor allem kostengünstiger ist. Dieser Anspruch an außergewöhnlichen Service wird zur Herausforderung freier Kfz-Werkstätten.

Digital Natives - neue Kunden & neue Ansprüche

Eine bedeutende Veränderung ergibt sich aus der Generation der Digital Natives. Diese Kunden sind mittlerweile in einem Alter, in dem sie eine interessante und relevante

Zielgruppe für Werkstätten darstellen. Sie sind es gewohnt, Informationen schnell zu erhalten und haben wenig Geduld für aufwendige Recherchen und Vergleiche und vertrauen eher den Empfehlungen von Fremden als teuren Werbekampagnen. Hier ergeben sich Chancen für die Werkstätten rund um den Erstkontakt: Die persönliche, individuelle Kundenansprache und das Anbieten von transparenten, bedarfsgerechten Produkten und Dienstleistungen sind entscheidend, um auch hier die Kunden-Bindung zu stärken. Aber: Unzufriedene Digital Natives sind nicht nur schnell zu einem Werkstattwechsel bereit, sondern teilen auch schlechte Erfahrungen online.

Traditionelle Werte bleiben relevant

Trotz der digitalen Veränderungen bleiben die Ansprüche an klassische Werkstatt-Tugenden wie Zuverlässigkeit, Vertrauen und Qualität von hoher Bedeutung. Ein persönliches Gespräch auch im Nachgang einer Werkstattdienstleistung stärkt die Kundenbindung – die Frage nach der Zufriedenheit gibt wertvolles Feedback und vermittelt dem Kunden das Gefühl, geschätzt und gut aufgehoben zu sein. Niemand kann sich Alles merken, und so kann die Erinnerung z.B. an HU- und Service-Termine wie den [Licht-Test](#) durch die Werkstatt dem Kunden ohne viel Aufwand Entlastung signalisieren, sollte aber nicht zu penetrant sein. Der Anspruch der 24/7-Verfügbarkeit begegnet Werkstätten immer öfter, digitale Kanäle können hier eventuell zumindest eine gewisse Abhilfe schaffen.

Vertrauen und Garantie

Vertrauen ist gut, Qualitätssicherung ist besser: Kunden möchten wissen, dass die angebotenen Arbeiten und Teile von höchster Qualität sind. Eine Garantie oder Gewährleistung auf die durchgeführten Arbeiten kann Vertrauen vermitteln und zeigt das Engagement der Werkstatt für die Kundenzufriedenheit.

Fazit: Die Anpassung an die sich wandelnden Kundenansprüche ist entscheidend

Freie Kfz-Werkstätten stehen vor der Herausforderung, sich den ständig ändernden Kundenansprüchen anzupassen. Dies erfordert eine Kombination aus modernen digitalen Dienstleistungen und der Bewahrung traditioneller Werte. Die Fähigkeit, transparente, bedarfsgerechte Dienstleistungen anzubieten bei eventuell wenig Geduld und (zu) hohen Erwartungen der Kunden, wird den Erfolg in dieser dynamischen Branche maßgeblich beeinflussen.

Kunden und ihre Service-Ansprüche an Werkstätten - 5 Fragen an den Profi

Peter Stöcklein von der [Autohaus Haiger GmbH](#) in 35708 Haiger hat sich Zeit genommen, als Mann der Praxis 5 Fragen zum Thema 'Kunden und ihre Service-Ansprüche an

Werkstätten' zu beantworten - vielen Dank!

Bemerken Sie in den letzten beiden Jahren Veränderungen bei den Service-Ansprüchen Ihrer Kunden?

Es kommen zum Beispiel weniger Absagen nach der telefonischen Preis-Anfrage der Kunden, bei Mehrkosten wurde früher mehr verhandelt. Heute wird es gemacht! Kunden vereinbaren Termine rechtzeitig, weil sie mitbekommen haben, dass in der Branche Personalmangel herrscht. Es werden wesentlich höhere Preise akzeptiert.

Gibt es Ihrer Erfahrung nach in puncto Service-Anspruch konkrete Unterschiede zwischen jüngeren (geboren ab 1980) und älteren Kunden?

Das Vertrauen bei den Älteren ist größer, die sagen am Ende des Anrufs „Machen!“, jüngere Kunden sind da beratungsintensiver, fragen mehr nach.

Auf welche Service-Leistung legen Ihre Kunden besonders viel Wert?

1. Kommunikation
2. Flexibilität
3. Schnelle Erst-Diagnose

Wie reagieren Sie, wenn der Service-Anspruch eines Kunden und die Werkstatt-Realität so gar nicht zueinander finden wollen und der Ton auf Kundenseite womöglich unfreundlich wird?

Wir sind überzeugt, dass unsere Kunden in uns eine Werkstatt gefunden haben, die Ihren Ansprüchen gerecht wird! Laut werden wir gar nicht.

Haben Sie schon Kunden abgewiesen, weil es immer wieder Ärger gab, zum Beispiel wegen einer schlechten Zahlungsmoral?

1. Ja - jedoch so, dass der Kunde es gar nicht bemerkt. Man kommt dann zum Beispiel terminlich nicht zusammen... Maßnahmen über den Preis oder die Freundlichkeit gehen auf Kosten der Google-Bewertungen.
2. Keine Bedienung bei schlechter Zahlungsmoral (Kleine OP-Liste)!
3. Keine Bedienung bei chronischer Unzufriedenheit und Nörgelei!
4. Keine Bedienung von Neukunden, wenn eine Reparatur schon faul riecht!
5. Keine Bedienung, wenn die Kunden selbst schon vorgearbeitet haben, und wir als Werkstatt dann die Fehler suchen sollen!
6. Keine Reparatur bei vom Kunden angelieferten Teilen!
7. Wir versuchen grundsätzlich den Umgang mit unseren Kunden so zu gestalten, dass

unser Motto lauten kann: **Mehr Ruhe im Alltag, mehr Ruhe nach Feierabend, effektiveres Arbeiten!**