



Eine aktuelle Nachhaltigkeitsstudie von [Continental](#) zeigt, dass freie Autowerkstätten in Deutschland Nachhaltigkeit derzeit kaum als Verkaufsargument nutzen. Dabei sollten Werkstätten Nachhaltigkeit auch als Umsatzchance sehen.

Obwohl Kunden zunehmend Wert auf umweltfreundliche Praktiken legen, nutzen nur wenige Werkstätten dieses Potenzial zur Differenzierung im Markt. Das ergab die aktuelle Studie [“Nachhaltigkeit in europäischen Werkstätten“](#) des Herstellers Continental. Befragt wurden insgesamt 1000 freie Werkstätten sowie 5000 private Werkstattkunden in Deutschland, Frankreich, Polen, Italien und Spanien.

Bei den deutschen Werkstätten zeigte sich, dass sich Nachhaltigkeit vor allem an gesetzlichen Vorgaben sowie der Einsparung von Energie und Abfall orientiert. Die Top-Ökomaßnahmen in freien Werkstätten sind Recycling, Abfallmanagement und Energiesparen. Dass der geleistete Reparaturservice sowie die verbauten Produkte ebenfalls ein Nachhaltigkeitspotenzial bieten, ist bislang bei freien Werkstätten in Deutschland kaum im Fokus. Bei der Kenntnis nachhaltiger Ersatzteile besteht in allen teilnehmenden Ländern noch Nachholbedarf.

Nachhaltige Strategien wie etwa der Einsatz von umweltschonenden Materialien und die Förderung ökoeffizienter Serviceangebote ermöglichen freien Werkstätten neue Chancen zur Kundenbindung, so eine Erkenntnis der Studie. Denn dadurch

könnten Werkstätten nicht nur umweltbewusste Kunden anziehen, sondern auch langfristig ihre Marktposition stärken.

Qualität ist Mehrwert hat einige [Praxistipps](#) für den nachhaltigen Werkstattalltag zusammengestellt.