



Laut einer Dekra-Umfrage treten die meisten Autofahrer nur persönlich oder telefonisch mit ihrer Werkstatt in Kontakt. Dennoch besteht Nachfrage nach digitalen Angeboten.

Im Frühjahr 2022 haben die [Überwachungsorganisation Dekra](#) und das [Marktforschungsinstitut Ipsos](#) 1.000 Autobesitzer zu ihren Kontaktwegen mit Werkstätten befragt. Ein Großteil der Autobesitzer bevorzugt nach wie vor den persönlichen bzw. telefonischen Werkstattkontakt. Gleichzeitig sind digitale Services bei Kunden gefragt.

E-Mails gehen oft unter

59 Prozent der Befragten wünschen sich, Termine über die Website vereinbaren zu können. Auch die Kontaktmöglichkeit per E-Mail wird von vielen gewünscht (42 Prozent) – vor WhatsApp, einer Werkstatt-App und Facebook.

Von den Befragten geben jedoch 26 Prozent an, dass verschickte E-Mails im Kfz-Betrieb untergehen. 27 Prozent aller Befragten sagen zudem, dass ihre Werkstatt nicht auf die Kundenkommunikation der Zukunft über E Mail, WhatsApp, Internet etc. vorbereitet ist.

Balance zwischen persönlichem Kontakt und digitalen Angeboten

„Für Entscheider im Kfz-Gewerbe bleibt es die große Herausforderung, sich für die sehr differenzierten Kundenerwartungen optimal aufzustellen“, sagt Guido Kutschera, Vorsitzender der Geschäftsführung der DEKRA Automobil GmbH. „Wir sehen wieder, dass digitale Services einerseits gefragt sind, dass aber andererseits eine Mehrheit der Kunden immer noch Wert auf den persönlichen Kontakt vor Ort im Autohaus oder per Telefon legt.“

Diese Anforderungen gilt es, möglichst gut auszubalancieren.“