

# KFZ-WERKSTATT BEFRAGUNG

INFORMATIONSVERHALTEN  
IN FREIEN WERKSTÄTTEN

2023

Für die Beschaffung relevanter Informationen für Werkstattbetriebe ist es wichtig, einen klaren Überblick zu behalten und aus der Vielzahl von Informationen diejenigen auszuwählen, die seriös sind und den Bedürfnissen des eigenen Betriebs entsprechen.

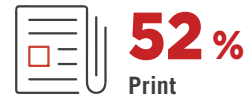
Aus diesem Grund hat die Initiative Qualität ist Mehrwert Werkstätten befragt, wie sie ihren Informationsbedarf decken. Von Juni bis August 2023 nahmen 516 Kfz- und Nfz-Werkstätten an der Umfrage teil und gaben Aufschluss darüber, wo sie wann wofür welche Informationsquellen nutzen. Welche Entwicklung nehmen digitale Medien? Sind Präsenzveranstaltungen wie Messen noch immer ein beliebter Weg der Informationsbeschaffung für freie Werkstätten? Diese und andere Fragen beantwortet die aktuelle Umfrage von Qualität ist Mehrwert.



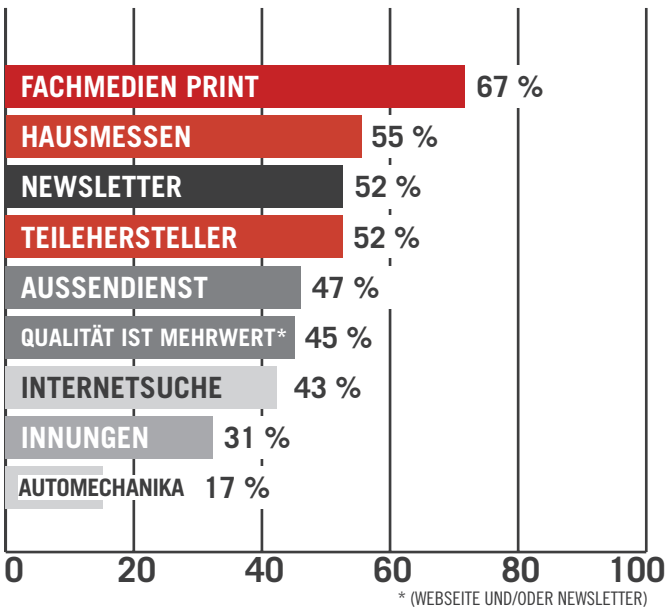
## WERKSTÄTTEN FÜHLEN SICH FACHLICH GUT INFORMIERT.

**83 % BESONDERS BEI PRODUKTNEUHEITEN,  
74 % BEI MARKTNEUHEITEN.**

## WELCHE FORM DER INFORMATION BEVORZUGEN FREIE WERKSTÄTTEN IM BERUFLICHEN UMFELD?



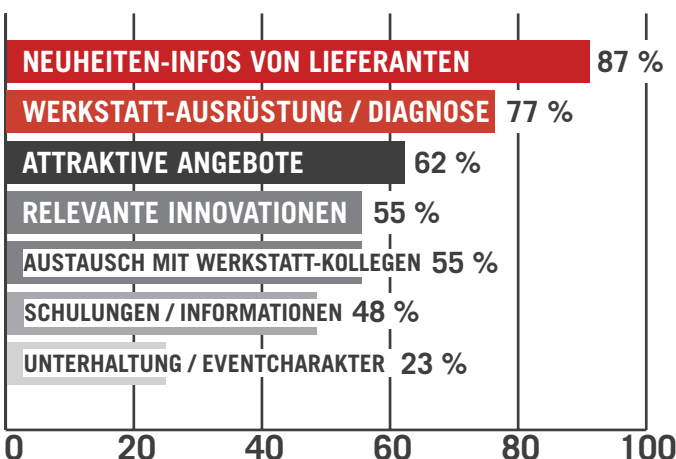
## AUF WELCHEM WEG BEZIEHEN DIE WERK- STÄTTEN RELEVANTE INFORMATIONEN?



### Wünsche der Werkstätten zur Art und Beschaffung von Informationen:

- ein zentrales Portal, das alle relevanten Themen zusammenfasst, einschließlich betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Themen
- Informationen sollten kurz, klar und in verständlicher Sprache vermittelt werden
- Verlinkung zu ausführlichem Infomaterial
- mehr Informationen über aktuelle Probleme im Werkstattbetrieb
- Online-Angebote sollten innovativ bedien- und benutzbar sein
- mehr technische Schulungsangebote
- aktuelle, informative Newsletter
- funktionierender, unkomplizierter Zugriff auf Fahrzeugteile-Kataloge

## WAS ERWARTEN DIE WERKSTÄTTEN VON EINEM MESSEBESUCH?



## 8 Thesen zum Informationsverhalten freier Werkstätten

### 1 Freie Werkstätten fühlen sich gut informiert

Fachlich fühlen sich Werkstätten gut informiert, weniger gut bei 'rechtlichen Branchen-Änderungen', 'betriebswirtschaftlichem-/unternehmerischem Know-how' und 'übergreifenden gesetzlichen Änderungen'.

### 2 Online-Medien sind ein effektives Tool zur Informationsbeschaffung

### 3 Betriebswirtschaftliche Themen mit Nachholbedarf

Gut ein Drittel der Werkstätten beziehen keine Informationen zu allgemeinen betriebswirtschaftlichen Themen.

Die Umfrage zeigt, dass freie Kfz-Werkstätten verschiedene Informationsquellen nutzen, bei den Informationswegen übernimmt der Online-Text eine führende Rolle.

### 4 Bei betriebswirtschaftlichen Themen vertrauen freie Werkstätten auf Fachmedien

Rund 50 % der freien Werkstätten besuchen regelmäßig Großhändler-Messen und planen dies auch weiterhin ein.

### 5 Großhändler-Messen genießen eine hohe Akzeptanz

Diejenigen Werkstätten, die betriebswirtschaftliche Informationen beziehen, tun dies zu 78 % mit Hilfe von Kfz-Fachmedien.

### 6 Großhändler-Messen sind Netzwerk-Gelegenheit und Trend-Barometer

Der Besuch der Messe Automechanika hängt stark von den individuellen Bedürfnissen und Prioritäten der freien Kfz-Werkstätten ab.

### 7 Freie Kfz-Werkstätten wünschen sich zur digitalen Informationsbeschaffung einen zentralen Anlaufpunkt

Großhändlermessen werden überdurchschnittlich gut bewertet, besonders in puncto Informationen zu 'Neuheiten von Lieferanten', 'Werkstatt-Equipment' und neuer Unternehmen und Lösungen.

### 8 Die Automechanika ist kein Pflichttermin

Der Zeitdruck lässt auch den Wunsch nach kurzen, aktuellen News aufkommen, die im Falle 'online' eine Verlinkung in die Thementiefe aufweisen sollten; stichhaltige, schnelle Informationen mit Verlinkungen in tiefere Themenschichten scheinen bevorzugt zu werden.

## 1. Freie Werkstätten fühlen sich gut informiert

In Bezug auf die Informationsbeschaffung freier Kfz-Werkstätten in verschiedenen Bereichen lässt sich feststellen, dass die Mehrheit der Befragten sich generell gut informiert fühlt. Bei Produktneuheiten gaben 83 % an, gut oder sehr gut informiert zu sein. Ähnlich verhält es sich bei Marktneuheiten. Hier geben 74 % an, gut oder sehr gut informiert zu sein.

In den Bereichen rechtliche Branchen-Änderungen, betriebswirtschaftliches / unternehmerisches Know-how und übergreifende gesetzliche Änderungen zeigt sich ein anderes Bild: Hier gibt es größere Unsicherheiten und mehr Befragte, die sich weniger gut informiert fühlen.

Insgesamt spiegelt die Umfrage wider, dass freie Kfz-Werkstätten in Bezug auf Produkt- und Marktneuheiten gut informiert sind, aber in komplexeren Bereichen wie Recht, Betriebswirtschaft und gesetzlichen Änderungen Verbesserungspotenzial in der Informationsversorgung sehen. Es könnte hilfreich sein, gezielte Informationsquellen und Schulungen in diesen speziellen Bereichen anzubieten, um die Wissenslücken zu schließen und die Wettbewerbsfähigkeit der Werkstätten weiter zu stärken.



© Andrii Yalanskyi - stock.adobe.com

## 2. Online-Medien sind ein effektives Tool zur Informationsbeschaffung

Bei der Informationsbeschaffung freier Kfz-Werkstätten zeigt sich ein klarer Trend in Richtung Online-Medien. Während Print-Fachmedien nach wie vor stark präsent sind, zeigen erhöhte Nutzungsraten von Online-Ressourcen wie Newslettern, Online-Portalen wie ‚Qualität ist Mehrwert‘, Google-Suchen und Herstellerseiten, dass Werkstätten vermehrt digitale Informationsquellen nutzen.

Die Umfrage zeigt, dass freie Kfz-Werkstätten eine vielfältige Informationsstrategie verfolgen. Dies deutet auf die Notwendigkeit einer ausgewogenen Informationsbeschaffung hin, um den Anforderungen des Werkstattbetriebs gerecht zu werden. Insgesamt verdeutlicht die Umfrage den wachsenden Einfluss des Internets auf die Informationsbeschaffung in der Kfz-Branche.

## 3. Betriebswirtschaftliche Themen mit Nachholbedarf

Ein Großteil (63 %) der Befragten bezieht Informationen zu allgemeinen betriebswirtschaftlichen Themen. Dies deutet darauf hin, dass sich Werkstätten zunehmend bewusst sind, wie wichtig betriebswirtschaftliches Know-how für ihren Erfolg ist und sich aktiv um entsprechende Informationen bemühen.

Die Tatsache, dass 37 % der Befragten angaben, keine Informationen zu betriebswirtschaftlichen Themen zu beziehen, zeigt jedoch auch, dass es Raum für Verbesserungen gibt. Eine verstärkte Sensibilisierung für betriebswirtschaftliche Aspekte könnte diesen Werkstätten helfen, effizienter zu wirtschaften und langfristig erfolgreicher zu sein.

## 4. Bei betriebswirtschaftlichen Themen vertrauen freie Werkstätten auf Fachmedien

In Bezug auf allgemeine betriebswirtschaftliche Themen zeigt die Umfrage, dass Fachmedien speziell für Werkstätten mit einer Zustimmung von 78 % die bevorzugte Informationsquelle sind. Dies unterstreicht die Wertschätzung von branchenspezifischem Know-how in der betriebswirtschaftlichen Planung.

Während Fachmedien für betriebswirtschaftliche Themen (z.B. Impulse, Wirtschaftswoche) ebenfalls häufig genutzt werden (45 %), zeigt sich hier bereits ein Trend hin zu einer breiteren Informationsbasis. Google-Suchen (40 %) deuten darauf hin, dass Werkstätten vermehrt Online-Ressourcen für betriebswirtschaftliche Informationen konsultieren.

Die Präsenz von „Sonstige“ (14 %) verdeutlicht die Vielfalt der genutzten Informationsquellen. Insgesamt zeigt die Umfrage, dass Werkstätten neben spezialisierten Fachmedien verstärkt Online-Medien nutzen, um betriebswirtschaftliche Kenntnisse zu erweitern. Dies unterstreicht den allgemeinen Trend in Richtung digitaler Informationsbeschaffung in der heutigen Geschäftswelt.

## 5. Großhändler-Messen genießen eine relativ hohe Akzeptanz

Die Hälfte der Befragten (50 %) plant, in diesem Jahr eine Großhändler-Messe zu besuchen. Dies deutet auf ein aktuelles Interesse an Informationen und Geschäftsmöglichkeiten hin, die auf solchen Veranstaltungen geboten werden.

Ein beträchtlicher Anteil (34 %) plant den nächsten Messebesuch im nächsten Jahr, was darauf hindeutet, dass viele Werkstätten langfristige Planungen für die Teilnahme an diesen Veranstaltungen verfolgen.

Allerdings geben auch 16 % der Befragten an, keine weiteren Messebesuche zu planen. Dies könnte auf verschiedene Faktoren wie begrenzte

Ressourcen oder eine stärkere Ausrichtung auf andere Informationsquellen hinweisen.

Insgesamt zeigt die Umfrage, dass Messebesuche nach wie vor ein wichtiger Bestandteil der Informationsbeschaffung für freie Kfz-Werkstätten sind, sowohl kurzfristig als auch langfristig.



## 6. Großhändler-Messen sind Netzwerk-Gelegenheit und Trend-Barometer

Freie Kfz-Werkstätten schätzen die Messen der Großhändler als wichtige Informationsquelle und Plattform für verschiedene Aspekte des Werkstattbetriebs.

In Bezug auf die Informationen zu Neuheiten von bestehenden Lieferanten bewerten die Werkstätten die Messen mehrheitlich positiv, wobei 90 % sie als gut bis sehr gut einschätzen. Dies zeigt, dass die Veranstaltungen effektiv dabei helfen, über Produktinnovationen auf dem Laufenden zu bleiben.

Die Unterhaltung und der Eventcharakter der Messen werden insgesamt positiv bewertet (62 % gut bis sehr gut), obwohl es Raum für Verbesserungen gibt. Ebenso schätzen die Werkstätten die Aktionsangebote (64 % gut bis sehr gut) und die Möglichkeit des Austauschs mit Werkstatt-Kollegen (60 % gut bis sehr gut).

Die Einkaufskonditionen und das Schulungsangebot erhalten gemischte Bewertungen, wobei 52 % bzw. 55 % sie als gut bis sehr gut beurteilen. Schließlich werden die Werkstatt-Ausrüstung und Diagnoseangebote von den meisten (83 % gut bis sehr gut) hoch bewertet.

Insgesamt zeigen die Umfrageergebnisse, dass die Messen der Großhändler von freien Kfz-Werkstätten als wichtige Veranstaltungen wahrgenommen werden, die Informationen, Networking-Möglichkeiten und Angebote bieten, um ihren Geschäftsbetrieb zu unterstützen.

## 7. Die Automechanik ist kein Pflichttermin

Die Teilnahme an der Messe Automechanik findet eine gemischte Resonanz in der Branche. Etwa ein Viertel der Befragten (23 %) besucht die Messe immer, wenn es in ihren Zeitplan passt, was auf ein starkes Interesse an der Veranstaltung hinweist. Zusätzlich gibt es eine beträchtliche Anzahl von Werkstätten (41 %), die die Messe gelegentlich besuchen, je nach Bedarf und Interesse.

Allerdings fällt auf, dass eine Gruppe von 37 % der Befragten angibt, dass die Automechanik für sie nicht relevant ist. Dies kann auf verschiedene Faktoren zurückzuführen sein, wie geografische Lage, individuelle Interessen oder bereits vorhandene Informationsquellen.

Insgesamt zeigt die Umfrage, dass die Entscheidung, die Automechanik zu besuchen, stark von den individuellen Bedürfnissen und Prioritäten der freien Kfz-Werkstätten abhängt. Dies unterstreicht die Vielfalt der Informationsquellen und Herangehensweisen in der Branche.

## 8. Freie Kfz-Werkstätten wünschen sich zur digitalen Informationsbeschaffung einen zentralen Anlaufpunkt

Die Umfrage zeigt, dass freie Kfz-Werkstätten klare Vorstellungen darüber haben, welche Art der Informationen sie sich für die Zukunft wünschen. Sie verlangen nach kurzen, prägnanten Informationen, die schnell überblickt werden können und idealerweise mit Verlinkungen zu ausführlichem Material versehen sind. Zusätzlich benötigen sie mehr Informationen zu aktuellen Werkstatttherausforderungen wie Batterieproblemen und Hybridfahrzeugen. Besondere Aufmerksamkeit gilt der Wartung neuerer Fahrzeuge und einem besseren, möglichst vereinheitlichten Zugang zu digitalen Serviceheften.

Werkstätten wünschen sich eine zentrale Informationsquelle, die alle relevanten Informationen bündelt, da die Suche in verschiedenen Newslettern und Fachzeitschriften zeitaufwendig ist. Dieses Portal sollte unkomplizierten Zugriff auf technische Daten und klare, kurze Informationen bieten. Außerdem besteht Bedarf an mehr technischen Schulungsangeboten.



© Sushiman - stock.adobe.com

## Fazit zum Informationsverhalten freier Werkstätten

Die Umfrage zum Informationsverhalten freier Kfz-Werkstätten liefert wichtige Erkenntnisse über deren Bedürfnisse und Präferenzen bei der Informationsbeschaffung. Fachlich fühlen sich die Werkstätten in Bezug auf Produkt- und Marktneuheiten gut informiert, jedoch zeigen sich Unsicherheiten in komplexeren Bereichen wie Recht, Betriebswirtschaft und gesetzliche Änderungen. Dies legt nahe, dass gezielte Informationsquellen und Schulungen in diesen Bereichen notwendig sind, um Wissenslücken zu schließen.

Ein Trend ist die wachsende Bedeutung digitaler Medien bei der Informationsbeschaffung. Online-Ressourcen wie Newsletter, Online-Portale, Google-Suchen und Herstellerseiten werden mehrheitlich genutzt, was auf das Potenzial und die Vielfalt digitaler Informationsquellen hinweist. Trotzdem bleiben persönliche Kontakte und regionale Hausmessen wichtig.

Im Bereich der betriebswirtschaftlichen Themen zeigt sich, dass Werkstätten verstärkt Interesse an betriebswirtschaftlichem Know-how zeigen, obwohl es Raum für Verbesserungen gibt. Werkstatt-Fachmedien werden hier am häufigsten genutzt, doch die hohe Zahl der Google-Suchen deutet auf eine steigende Nutzung digitaler Informationsquellen hin.

Großhandelsmessen spielen eine wichtige Rolle, wobei die Werkstätten die Informationen zu Produktneuheiten, Unterhaltung und Networking-Möglichkeiten positiv bewerten. Die Akzeptanz der Automechanik wird stark von den individuellen Bedürfnissen der Werkstätten beeinflusst, was für die Messe zur Herausforderung wird.

Die Umfrage verdeutlicht die Herausforderungen, denen Werkstätten bei Messebesuchen gegenüberstehen, insbesondere aufgrund von Arbeitszeiten und Ressourcenknappheit. Dies legt nahe, dass alternative Informationsquellen oder flexiblere Veranstaltungszeiten erforderlich sind.

Schließlich zeigen die Werkstätten klare Präferenzen für eine effiziente, umfassende Informationsplattform, die kurze, prägnante Informationen

und technische Daten bietet. Sie erwarten auch mehr technische Schulungsangebote, um im sich schnell entwickelnden Automobilsektor wettbewerbsfähig zu bleiben.

Insgesamt unterstreicht die Umfrage den steigenden Einfluss digitaler Informationsquellen und die Notwendigkeit, die Informationsversorgung speziell in komplexen Themenbereichen zu verbessern, um freie Kfz-Werkstätten bestmöglich zu unterstützen.

## Über die Initiative Qualität ist Mehrwert

Qualität ist Mehrwert ist eine Initiative namhafter Hersteller von Automobilteilen im Automotive Aftermarket. Ziel ist es, das Qualitätsbewusstsein bei der Fahrzeugreparatur signifikant zu steigern. Dazu werden den Kfz- und Nfz-Werkstätten, dem Teilehandel und den Autofahrern die Vorteile von Qualitätsteilen vor Augen geführt – mit Informationsmaterial, bei Veranstaltungen und auf der Website.

Alle Partner, aktuelle Termine und Informationen gibt es im Internet unter: [qualitaet-ist-mehrwert.de](http://qualitaet-ist-mehrwert.de)

### Pressekontakt:

Qualität ist Mehrwert  
CGW GmbH  
Kristiane Guth  
Karl-Arnold-Straße 8  
47877 Willich  
Tel: 02154 88852-0  
[kontakt@qualitaet-ist-mehrwert.de](mailto:kontakt@qualitaet-ist-mehrwert.de)