

puls Studie zur Nutzung von Internet-Werkstattportalen
Hohe Kundenzufriedenheit mit Werkstattportalen

Nürnberg, 03. Dezember 2014

Notizen:

1 Nach Neu- und Gebrauchtwagen werden mittlerweile auch
 5 Werkstattleistungen zunehmend online angeboten. So bieten
 Werkstattportale wie DriveLog, FairGarage, Autobutler oder
 Autoservice.com schnelle und einfache Orientierung beim Finden guter
 beziehungsweise preisgünstiger Werkstätten. Vor diesem Hintergrund hat
 die Nürnberger Marktforschung *puls* untersucht, ob sich bei
 10 Werkstattkunden das Internet als Informationsquelle ähnlich durchsetzt
 wie bei Autokäufern. Die Ergebnisse der *puls* Studie deuten darauf hin,
 dass Werkstattportale Zukunft haben: Aktuell nutzt jeder fünfte
 Autofahrer eines der mittlerweile über zehn Werkstattportale, die online
 Inspektions- und Reparaturleistungen anbieten. Darüber hinaus sind laut
 15 *puls* Studie überraschende 81 Prozent der Kunden (sehr) zufrieden mit der
 von den Portalen empfohlenen Werkstätten. Dies sind die wichtigsten
 Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von 1.015 Autofahrern bzw.
 Werkstattkunden durch *puls* Marktforschung.

„Vor allem die hohe Kundenzufriedenheit mit Werkstattportalen lässt auf
 weiteres Wachstum dieser noch jungen Internetportale schließen“,
 kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner die Ergebnisse.
 20 Besonders affin gegenüber Werkstattportalen sind laut *puls* Studie mit
 einer Nutzerquote von 21 Prozent jüngere Autofahrer. Auch die
 Kundenakzeptanz spricht für Werkstattportale: Stattliche 54 Prozent
 folgen der Werkstattempfehlung der Portale und mehr als jeder Zweite (52
 25 Prozent) bleibt der empfohlenen Werkstatt dann für weitere
 Servicearbeiten treu. Mit anderen Worten: Serviceportale bringen und
 loyalisieren Werkstattkunden, die sonst wohl kaum in den jeweiligen
 Werkstattbetrieb gefunden hätten. „Trotz der offensichtlichen Vorteile
 sollten Kunden und Werkstätten, die Werkstattportale nutzen aber
 30 dringend darauf achten, dass es dabei nicht nur um den Preis, sondern
 auch um die Qualität der durchzuführenden Arbeiten geht“, empfiehlt *puls*
 Chef Weßner.

-ENDE-

35

Anzahl Zeilen:	31
Anzahl Anschläge:	1.939 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	03. Dezember 2014
Ansprechpartner:	Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400

Abdruck honorarfrei

45

Über *puls* Marktforschung

Seit über 20 Jahren konzentriert sich die *puls* Marktforschung darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung und daraus abgeleitete Maßnahmenempfehlungen abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 20 hochqualifizierte Mitarbeiter. Bei *puls* gibt es kein Marktforschungsprojekt ohne Maßnahmenempfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien.

Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „For Better Decisions“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie Audi, Volkswagen, GORE-TEX, ZF Services, Uniqo oder BASF sichern ihr weiteres Wachstum durch maßgeschneiderte Marktforschung von *puls* ebenso ab wie mittelständische Unternehmen.

Mehr Informationen über *puls* Marktforschung finden Sie unter www.puls-marktforschung.de.