

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

Nürnberg, 03. Dezember 2014

Nach Neu- und Gebrauchtwagen werden mittlerweile auch 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 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 *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 Weißner die Ergebnisse. 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 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 dringend darauf achten, dass es dabei nicht nur um den Preis, sondern auch um die Qualität der durchzuführenden Arbeiten geht“, empfiehlt *puls* Chef Weißner.

-ENDE-

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

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.