



ServiceAtlas Reifen- und Kfz-Service 2013

Wettbewerbsanalyse zur
Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 13 Auto-Service-Anbieter

Inhalt

1. Vorwort	3
2. Anlage der Untersuchung	6
3. Leistungskategorien und Auszeichnung	10
4. Gesamtzufriedenheit, Kundenorientierung und Kundenbindung	14
5. Branchenspezifische Fragestellungen	32
6. Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale	98
7. Serviceprofile der untersuchten Reifen- und Kfz-Service-Anbieter	133
8. Anhang: Erläuterung der Stichprobe	227
9. Kurzportrait ServiceValue	231

Studiensteckbrief

Studienkonzept	ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	September / Oktober 2013
Stichprobe	n = 1.040 Kunden mit insgesamt 1.324 Urteilen zu 13 Reifen- und Kfz-Service-Anbietern (Bewertung von bis zu zwei Unternehmen, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunde waren)
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detaillierergebnisse für 13 Reifen- und Kfz-Service-Anbieter</p> <ul style="list-style-type: none"> • A.T.U. • Bosch Car Service • EUROMASTER • First Stop • Pit-Stop • PneuHage • Pneumobil • point S • Premio Reifen + Autoservice • Quick Reifendiscout • REIFF • stop + go • Vergölst
Gesamtumfang	233 Seiten Chart-Berichtsband (pdf)

Studiendesign (I)

Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlungsbereitschaft • Analyse der Kundenbindungstreiber
Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Ruf und Image • Vertrauen • Fairness
Angebot	<ul style="list-style-type: none"> • Angebot an Zubehör-Produkten • Kosten- und Leistungstransparenz • Preis-Leistungs-Verhältnis • Qualität der Produkte • Schriftliche Unterlagen / Werbung / Flyer • Sonderangebote / Aktionen • Verfügbarkeit der Produkte
Beratung und Betreuung	<ul style="list-style-type: none"> • Beratungsqualität • Eigeninitiative der Mitarbeiter • Eingehen auf Kundenbedürfnisse • Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter • Kurzfristige Terminvereinbarung • Schnelligkeit / Wartezeiten • Umgang mit Beschwerden / Reklamationen • Verbindlichkeit von Aussagen • Zuverlässigkeit / Fehlerfreiheit

Studiendesign (II)

Umfeldgestaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Atmosphäre der Werkstatt • Internetauftritt • Öffnungszeiten • Räumliche Nähe / Erreichbarkeit • Sauberkeit und Ordentlichkeit • Werkstatt-Netz
Weitere Serviceleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Angebotene (Service-) Zusatzleistungen • Angebot an Versicherungsleistungen • Finanzierungsmöglichkeiten • Garantie / Gewährleistung • Kostenloser Servicecheck / Durchsicht des Autos • Kundenkarte / Rabattsystem • Mobilitätsangebote (z.B. Ersatzfahrzeug, Hol- und Bringservice) • Möglichkeit zur Online-Terminvereinbarung
Branchenspezifische Fragestellungen	<p><u>Auswahlgründe für Auto-Service-Anbieter</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Auswahlgründe beim Reifenwechsel • Auswahlgründe bei Wartung und Inspektion <p><u>Reifenkauf</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Verbreitung von Winter- und Ganzjahresreifen (separate Analysen nach Werkstatt-Typ, Alter des Autos, Einkommens und Geschlecht) • Gründe gegen Winter- oder Ganzjahresreifen • Auswahlkriterien beim Reifenkauf • Internet als Informationsquelle für den Reifenkauf <p><u>Wartungs- und Ölwechselintervalle</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Einhaltung von Wartungsintervallen (separate Analysen nach Werkstatt-Typ, Alter des Autos, Einkommens und Geschlecht) • Ölwechselintervalle

Auszeichnung Reifen- und Kfz-Service-Anbieter (I)

GESAMT	
sehr gut	Pneumobil
sehr gut	First Stop
sehr gut	Bosch Car Service
sehr gut	Premio Reifen + Autoservice
gut	Vergölst
gut	Quick Reifendiscount
gut	Pneuhage
	REIFF
	point S
	EUROMASTER
	Pit-Stop
	stop + go
	A.T.U.

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Diese ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem statistischen Median liegen. Die Auszeichnung „sehr gut“ erhalten Unternehmen, die einen Wert im obersten Quartil erreichen.

Auszeichnung Reifen- und Kfz-Service-Anbieter (II)

Kundenservice	
sehr gut	Pneumobil
sehr gut	First Stop
sehr gut	Pneuhage
sehr gut	Premio Reifen + Autoservice
gut	Vergölst
gut	Bosch Car Service
gut	Quick Reifendiscount
	point S
	EUROMASTER
	REIFF
	Pit-Stop
	stop + go
	A.T.U.

Mitarbeiter	
sehr gut	Pneumobil
sehr gut	Bosch Car Service
sehr gut	First Stop
sehr gut	REIFF
gut	Pneuhage
gut	Premio Reifen + Autoservice
gut	Quick Reifendiscount
	Vergölst
	point S
	EUROMASTER
	stop + go
	Pit-Stop
	A.T.U.

Kundenvertrauen	
sehr gut	First Stop
sehr gut	Pneumobil
sehr gut	Bosch Car Service
sehr gut	REIFF
gut	Vergölst
gut	Pneuhage
gut	point S
	Premio Reifen + Autoservice
	Quick Reifendiscount
	EUROMASTER
	stop + go
	Pit-Stop
	A.T.U.

Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Pneumobil
sehr gut	Quick Reifendiscount
sehr gut	First Stop
sehr gut	Premio Reifen + Autoservice
gut	Vergölst
gut	point S
gut	Bosch Car Service
	Pit-Stop
	REIFF
	EUROMASTER
	stop + go
	Pneuhage
	A.T.U.

- Angebotene (Service-) Zusatzleistungen
- Garantie / Gewährleistung
- Kurzfristige Terminvereinbarung
- Schnelligkeit / Wartezeiten

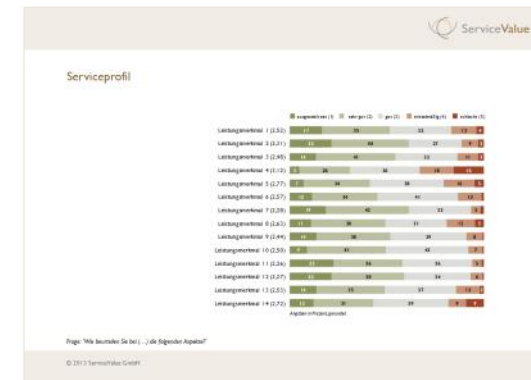
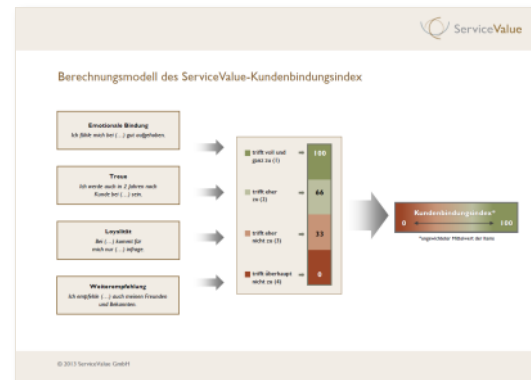
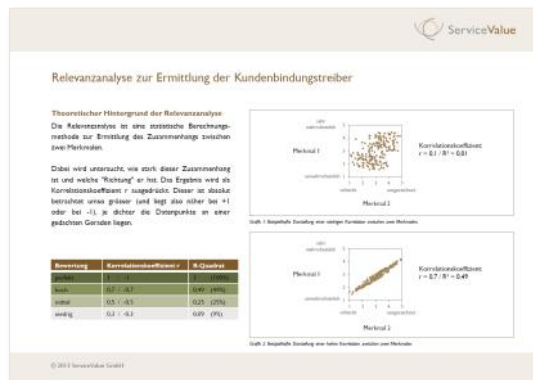
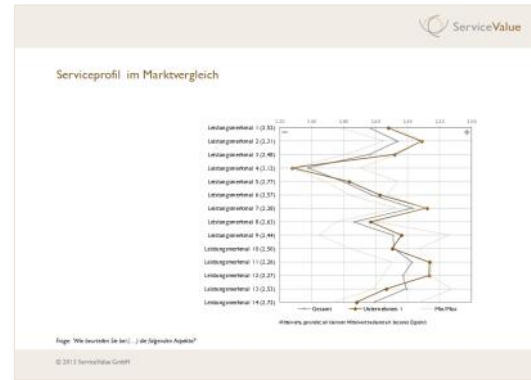
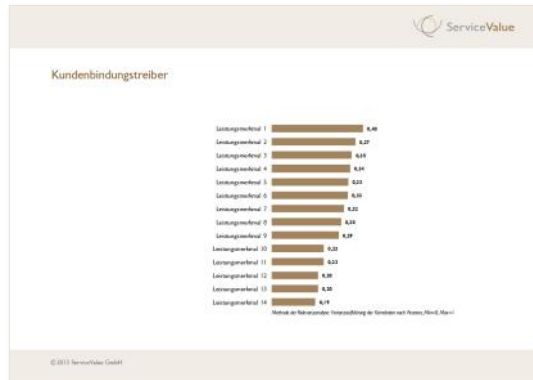
- Beratungsqualität
- Eigeninitiative der Mitarbeiter
- Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter

- Fairness
- Emotionale Bindung
- Vertrauen

- Kosten- und Leistungstransparenz
- Preis-Leistungs-Verhältnis

Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem statistischen Median liegen. Die Auszeichnung „sehr gut“ erhalten Unternehmen, die einen Wert im obersten Quartil erreichen.

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...

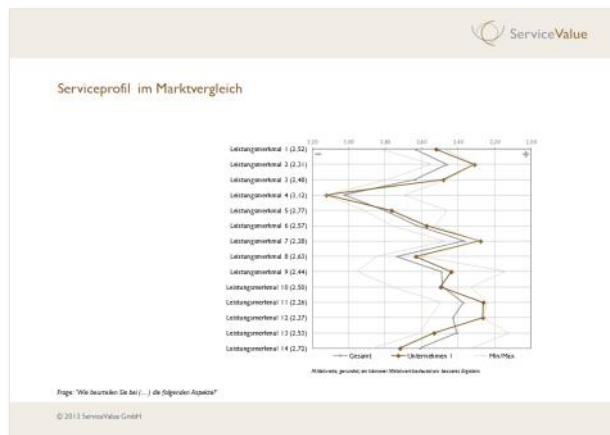


... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)



- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungsrelevanz-Matrix für jeden Anbieter

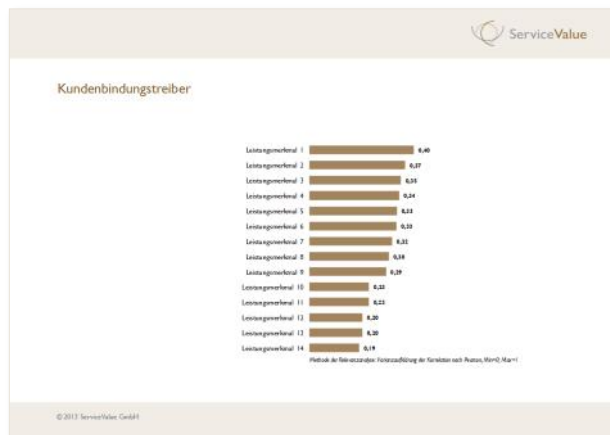


- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Serviceprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?
- ⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter

Studienbestellung per FAX an ServiceValue: +49 (0)221. 67 78 67 – 29

Bestellung

- Gütesiegel für Marketingzwecke**
(Basis für die auf dem Siegel aufzuführenden Kriterien ist der ServiceAtlas Reifen- und Kfz-Service 2013.
Die Bezugsberechtigung und Lizenzgebühr werden individuell geprüft und das Gütesiegel entsprechend angefertigt.)
- Ergebnispräsentation vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei
zum Preis von 1.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- ServiceAtlas Reifen- und Kfz-Service 2013** - Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung (ca. 233 Seiten, PDF)
zum Preis von 2.850,- € netto
- Vorteilsangebot:** ServiceAtlas Reifen- und Kfz-Service 2013 (ca. 233 Seiten, PDF) und Ergebnispräsentation vor Ort
zum Preis von 3.850,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten



Kontaktdaten (Versand- und Rechnungsadresse)

Unternehmen	Name, Vorname	Abteilung / Position
E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien)	Telefon	Telefax
Adresse (Str. / PLZ / Ort)		
Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse)		Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung)
Ort, Datum	Unterschrift	Stempel

Impressum / Kontakt

Herausgeber

ServiceValue GmbH

Dürener Str. 34 I

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

www.ServiceValue.de

Info@ServiceValue.de

Kontakt

Stefan Heinisch

Tel +49.(0)221.67 78 67 -20

S.Heinisch@ServiceValue.de

ISBN 978-3-944739-04-5

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studienbezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und -bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © jörn buchheim - Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341
50935 Köln
www.ServiceValue.de