

Kundenbindung in Autowerkstätten: Preis-Leistungs-Verhältnis und Service sind wichtigste Faktoren

- *Neue Castrol Studie: gutes Preis-Leistungs-Verhältnis ausschlaggebend für fast die Hälfte (46 Prozent) der deutschen Autofahrenden*
- *Qualität ist wichtig: nur 16 Prozent entscheiden sich durchgehend für die billigste Werkstatt*
- *Mehr als ein Drittel (36 Prozent) bleibt treu, weil notwendige Arbeiten erklärt werden und Zustimmung eingeholt wird*
- *Standort: 58 Prozent sind nicht bereit, mehr als 16 km zu fahren*
- *Das Castrol Markenwerkstattprogramm bietet umfassende Vorteile wie Motorgarantie, Branding und Schulungen – für Kundenwerbung und -bindung*

In einer aktuellen landesweit durchgeführten Umfrage* von Castrol wurden die Faktoren ermittelt, die für Autofahrende am stärksten darüber entscheiden, ob sie eine Werkstatt wiederholt nutzen. Der am häufigsten genannte Aspekt, der für 46 Prozent der Kundschaft eine Rolle spielt, ist das *Preis-Leistungs-Verhältnis*. Dabei geht es aber nicht nur darum, Geld zu sparen: Lediglich 16 Prozent würden einer Werkstatt nur deshalb die Treue halten, weil sie die günstigste im Umkreis ist.

Der zweitwichtigste Punkt bei der Kundenbindung ist der Service: 44 Prozent der Befragten gaben an, sie würden eher wieder zu einer Werkstatt gehen, wenn die Mitarbeitenden *freundlich* waren.

Auch andere Faktoren, die sich auf Auftreten und Fähigkeiten der Angestellten beziehen, erreichten hohe Werte: 36 Prozent würden bei einer Werkstatt bleiben, wenn *notwendige Arbeiten immer eindeutig erklärt werden und im Vorfeld die Zustimmung des Autobesitzenden eingeholt wird*. 34 Prozent nennen *gut ausgebildete Mitarbeitende* als Grund. 39 Prozent wären eher bereit, eine Werkstatt wiederholt zu besuchen, wenn sie *günstig gelegen ist, z. B. nahe des Wohnorts oder auf dem Arbeitsweg*.

Die große Mehrheit (58 Prozent) würde für eine Werkstatt, die ihre wichtigsten Anforderungen erfüllt, bis zu 16 km Wegstrecke von ihrem Wohnort in Kauf nehmen. Weitere 26 Prozent würden auch bis zu 24 km fahren, 10 Prozent sogar bis zu 32 km.

Die Umfrage zeigt auch, welche Faktoren nur eine geringe Rolle bei der Kundenbindung spielen. So würden lediglich 21 Prozent der Befragten einer Werkstatt treu bleiben, weil sie jedes Mal ein Ersatzfahrzeug bekommen.

„Die vielleicht wichtigste Erkenntnis aus dieser Befragung ist die Bedeutung guter Kundenkommunikation“, so Layla Yebaile, Service and Maintenance Marketing Lead bei Castrol Europe. „Es ist offensichtlich, dass Autofahrende den Werkstätten die Treue halten, die erforderliche Arbeiten und deren Nutzen genau erklären. Kommunikation ist unserer Erfahrung nach auch die entscheidende Grundlage für zusätzliche Umsatzchancen – Kunden und Kundinnen sind durchaus bereit, für Premiumprodukte zu zahlen, wenn die Werkstatt ihnen die Vorteile klar darlegt. Deshalb ist es so wichtig, Castrol Markenwerkstätten dabei zu unterstützen, sich möglichst attraktiv zu präsentieren. Dann können sie ihren Umsatz schnell steigern, die Kundschaft aber auch langfristig binden.“

Das Castrol Markenwerkstattprogramm

Castrol hat sich zum Ziel gesetzt, Marktführer bei Markenwerkstätten zu werden. Freie Werkstätten im Castrol Service Netzwerk erfüllen eine Reihe verschiedener Qualitäts- und Servicestandards und werden vom TÜV als externem Prüfer entsprechend zertifiziert. Das Netzwerk bietet ihnen außerdem Schulungen und Marketingangebote zur Neukundenwerbung und Kundenbindung sowie zu zusätzlichen Umsatzmöglichkeiten. Daneben stehen Castrol Werkstätten zahlreiche andere Vorteile zur Verfügung wie Marketingunterstützung und eine kostenlose Motorgarantie für Kundinnen und Kunden, deren Fahrzeuge mit Castrol Schmierstoffen gewartet wurden.

Castrol weiß um den Wert gut ausgebildeter Mitarbeitender und bietet daher Onlineschulungen sowohl für Castrol Markenwerkstätten als auch für freie Werkstätten, um sie zu unterstützen und Schmierstoffexpertise zu vermitteln. Die Schulungen sind modular aufgebaut und bestehen aus interaktiven „Häppchen“ zu den Themen Produktkenntnisse und Verkaufsfähigkeiten.

Erfahren Sie mehr über das Castrol Service-Netzwerk hier:

https://www.castrol.com/de_de/germany/home/auto-repair-workshops/independent-workshops/branded-workshops.html

Hinweise für die Redaktion

* OnePoll-Studie – durchgeführt unter 1.000 Autobesitzenden in Deutschland

Über Castrol

Als eine der weltweit führenden Schmierstoffmarken kann Castrol auf eine lange Tradition der Innovation und Unterstützung von Wegbereitenden zurückblicken. Dank unserer Leidenschaft für Höchstleistung und einer schon immer stark auf Kooperation und Partnerschaft ausgerichteten Philosophie konnte Castrol Schmierstoffe und Fette entwickeln, die seit mehr als 100 Jahren die Speerspitze technologischer Meisterleistungen an Land, auf dem Wasser, in der Luft und im Weltraum darstellen.

Heute unterstützt Castrol stärkere Nachhaltigkeit durch die [Path360-Strategie](#), die Ziele für die Abfallreduzierung, Senkung der CO₂-Emissionen und Verbesserung der Lebensqualität bis 2030 vorgibt. Castrol ist Teil von bp und bietet Produkte und Dienstleistungen für Kund:innen und Verbraucher:innen in den Branchen Automobil, Marine, Industrie und Energie. Unsere Markenprodukte stehen weltweit für Innovation, Technologieführerschaft, Leistungsstärke und ein kompromissloses Bekenntnis zur Qualität.

Weitere Informationen über Castrol erhalten Sie auf www.castrol.de oder per Mail an <mailto:bppress@bp.com>.



PR-Kontakt:

Amelie Nipken-Sturm
PR Managerin
Brand Pier GmbH
Zirkusweg 2, Astraturm 7. Stock
20359 Hamburg
E-Mail: amelie.sturm@brand-pier.com
Internet: www.brand-pier.com