

Autofahrende wünschen sich eine Beratung darüber, welches Öl am besten für ihr Auto geeignet ist. Das ist das Ergebnis einer Umfrage von Castrol.

- *Laut einer One-Poll-Umfrage unter 1.000 Autofahrenden in Deutschland sagen 70 Prozent, dass sie sich eine Auswahl an Schmierstoffen wünschen. 71 Prozent wünschen sich Informationen über Premium-Produktalternativen.*
- *Die von Autofahrenden bevorzugte Quelle für Empfehlungen bezüglich Schmierstoffe sind KFZ-Werkstätten (32 Prozent), gefolgt von Autoherstellern (24 Prozent).*
- *Von den Werkstätten schöpft nur eine Minderheit die Upselling-Möglichkeiten voll aus: Nur 30 Prozent der Autofahrenden sagen, dass sie von ihrer Werkstatt immer über den vorgesehenen Schmierstoff informieren würden.*

Eine neue nationale, von Castrol in Auftrag gegebene Umfrage unter 1.000 Autobesitzenden in Deutschland hat ergeben, dass Autofahrende mehr Beratung dahingehend möchten, welche Produkte in ihrem Auto verwendet werden. Mit 78 Prozent sagte ein signifikant hoher Anteil der Befragten, dass sie sich wünschten, ihre Werkstatt würde ihnen immer mitteilen, welchen Schmierstoff sie im Rahmen eines geplanten Kundendienstes verwenden. Und 70 Prozent sagen, dass sie sich von ihrer Werkstatt eine Auswahl verschiedener geeigneter Schmierstoffprodukte wünsche, so dass sie entscheiden könnten, welcher davon am besten für ihre Anforderungen und ihr Budget geeignet sei. Ebenso möchten 71 Prozent der Befragten Informationen über Premium-Schmierstoffe, die die Leistung, die Effizienz und die Gesamtlebensdauer des Fahrzeugmotors maximieren könnten.

Wenngleich Autofahrende gegenüber Schmierstoff-Empfehlungen von Werkstätten aufgeschlossener sind, legt die Umfrage nahe, dass nur wenige Werkstätten in Deutschland die Upselling-Möglichkeiten voll ausschöpfen. Nur 30 Prozent der Befragten gaben an, dass ihre reguläre Werkstatt ihnen „immer“ Informationen über den vorgesehenen Schmierstoff liefere, während weitere 16 Prozent sagten, sie erhielten diese Informationen „manchmal“. 17 Prozent sagten sogar, dass ihre Werkstatt sie „niemals“ bezüglich des geplanten Schmierstoffs berate.

Auf die Frage, wem sie mit Blick auf fachkundige Empfehlungen zu Schmierstoffen am meisten vertrauen würden, wurden KFZ-Werkstätten (32 Prozent) am häufigsten genannt, während 24 Prozent der Befragten lieber Empfehlungen vom Fahrzeughersteller annehmen würden. Werkstätten hatten auch einen deutlich größeren Einfluss auf die Kaufentscheidung bei Motorenöl im Vergleich zu Online-Informationsquellen (9 Prozent).

Die Werkstatt hat, ungeachtet des Geschlechts des Autobesitzenden, noch immer den größten Einfluss, was Empfehlungen zu Schmierstoffen betrifft – wobei 35 Prozent der befragten Frauen und 26 Prozent der befragten Männer angeben, dass sie eine Empfehlung von der Werkstatt annehmen würden, in der sie den Kundendienst normalerweise durchführen lassen. Die älteren Personen der befragten Autofahrenden bevorzugen ebenfalls eine Empfehlung ihrer Werkstatt, wobei 54 Prozent der über 65-Jährigen sagen, dass sie am ehesten einer Empfehlung ihres Mechanikers bzw. ihrer Mechanikerin folgen würden, wenn es um das am besten für ihr Auto geeignete Motorenöl gehe.

Werkstätten in bestimmten anderen europäischen Märkten informieren bzw. beraten ihre Kundschaft eher über den bei einem Kundendienst geplanten Schmierstoff. Rumänische Werkstätten schneiden bei den diesbezüglich mitgeteilten Informationen am besten ab – hier erfolgen Beratungen bei 90 Prozent der Kundschaft. Gefolgt von 84 Prozent in Polen, 81 Prozent in Spanien, 76 Prozent in Italien, 72 Prozent in Deutschland, 57 Prozent in Schweden und 52 Prozent in Frankreich.

Layla Yebaile, Service and Maintenance Marketing Lead bei Castrol: „Unsere Umfrage zeigt, dass den Verbrauchenden, die in ihrem Fahrzeug verwendeten Schmierstoffe wirklich wichtig sind. Sie möchten eine Wahl treffen können und sind klar an Informationen über Premium-Schmierstoffe und an den Vorteilen interessiert, die diese Produkte in Bezug auf Leistung und Lebensdauer bieten. Premium-Schmierstoffe bieten der Kundschaft zusätzlichen Motorschutz. Das ist heute besonders wichtig, da angesichts der gestiegenen Lebenshaltungskosten, die das Haushaltsbudget ohnehin arg belasten, Verbrauchende besonders darauf achten, unnötige Reparaturkosten zu vermeiden.“

Der hohe Druck in heutigen Motoren kann zu Reibung führen, die die Motorleistung um bis zu 10 Prozent beeinträchtigen kann. Die innovative Fluid TITANIUM Technology™ in Castrol EDGE hält diesen Druckbelastungen stand und reduziert die Reibung.** Anfang dieses Jahres hat Castrol eine Marketingkampagne, „Castrol EDGE Recommended by Experts“, gestartet, in der ausführlich darauf hingewiesen wurde, dass Castrol EDGE von Mechaniker:innen, Hersteller:innen und Motorsportteams empfohlen wird, um die bestmögliche Motorleistung zu erzielen. Des Weiteren wurden die Vorteile des Produktes für Werkstätten und deren Kundschaft dargestellt***.

Hinweise für die Redaktion

* OnePoll-Umfrage – durchgeführt unter 1.000 Autobesitzenden in Deutschland. Dieselbe Umfrage wurde auch in anderen ausgewählten europäischen Märkten durchgeführt.

** https://www.castrol.com/en_gb/united-kingdom/home/castrol-story/newsroom/press-releases/castrol-edge-television-campaign.html

*** Mechaniker:innen waren eher geneigt, Castrol zu empfehlen als jede andere führende Marke – GIPA-Studie von Dezember 2019 und Januar 2020.

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 der Automobil- und Schiffbaubranche und im Industrie- und Energiesektor. Unsere Markenprodukte stehen weltweit für Innovation, Technologieführerschaft, Leistungsstärke und ein kompromissloses Bekenntnis zur Qualität.

Weitere Informationen über Castrol finden Sie auf www.castrol.com

PR-Kontakt:

Christoph Böhling
Senior PR Manager
Brand Pier GmbH
Zirkusweg 2, Astraturm 7. Stock
20359 Hamburg
E-Mail: christoph.boehling@brand-pier.com
Internet: www.brand-pier.com

Saskia Junge
Junior PR Managerin
Brand Pier GmbH
Zirkusweg 2, Astraturm 7. Stock
20359 Hamburg
E-Mail: saskia.junge@brand-pier.com
Internet: www.brand-pier.com