

Castrol Umfrage: Autofahrende sind eher dazu geneigt, Werkstätten zu empfehlen, die ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten.

- *Castrol hat eine Umfrage unter 1.000 Autofahrenden in Deutschland durchgeführt, um Faktoren für die Weiterempfehlung einer Kfz-Werkstatt an Familie und Freunde zu ermitteln.*
- *Der Faktor, der von den meisten Befragten genannt wurde, ist, dass die Werkstatt „in der Vergangenheit ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis geboten hat“.*
- *Die nächsten wichtigen Faktoren sind, dass die Werkstatt „nur Arbeiten durchführt, die notwendig sind“ (von 34 Prozent der Befragten angegeben), „die erforderlichen Arbeiten erläutert und die Zustimmung dazu einholt, bevor sie durchgeführt werden“ (von 32 Prozent der Befragten angegeben) und „keine überhöhten Preise verlangt“ (von 30 Prozent der Befragten angegeben).*
- *Am wenigsten Einfluss auf eine Empfehlung haben die Bereitstellung von kostenlosem WiFi, kostenlosen warmen und kalten Getränken sowie Videoinhalten, die die durchgeführten Arbeiten erklären.*

Eine neue bundesweite Umfrage*, die von Castrol in Deutschland in Auftrag gegeben wurde, hat ergeben, dass Autofahrende eher bereit sind eine Werkstatt zu empfehlen, die *„in der Vergangenheit ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis geboten hat“* (von 36 Prozent der Befragten angegeben). Als Faktor, der die Empfehlung der Werkstatt beeinflusst, wird dies noch stärker gewertet als die Tatsache, dass die Werkstatt *„nur Arbeiten durchführt, die notwendig sind“* (von 34 Prozent der Befragten angegeben) und *„die erforderlichen Arbeiten erläutert und die Zustimmung dazu einholt, bevor sie durchgeführt werden“* (von 32 Prozent der Befragten angegeben).

Die Umfrage unterstreicht potenzielle Bedenken hinsichtlich der Wartungskosten und die Notwendigkeit, dass die Werkstätten geplante Arbeiten erläutern. 30 Prozent der Befragten gaben an, dass sie eine Werkstatt empfehlen würden, die *„keine überhöhten Preise für die durchgeführten Arbeiten verlangt“*.

Werkstätten, die ein positives Kundenerlebnis bieten, werden von den Verbrauchenden ebenfalls eher weiterempfohlen – 28 Prozent der Befragten würden eine Werkstatt mit *„freundlichem Personal“* empfehlen, während 24 Prozent eine Werkstatt empfehlen würden, die *„die Kosten für die durchgeführten Arbeiten bei der Abholung des Fahrzeugs vollständig erklärt“*.

In der Umfrage wurden auch Faktoren ermittelt, die sich am wenigsten auf die Bereitschaft der Autofahrenden auswirken, eine Werkstatt weiterzuempfehlen. Nur 5 Prozent geben an, dass sie eine Werkstatt weiterempfehlen würden, weil sie kostenloses WLAN anbietet, und 5 Prozent, weil sie heiße und kalte Getränke anbietet. Nur 4 Prozent würden eine Werkstatt empfehlen, weil dort Videos zur Erläuterung der durchgeführten Arbeiten bereitgestellt werden.

Layla Yebaile, Service and Maintenance Marketing Lead bei Castrol: „Da immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher angesichts der steigenden Lebenshaltungskosten ihre



Haushaltsausgaben senken wollen, ist es wichtig, die Autofahrenden zu motivieren, notwendige Service-, Wartungs- und Reparaturarbeiten durchzuführen, um den sicheren und effektiven Betrieb ihrer Fahrzeuge zu gewährleisten. Unsere Umfrage bietet interessante Einblicke in Faktoren, die eher dazu führen, dass Empfehlungen ausgesprochen werden. Diese Faktoren tragen dazu bei, die Buchungen von Werkstätten zu erhöhen und die Kundenbindung zu maximieren.“

Das Castrol SERVICE-Netz bietet Schulungslösungen und Marketingangebote, um die Kundenfrequenz und -bindung zu erhöhen und Upselling-Möglichkeiten zu verbessern. Derzeit gibt es in ganz Deutschland Castrol SERVICE-Werkstätten, die eine Reihe von Vorteilen erhalten, wie z. B. Marketingunterstützung und die Möglichkeit, Autofahrenden eine kostenlose Garantie für jedes mit Castrol Schmierstoffen gewartete Fahrzeug anzubieten.

Hinweise für die Redaktion

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

Über Castrol

Castrol, eine der weltweit führenden Schmierstoffmarken, blickt auf eine stolze Tradition der Innovation und der Förderung von Pionieren zurück. Unsere Leidenschaft für Leistung, kombiniert mit einer Philosophie der partnerschaftlichen Zusammenarbeit, hat es Castrol ermöglicht, Schmierstoffe und Schmierfette zu entwickeln, die seit über 100 Jahren im Mittelpunkt zahlreicher technologischer Errungenschaften zu Lande, in der Luft, zu Wasser und im Weltraum stehen.

Heute tragen wir von Castrol mit unserer [Path360-Strategie](#) dazu bei, die Nachhaltigkeit zu stärken, um bis 2030 Abfall zu vermeiden, den CO₂-Ausstoß zu verringern und die Lebensqualität der Menschen zu verbessern.

Castrol ist Teil von bp und bietet Produkte und Dienstleistungen für Kund:innen und Verbraucher:innen in den Bereichen Automobil, Schifffahrt, Industrie und Energie. Unsere Markenprodukte stehen weltweit für Innovation und Hochleistung durch unser Engagement für Premiumqualität und Spitzentechnologie.

Weitere Informationen über Castrol erhalten 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
Internet: www.brand-pier.com