

Der Weg zu integrativen Werkstätten – für mehr Inklusion in den Werkstätten

Im Rahmen der Castrol Studie „Der Weg zu integrativen Werkstätten“¹ wurden fünf relevante Faktoren für ein inklusives Werkstattkonzept definiert. Damit liefert die Untersuchung erste Ansatzpunkte für eine verbesserte integrative Gestaltung von Werkstätten - angefangen beim ersten Eindruck bis hin zum Kundenkontakt danach.

Die seit 2021 durchgeführte Erhebung befasst sich mit den Eindrücken von Besucher:innen hinsichtlich ihrer Erfahrungen in den freien Werkstätten. Es ist der erste Teil einer Untersuchungsreihe, die sich mit der Optimierung des Inklusionskonzepts von Werkstätten befasst. Die Erhebungsdaten wurden in sieben Märkten durchgeführt: China, Deutschland, Indien, Malaysia, Polen, Thailand und die USA. Das daraus ermittelte Ergebnis der Studie ist eindeutig: Unabhängig von Region und Kultur erwarten Kund:innen einen qualitativen, professionellen und zuverlässigen Service.

Ermittelt wurden fünf Faktoren, die Werkstattbesitzende berücksichtigen sollten, um ihre Betriebe ansprechender zu gestalten und somit einen breiteren Kundenstamm zu erreichen.

1. **Ankunft bei der Werkstatt:** Schaffen Sie von Anfang an mehr Komfort für die Kund:innen: durch Parkmöglichkeiten, eine übersichtliche Beschilderung und eine deutliche Kommunikation.
2. **Betreten der Werkstatt:** Stellen Sie einen separaten Empfangsbereich zur Verfügung, der jederzeit sauber, ansprechend und gut beleuchtet ist.
3. **Fahrzeugreparaturen:** Entwickeln Sie Vertrauen durch respektvolle Kommunikation und transparente Preisgestaltung.
4. **Wartezeiten:** Richten Sie einen komfortablen Wartebereich abseits der Werkstatt ein.
5. **Nach dem Besuch/Aftersales:** Setzen Sie die Kommunikation während und nach der Abwicklung fort und bieten Sie zusätzliche Services für künftige Aufträge an.

Nicola Buck, Chief Marketing Officer bei Castrol: „Unsere Studienreihe ‚Der Weg zu integrativen Werkstätten‘ ist ein weiterer Schritt in diese Richtung. Die erste Untersuchung befasst sich mit den Erfahrungen und Erwartungen von Werkstattkund:innen. Anhand dieser Ergebnisse haben wir ermittelt, wie Werkstätten ihr Angebot verbessern und integrativer gestalten können. Es liegt noch ein weiter Weg vor uns, sowohl für unser Castrol Markennetzwerk als auch die Branche insgesamt. Wir hoffen, dass unsere Marktforschung zur Verbesserung aller Kundenerfahrungen beitragen wird und damit auch neue Chancen für Werkstätten bieten kann.“

Unterstützung von Werkstätten auf dem Weg zur Inklusion

Castrol hat eine fünfteilige Schulungsreihe entwickelt, um Werkstätten bei der Umsetzung der Haupteckensteine voranzubringen. Dieses Programm wird durch die Bereitstellung von gedruckten und digitalen Materialien zur Lernförderung unterstützt. Zudem werden die Verbrauchenden über das Konzept informiert.

Weitere Informationen finden Sie unter <https://go.bp.com/YBZqJ>

Hinweise für die Redaktion

¹„Der Weg zu integrativen Werkstätten“ beinhaltet internationale Forschungsergebnisse zur Ermittlung der Eindrücke und Erfahrungen von Frauen in freien Werkstätten. Die Untersuchung begann im Jahr 2021 in sieben Märkten: China, Deutschland, Indien, Malaysia, Polen, Thailand und die USA.

Die Studie umfasste pro Markt fünf Fokusgruppendifkussionen mit fünf bis sechs Werkstattkund:innen und fünf separate Befragungen von Eigentümer:innen oder Betreiber:innen freier Werkstätten.

Die Fokusgruppendifkussionen dauerten jeweils 2 Stunden und 15 Minuten. Die Teilnehmerinnen repräsentierten verschiedene Altersgruppen, Lebenssituationen und Familienstände. Alle Befragten sollten ein Fahrzeug halten und allein oder mitverantwortlich für dessen Wartung sein. Vor jeder Erhebung wurden alle Teilnehmenden gebeten, eine freie Werkstatt aufzusuchen und einen Fragebogen auszufüllen.

Über Castrol

Als eine der weltweit führenden Schmierstoffmarken blickt Castrol auf eine langjährige Erfolgsgeschichte zurück, die von Innovationen und der Umsetzung von Visionen geprägt ist. Dank unserer Leidenschaft für Leistung und einer auf Kooperation und Zusammenarbeit ausgerichteten Philosophie konnte Castrol Schmierstoffe und Fette entwickeln, die über 100 Jahren im Mittelpunkt technologischer Höchstleistungen an Land, zu Wasser, in der Luft und im Weltraum stehen.

Mit unserer [PATH360-Strategie](#) möchten wir einen Beitrag für eine nachhaltigere Zukunft leisten. PATH360 setzt bis 2030 Ziele für die Abfallreduzierung, Senkung der CO₂e-Emissionen und eine Verbesserung der Lebensqualität. Castrol ist Teil von bp und bietet Produkte und Dienstleistungen für Kund:innen und Verbraucher:innen in der Automobil-, Marine-, Industrie- und Energiebranche. Unsere Markenprodukte stehen weltweit für Innovation, Leistungsstärke und Spitzentechnologie.

Weitere Informationen über Castrol erhalten Sie auf www.castrol.com oder bppress@bp.com.

PR-Kontakte:

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