



# WERKSTATT DES VERTRAUENS 2010

Die Kundenzufriedenheitsbefragung über die Werkstätten geht in die 5. Runde. Wir haben diesen Geburtstag zum Anlass genommen, um die Förderer zu Wort kommen zu lassen.

Die konkurrenzübergreifende Brancheninitiative zur Imageverbesserung der Freien Mehrmarkenwerkstätten **WERKSTATT DES VERTRAUENS 2010** geht in diesem Jahr bereits in die 5. Runde. Mit weiter steigender Akzeptanz beteiligen sich in diesem Jahr mehr als 3.000 qualifizierte und zukunftsorientierte Freie Mehrmarkenwerkstätten. Neu in diesem Jahr ist die Beteiligung der Gruppe Räder und Reifen, die durch den Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseur-Handwerk e.V. (BRV) unterstützt wird, neben den Karosserie- & Lackbetrieben, die seit 2008 teilnehmen, so werden wir also die Zahlen der ausgezeichneten Werkstätten deutlich erhöhen. Täglich gehen in der Auswertungszentrale hunderte von Stimmkarten zufriedener Kunden der teilnehmenden Werkstätten aus allen Werkstattssystemen ein.

Wir haben diese 5. Auflage zum Anlass genommen, bei den Förderern nachzufragen, wie sie die Initiative **WERKSTATT DES VERTRAUENS 2010** für den Freien Pkw-Reparatur- und Servicemarkt sehen und warum sie diese, teilweise seit dem Start 2005, wiederholt unterstützen.

## Stimmen der Werkstattsystemzentralen, Handel und Dienstleister:

1. Welchen Stellenwert hat der Wettbewerb **WERKSTATT DES VERTRAUENS 2010** für den Freien Pkw-Reparatur- und Servicemarkt aus Ihrer Sicht?
2. In der Zukunft wird sich der Freie Reparaturmarkt neuen Herausforderungen stellen müssen. Dabei wird neben technischen Herausforderungen und Fachwissen die Beziehung zum Kunden immer mehr zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor. Welche Bedeutung nimmt die Freie Werkstatt in Ihrer Zukunftsplanung ein?



**Wolfgang Bredlau,**  
Leiter Vertrieb ATR  
Service GmbH

**zu 1)** Die ATR SERVICE GmbH unterstützt

*schon seit mehreren Jahren den Wettbewerb WERKSTATT DER VERTRAUENS. Für unsere Konzeptpartner von AC AUTO CHECK, autoPARTNER und Meisterhaft hat er einen hohen Stellenwert, da er die Chance bietet, ein direktes Urteil der Endkunden über die Leistungen der Werkstatt zu erhalten. Daraus können wichtige Rückschlüsse auf die eigene Leistungsfähigkeit gezogen und Ansatzpunkte für weitere Verbesserungen gefunden werden.*

**zu 2)** *Auch wenn sich freie Werkstätten neuen Herausforderungen stellen müssen, denke ich, dass diese eine gute Chance im Verdrängungswettbewerb haben werden. Dabei ist die Unterstützung unserer Konzeptpartner in allen Belangen oberste Priorität der ATR SERVICE GmbH, sei es im Bereich Technik, Marketing oder auch mit Unterstützung vor Ort. Zusätzlich zur guten persönlichen Beziehung, die viele freie Werkstätten ohnehin zu ihren Kunden haben, arbeiten wir kontinuierlich daran wirkungsvolle Maßnahmen zur Kundenbindung und -gewinnung zu entwickeln.*



**Thilo Brocksch,**  
Prokurist

**zu 1)** *Es ist gelungen, mit der Initiative WERKSTATT DES VERTRAUENS gegenüber dem Autofahrer eine glaubwürdige Kommunikationsplattform zu schaffen, welche die Stärken des freien Marktes transportiert. Und es ist die einzige anbieterübergreifende Maßnahme, insofern möchten wir und unsere Systempartner diese gebündelte Marketingchance in Richtung Autofahrer heute nicht mehr missen. Deshalb sind wir mit unseren Systemen ad-AUTO DIENST und AUTOMOBIL Meisterwerkstatt auch in 2010 wieder dabei, dann übrigens auch im Bereich der Karosserie- & Lackbetriebe.*

**zu 2)** *Die Branchenzeitschrift trifft in vielen Bereichen den Ton und die Themen der Freien Werkstattbetriebe, also unserer Kundschaft. Gerade für die Unterstützung unserer eigenen Kommunikation zu den Werkstattkunden und auch den aktuellen Wissenstransport insbe-*

*sondere technischer Themen und übergreifender Brancheninformationen nimmt die FREIE WERKSTATT dabei eine wichtige Rolle ein.*



**Thomas Michalzik,**  
Systemleiter Handels-  
und Werkstattssysteme

**zu 1)** *Dies ist ein sehr wertvoller Baustein für freie Werkstätten, um ihre Leistungen regional vor Ort bekannt zu machen und herauszustellen. So kann man sich hervorragend als Alternative zum OES Markt behaupten.*

**zu 2)** *All unsere Aktivitäten sind darauf ausgerichtet, die Zukunft der freien Werkstätten, des freien Servicemarktes zu sichern. Weil die Kundenbeziehung in der Tat eine sehr wichtige Rolle spielt, ist insbesondere die Aktivität WERKSTATT DES VERTRAUENS sehr wichtig, uns in diesen Bemühungen zu unterstützen.*



**Stephan Westbrock,**  
Geschäftsführer

**zu 1)** *Zunächst einmal möchte ich zum Ausdruck bringen, dass es sich bei der Brancheninitiative WERKSTATT DES VERTRAUENS aus meiner Sicht nicht um einen Wettbewerb handelt. Ein solcher hat klar definierte Bewertungskriterien, wie etwa bei dem Wettbewerb "Werkstatt des Jahres". Wichtig und Bedeutsam an der Brancheninitiative WERKSTATT DES VERTRAUENS ist vor allem, dass der Werkstattkunde hier sein Urteil abgeben kann. Dadurch wird die Leistung einer freien Kfz Werkstatt völlig unvoreingenommen bewertet, nämlich von ihrem Kunden. Dies ist aus meiner Sicht für die freie Kfz Werkstatt eine äußerst wichtig Grundlage und Motivation für die eigene Leistung und deren Weiterentwicklung.*

**zu 2)** *Die Zukunftsplanung unseres Unternehmens ist zu 100 % auf die freie Kfz*

Werkstatt ausgerichtet. Die regionale Kompetenz und Leistungsfähigkeit der unserem Unternehmen angeschlossenen Fachhandelsbetriebe richtet sich zu 100 % an den Bedürfnissen der freien Kfz-Werkstatt aus. Die freie Kfz-Werkstatt ist die Grundlage unseres Geschäfts, und mit ihren Bedürfnissen und Anforderungen für die eigene Zukunft ein fester Bestandteil unserer Zukunftsplanung.



**BERNER**

EXPERTEN AUS  
LEIDENSCHAFT

**Michael Wirth,  
Marktmanager Kfz  
der Albert Berner  
Deutschland GmbH**

**zu 1)** Die Albert Berner Deutschland GmbH unterstützt die WERKSTATT DES VERTRAUENS dieses Jahr erstmalig als Sponsor. Die steigende Teilnehmeranzahl verdeutlicht die zunehmende Akzeptanz dieses Wettbewerbs. Gerade in der aktuellen wirtschaftlichen Situation kommt solchen Aktionen ein besonderer Stellenwert zu, denn das Vertrauen der Kunden und eine gute Kundenbeziehung stellen für den freien Pkw-Reparatur- und Servicemarkt einen entscheidenden Erfolgsfaktor dar.

**zu 2)** Die Freien Reparaturwerkstätten stellen im Pkw-Reparatur- und Servicemarkt eine entscheidende Größe dar und sind auch für uns von großer Bedeutung. Wir sehen uns nicht nur als Lieferant sondern als Partner für die freien Werkstätten. Deshalb bieten wir nicht nur Werkzeuge und Verbrauchsmaterial an, sondern geben den Werkstätten auch Unterstützung, um ihre Auslastung zu erhöhen und um ihre Dienstleistung besser zu vermarkten.



telegate<sup>•</sup>MEDIA

**Ulrich Zabel,  
Geschäftsleitung**

**zu 1)** Dieser Wettbewerb verschafft allen teilnehmenden freien Kfz-Werkstätten die Möglichkeit der klaren Differenzierung gegenüber dem Wettbewerb durch eine persönliche Note. Der Kunde versteht schon lange nicht mehr, welche Reparaturen beim Wagen überhaupt notwendig sind, und ist daher auf die Aussagen eines Kfz-Experten angewiesen. Die Reparatur wird zur Vertrauenssache. WERKSTATT DES VERTRAUENS steht für ein faires Preis/Leistungsverhältnis, hervorragenden Service und persönliche Betreuung.

**zu 2)** Uns ist es wichtig, langfristig mit Dienstleistern zusammenzuarbeiten, die die Sprache ihrer Kunden sprechen. Wir möchten ihnen Vorschläge unterbreiten, wie über die digitalen Medien Kunden gewonnen werden können. Die Freie Werkstatt kann sich nicht auf den Vertrag mit einer großen Marke stützen, sondern ist gezwungen, bewusst auf einen hohen Servicefaktor und breites technisches Know-How zu setzen, um konkurrenzfähig zu bleiben. Wir setzen künftig auf Partner, wie die Freie Werkstatt, die durch ihr Kundenwissen täglich mit exzellentem Service überraschen.

#### Stimmen der Teileindustrie:

1. Welchen Stellenwert hat der Wettbewerb WERKSTATT DES VERTRAUENS 2010 für den Freien Pkw-Reparatur- und Servicemarkt aus Ihrer Sicht, schließlich ist die Werkstatt der Entscheider, wenn es um die Qualität und Marke der eingesetzten Teile geht?

2. In der Zukunft wird sich der Freie Markt auch neuen Herausforderungen stellen müssen. Dabei wird neben technischen Herausforderungen und Fachwissen die Beziehung zum Kunden immer mehr zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor. Welche Bedeutung nimmt die Freie Werkstatt in Ihrer Zukunftsplanung ein?



ARUA

**Ulrich Schnieder,  
Geschäftsführer ARUA  
und Vertriebsleiter  
D-A-CH Aftermarket &  
Special OE, Hella**

**zu 1)** Die Anforderungen an die Werkstätten werden für die Zukunft stetig steigen. Gerade die immer schneller zunehmende Komplexität der Elektronik im Fahrzeug stellt die Werkstatt vor großen Herausforderungen. Auch die Kunden werden anspruchsvoller. Denn der Werkstattkunde möchte eine qualitativ gute, aber auch preiswerte und eine schnelle Reparatur. Daher muss sich die Werkstatt dieser Dynamik mit verstärkten Investitionen in Diagnose, Weiterbildung, einem modernen, attraktiven Geschäftsauftritt und mit überzeugendem, qualitativ hohen Service stellen. Unter anderem schafft ein attraktives Erscheinungsbild, gepaart mit technischem Know-how und der Verwendung von Markenprodukten bei dem Verbraucher Vertrauen. Die Initiative WERKSTATT DES VERTRAUENS bietet der Freien

Werkstatt die Möglichkeit, sich ein Spiegelbild vom Kunden einzuholen, um sich auf Basis dieser Kundenbewertung gezielt zu verbessern. Denn Vertrauen hat auch immer etwas mit Partnerschaft zu tun: Ist der Kunden von den Leistungen der Werkstatt überzeugt – und bemerkt er eine positive Weiterentwicklung "seiner" Werkstatt – dann ist das ein wichtiger Schritt für dauerhafte Kundenbindung.

**zu 2)** Wir setzen uns aktiv für die Erhaltung der Chancengleichheit zwischen dem freien und gebundenem Kfz-Servicemarkt ein. Die Mitglieder der ARUA qualifizieren die freien Werkstätten mit Schulungen und technischen Informationen – auch Online oder im Rahmen unserer speziellen Werkstattkonzepte. Damit kann die Werkstatt ihrem Kunden ein Höchstmaß an Zuverlässigkeit, verbunden mit einer professionellen Reparatur, anbieten.



BERU

**Niko Johannidis,  
Sales Manager  
Deutschland,  
Österreich, Schweiz**

**zu 1)** Freie Werkstätten sind mit ihren individuellen Leistungen eine attraktive Alternative für qualitäts- und preisbewusste Autofahrer, wenn es um fachmännische Reparaturen und professionellen Service geht. In Zeiten der Krise gilt das mehr als je zuvor. Der Wettbewerb WERKSTATT DES VERTRAUENS trägt als Gütesiegel für qualitativ hochwertige Werkstattarbeit mit Qualitätsprodukten entscheidend dazu bei, bereits bestehende Kundenbeziehungen zu festigen, neue Kunden zu gewinnen und damit für die Zukunft gewappnet zu sein.

**zu 2)** Wie wichtig Freie Werkstätten als Partner von BERU sind, belegt bereits ein Blick in die Statistiken des aktuellen DAT-Reports. Bei Verschleißreparaturen konnten die „Freien“ 2008 einen Marktanteil von 38 % erringen, 2007 waren es noch 33 %. Die Traditionsmarke BERU unterstützt Freie Werkstätten und stärkt ihre Position am Markt. Unter anderem mit einer professionell besetzten technischen Telefon-Hotline, mit Schulungen, mit technischen Verkaufsberatern und einer Vielzahl von effektiven Maßnahmen zur Kundenbindung. Und natürlich mit BERU Markenprodukten vom Weltmarktführer für Glühkerzen und führendem Hersteller für Zündungstechnik, der nahezu alle Automobil- und Motorenhersteller der Welt zu seinen Kunden zählt.



**Michel Kupzig,  
Geschäftsführer**

**zu 1)** Die Stärke des Konzepts WERKSTATT DES VERTRAUENS liegt in seinem hohen Nutzwert für die Werkstatt. Indem Werkstätten ihre Kunden über ihre Serviceorientierung abstimmen lassen, signalisieren sie, dass ihnen Kundenzufriedenheit wichtig ist. Sie erhalten ein ehrliches Feedback und können sich damit besser gegenüber den Vertragswerkstätten positionieren. Caramba schätzt die Freien Werkstätten in Deutschland für die hohe Qualität ihrer Arbeit und ihr Markenbewusstsein. Deshalb begrüßt und unterstützt Caramba auch den Wettbewerb WERKSTATT DES VERTRAUENS.

**zu 2)** Für Caramba ist die Freie Werkstatt traditionell eine der wichtigsten Kundengruppen, wenn nicht gar die wichtigste. Das soll auch so bleiben. Denn die Freie Werkstatt steht für Nähe zum Kunden, für Vertrauen und einen professionellen Service. Deshalb entwickelt und produziert Caramba – übrigens ausschließlich in Deutschland – maßgeschneiderte Profi-Lösungen, die ihr zu mehr Effizienz und optimalen Ergebnissen verhelfen. Denn sicher scheint: Der Marktdruck wird in Zukunft weiter zunehmen.



**Thomas Schäfer,  
Geschäftsführer**

**zu 1)** Werkstätten geben bei der Beratung und Auftragsannahme ein Leistungsversprechen zum Kunden hin ab. Hier spielt bereits das "Vertrauen" eine zentrale Rolle. Denn die Werkstattkunden erwarten zu Recht, dass das Fahrzeug nach dem Werkstattbesuch in Funktion, Komfort und Wert ihre Erwartungen erfüllt. Dazu gehört auch die Qualität der eingesetzten Teile. Natürlich erfüllen Ersatzteile in Erstausrüstungsqualität die Funktionen, so wie es die Fahrzeugingenieure vorgesehen haben, am besten. Die Werkstatt muss allerdings die Gradwanderung bestehen, zwischen diesem eigenen Qualitätsanspruch und der Preissensibilität ihrer Kunden zu bestehen. Darin liegt das Vertrauen der Kunden in ihre Werkstatt begründet: Dass nicht an der Qualität gespart wird. Werden nicht adäquate

Ersatzteile verbaut -unabhängig davon, wie diese beworben wurden- führt dies zu Unzufriedenheit beim Kunden und fällt ausnahmslos auf die Werkstatt zurück. Besonders, wenn der Kunde von der Werkstatt nicht über mögliche Konsequenzen der Verwendung von vermeintlich geldsparenden Nachbauprodukten informiert wurde. Durch den Wettbewerb WERKSTATT DES VERTRAUENS wird das Qualitätsversprechen im freien Markt immer wieder auf Erfolg getestet. Das sichert die Zukunft des freien Marktes für Werkstätten, Handel und Industrie. Auch -und besonders- weil der Qualitätsanspruch der Freien Werkstatt nicht nur seiner eigenen Leistung, sondern auch den von ihr verbauten Produktmarken gilt. Entsprechend hoch ist der Stellenwert dieses Wettbewerbes für uns als Teil der Unternehmensgruppe Freudenberg, einem weltweit führenden Automobilzulieferer.

**zu 2)** CORTECO ist bewusst als eigene Gesellschaft der Freudenberg Gruppe für den freien Ersatzteilmarkt tätig. So kann mit einem klaren Fokus auf die Anforderungen und Notwendigkeiten des freien Marktes gehandelt werden. Freudenberg folgt hier konsequent seiner Grundüberzeugung als Familienunternehmen: der Konzentration auf den Kundennutzen durch marktorientiertes Unternehmertum. Heute bieten wir mit über 18.000 Produkten ein umfangreiches Sortiment an Dichtung- und schwingungstechnischen Produkten, sowie Innenraumfilter. Mit diesen Produktgruppen werden im Seriengeschäft jährlich über 2 Mrd. € Umsatz erwirtschaftet. Durch diese führende Position bietet CORTECO Zugang zu den neuesten Produktinnovationen, wie der entkoppelten Riemenscheibe oder dem Simmerring® mit Encoder. Die meisten Freudenberg-Produktionsstätten liegen nach wie vor in Deutschland und Europa. Diese kurzen Wege bieten den Vorteil von Werksführungen, Produktschulungen und technische Informationen mit einem klaren Qualitätsfokus. Somit wird CORTECO weiterhin in Schulungen, Technik, Logistik und Verkaufunterstützung investieren, um die Freien Werkstätten zu unterstützen. Daher können die Kundenbeziehungen langfristig und vertrauensvoll und damit erfolgreich ausgebaut werden!



**Rolf Beckmann,  
Vertriebsleitung  
Gedore Deutschland**

**zu 1)** GEDORE unterstützt die Aktion WERKSTATT DES VERTRAUENS seit Beginn. Die

"Freien" stehen für gute Arbeit und gute Arbeit kann nur mit gutem Werkzeug erledigt werden. GEDORE-Produkte stehen für Sicherheit und Zuverlässigkeit, das deckt sich mit den Ansprüchen der Freien Werkstätten. Wir passen bestens zusammen! Dies wollen wir mit unserer Teilnahme unterstreichen.

**zu 2)** GEDORE sieht die Freien Werkstätten als Partner im Markt - auch in der Zukunft. Wir wissen, dass dort gutes Werkzeug geschätzt wird und im Einsatz ist. Hier bestimmt der Meister noch selbst, womit er schraubt und welchem Werkzeug er sein Vertrauen schenkt. Er kann sich auf unsere Produkte verlassen. Wir werden auch in den nächsten Jahren die "Freien" auf diesem schwierigen Weg begleiten.



**Frank Wörth,  
Sales Manager Europe  
Central**

**zu 1)** Die SKF GmbH ist seit Anbeginn dieser Aktivitäten "Förderer". Wir sehen in der weiterführenden Kommunikation, bis hin zum Autofahrer, ein mehr als sinnvolles Muss, um die qualitativ hochwertigen Arbeiten unter Berücksichtigung der angebotenen Leistungsbausteine unserer Freien Mehrmarken-Werkstätten eben auch - analog zu den Aktivitäten der Vertragshändler - auf ein kommunikativ informatives Niveau zu bringen. Darüber hinaus ist es für die teilnehmenden Betriebe offensichtlich ein Ansporn, sich vom Wettbewerber um die Ecke "qualitativ" zu differenzieren und somit seinen Betrieb in eine gesicherte Zukunft zu lenken. Getreu dem Motto "der Wettbewerb schläft nicht".

**zu 2)** Seit Jahren fokussieren wir bereits in unserem täglichen Streben auf die Freie Mehrmarken-Werkstatt. Wie Sie den jüngsten Statistiken entnehmen können, werden die Netze der Vertragshändler weiter ausgedünnt und es wird ohne Frage Autofahrer geben, die nicht gewillt sind, mehrere Kilometer zurück zu legen, um Ihre Autos warten, oder reparieren zu lassen. Sofern die ortsansässige Freie Mehrmarken - Werkstatt in diesem Zusammenhang neben dem guten und bekannten Image (z. B. WERKSTATT DES VERTRAUENS), auch über das notwendige technische Equipment und Know-how verfügt, dürfen wir hier mit einem zeitlich früheren und höherem Zulauf rechnen, d.h. die Optimierung der Auslastung der Mehrmarken - Werkstätten.