




Management Summary der Studie „Qualität im Service – Eine Bestandsaufnahme“

Grundlagenerhebung für das Kfz-Service-Symposium Automechanika 2014

Qualität im Servicebereich – Eine Bestandsaufnahme



Im Duden findet sich die Bedeutung von Qualität als „Gesamtheit der charakteristischen Eigenschaften (einer Sache, Person); Beschaffenheit“. Besonders im Servicebereich treffen sehr unterschiedliche Aspekte des Qualitätsbegriffs aufeinander. Hier geht es um Produkte, Teile, Dienstleistungen, Prozesse und Verhalten, die allesamt Einfluss auf die Frage der Qualität des „Betrachtungsobjektes Service“ haben.

Ergänzt man diese komplexen Zusammenhänge durch die beiden Perspektiven, aus denen die Werkstattkunden auf der einen und die Werkstattmitarbeiter auf der anderen Seite die Qualität im Servicebereich wahrnehmen und bewerten, erhalten wir das Setting für die vorliegende Studie.

Zielsetzung der Studie

Das Ziel der vorliegenden Studie ist es, Unterschiede und Gemeinsamkeiten, die sich aus den beiden unterschiedlichen Perspektiven auf den Qualitätsbegriff im Servicebereich ergeben können, herauszuarbeiten.

Beschreibung der Methode und Stichproben

Die Erhebung erfolgt in zwei getrennten Online-Stichproben, eine für Werkstattkunden und eine für Werkstattmitarbeiter. Mit zwei auf die Zielgruppen angepassten, strukturierten Fragebögen wird zu Beginn eine freie Assoziation zu Servicequalität im Allgemeinen, danach die gestützte Assoziation für Servicequalität im Werkstattbereich im Besonderen abgefragt. Anschließend werden die Probanden zu Lob und Kritik in Bezug auf den jeweils letzten Werkstattbesuch bzw. zu Bewertungen der eigenen Serviceleistungen befragt und zum Schluss gebeten, vorformulierte Statements zu Aspekten der Servicequalität in Werkstätten nach Wichtigkeit zu ranken.

Insgesamt werden 600 Werkstattkunden und 230 Mitarbeiter von Werkstätten befragt. Die durchschnittliche Interviewdauer beträgt bei den Werkstattkunden fünf Minuten und den Werkstattmitarbeitern 12 Minuten.

Assoziation „Servicequalität allgemein“

- Die drei am häufigsten genannten Assoziationen der Werkstattkunden zur Servicequalität allgemein sind Freundlichkeit (13,3%), Hilfsbereitschaft (7,4%) und Kompetenz (7,3%). Clustert man die Nennungen in semantische Kategorien, können der Kundenorientierung (41,8%) und dem Informationsmanagement (21,3%) die meisten Nennungen zugeordnet werden.
- Die drei am häufigsten genannten Assoziationen der Werkstattmitarbeiter zur Servicequalität allgemein sind Freundlichkeit (11,9%), Kompetenz (8,8%) und Arbeitsqualität (8,4%). Geclustert können die meisten Nennungen ebenfalls der Kundenorientierung (30,9%) und dem Informationsmanagement (26,0%) zugeordnet werden.
- Demnach ist die Wahrnehmung von Servicequalität allgemein auf beiden Seiten des „Werkstattresens“ nahezu identisch.

Assoziation „Servicequalität Werkstatt“ mit Ranking „Serviceaspekte Werkstatt“

- Wird in der freien Assoziation zur Servicequalität im Werkstattbereich noch der günstigste Preis von den Werkstattkunden am häufigsten genannt (13,6%), so relativiert sich dieser Eindruck, wenn man das Ranking betrachtet: Die drei wichtigsten Aspekte in Bezug auf die Servicequalität im Werkstattbereich sind absteigend Fairness / Ehrlichkeit, Vertrauen und Preis-Leistungs-Verhältnis.
- Ein ähnlicher Zusammenhang zeigt sich auch bei den Werkstattmitarbeitern, deren häufigste Assoziation zur Servicequalität im Werkstattbereich die korrekte Durchführung (18,4%) ist. Im Ranking dagegen werden erneut fast analog zu den Werkstattkunden die Aspekte Fairness / Ehrlichkeit, Vertrauen und Kundenorientierung auf den vorderen Plätzen gesehen.

Lob und Kritik zum letzten Werkstattbesuch

- Werden die Befragten nach ihren konkreten positiven wie negativen Erfahrungen zu Ihrem letzten Werkstattbesuch befragt, ergänzt sich das Bild: Die drei am häufigsten genannten positiven Erfahrungen beziehen sich auf schnelle Erledigung (16,3%), Freundlichkeit (11,3%) und Preis (6,5%). Clustert man die Nennungen in semantische Kategorien, werden Kundenorientierung (26,3%) und Zeitmanagement (25,9%) am häufigsten genannt.
- Etwas mehr als die Hälfte der Befragten (50,5%) hatte offensichtlich gar nichts am letzten Werkstattbesuch zu kritisieren. Die drei von der anderen Hälfte am häufigsten genannten negativen Erfahrungen sind verbunden mit dem Preis (10,3%), der Freundlichkeit (3,5%) und Wartezeiten (3,3%). Die semantische Zusammenfassung der Kategorien bestätigt häufige negative Erfahrungen mit der Preisstellung (10,5%) und der Kundenorientierung (9,8%).

Bewertung der eigenen Prozesse im Werkstattbereich

- Die drei am häufigsten durch die Werkstattmitarbeiter genannten positiv bewerteten Aspekte sind die Werkstattannahme (10,5%), Arbeitsvorbereitung und interne Kommunikation (6,8%) sowie korrekte Durchführung der Werkstattarbeiten (6,8%). In semantische Kategorien geclustert, können den Servicekernprozessen (32,5%) und dem Qualitätsmanagement (21,8%) die meisten Nennungen zugeordnet werden.
- Die drei Aspekte mit dem höchsten Optimierungsbedarf sind aus Sicht der Werkstattmitarbeiter die Arbeitsvorbereitung und interne Kommunikation (16,7%), die Werkstattannahme (10,5%) und das Termin-/Zeitmanagement (6,0%). Die semantische Zusammenfassung der Kategorien bestätigt den stark differenzierenden Blick auf die Servicekernprozesse (49,3%) sowie ergänzend das Zeitmanagement (11,7%).

Zusammenfassung und Fazit

- Die Ergebnisse lassen den Schluss zu, dass die Perspektiven von Anbietern und Kunden auf Servicequalität gar nicht so unterschiedlich sind.
- Im Wesentlichen verbinden beide Gruppen Servicequalität allgemein mit „soft skills“ im Rahmen von Kundenorientierung und Informationsmanagement, und bewerten im direkten Bezug zu Werkstattleistungen die Begriffe „Fairness / Ehrlichkeit“ und „Vertrauen“ am höchsten.
- Dieses Ergebnis wird durch die Bewertung des konkreten letzten Werkstattbesuches ergänzt: Die Differenzierung in der Wahrnehmung und Bewertung wird am deutlichsten in Aspekten der Kundenorientierung und Preisstellung. Diese werden sowohl positiv als auch negativ häufiger genannt.
- Die kritische Sicht der Werkstattmitarbeiter auf die Abläufe im eigenen Unternehmen offenbart einen differenzierten Blick auf die Servicekernprozesse, von denen etwa ein Drittel der Werkstattmitarbeiter positive Aspekte und etwa die Hälfte optimierungswürdige Aspekte aufzeigen. Während Aspekte des Qualitätsmanagements häufiger positiv erwähnt werden, weisen die kritischen Nennungen in Bezug auf das Zeitmanagement Potenziale auf.
- Aus Sicht der Werkstattkunden bemisst sich die Qualität des Werkstattbesuchs vornehmlich an weichen Faktoren und dem Informationsbedürfnis, während das Werkstattpersonal neben der Kundenorientierung die eigenen Prozessabläufe und das Terminmanagement im Fokus hat.

LDB Gruppe

Speed up your Business



Kontakt Automotive Team:

Telefon: +49 30 390 444

E-Mail: studien@ldb-mica.de

LDB Mica Research GmbH | LDB Gruppe | Goslarer Platz 8-9 | 10589 Berlin

LDB Mica Research ist als weltweit agierendes Full-Service-Institut der Garant für seriöse Marktforschung und somit Ihr optimaler Partner für zielgerichtetes und erfolgreiches Marketing- und Vertriebshandeln. Unsere Kernkompetenz ist es, auf allen Kanälen zielgruppenspezifische Informationen repräsentativ zu ermitteln, diese verlässlich zu analysieren und in Form von konkreten Handlungsempfehlungen nutzerfreundlich auszuwerten. Dabei legen wir unseren Fokus stets auf ganzheitliches Denken.

Die LDB Mica Research ist eine eigenständig operierende Einheit der LDB Gruppe, ISO9001 zertifiziert und Mitglied der ESOMAR sowie im BVM.