



Internetplattformen

Online neue Kunden gewinnen

45 Prozent der Fabrikathändler und 37 Prozent der freien Betriebe nutzen Werkstattportale

Gut ein Viertel der markengebundenen Autohäuser und sieben Prozent der Freien Werkstätten vermarkten ihre Ersatzteile und Zubehörartikel über ein Internetportal. 38 beziehungsweise 29 Prozent favorisieren dabei externe Plattformen wie Ebay Motors und Autoscout24. Dies ergab die Branchenindexbefragung der Redaktion.

Etwa zwei Drittel der Kunden, die ihre Ersatzteile von

Kfz-Betrieben online kaufen, lassen sie dort auch einbauen. Bei rund 60 Prozent dieser Werkstätten beträgt der Umsatz aus dem Onlinegeschäft am gesamten Teileumsatz durchschnittlich fünf Prozent.

Jedes fünfte Unternehmen, das bisher noch keine Ersatzteile und Zubehörartikel über Internetportale verkauft, hat schlichtweg „keinen Bedarf“. Zu den weiteren Ablehnungsgründen zählen: „Die Online-

plattformen bringen mir nicht mehr Kunden“ (18 Prozent), „Der Aufwand ist zu groß“ (15 Prozent), „Ich erwirtschafte keinen ausreichenden Deckungsbeitrag“ (13 Prozent) und „Die Preistransparenz im Internet ist zu hoch“ (7 Prozent).

Betriebe kooperieren mit Autoscout24

Auf die Frage „Bieten Sie auch Serviceleistungen über Werkstattportale an?“ antworteten 45 Prozent der Fabrikatsbetriebe und 37 Prozent der Freien Werkstätten mit „Ja“. Bemerkenswert ist hier, dass von ihnen 40 beziehungsweise 22 Prozent bereits mit Autoscout24 zusammenarbeiten. Die Internetplattform von Ebay Motors nutzen dagegen nur zwei Prozent der markengebundenen Autohäuser und drei Prozent der unabhängigen Servicebetriebe. Über die Internetportale offerieren die Kfz-Betriebe in erster Linie Wartun-

gen und Inspektionen (75 Prozent), gefolgt von Verschleißreparaturen (42 Prozent), dem Reifenservice (24 Prozent) und von Arbeiten an Blechschäden (15 Prozent). Wie im Teilegeschäft beträgt auch hier der Umsatz aus dem Onlinegeschäft am gesamten Werkstatteerlös bei rund 60 Prozent der Befragten durchschnittlich fünf Prozent.

Knapp 60 Prozent der Vertragspartner der Automobilhersteller und Inhaber von Freien Werkstätten nutzen die Werkstattportale, um neue Kunden zu gewinnen. Gut ein Drittel will mithilfe der Internetplattformen die Werkstattauslastung erhöhen und 28 Prozent den Bekanntheitsgrad steigern.

Norbert Rubbel

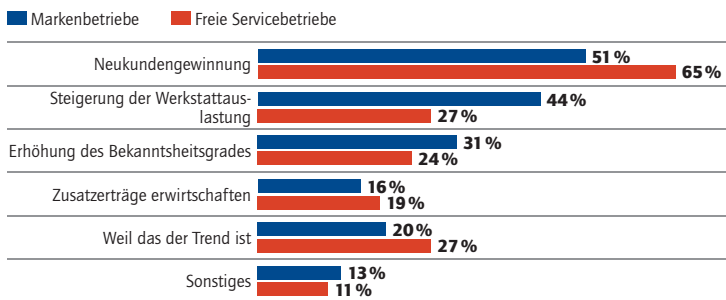
kfz-betrieb DIGITAL

Unser BIX-Archiv finden Sie unter www.kfz-betrieb.de/branchenindex.

GRÜNDE FÜR WERKSTATTPORTALE

kfz-betrieb

Warum bieten Sie Werkstatteleistungen über Onlineportale an?



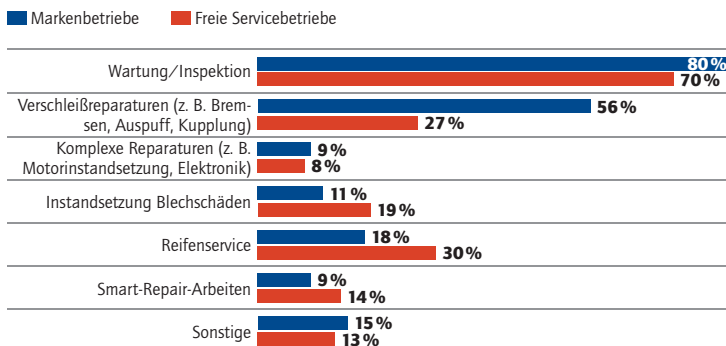
Quelle: BBE Automotive/*kfz-betrieb*

Mit ihren Onlineangeboten wollen die Kfz-Betriebe vor allem neue Kunden gewinnen und ihre Werkstatt auslasten.

ONLINEANGEBOTE

kfz-betrieb

Welche Werkstatteleistungen werden online nachgefragt?



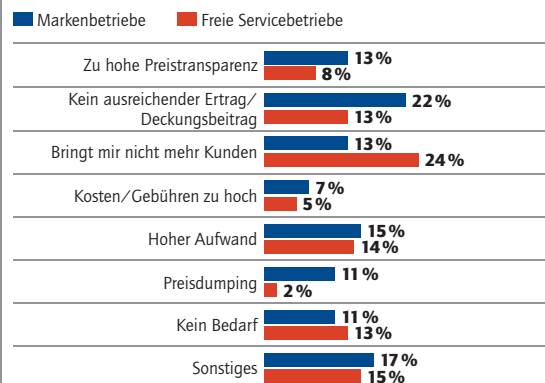
Quelle: BBE Automotive/*kfz-betrieb*

In erster Linie fragen die Werkstattkunden nach Inspektionsangeboten und Verschleißreparaturen. Aber auch Karosseriearbeiten werden nachgefragt.

ABLEHNUNGSRÜNDE

kfz-betrieb

Warum bieten Sie keine Werkstatteleistungen über Onlineportale an?



Quelle: BBE Automotive/*kfz-betrieb*

Knapp ein Viertel der Fabrikathändler meint, dass sie keine ausreichenden Erträge erwirtschaften, wenn sie Leistungen über Werkstattportale anbieten.