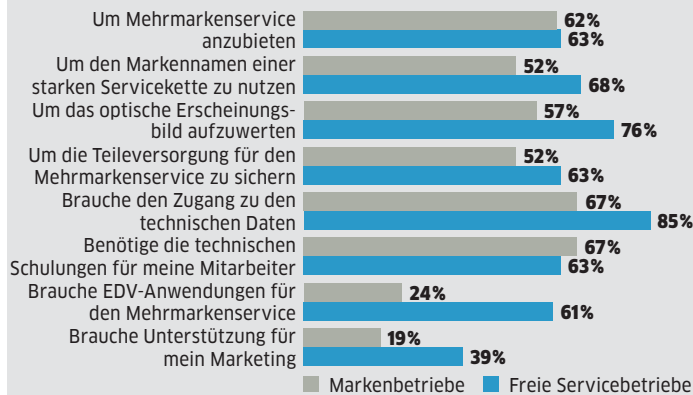


BRANCHENINDEX: PARTNER VON WERKSTATTKONZEPTEN

Auslastung und Umsatz gesteigert

Gründe für den Konzeptanschluss

Warum haben Sie sich einem Werkstattkonzept angeschlossen?



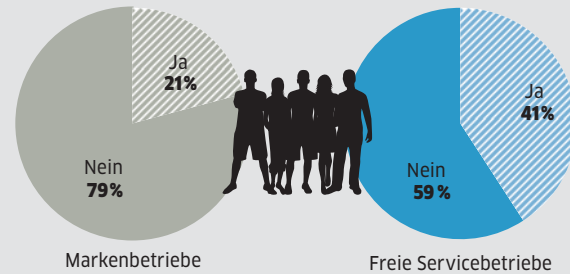
62% der Fabrikatbetriebe und 63 Prozent der Freien Werkstätten wollen den Mehrmarkenservice anbieten.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Anteil der Konzeptpartner

Sind Sie Partner eines Werkstattkonzepts?



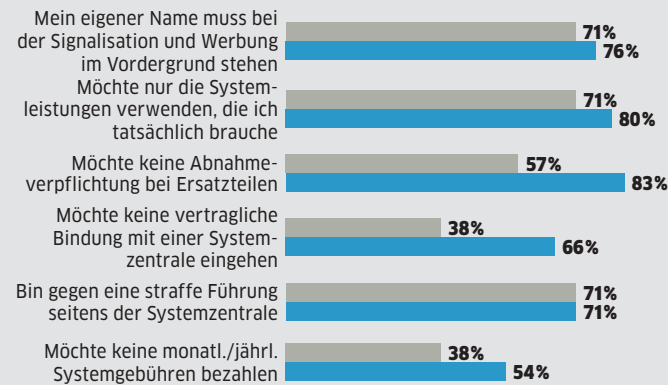
Jeder fünfte Fabrikathändler hat sich bereits einem Werkstattkonzept des freien Markts angeschlossen.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Ansprüche der Konzeptnehmer

Welche Anforderungen stellen Sie an die Zentralen der Werkstattkonzepte?



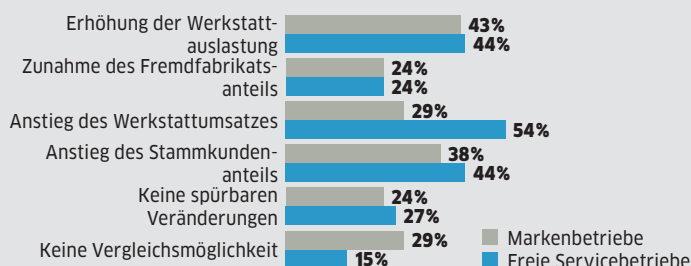
Etwa drei Viertel der Befragten wollen, dass ihr Name bei der Signalisation und in der Werbung im Vordergrund steht.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Entwicklung nach dem Konzeptanschluss

Wie hat sich Ihr Servicegeschäft nach dem Konzeptbeitritt entwickelt?



Rund 44 Prozent aller Befragten konnten mithilfe eines Werkstattkonzepts die Auslastung ihrer Mechaniker erhöhen.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Bereits jeder fünfte Vertragspartner eines Automobilherstellers und 41 Prozent der Inhaber von Freien Werkstätten haben sich einem Werkstattkonzept wie Bosch-Car-Service, Autofit oder Meisterhaft angeschlossen. Rund zwei Drittel der Konzeptnehmer taten dies, „um den Mehrmarkenservice anbieten zu können“. Dies ergab die Branchenindexbefragung der Redaktion.

Als weitere wichtige Gründe für den Konzeptbeitritt gab die Mehrheit der Befragten an: „Wir brauchen den Zugang zu den technischen Daten der Fahrzeughersteller“ und „benötigen die technischen Schulungen für unsere Mitarbeiter“ (s. Grafik li. o.).

Dass sich der Anschluss an ein Werkstattkonzept für viele Kfz-Betriebe gelohnt hat, zeigen die folgenden Ergebnisse: Knapp 30 Prozent der markengebundenen Autohäuser und 54 Prozent der unabhängigen Servicebetriebe konnten ihre Werkstattumsätze steigern. In 44 Prozent aller befragten Unternehmen erhöhte sich die Auslastung der Mechaniker.

Auf die Frage „Welche Anforderungen stellen Sie an die Zen-

trale eines Werkstattkonzepts?“ sagten rund drei Viertel der Betriebsinhaber: „Mein eigener Name muss bei der Signalisation und in der Werbung im Vordergrund stehen.“ Zudem lehnen 71 Prozent eine straffe Führung seitens der Systemzentrale ab.

Werkstattketten wie Bosch-Car-Service und Auto-Crew sind Franchisekonzepte. Deren Werkstattpartner sind dazu verpflichtet, klar definierte Standards wie CI-Vorgaben, Mitarbeiterqualifizierung und eigene Werkstatttests umzusetzen. Der Aussage, dass Franchisekonzepte gegenüber partnerschaftlich geführten Serviceketten Wettbewerbsvorteile besitzen (wie ihre Geber behaupten), stimmen 63 Prozent der Vertragshändler und 46 Prozent der Inhaber von unabhängigen Kfz-Betrieben allerdings nicht zu. Sie befürchten, dass sie als Franchisenehmer ihre eigene Identität und unternehmerische Freiheit verlieren könnten.

NORBERT RUBBEL

kfz-betrieb DIGITAL

Unter www.kfz-betrieb.de/branchenindex finden Sie das Branchenindex-Archiv.