



For Better Decisions

ZF Trading ServiceBarometer 2. Quartal 2007

– Einzelergebnisse–

von
puls Marktforschung GmbH
Niklas Haupt
Röthenbacherstr.2
90571 Schwaig
Tel.: 0911 - 95 35 400
Fax: 0911 - 95 35 404
haupt@puls-navigation.de
www.puls-navigation.de

24. Mai 2007





A.

Studiendesign

Seite 2

B.

Einzelergebnisse

Seite 4



- **Stichprobe**

Gesamtstichprobe (Nettofallzahl) - gewichtet: **n = 300**

Markenwerkstätten: n = 150

Freie Werkstätten: n = 150

- **Erhebungsmethode**

Online Interviews per E-Mail Einladung

- **Erhebungszeitraum**

21. Mai 2007 - 24. Mai 2007

- **Interviewdauer**

ca. 3 Minuten

- **Konzeption, Analyse, Interpretation und Handlungsempfehlungen**

puls Marktforschung GmbH, Nürnberg



A.

Studiendesign

Seite 2

B.

Einzelergebnisse

Seite 4

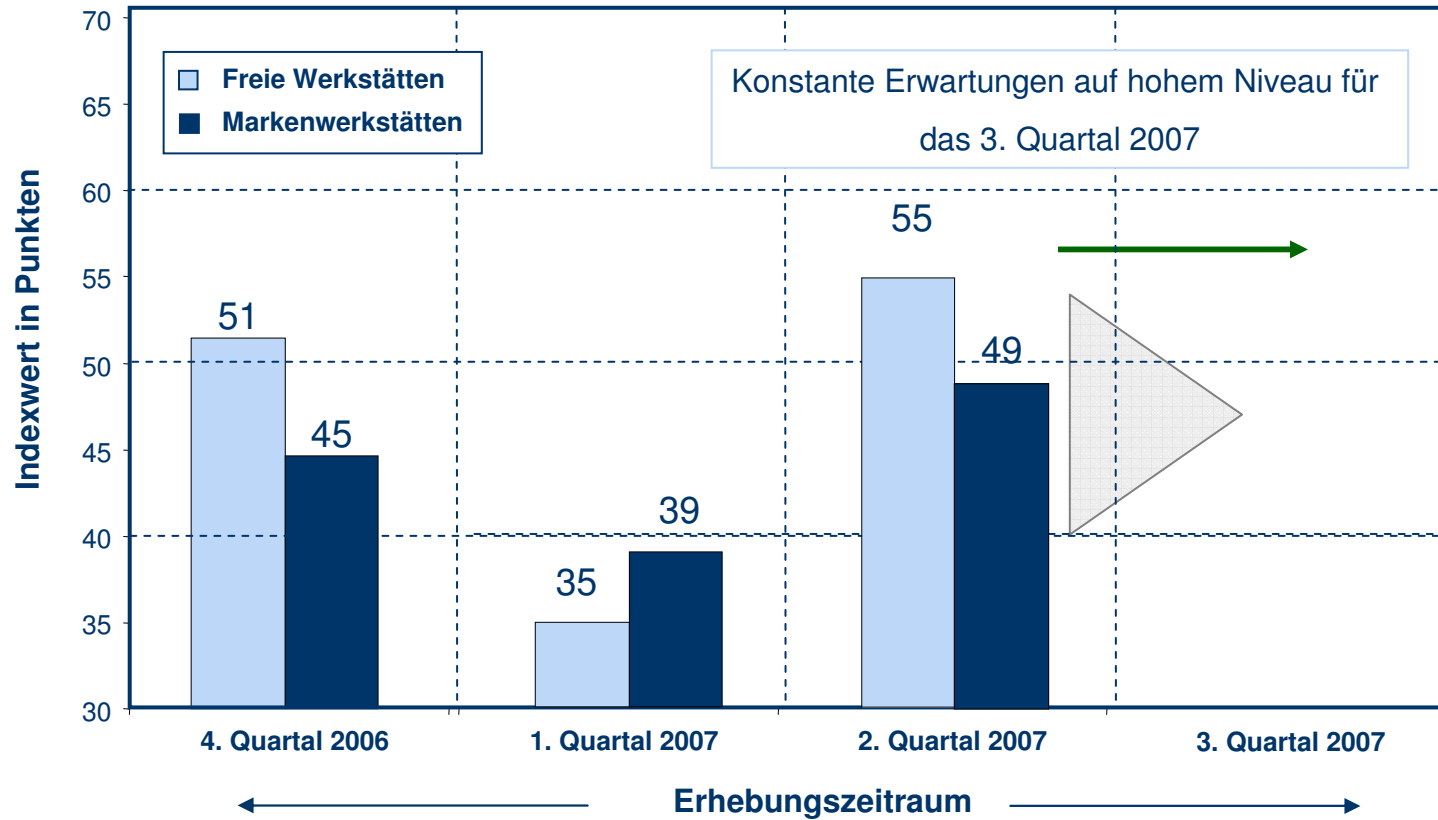


Der ZF ServiceBarometer Index berechnet sich über die aktuelle und erwartete Werkstattauslastung – starke Zukunftsorientierung!



ZF ServiceBarometer - Index

Basis: N=300





Das ZF ServiceBarometer steigt – klare Steigerung insbesondere bei freien Werkstätten!



Kennzahlenübersicht 2.Quartal 2007

Basis: N=300

Kennzahlen	Werkstatttyp			
	Markenwerkstatt (n=150)		Freie Werkstatt (n=150)	
	2.Quartal 2007	1.Quartal 2007	2.Quartal 2007	1.Quartal 2007
ServiceBarometer Indexwert	49 ↑	39	55 ↑	35
Werkstattauslastung (05/2007)	85,0% ↑	73,0%	76,2% ↑	59,3%
Teilequote (Teileumsatz in Euro je verkaufte Werkstattstunde)	94,5 €	92,2 €	58,3 €	68,3 €
Werkstattdurchgänge insgesamt (05/2007)	397,1	292,1	125,6	90,1
Werkstattdurchgänge im Karosseriebereich (05/2007)	51,9	38,0	10,3	10,2
Synthetikölanteil am Gesamtölumsatz	59,4%	61,9%	49,8%	49,3%
Erwartete Werkstattauslastung für das kommende 3. Quartal (Juli - Sept. 2007)	80,8%	82,2%	71,9%	72,0%
Zufriedenheit mit der Auftragslage für das kommende 3. Quartal (Juli – Sept. 2007) <small>*- 4=sehr zufrieden, ..., 1=unzufrieden -</small>	2,7 ↑	2,4*	2,7 ↑	2,4*



12,4% bzw. 15,3% der Werkstattkunden verlangen nach einem Rabatt!



Rabattverhalten der Kunden im Werkstattbereich

- Frage 1: Welcher Anteil Ihrer Werkstattkunden verlangt aktiv (von sich aus) nach einem Rabatt? Wie viel reinen Barnachlass haben Sie durchschnittlich auf den ursprünglich kalkulierten Angebotspreis (Kostenvoranschlag in Netto) bei Reparaturen für Teile / für reine Arbeitskosten gewährt?

Basis: N=300

Kennzahlen	Werkstatttyp	
	Markenwerkstatt (n=150)	Freie Werkstatt (n=150)
Anteil Kunden, die <u>aktiv nach Rabatt</u> verlangt haben	12,4%	15,3%
<u>Tatsächlich gewährter Barnachlass</u> auf ursprünglich kalkulierten Angebotspreis bei Reparaturen ...(in %)		
... für Teile	6,5%	8,2%
... für reine Arbeitskosten	4,0%	4,3%
Anteil Werkstätten, die <u>keinen Barnachlass für Teile</u> gewähren	15,1%	21,1%
Anteil Werkstätten, die <u>keinen Barnachlass für reine Arbeitskosten</u> gewähren	36,6%	54,1%



Werkstätten bieten den Kunden bevorzugt Ersatzfahrzeuge als Entgegenkommen an Stelle von Rabatt an!

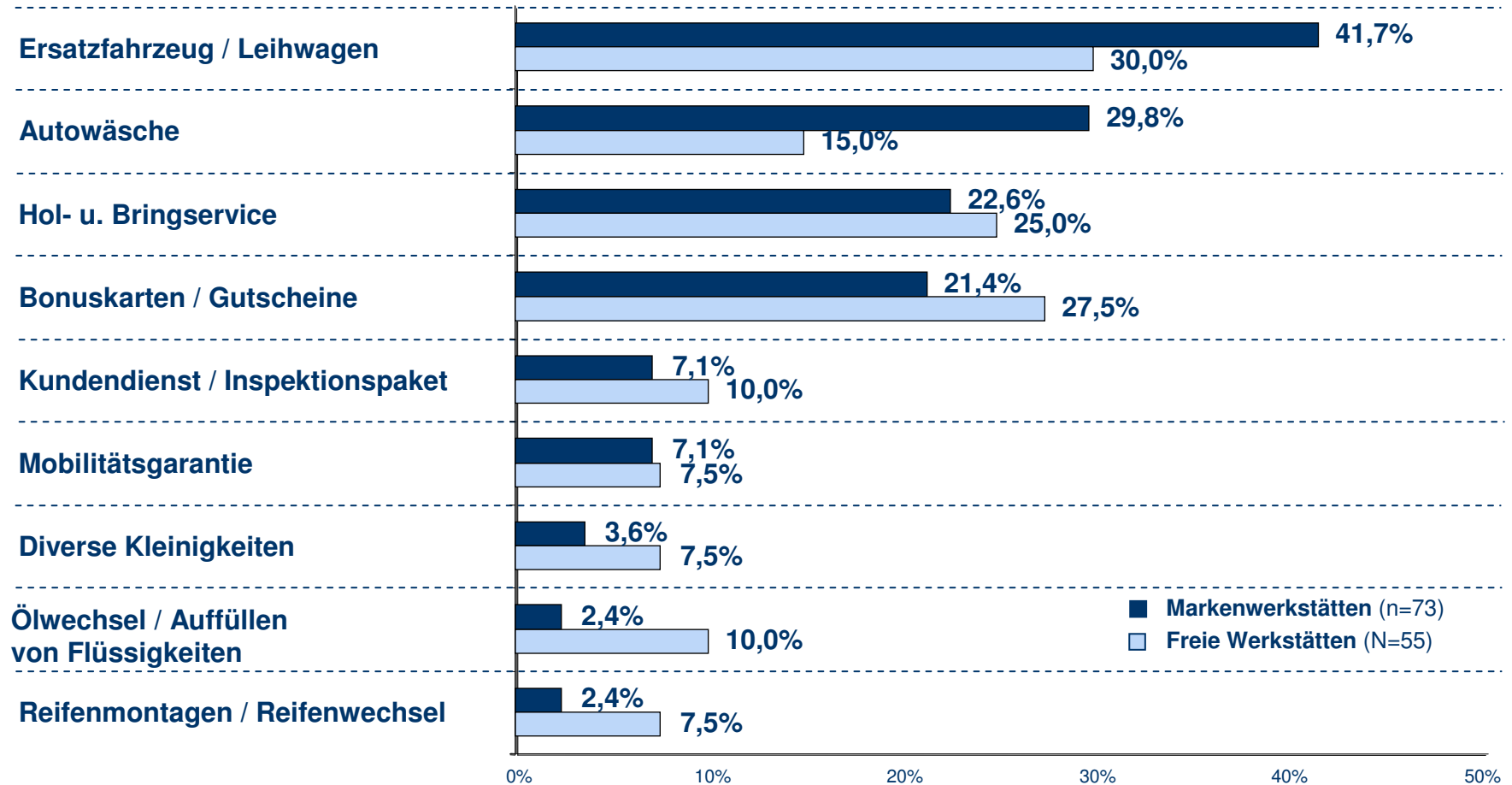
Bevorzugte Zusatzleistungen zur Kompensation von Rabatt

(ungestützt abgefragt / offen)

- Frage 3: Welche Dienst-/Zusatzleistungen / geldwerte Vorteile bieten Sie Ihren Kunden in der Regel zur (Teil-) Kompensation von Rabatten im Werkstattbereich an?

Basis: N=128

(Fehlende = k.A.)





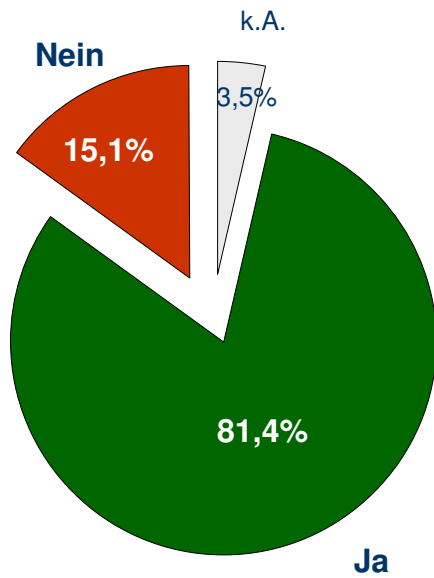
81,4% der Markenwerkstätten und 66,1% der freien Werkstätten bieten Ihren Kunden Servicepakete / Mobilitätsgarantien an!

Angebot von Servicepaketen / Mobilitätsgarantien – nach Werkstatttyp

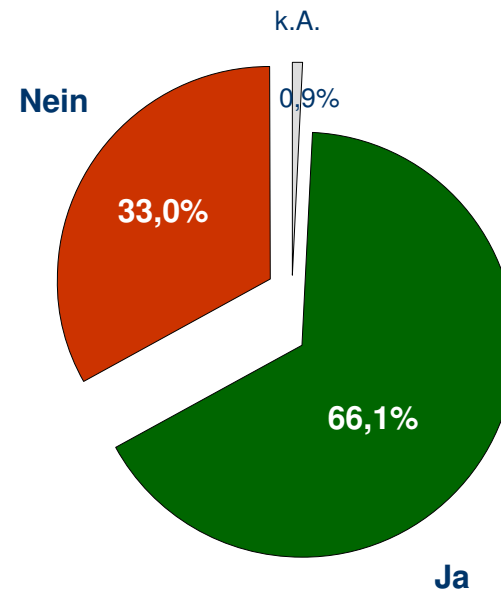
Basis: N=300

- Frage 4: Bieten Sie Ihren Werkstattkunden Mobilitätsgarantien / Servicepakete an?

Markenwerkstatt



Freie Werkstätten

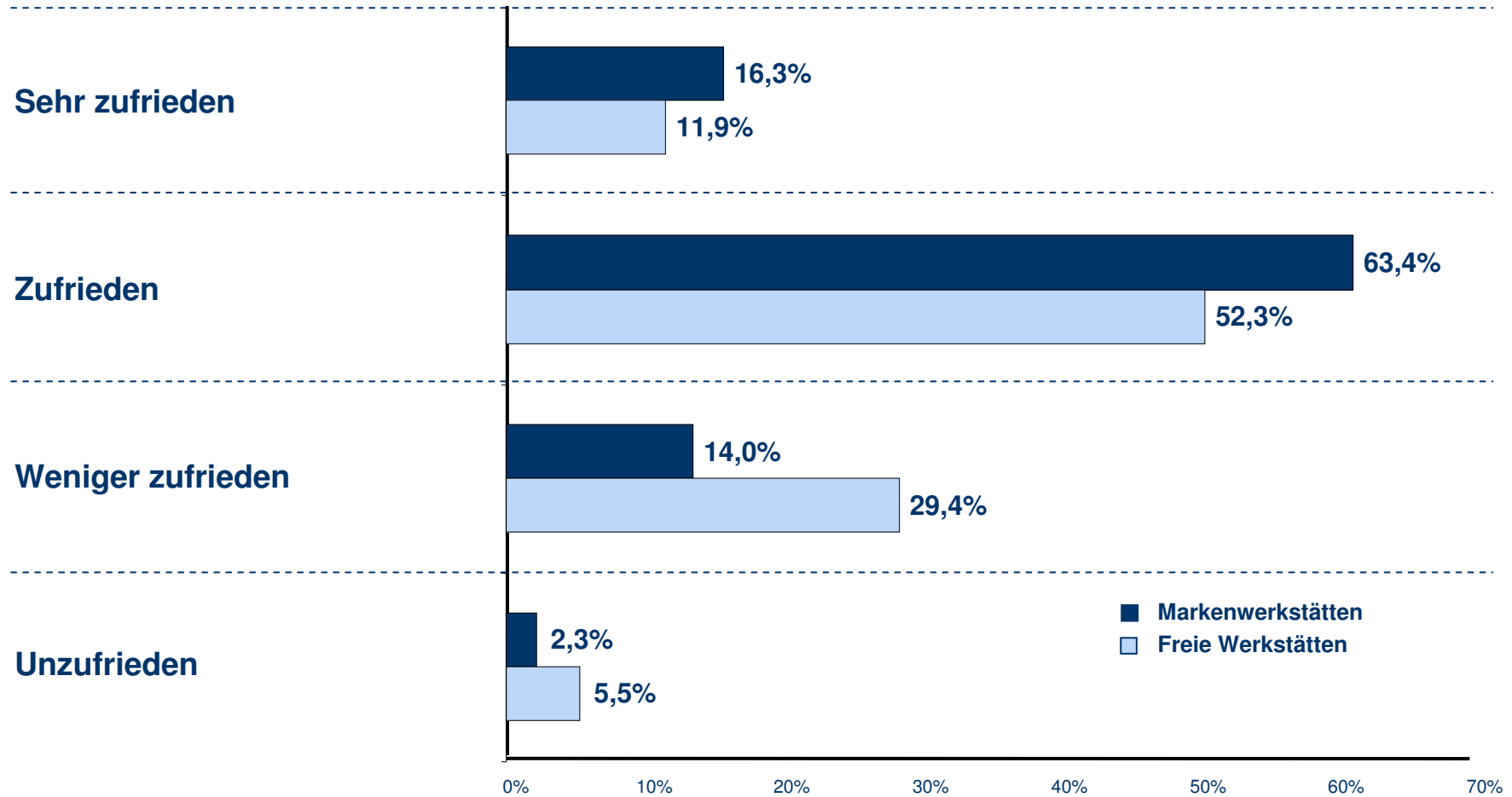




Zufriedenheit mit Informationsstand bzgl. Mobilitätsgarantien / Servicepakete – nach Werkstatttyp

Basis: N=300

- Frage 5: Wie gut fühlen Sie sich über das Thema Mobilitätsgarantien / Servicepakete informiert?





For Better Decisions

puls Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg
Tel. 0911-9535-400
haupt@puls-navigation.de

Fax 0911-9535-404
www.puls-navigation.de

