

PRESSEMITTEILUNG**Servicestudie: Autoglaswerkstätten 2014****Gute Beratung mit Durchblick – Testsieger ist Carglass
gefolgt von Junited Autoglas und A.T.U.**

Hamburg, 11.02.2014 – Kleiner Stein, große Wirkung – was oft auf der Autobahn mit einem kleinen Kratzer in der Windschutzscheibe beginnt, endet nach einiger Zeit oft mit einem veritablen Riss, der den Weg zur Werkstatt unumgänglich macht. In der Regel zahlt den Schaden die Versicherung. Aber wie ist es um den Kundenservice in der Werkstatt bestellt? Ist die Beratung kompetent und fair? Wird der Kunde stets freundlich bedient? Und welchen Eindruck machen die Filialen in puncto Gestaltung? Fragen, denen das Deutsche Institut für Service-Qualität in einem Test der sechs wichtigsten überregionalen Autoglas-Werkstattketten nachgegangen ist.

Das Ergebnis: Die Servicequalität der Autoglaswerkstätten lag insgesamt auf einem guten Niveau. Ein Unternehmen erreichte ein sehr gutes Ergebnis, vier schnitten mit „gut“ ab. Lediglich der letztplatzierte Anbieter kam über ein befriedigendes Resultat nicht hinaus. Doch so einfach wie häufig in der Werbung dargestellt ist es allerdings nicht: Nur in etwa 28 Prozent der Fälle wurde eine umgehende Reparatur der Scheibe noch am selben Tag zugesichert. Und auch mit Zusatzservices konnten sich die Werkstätten selten profilieren: So standen häufig zu wenig Parkplätze oder keine Kundentoiletten zur Verfügung.

Aus Kundensicht allerdings erfreulich: Als eine der Stärken der Branche kristallisierte sich die Beratungskompetenz des Fachpersonals heraus, die im Schnitt ein gutes Niveau erreichte. Die Mitarbeiter beantworteten nicht nur sämtliche Fragen der Testkunden korrekt, sondern berieten überaus seriös – der aufwändige Austausch der Autoscheibe wurde nur dann empfohlen, wenn es Größe und Position des Steinschlags oder die Tiefe der Kratzer notwendig machten. „Der Besuch in der Werkstatt ist eine Vertrauenssache. Umso erfreulicher, dass im Test kein Mitarbeiter versuchte, den Kunden über den Tisch zu ziehen, also unnötige Leistungen zu empfehlen oder gar durchzuführen“, zieht Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität, ein positives Fazit.

Carglass wurde Testsieger der Servicestudie „Autoglaswerkstätten 2014“. Das Unternehmen erzielte als einziger der untersuchten Anbieter das Qualitätsurteil „sehr gut“. Die Mitarbeiter vor Ort analysierten fachgerecht die Scheibenbeschädigungen. Neben der sehr guten Beratungskompetenz überzeugten auch die weiteren Untersuchungsbereiche, insbesondere auch die Qualität des Umfelds und Freundlichkeit der Mitarbeiter (beides „sehr gut“). Junited Autoglas (Gesamturteil: „gut“) folgte auf Rang zwei. Auch hier überzeugten vor allem die Werkstattmitarbeiter, die eintretende Kunden freundlich begrüßten, ihr Wissen souverän vermittelten und individuell auf die vorgetragenen Anliegen eingingen. A.T.U. erreichte den dritten Rang und punktete vor allem durch die angenehm gestalteten Räumlichkeiten und die Zusatzservices etwa ausreichend vorhanden Kundenparkplätzen. Auch der vergleichsweise professionelle Umgang mit Beschwerden trug zum guten Abschneiden bei.

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer
Beirat:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte sechs überregionale Autoglas-Werkstattketten, die über mindestens 200 Filialen in Deutschland verfügten. Basis der Servicestudie bildeten jeweils zehn verdeckte Besuche („Mystery-Tests“) in unterschiedlichen Filialen eines jeden Anbieters. Untersucht wurden dabei unter anderem die Beratungskompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, die Wartezeiten für den Kunden, die Gestaltung der Filialen und Zusatzservices wie etwa das Angebot an Kundenparkplätzen. Insgesamt flossen 60 Servicekontakte in die Auswertung ein.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität

Ansprechpartner:

Markus Hamer

Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 11

Mobil: +49 (0)176 / 64 03 21 40

E-Mail: m.hamer@disq.de

www.disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen, B2B-Studien und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.