

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Autowaschanlagen 2023

Ordentliches Angebot, fachkundiges Personal – Zwei Autowaschanlagen „gut“ – Testsieger ist Mr. Wash

Hamburg, 05.04.2023 – Ruck, zuck zum saubereren Auto: Schnelligkeit ist eines der Vorzüge der Autowaschanlagen. Bleibt hier überhaupt noch Zeit, auf Fragen der Kundschaft einzugehen? Wie es um das Angebot, die Beratung und den Gesamtservice der Pkw-Reinigungsspezialisten bestellt ist, zeigt die Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität. Das DISQ hat im Auftrag des Nachrichtensenders ntv sechs Autowaschanlagen-Ketten getestet (*Sendehinweis: ntv service, Mittwoch, 05.04.2023, 18:35 Uhr*).

Befriedigendes Serviceniveau

Die Autowaschanlagen erzielen mit 69,3 Punkten ein befriedigendes Serviceergebnis. Zwei Anbieter sichern sich das Qualitätsurteil „gut“, die weiteren vier kommen über ein befriedigendes Gesamtergebnis nicht hinaus. Die Kundenorientierung vor Ort schneidet dabei deutlich besser ab als der ebenfalls untersuchte Online-Service, den die Unternehmen mit ihren Internetauftritten bieten.

In puncto Angebot zeigte sich ein gemischtes Bild: Während zum Beispiel Schaumwäsche und Felgenreinigung fast überall (in 95 bzw. gut 93 Prozent der Tests) verfügbar waren, mangelte es nicht selten an ergänzenden Angeboten. So steht zum Beispiel eine Polsterreinigung nur in 40 Prozent der Fälle zur Auswahl und eine Motorwäsche ist in weniger als einem Viertel der Tests möglich. Insgesamt bieten die Autowaschanlagen allerdings ein zufriedenstellendes Angebot.

Schnelligkeit verhindert intensivere Beratung

Nicht für jedermann ist alles selbsterklärend. Was muss ich in der Waschstraße beachten? Welches Programm ist in der aktuellen Jahreszeit empfehlenswert? Welche Nachbehandlung ist ratsam? Berechtigte Fragen, denen das DISQ in den Servicetests nachging. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Die Mitarbeitenden vor Ort beweisen Kompetenz und erteilen fast ausnahmslos fachlich korrekte Auskünfte. Zudem beraten die Angestellten meist gut verständlich sowie souverän und auch die Freundlichkeit kommt nur selten zu kurz. Wermutstropfen: Teilweise sind die Auskünfte unvollständig und Raum, um konkrete Wünsche zu äußern, gibt es kaum. Dies ist allerdings auch den schnellen Abläufen in den Autowaschanlagen geschuldet.

Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Um einen reibungslosen Betrieb und kurze Wartezeiten zu gewährleisten, bleibt für eine umfangreiche Beratung kaum Zeit. Vor diesem Hintergrund schlagen sich die fachkundigen Mitarbeitenden ordentlich. Die Internetauftritte enttäuschen dagegen häufig mit einem geringen Informationswert und Defiziten bei der Bedienungsfreundlichkeit.“

Das Ranking

Mr. Wash geht mit dem Qualitätsurteil „gut“ als Testsieger aus der Servicestudie hervor. Das Unternehmen punktet mit dem besten Service vor Ort, insbesondere das Angebot sticht im Vergleich positiv heraus: Neben der Felgenreinigung und dem Auftragen von Wachs (Schutz/Glanz) zählt auch die Unterbodenwäsche/-konservierung an allen getesteten Standorten zum

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:

Markus Hamer

Beirat:

Brigitte Zypries (Vorsitz),

Jochen Dietrich, Marianne Voigt

Ust.-Id.-Nr. DE249603922

Amtsgericht Hamburg HRA 104009

Persönlich haftende Gesellschafterin:

buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,

Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Serviceangebot. Zudem überzeugen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in puncto Beratungskompetenz und Freundlichkeit. Der Internetauftritt von Mr. Wash profiliert sich vor allem mit der aus Nutzersicht hohen Usability.

Platz zwei sichert sich Best Carwash, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „gut“. Vor Ort sorgen die fachkundigen und freundlichen Mitarbeitenden für eine einfache Lösung der Kundenanliegen und sie zeigen sich bei Beschwerden serviceorientiert. Auch das Umfeld überzeugt, beispielsweise mit einer sehr guten Präsentation der Angebote und einem ansprechenden äußeren Erscheinungsbild der Filialen.

Den dritten Rang belegt Clean Car und verfehlt dabei nur knapp ein gutes Gesamtergebnis. Der Anbieter überzeugt etwa beim Angebot, beispielsweise zählen Staubsauger zur Innenreinigung zum Standard der Filialen. Auch Autopflegeprodukte werden überdurchschnittlich häufig zum Kauf angeboten. Der Internetauftritt bietet zudem vergleichsweise umfangreiche Informationen und Funktionen.

Weitere Anbieter im Test (alphabetisch): Cosy-Wasch, Imo Car Wash und Softcarwash.

Fakten zur Servicestudie

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete sechs große Autowaschanlagen-Ketten mit Privatkundenfokus. Die Messung der Servicequalität erfolgte über jeweils zehn verdeckte Besuche (Mystery-Tests) an verschiedenen Standorten der Unternehmen. Untersucht wurden unter anderem die Beratungskompetenz, die Motivation und Freundlichkeit der Mitarbeiter, das Angebot, die Warte- und Öffnungszeiten, die Qualität des Umfelds sowie Zusatzservices, wie Cabriopflege oder Tankmöglichkeit. In das Gesamtergebnis floss zudem der Online-Service ein, der anhand von je zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer sowie einer detaillierten Analyse der Websites ermittelt wurde. Das Endergebnis resultiert aus insgesamt 126 Servicekontakten mit den Anbietern.

Veröffentlichung unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von ntv

Pressekontakt:

Martin Schechtel
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-20
E-Mail: m.schechtel@disq.de

DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
E-Mail: info@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 und Kundenbefragungen durch. Über 2.000 geschulte Testerinnen und 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.