



# ServiceAtlas Reifen- und Kfz-Service 2020

Wettbewerbsanalyse zur  
Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 18 Reifen- und Kfz-Service-Anbieter

Studienflyer und Bestellformular

## Studiensteckbrief

<b>Studienkonzept</b>	ServiceValue GmbH
<b>Erhebungsmethode</b>	Online-Befragung
<b>Erhebungszeitraum</b>	Oktober 2020
<b>Stichprobe</b>	n = 1.166 Kunden mit insgesamt 1.474 Urteilen zu 18 Reifen- und Kfz-Service-Anbietern (Bewertung von bis zu drei Unternehmen, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunde waren)
<b>Auswertung</b>	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 18 Reifen- und Kfz-Service-Anbieter</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ia Autoservice</li> <li>• A.T.U</li> <li>• ad-AUTO Dienst</li> <li>• Autofit</li> <li>• Bosch Car Service</li> <li>• DRIVER</li> <li>• EUROMASTER</li> <li>• First Stop</li> <li>• Pitstop</li> <li>• Pneuhage</li> <li>• point S</li> <li>• Premio Reifen + Autoservice</li> <li>• Quick Reifendiscount</li> <li>• Reifen Helm</li> <li>• Reifen Müller</li> <li>• REIFF</li> <li>• stop + go</li> <li>• Vergölst</li> </ul>
<b>Gesamtumfang</b>	193 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign (I)

<b>Gesamtaussagen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamtzufriedenheit</li> <li>• Kundenorientierung</li> <li>• Ruf und Image</li> </ul>
<b>Kundenbindung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emotionale Bindung</li> <li>• Treue</li> <li>• Loyalität</li> <li>• Weiterempfehlung</li> </ul>
<b>Produkte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualität der Produkte</li> <li>• Verfügbarkeit der Produkte</li> <li>• Angebot an Zubehör-Produkten</li> <li>• Garantie / Gewährleistung</li> </ul>
<b>Kundenberatung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter</li> <li>• Eigeninitiative der Mitarbeiter</li> <li>• Beratungsqualität</li> </ul>
<b>Kundenservice</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurzfristige Terminvereinbarung</li> <li>• Möglichkeit zur Online-Terminvereinbarung</li> <li>• Mobilitätsangebote (z.B. Ersatzfahrzeug, Hol- und Bringservice)</li> <li>• Kostenloser Servicecheck des Autos</li> <li>• Umgang mit Beschwerden / Reklamationen</li> </ul>
<b>Zuverlässigkeit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbindlichkeit von Aussagen</li> <li>• Schnelligkeit / Wartezeiten</li> <li>• Zuverlässigkeit / Fehlerfreiheit</li> </ul>

## Studiendesign (II)

<b>Werkstätten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atmosphäre der Werkstatt</li> <li>• Sauberkeit und Ordentlichkeit</li> <li>• Öffnungszeiten</li> </ul>
<b>Preis-Leistungs-Verhältnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li> <li>• Kosten- und Leistungstransparenz</li> </ul>
<b>Branchenspezifische Fragestellung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auswahlgründe bei Wartung und Inspektion</li> <li>• Auswahlgründe beim Reifenwechsel</li> <li>• Auswahlkriterien beim Reifenkauf</li> <li>• Ölwechselintervalle</li> <li>• Online-Reifenkauf</li> </ul>

## Leistungskategorien und Bewertungskriterien

Leistungskategorien und Bewertungskriterien		
<h3>Produkte</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>• Qualität der Produkte</li><li>• Verfügbarkeit der Produkte</li><li>• Angebot an Zubehör-Produkten</li><li>• Garantie / Gewährleistung</li></ul>	<h3>Kundenberatung</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>• Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter</li><li>• Eigeninitiative der Mitarbeiter</li><li>• Beratungsqualität</li></ul>	<h3>Kundenservice</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kurzfristige Terminvereinbarung</li><li>• Möglichkeit zur Online-Terminvereinbarung</li><li>• Mobilitätsangebote (z.B. Ersatzfahrzeug, Hol- und Bringservice)</li><li>• Kostenloser Servicecheck des Autos</li><li>• Umgang mit Beschwerden / Reklamationen</li></ul>
<h3>Zuverlässigkeit</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>• Verbindlichkeit von Aussagen</li><li>• Schnelligkeit / Wartezeiten</li><li>• Zuverlässigkeit / Fehlerfreiheit</li></ul>	<h3>Werkstätten</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>• Atmosphäre der Werkstatt</li><li>• Sauberkeit und Ordentlichkeit</li><li>• Öffnungszeiten</li></ul>	<h3>Preis-Leistungs-Verhältnis</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li><li>• Kosten- und Leistungstransparenz</li></ul>

## Auszeichnung – Reifen- und Kfz-Service-Anbieter (I)

GESAMT		Produkte		Kundenberatung		Kundenservice	
sehr gut	Premio Reifen + Autoservice	sehr gut	First Stop	sehr gut	Premio Reifen + Autoservice	sehr gut	First Stop
sehr gut	First Stop	sehr gut	Premio Reifen + Autoservice	sehr gut	Vergölst	sehr gut	Premio Reifen + Autoservice
sehr gut	Quick Reifendiscount	sehr gut	Quick Reifendiscount	sehr gut	Quick Reifendiscount	sehr gut	ad-AUTO Dienst
sehr gut	DRIVER	sehr gut	ad-AUTO Dienst	sehr gut	DRIVER	sehr gut	Reifen Müller
sehr gut	ad-AUTO Dienst	sehr gut	Reifen Müller	sehr gut	First Stop	sehr gut	DRIVER
sehr gut	Vergölst	sehr gut	DRIVER	gut	ad-AUTO Dienst	gut	Quick Reifendiscount
gut	Reifen Müller	gut	Vergölst	gut	Reifen Helm	gut	Reifen Helm
gut	Reifen Helm	gut	Reifen Helm	gut	Reifen Müller	gut	REIFF
gut	A.T.U	gut	Bosch Car Service		Ia Autoservice	gut	A.T.U
	REIFF	gut	A.T.U		A.T.U	gut	Vergölst
	Bosch Car Service	gut	Ia Autoservice		Autofit		Bosch Car Service
	Ia Autoservice		EUROMASTER		Bosch Car Service		EUROMASTER
	EUROMASTER		REIFF		REIFF		Ia Autoservice
	point S		Autofit		point S		Pitstop
	Autofit		point S		EUROMASTER		Autofit
	Pitstop		Pitstop		Pneuhage		stop + go
	Pneuhage		stop + go		stop + go		point S
	stop + go		Pneuhage		Pitstop		Pneuhage

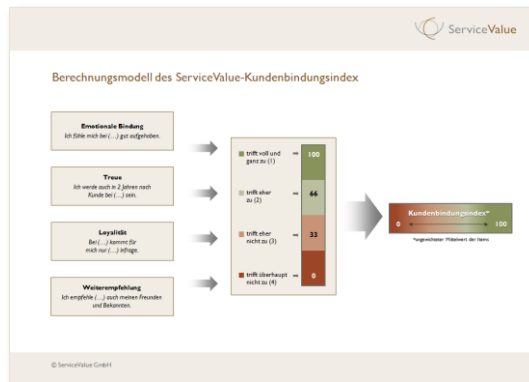
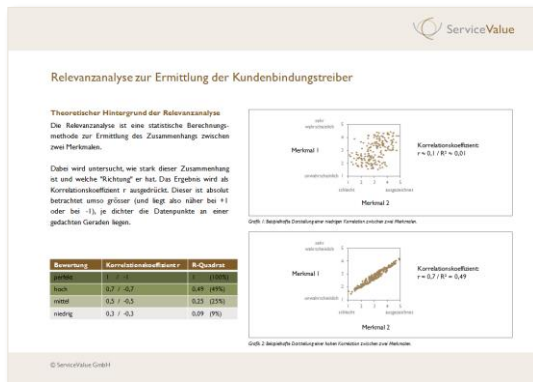
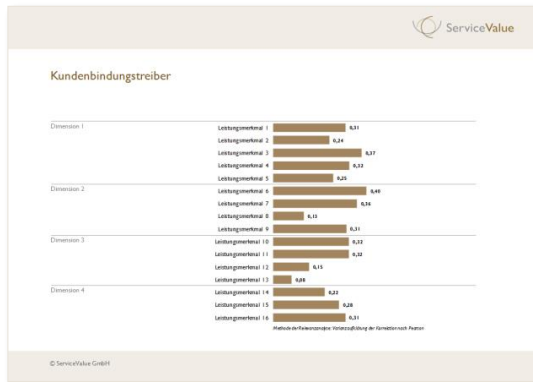
Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Diese ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

## Auszeichnung – Reifen- und Kfz-Service-Anbieter (II)

Zuverlässigkeit		Werkstätten		Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Premio Reifen + Autoservice	sehr gut	Premio Reifen + Autoservice	sehr gut	Quick Reifendiscount
sehr gut	ad-AUTO Dienst	sehr gut	First Stop	sehr gut	ad-AUTO Dienst
sehr gut	Quick Reifendiscount	sehr gut	Vergölst	sehr gut	First Stop
sehr gut	Vergölst	sehr gut	DRIVER	sehr gut	Premio Reifen + Autoservice
gut	DRIVER	sehr gut	Quick Reifendiscount	sehr gut	DRIVER
gut	First Stop	gut	Reifen Müller	sehr gut	Vergölst
gut	Reifen Müller	gut	Reifen Helm	gut	Reifen Müller
gut	REIFF	gut	A.T.U	gut	REIFF
gut	Reifen Helm	gut	ad-AUTO Dienst	gut	A.T.U
	A.T.U	gut	point S	gut	point S
	Bosch Car Service		REIFF		Reifen Helm
	I a Autoservice		Bosch Car Service		Bosch Car Service
	EUROMASTER		stop + go		Autofit
	Pitstop		Pneuhage		I a Autoservice
	point S		Autofit		EUROMASTER
	Autofit		EUROMASTER		Pitstop
	Pneuhage		I a Autoservice		Pneuhage
	stop + go		Pitstop		stop + go

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Diese ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



Anonymisierte Musterfolien

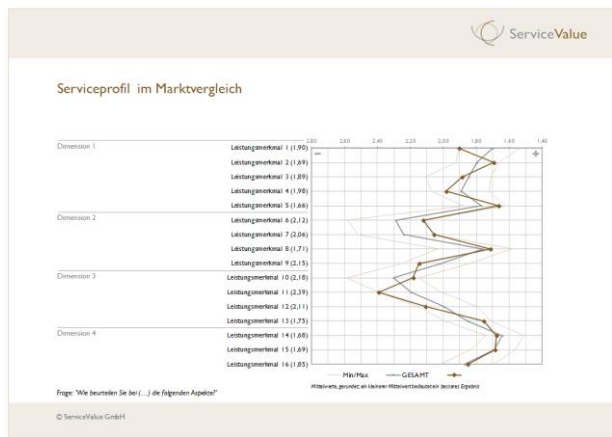
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.



## Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

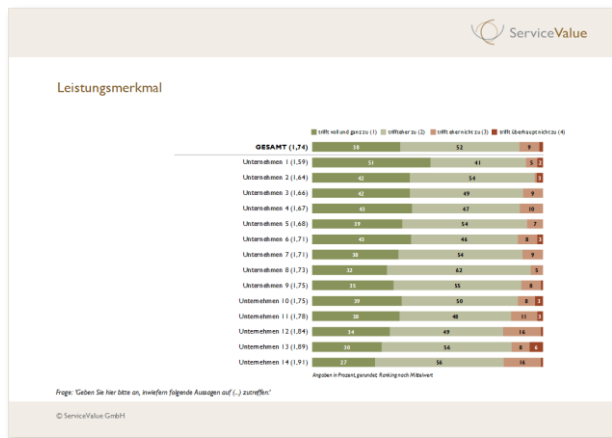


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
  - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Serviceprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

## Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?
- ⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter

## Studienbestellung per E-Mail an [Bestellung@ServiceValue.de](mailto:Bestellung@ServiceValue.de) oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

### Bestellung

- Gütesiegel für Marketingzwecke**  
(Basis für die auf dem Siegel aufzuführenden Kriterien ist der Studienflyer – ServiceAtlas Reifen- und Kfz-Service 2020. Die Bezugsberechtigung und Lizenzgebühr werden individuell geprüft und das Gütesiegel entsprechend angefertigt.)
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- ServiceAtlas Reifen- und Kfz-Service 2020 – Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung** (193 Seiten, PDF) zum Preis von 3.900,- € netto
- Vorteilsangebot** ServiceAtlas Reifen- und Kfz-Service 2020 (193 Seiten, PDF) und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 5.800,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

### Kontaktdaten (Versand- und Rechnungsadresse)

Unternehmen	Name, Vorname	Abteilung / Position
E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien)	Telefon	Telefax
Adresse (Str. / PLZ / Ort)		
Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse)		Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung)
Ort, Datum	Unterschrift	Stempel

## Impressum

Herausgeber

**ServiceValue**  
Dürener Str. 341  
50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0  
Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99  
[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)  
[Info@ServiceValue.de](mailto:Info@ServiceValue.de)

Disclaimer: Die ServiceValue macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studien-bezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und -bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © jörn buchheim – Fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I  
50935 Köln  
[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)