



# ServiceAtlas Reifen- und Kfz-Service 2021

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>	September / Oktober 2021
<b>Stichprobe</b>	n = 1.322 Kunden mit insgesamt 1.638 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	DRIVER	sehr gut	Premio Reifen + Autoservice	sehr gut	Premio Reifen + Autoservice
sehr gut	Quick Reifendiscount	sehr gut	Quick Reifendiscount	sehr gut	Quick Reifendiscount	sehr gut	DRIVER
sehr gut	DRIVER	sehr gut	ad-AUTO Dienst	sehr gut	DRIVER	sehr gut	First Stop
sehr gut	Vergölst	sehr gut	Premio Reifen + Autoservice	sehr gut	Vergölst	sehr gut	Quick Reifendiscount
sehr gut	First Stop	sehr gut	First Stop	gut	I a Autoservice	gut	REIFF
gut	ad-AUTO Dienst	gut	REIFF	gut	Reifen Helm	gut	ad-AUTO Dienst
gut	REIFF	gut	Reifen Helm	gut	A.T.U	gut	Reifen Müller
gut	A.T.U	gut	Bosch Car Service	gut	Bosch Car Service	gut	Vergölst
gut	Reifen Helm	gut	Reifen Müller	gut	First Stop	gut	A.T.U
gut	Reifen Müller	gut	Vergölst	gut	Reifen Müller		Reifen Helm
	Bosch Car Service		Autofit		REIFF		Autofit
	I a Autoservice		A.T.U		Autofit		stop + go
	point S		I a Autoservice		point S		Bosch Car Service
	Autofit		stop + go		ad-AUTO Dienst		point S
	Pitstop		point S		EUROMASTER		I a Autoservice
	stop + go		Pitstop		Pneuhage		Pneuhage
	Pneuhage		Pneuhage		stop + go		Pitstop
	EUROMASTER		EUROMASTER		Pitstop		EUROMASTER

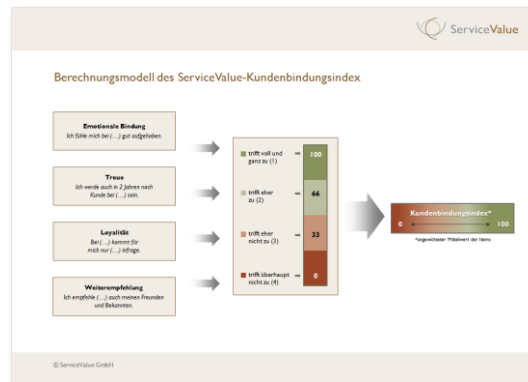
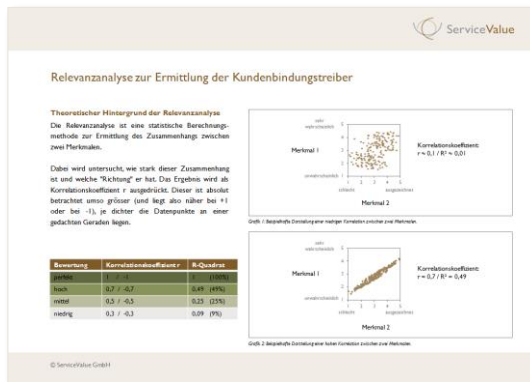
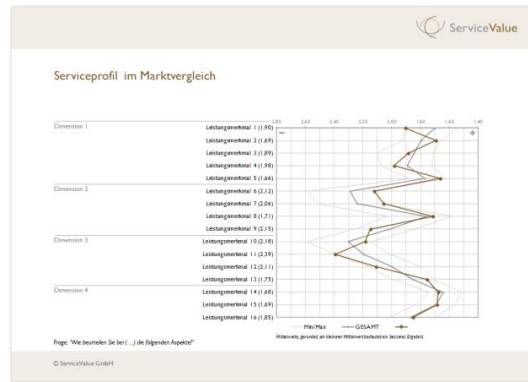
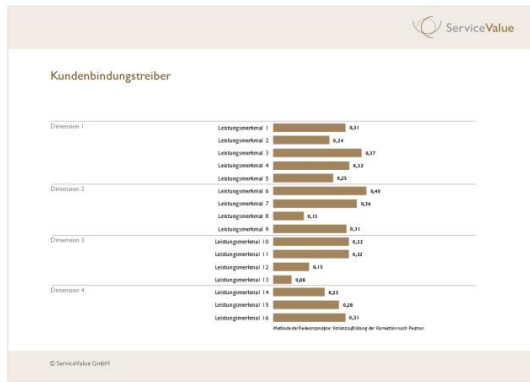
Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Diese ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt 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	DRIVER	sehr gut	DRIVER	sehr gut	First Stop
sehr gut	REIFF	sehr gut	Quick Reifendiscount	sehr gut	Premio Reifen + Autoservice
sehr gut	Vergölst	sehr gut	Vergölst	sehr gut	Vergölst
sehr gut	Quick Reifendiscount	sehr gut	A.T.U	sehr gut	DRIVER
sehr gut	ad-AUTO Dienst	sehr gut	ad-AUTO Dienst	gut	ad-AUTO Dienst
gut	A.T.U	gut	Reifen Helm	gut	REIFF
gut	First Stop	gut	First Stop	gut	Reifen Müller
gut	Ia Autoservice	gut	point S	gut	A.T.U
	Reifen Helm	gut	REIFF	gut	point S
	Bosch Car Service		Reifen Müller		Autofit
	Reifen Müller		EUROMASTER		Pitstop
	point S		Bosch Car Service		Reifen Helm
	Autofit		Autofit		Ia Autoservice
	Pitstop		Ia Autoservice		Bosch Car Service
	Pneuhage		Pneuhage		stop + go
	EUROMASTER		stop + go		Pneuhage
	stop + go		Pitstop		EUROMASTER

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

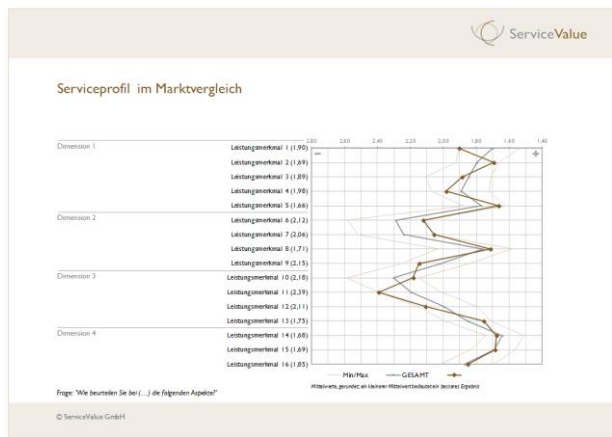
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.



## Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

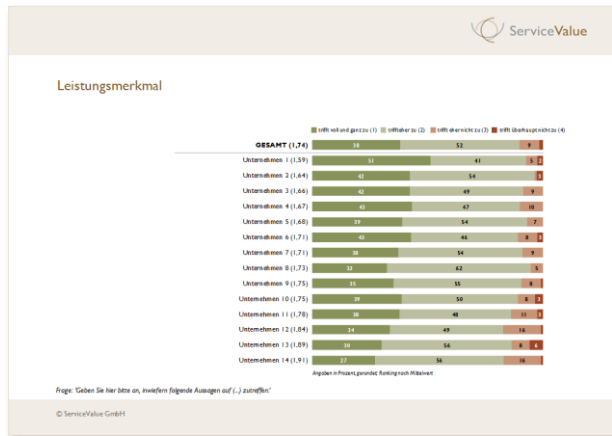


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
  - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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 2021. Die Bezugsberechtigung und Lizenzgebühr werden individuell geprüft und das Gütesiegel entsprechend angefertigt.)
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei zum Preis von 2.900,-€ netto (ggf. zzgl. anfallender Reisekosten)
- ServiceAtlas Reifen- und Kfz-Service 2021** – Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung (193 Seiten, PDF) zum Preis von 3.900,- € netto
- Vorteilsangebot** ServiceAtlas Reifen- und Kfz-Service 2021 (193 Seiten, PDF) und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch zum Preis von 5.800,- € netto (ggf. 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)