

„Diese Anforderungen erfüllen wir am besten“, analysiert Dieter Hahn auf Seite 52.

„Jeder Händler entscheidet selber“, meint Mag. Walter Birner auf Seite 54.

# Wirtschaft

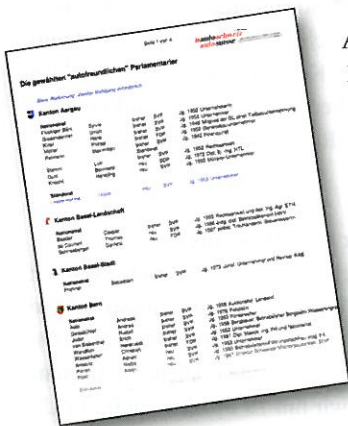


## Dr. Nikolaus Engel Eine Frage des Vertrauens

Das Ergebnis der Befragung von 500 für die Wartung verantwortlichen Autofahrern in Österreich könnte bei einigen Markenvertretern die Alarmglocken läuten lassen: Während die Markenenthusiasten mit hoher Bindung an die autorisierte Werkstatt bei der Marke VW stark vertreten seien, habe die Marke Opel viele Gleichgültige und Gelegenheitssucher im Bestand, die zum freien Markt und – Achtung! – zur privaten Reparatur tendierten. Ein Problem, mit dem sicher auch andere Markenketten ihre liebe Not haben. Die Kölner abh-Umfrage hat aber noch eine klare Botschaft: Das vertrauensvolle Verhältnis zur Werkstatt ist für nahezu alle österreichischen Autofahrer wichtig. Das ist – unabhängig von der Marke – für jede Werkstatt eine Chance. Zwar kümmern sich 63 Prozent bei Wartung und Reparatur nur um das Nötigste, sind aber froh, wenn sie einen festen Ansprechpartner gefunden haben und das Auto in gute Hände geben können. Denn 44 Prozent wissen oft nicht genau, was repariert worden ist.

## Der Neid könnte einen fressen

Auch in der Schweiz macht Politik das Autofahren immer teurer. Mit dem AGVS hat nun die Internetplattform [www.cleverunterwegs.ch](http://www.cleverunterwegs.ch) im Vorfeld zu den eidgenössischen Nationalratswahlen Wahlempfehlungen für Mandatäre abgegeben, die in ihrer Parteiarbeit zumindest nicht autofeindlich eingestellt sind. Die über 60 nun gewählten „autofreundlichen“ Parlamentarier stehen feinsäuberlich aufgelistet im Internet, um sie während der nächsten vier Jahre auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüfen zu können. In Österreich sind wir über Lippenbekenntnisse pro Autofahren unserer Volksvertreter bisher nicht hinausgekommen, der Umverteilungspolitik zugunsten des öffentlichen Verkehrs Einhalt zu gebieten. Herr Burkhard W. R. Ernst, wann macht das Bundesgremium Fahrzeughandel in ähnlicher Weise mobil? Das wäre Lobbying!



## 5 Kundentypen im Autoservice

Von vielen Fahrzeughaltern wird das Werkstattdienstleistung als ein eher ungeliebtes Thema empfunden, dennoch wünschen sich 94 Prozent von 500 befragten österreichischen Autofahrern ein vertrauensvolles Verhältnis zur Werkstatt: Der Autofahrer ist froh, einen festen Ansprechpartner gefunden zu haben, auf den man sich verlassen kann und der möglichst alle Probleme rund ums eigene Auto löst. Dr. Ralf Deckers von abh Market Research hat fünf Typen von Servicekunden ausgemacht: 22 % Gleichgültige, demnach Frauen und Kleinwagenfahrer, 24 % Markenenthusiasten, die zu ihrer Marke und Vertragswerkstatt stehen, 17 % Auto-Profis, eine Männerdomäne mit vielen Fragen rund um das Reparaturereignis, 16 % Pflegebedürftige, die Wert auf Aufmerksamkeit und Zuvorkommenheit legen. 20 % sind Gelegenheitssucher, werbungsorientiert und wechselhaft.



Dr. Ralf Deckers

## Halbseidenes Trommeln

Rüsselsheim hat sich von der „lebenslangen Garantie auf Opel“ verabschiedet. Um die Marke aus der Krise zu bringen, wurde 2010 diese unsägliche Imagekampagne lanciert, um beim Kunden aufzufallen. Dabei ist einzig Hyundai bei Neuwagen Anbieter einer 5-Jahresgarantie. Alle anderen Garantieanbieter unterliegen Begrenzungen – sind also keine Vollgarantieleister.

Aber man trommelt in halbseidener Manier, schimpft Autohaus-Herausgeber Hannes Brachats. Lebenslange Garantie? Bei genauem Hinsehen strotzte die Werbebotschaft voller Inhaltsleere. Österreich blieb von dieser Werbung verschont, dennoch hat die Aktion Opel wie der CarGarantie in Wahrheit geschadet. Jetzt ersetzt Opel den Marketingflop durch „Flex-Garantie“.

