

2021

KFZ-WERKSTATT BEFRAGUNG

DIGITALISIERUNG IN WERKSTÄTTEN



© Gorodenkoff - stock.adobe.com

Einleitung

Digitalisierung ist das Schlagwort, um das sich aktuell vieles dreht. Auch vor Werkstätten macht sie nicht halt: Diagnose, Prozesse und Kommunikation sind nur drei Bereiche, die sich in Werkstätten durch die Digitalisierung grundlegend ändern könnten. Aber wie sieht die Situation in den Werkstätten wirklich aus? Wie gut sind Kfz- und Nfz-Werkstätten aufgestellt, wenn es um die Digitalisierung geht?

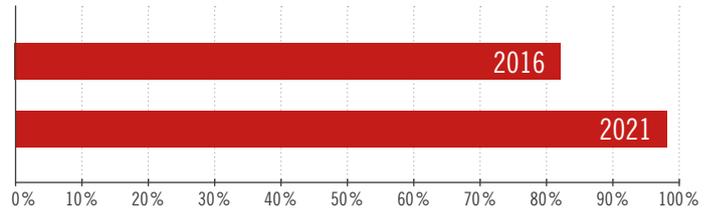
Und welche Herausforderungen und Potenziale sehen Werkstätten für sich?

Qualität ist Mehrwert wollte es genau wissen und startete deshalb von Mai bis Juli die große Werkstattumfrage zur Digitalisierung. 814 Werkstätten nahmen an der Umfrage teil, darunter 84 % freie Werkstätten.

Hinweis: An der Kfz-Werkstattumfrage haben sich überwiegend freie Kfz-Werkstätten beteiligt, bei denen das Thema Qualität zentraler Bestandteil der Firmenphilosophie ist. Die Umfrageergebnisse können daher hinsichtlich eines hohen Qualitätsbewusstseins leicht verzerrt sein. Dennoch bieten die Ergebnisse einen hervorragenden Überblick über den Status der Digitalisierung in freien Werkstätten und können Impulse für die ganze Branche geben.

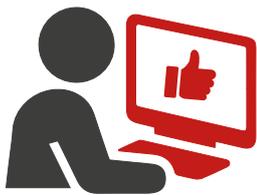


**WIE VIELE WERKSTÄTTEN
BESCHAFFEN ERSATZTEILE
AUCH ONLINE?**



HARD- UND SOFTWARE-AUSSTATTUNG IN WERKSTÄTTEN

COMPUTER

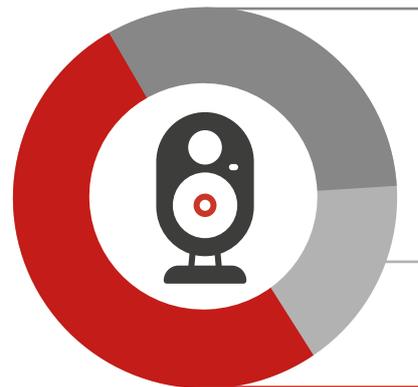


82%
gut oder sehr gut



18%
mittelmäßig

WEBCAM

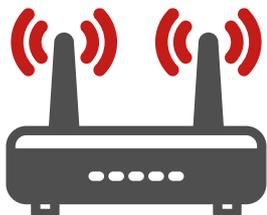


30 %
gut oder
sehr gut

18 %
mittelmäßig

52 %
nicht vorhanden

INTERNETVERBINDUNG



78%
HABEN EINE GUTE
ODER SEHR GUTE
INTERNETVERBINDUNG

DIAGNOSESYSTEME



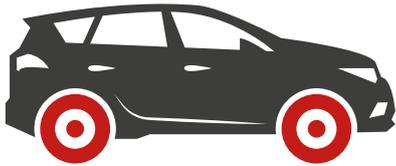
↑ 85%
| GUT ODER SEHR GUT

→ 14%
| MITTELMÄSSIG

↓ 1%
| NICHT VORHANDEN

ÜBER WELCHE VERTRIEBSWEGE BEZIEHEN SIE IHRE ERSATZTEILE?

GROSSHANDEL



95% **82%**

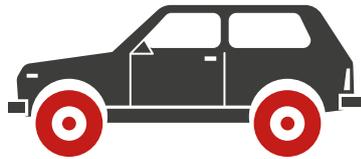
FREIE KFZ-WERKSTÄTTEN FREIE NFZ-WERKSTÄTTEN



ONLINE-PLATTFORMEN

(Kfz-Teile24.de, Amazon, Ebay ...)

43%



FREIE KFZ-WERKSTÄTTEN

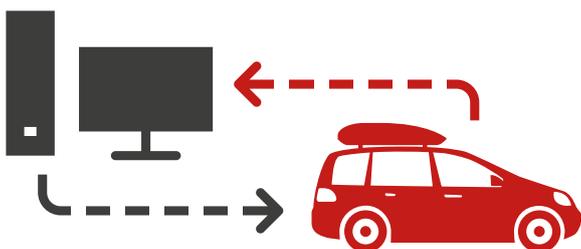


24%

FREIE NFZ-WERKSTÄTTEN

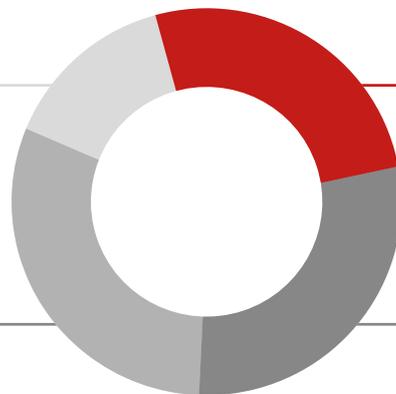
ZUKUNFTSTHEMA: REMOTE-DIAGNOSE

WIE SEHR HABEN SICH
KFZ-WERKSTÄTTEN DAMIT
AUSEINANDERGESETZT?



17%
Gar nicht

30%
Kaum



26%
Intensiv

27%
Mittel

10 Thesen zur Digitalisierung in Kfz-Werkstätten

1 Digitalisierung ist positiv

Bei der Mehrheit der Befragten überwiegen die Chancen und Potenziale gegenüber den Risiken und Herausforderungen.

2 Digitale Ausstattung ist solide

Haben 2016 noch 18 % der Werkstätten abgelehnt online zu bestellen, sind es 2021 nur noch 2 %.

3 Digitale Ersatzteilbeschaffung ist Standard

Nur 6 % der befragten Werkstätten geben an, Fördermittel beantragt oder erhalten zu haben.

4 Digitalisierung ist Chefsache

76 % der befragten Werkstätten geben an, dass digitale Kundenkommunikation eine gute Ergänzung zu analogen Maßnahmen ist. Nur 7 % geben an, dass die Kundenkommunikation hauptsächlich online stattfindet.

5 Werkstätten investieren

Bereits 83 % der Kfz-Werkstätten haben sich schon mit dem Thema Remote-Diagnose auseinander gesetzt.

6 Hohes Tempo bei Vertragswerkstätten

Die große Mehrheit der befragten Werkstätten plant in den kommenden zwei Jahren Investitionen im Bereich der Digitalisierung. Die Mehrheit davon (66 %) möchte in die Werkstatt investieren.

7 Kundenkommunikation bleibt analog

In der bestehenden Ausstattung sind spürbare Unterschiede zwischen freien und Vertragswerkstätten. Freie Werkstätten mit und ohne Werkstattkonzept liegen dagegen gleich auf.

8 Unterstützung erwünscht

Werkstätten wünschen sich Unterstützung, um die zusätzlichen Aufgaben und die Komplexität zu stemmen.

1. Digitalisierung ist positiv

Die gute Nachricht vorweg: In Summe sehen die befragten Werkstätten das Thema Digitalisierung als positive und potenzialreiche Entwicklung für sich selbst. Dabei sind die Unterschiede zwischen Nfz- und Kfz-Werkstätten sowie zwischen Vertragswerkstätten und freien Werkstätten kaum spürbar. Positiv bewertet werden im Wesentlichen schnellere Prozesse und Arbeitserleichterungen. 41 % sind davon überzeugt, dass Digitalisierung zu besserer Kundenbindung beitragen kann und 26 % glauben, dass sie bei der Akquise von Neugeschäft unterstützt. Als kritischsten Aspekt geben die Befragten die mit der Digitalisierung einhergehenden höheren Kosten an: Mit 31 % wird diese Herausforderungen von mehr Werkstätten gesehen, als zusätzlicher Zeitaufwand (28 %) und Komplexität (16 %).

2. Digitale Ausstattung ist solide

Die Möglichkeiten der Digitalisierung sind durch die digitale Infrastruktur limitiert. Wie sieht jetzt, nach dem Digitalisierungs-Push durch die Covid-19-Pandemie, die digitale Ausstattung in den Werkstätten aus? Am besten bewerten die befragten Werkstätten ihre Werkstatt-Ausstattung: 85 % sagen, dass sie sind im Bereich Diagnose-Systeme gut oder sehr gut aufgestellt sind. Bei Computern liegt der Anteil

bei 82 % und auch die Internetverbindung wird von 78 % der Befragten als gut oder sehr gut bewertet. Nicht zwingend notwendige digitale Ausstattung, wie beispielsweise Webcams, sind dagegen in vielen Werkstätten gar nicht verfügbar (52 % der Befragten gaben an, dass keine Webcams vorhanden sind).

3. Digitale Ersatzteilbeschaffung ist Standard

In der Werkstattumfrage von 2016 gaben noch 18 % der Werkstätten an, nie online Ersatzteile zu bestellen. (Vergleiche Werkstattumfrage 2016).

Fünf Jahren später ist diese Zahl signifikant auf 2 % zurückgegangen. Damit gehört die digitale Ersatzteilbeschaffung zu den am weitesten verbreiteten digitalen Prozessen in Werkstätten. Von den Befragten in diesem Jahr gaben 67 % an, die Beschaffung hauptsächlich online vorzunehmen, 26 % sehr häufig und nur 5 % selten.

Auch der Nutzen und die Potenziale von der digitalen Ersatzteilbeschaffung wird von den Werkstätten als besonders groß eingeschätzt: 47 % geben an, dass das Potenzial in diesem Bereich besonders groß ist – mehr als bei allen anderen Bereichen.

Die digitale Ersatzteilbeschaffung geht jedoch nicht mit einer Abwendung vom Großhandel einher. Das Vertrauen in den Groß- und Fachhandel bleibt ungebrochen.

Mit 95 % bleibt der Großhandel mit Abstand bevorzugte Bezugsquelle aller Werkstätten.

Allerdings bestellen 43 % der freien Werkstätten zudem im Internet bei reinen Online-Plattformen. Konzeptwerkstätten setzen dabei weniger auf Online-Anbieter: 99 % bestellen über den Großhandel und nur 28 % auch über Online-Plattformen.

Nutzfahrzeugwerkstätten sind bei der Ersatzteilbeschaffung im Internet etwas verhaltener. In der Befragung gaben 24 % der freien Nutzfahrzeugwerkstätten an, Teile von Online-Händlern zu beziehen.



© rh2010 - stock.adobe.com

Trotz digitaler Beschaffung legen die befragten Werkstätten großen Wert auf die Qualität der Ersatzteile. Nur 12 % der befragten Werkstätten geben an, dass sie anteilig Nachbauteile verwenden. Mit 93 % setzen die meisten freien Werkstätten auf Markenersatzteile.

4. Digitalisierung ist Chefsache

In freien Kfz-Werkstätten ist Digitalisierung Chefsache. 78 % der Befragten geben an, dass der Inhaber sich maßgeblich um das Thema Digitalisierung kümmert. Bei 17 % übernimmt diese Aufgabe ein Mitarbeiter und 5 % setzen für diesen Bereich auf einen externen Berater oder Dienstleister.

Damit einhergehen anteilig auch die Herausforderungen, die in diesem Bereich gesehen werden: Der anfallende Zeitaufwand (59 %), die notwendigen Investitionen (58 %), das Fachwissen beim Inhaber (46 %) und das Fachwissen bei den Mitarbeitern (43 %) stellen die Herausforderungen dar.

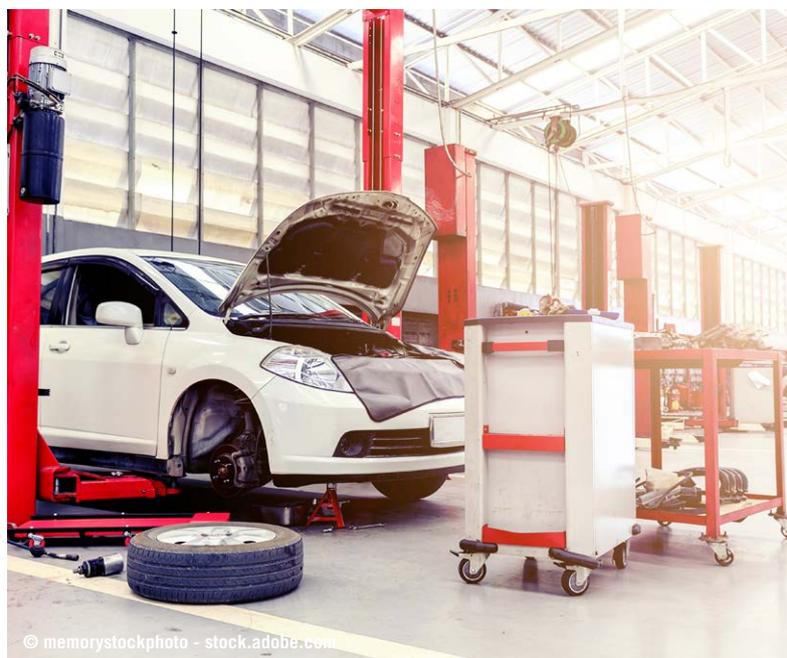
In Nutzfahrzeugwerkstätten wird die Verantwortung für die Digitalisierung nach Aussage der Befragten häufiger delegiert: In 59 % der Werkstätten kümmern sich Mitarbeiter, in 41 % der Inhaber um die Digitalisierung.

5. Fördermittel kommen nicht an

Bund und Länder bieten zahlreiche Digitalisierungsprogramme, die den Mittelstand bei der Digitalisierung unterstützen sollen. Neben großen Förderprogrammen wie „digital jetzt“ und „go digital“, in denen Hard- und Software, Weiterbildungen, Prozesse und Kommunikation gefördert werden können, gibt es viele weitere Angebote von Ländern und Kommunen.

Diese kommen allerdings ganz offensichtlich nicht bei den Werkstätten an: Trotz der Herausforderung

der anstehenden Investitionen nimmt die Mehrheit der Befragten keine Förderprogramme in Anspruch. Nur 6 % der Befragten haben Fördermittel beantragt oder erhalten. 59 % geben an, dass ihnen über Förderprogramme nichts bekannt ist. 29 % lehnen Förderprogramme ab, weil es ihnen zu kompliziert erscheint.



6. Werkstätten investieren

Der Großteil der Werkstätten plant in den kommenden zwei Jahren Investitionen.

Der Fokus liegt dabei im Bereich der Werkstatt (66 %). Zudem werden Investitionen in Weiterbildung der Mitarbeiter (48 %), der Kundenkommunikation (41 %) und der Buchhaltung (24 %) geplant.

18 % der Werkstätten geben an, keine Investitionen in Planung zu haben. Vertragswerkstätten sind im Bereich der Investitionen etwas aktiver: 92 % planen Investitionen, bei den freien Werkstätten sind es 78 %. Nutzfahrzeug-Werkstätten sind ebenfalls verhalten: 79 % geben an, in den nächsten zwei Jahren Investitionen zu tätigen.



© industrieblick - stock.adobe.com

7. Kundenkommunikation bleibt analog

Während in der Werkstatt und im Bereich der Beschaffung bereits bei den meisten Befragten Prozesse digitalisiert sind, setzen viele Werkstätten in der Kundenkommunikation noch auf analoge Wege oder einen Mix.

Eine eigene Website ist bei den meisten Werkstätten Standard – nur 12 % verzichten auf einen eigenen Onlineauftritt. Die Nutzung von digitalen Tools oder Anbietern ist dagegen deutlich weniger verbreitet.

13 % der freien Werkstätten haben kein ERP bzw. keine Buchhaltungssoftware im Einsatz. Nur etwa die Hälfte der freien Werkstätten (47 %) nutzt regelmäßig ein digitales Terminbuch.

34 % der freien Werkstätten geben an, digitale Kundenkommunikation wie E-Mail, SMS oder Whats App nie oder nur sehr selten zu nutzen.

Auch das Thema Reparaturportale scheint aus Sicht der Werkstätten keine große Rolle zu spielen: 64 % nutzen diese Möglichkeiten überhaupt nicht. Bei den sozialen Medien liegt in der Beliebtheit eindeutig Facebook vorne: 63 % der Werkstätten nutzen diese Option zumindest manchmal. Instagram nutzen die meisten Befragten nicht (34 % nutzen Instagram manchmal), noch weniger wird YouTube genutzt (24 % nutzen YouTube manchmal).

8. Hohes Tempo bei Vertragswerkstätten

Vertragswerkstätten legen ein höheres Tempo im Bereich der Digitalisierung vor.

Nicht nur bei den geplanten Investitionen liegen Vertragswerkstätten vorne. Auch die Nutzung von unterschiedlichen digitalen Tools ist bei Vertragswerkstätten intensiver:

66 % der Vertragswerkstätten nutzen ein digitales Terminbuch, 63 % setzen konsequent auf eine digitale Mitarbeiterplanung. Bei freien Werkstätten liegt der Anteil, der diese Möglichkeiten nutzt, nur bei 25 %.

9. Zukunftsthemen sind auf dem Schirm

Neben den digitalen Prozessoptimierungen in klassischen Arbeitsabläufen bringen die Digitalisierungsabläufe unter Umständen auch deutliche Veränderungen auf dem Markt mit sich. Von den Kfz-Werkstätten wollten wir wissen: Wie intensiv haben Sie sich mit dem Thema Remote-Diagnose/Ferndiagnose bereits auseinandergesetzt?

26 % der Befragten geben an, sich bereits intensiv damit auseinandergesetzt zu haben. Zwei Drittel

10. Unterstützung erwünscht

davon sehen nach intensiver Auseinandersetzung große Potenziale für die Werkstatt, ein Drittel macht diese Veränderung eher Sorgen.

Rund 17 % der Befragten haben sich bisher mit dem Thema überhaupt nicht beschäftigt.

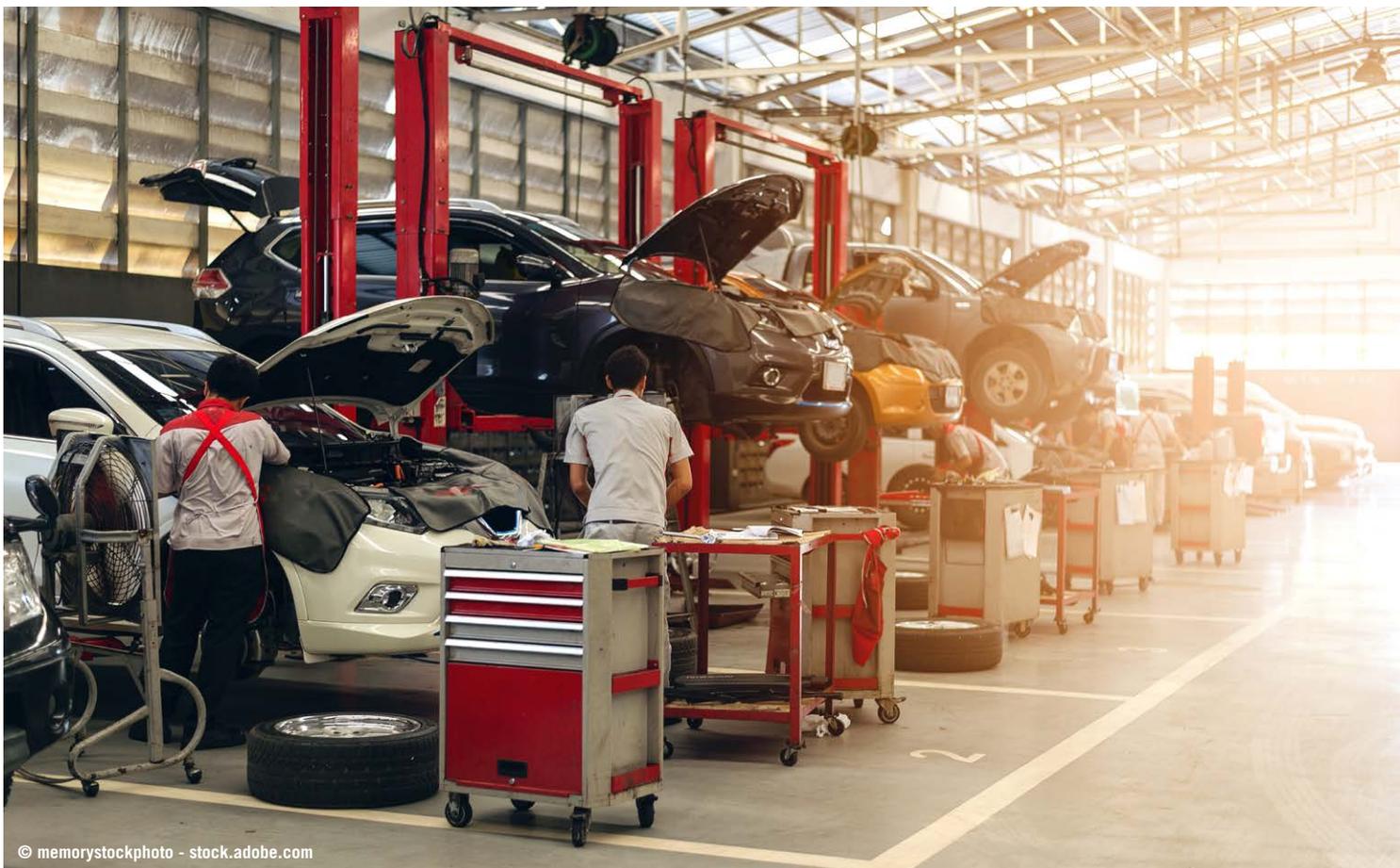
Von Nutzfahrzeug-Werkstätten wollten wir wissen, wie gut sie sich in den Bereichen Telematik, Fuhrparkmanagement und Ferndiagnose auskennen.

Bei allen Themen gaben zwischen 40 bis 50 % der befragten Nfz-Werkstätten an, dass der Bereich eine Ausnahme darstellt und noch keine intensive Auseinandersetzung damit stattgefunden hat.

Auch wenn die Befragten Werkstätten die Digitalisierung und deren Potenziale vornehmlich positiv sehen, bleiben große Herausforderungen – vor allem für die kleinen Betriebe.

Um diese Veränderungen vor allem in freien Werkstätten zu stemmen, sind alle Branchen-Player gefragt: Unterstützung erhoffen sich die Befragten von Großhändlern (64 %), Innungen (58 %), Herstellern (42 %) und Fachmedien (29 %).

Um Fehler zu vermeiden und vor allem den Überblick bei den ganzen Möglichkeiten im Markt nicht zu verlieren, sollten dringend sinnvolle Unterstützungsmodulare bereitgestellt werden. „Bei diesem Thema müssen sich einfach ALLE gegenseitig unterstützen.“



© memorystockphoto - stock.adobe.com

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen: Die Werkstätten sind auf dem Weg der Digitalisierung angekommen. Keine Werkstatt kommt 2021 gänzlich ohne digitale Tools oder Prozesse aus. Dennoch zeigt die Befragung, dass noch ein weiter Weg vor den Werkstätten liegt.

Die Komplexität und die nötigen Investitionen werden als große Herausforderung vor allem von den freien Werkstätten gesehen. Inhaber von freien Werkstätten müssen diese Zusatzaufgabe in der Regel selbst schultern und Zeit und Geld investieren. Um freie Werkstätten bei dieser Aufgabe zu unterstützen und zu begleiten, sollte die Branche zusammenarbeiten und sinnvolle Unterstützung für den Markt bereitstellen.

Über die Initiative Qualität ist Mehrwert

Qualität ist Mehrwert ist eine Initiative namhafter Hersteller von Automobilteilen im Automotive Aftermarket. Ziel ist es, das Qualitätsbewusstsein bei der Fahrzeugreparatur signifikant zu steigern. Dazu werden den Kfz- und Nfz-Werkstätten, dem Teilehandel und den Autofahrern die Vorteile von Qualitätsteilen vor Augen geführt – mit Informationsmaterial, bei Veranstaltungen und auf der Website.

Alle Partner, aktuelle Termine und Informationen gibt es im Internet unter:

qualitaet-ist-mehrwert.de

Pressekontakt:

Qualität ist Mehrwert
CGW GmbH
Christina Guth
Karl-Arnold-Straße 8
47877 Willich
Tel: 02154 88852-0
kontakt@qualitaet-ist-mehrwert.de