

P R E S S E I N F O R M A T I O N

Studie von Oliver Wyman, Europe Net und Pleon C-Matrix Erste Ergebnisse der European Truck Customer Studie 2010

- Differenzierung der Mobilitätsangebote und stärkere Kundenorientierung nötig
- Ausfallzeiten, Reparaturqualität und -geschwindigkeit sind erfolgskritische Kriterien für Zufriedenheit der LKW-Kunden
- Mobilitätsdienstleistungen sind ein bedeutendes Kaufkriterium

Brüssel/München/Zürich, 22. Juni 2010 – In der Studie „European Truck Customer 2010“ haben Oliver Wyman, Europe Net und Pleon C-Matrix die Kaufkriterien und Kundenzufriedenheit von LKW-Kunden analysiert. Mit einer Befragung von über 2.300 LKW-Kunden in mehr als zehn Ländern wurde im Zeitraum von Februar bis Mai 2010 erstmals ein gesamteuropäisches Meinungsbild ermittelt. Die ersten Ergebnisse zur Mobilität werden vorab am 22. Juni 2010 auf der Veranstaltung „Truck Customer Needs 2010 – A Challenge for the OEM and Service Providers“ heute in Wien präsentiert. Die Umfrage zeigt: Für LKW-Kunden haben mobilitäts- und servicerelevante Kriterien eine erhebliche Bedeutung. Sie wünschen sich künftig differenziertere Angebote von OEMs und unabhängigen Serviceanbietern. Letztere verkaufen heute rund 40 Prozent der Mobilitätsdienstleistungen. Die Studie mit den umfassenden Ergebnissen zu Kaufkriterien und Kundenzufriedenheit beispielsweise in den Kategorien Fahrzeug, Kosten, Verkaufsprozess, Werkstattservices sowie Mobilitätsdienstleistungen wird am 22. September auf der 63. IAA Nutzfahrzeuge in Hannover vorgestellt.

Für die dritte Auflage der Studie „European Truck Customer“ wurden von Februar bis Mai 2010 erstmals mehr als 2.300 Flottenbetreiber und Spediteure in über zehn europäischen Ländern befragt. Im Zentrum stand, welche Kriterien bei der Auswahl von Fahrzeugen, Anhängern und Dienstleistungen ausschlaggebend und wie zufrieden Kunden mit der Erfüllung durch die Hersteller und Anbieter sind. „Die Krise hat Spuren hinterlassen“, sagt Romed Kelp, Nutzfahrzeugexperte bei Oliver Wyman. „LKW-Kunden sind anspruchsvoller geworden. Hersteller müssen Kundenwünsche verstehen und noch genauer darauf eingehen, indem sie ihre Angebote spezifisch darauf ausrichten.“ Die vier wichtigsten Kriterien für die Zufriedenheit von LKW-Kunden haben einen klaren Servicebezug. Dabei stehen neben Ausfallzeiten die Reparaturqualität und -geschwindigkeit an erster Stelle.

Unabhängige Serviceanbieter im Vorteil

Die Befragung zeigt, dass Betreiber in Europa durchschnittlich für jede Panne zwischen 615 Euro und 1.034 Euro für LKWs sowie zwischen 604 Euro und 958 Euro für Anhänger ausgeben. Für rund 60 Prozent der Befragten sind daher Mobilitätsdienstleistungen wichtige

Kauf- und Zufriedenheitskriterien. Diese Angebote werden zumeist für LKWs oder gleich in Kombination für LKWs und Anhänger gekauft. Im Vergleich zu anderen Bereichen sind LKW-Kunden mit dem Angebot von Mobilitätsdienstleistungen relativ zufrieden. Der Unterschied in der Bewertung der Mobilitätsangebote von OEMs und von unabhängigen Anbietern ist nur gering. Rund 40 Prozent der Mobilitätsdienstleistungen werden jedoch heute bei den unabhängigen Serviceanbietern erworben. Wollen LKW-Hersteller sich langfristig gegenüber unabhängigen Wettbewerbern behaupten, müssen sie gezielt handeln.

Laut Studie ergeben sich für europäische LKW-Hersteller im Bereich Mobilität mehrere Handlungsfelder. Eine vordringliche Aufgabe ist das Angebot von Mobilitätsgarantien, denn Kunden bewerten die Minimierung von Ausfallzeiten als ein entscheidendes Kriterium ihrer Zufriedenheit. Auch sollte das Design von Mobilitätsservices – einer der drei Hauptkriterien für den Kauf von LKWs – für OEMs in den Mittelpunkt rücken. Zudem müssen die Zuverlässigkeits- und Qualitätsstandards von Dienstleistungen auf hohem Niveau gehalten werden, da mehr als zehn Prozent der Nicht-Kunden laut Befragung schlechte Erfahrungen gemacht oder mangelndes Vertrauen in die Servicequalität haben. „Mobilitätsdienstleister müssen ihr Serviceangebot künftig stärker differenzieren. Durch Alleinstellungsmerkmale gilt es, sich klarer als bisher von Wettbewerbern zu unterscheiden und den Ansprüchen der Kunden gerecht zu werden“, so Sven Wandres, Automobil- und After-Sales-Experte bei Oliver Wyman.

Zur Studie

Die Studie „European Truck Customer 2010“ von Oliver Wyman in Zusammenarbeit mit Europe Net und Pleon C-Matrix basiert auf einer Befragung von mehr als 2.300 LKW-Kunden in über zehn Ländern Europas im Zeitraum von Februar bis Mai 2010. Oliver Wyman führte 2006 in Deutschland erstmals die Befragung „Truck Customer“ durch, um die Bedürfnisse von Nutzfahrzeugkunden systematisch zu erheben. Inzwischen hat sich die alle zwei Jahre durchgeführte Studie zu einem renommierten Branchenstandard entwickelt. Mit der Umfrage „European Truck Customer 2010“ wird nun erstmalig ein gesamteuropäisches Meinungsspektrum abgebildet. Nähere Informationen sind unter www.europenet24.com verfügbar. Die Gesamtstudie wird am 22. September 2010 im Rahmen einer Pressekonferenz auf der 63. IAA Nutzfahrzeuge in Hannover vorgestellt.

Ansprechpartner

Alexander Fink
CEO
Pleon C-Matrix Group AG
Stampfenbachstrasse 52
CH-8006 Zürich

Tel.: +41 (0)43 300 56 60
Fax: +41 (0)43 300 56 66
alexander.fink@pleon.com
www.pleon.ch

Ansprechpartner

Erdmann Kilian
Manager Corporate Communications
Oliver Wyman
Marstallstraße 11
D-80539 München

Tel.: +49 (0)89 939 49 447
Fax: +49 (0)89 939 49 515
erdmann.kilian@oliverwyman.com
www.oliverwyman.com/de

ÜBER EUROPE NET

Europe Net ist eine europäische Serviceorganisation, die mit aktuell 12 Servicepartnern in 39 Ländern Europas individuelle Mobilitätspakete und Pannendienstleistungen für die Nutzfahrzeugindustrie anbietet. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Brüssel verfolgt das Ziel, im Zusammenspiel mit nationalen Servicepartnern europaweit höchste Standards hinsichtlich Servicequalität, Verfügbarkeit und Leistungstiefe zu gewährleisten.

ÜBER OLIVER WYMAN

Oliver Wyman ist eine internationale Managementberatung mit weltweit 2.900 Mitarbeitern in mehr als 40 Büros. Das Unternehmen verbindet ausgeprägte Branchenspezialisierung mit hoher Methodenkompetenz bei Strategieentwicklung, Prozessdesign, Risikomanagement, Organisationsberatung und Führungskräfteentwicklung. Gemeinsam mit seinen Kunden entwirft und realisiert Oliver Wyman nachhaltige Wachstumsstrategien. Wir unterstützen Unternehmen dabei, ihre Geschäftsmodelle, Prozesse, IT, Risikostrukturen und Organisationen zu verbessern, ihre Abläufe zu beschleunigen und ihre Marktchancen optimal zu nutzen. Oliver Wyman ist Teil der Marsh & McLennan Companies (NYSE: MMC). Weitere Informationen finden Sie unter www.oliverwyman.com/de.

ÜBER PLEON C-MATRIX

Pleon C-Matrix gehört zu den führenden Kommunikationsagenturen in der Schweiz. In Zürich und Lausanne betreuen über 20 Mitarbeitende nationale und internationale Grossunternehmen sowie KMU aus den Bereichen Gesundheit, Informationstechnologie, Telekommunikation, Nutzfahrzeugindustrie wie auch aus der Finanz- und Versicherungsbranche. Die Kompetenzen von Pleon C-Matrix liegen in Media Relations sowie Crisis & Change Communication, Internal Communication, Corporate Communication & Campaigning, Marketing & Sales sowie Healthcare-Communication. Als Full-Service-Dienstleister bietet die Agentur professionelle Lösungen für Corporate Publishing und verfügt über einen einzigartigen Ansatz zur Messung und Steuerung von Kommunikationsprozessen (RaCE©). Weitere Informationen finden Sie unter www.pleon.ch. Mit Pleon C-Matrix ist Ketchum Pleon, eine der weltweit führenden Kommunikationsberatungen, in der Schweiz vertreten.