

Studie „Truck Customer 2010“

Ausfallszeiten, Reparaturqualität und -geschwindigkeit haben oberste Priorität für die Zufriedenheit des Lkw-Kunden.

Am 22. Juni trafen internationale Vertreter der Nutzfahrzeugindustrie zum jährlichen Branchenevent im Schloss Schönbrunn zusammen, bei dem erstmals die Ergebnisse der von Europe Net, Oliver Wyman und Pleon C-Matrix durchgeführten europaweiten Umfrage „European Truck Customer 2010“ präsentiert wurden.

Mehr als 2.300 Flottenbetreiber und Spediteure aus über zehn europäischen Ländern wurden im Zeitraum Februar bis Mai 2010 zu Kaufkriterien und Kundenzufriedenheit in den Kategorien Fahrzeug, Kosten, Verkaufsprozess, Werkstattdienstleistungen und Mobilitätsdienstleistungen befragt.

Hersteller sind gefordert

„Die Krise hat Spuren hinterlassen, Lkw-Kunden sind anspruchsvoller geworden“, sagt Romed Kelp, Nfz-Experte bei Oliver Wyman, „Hersteller müssen daher ihre Angebote noch spezifischer auf die Kundenwünsche ausrichten. Die wichtigsten Kriterien seien dabei Ausfallszeiten, Reparaturqualität und -geschwindigkeit. Neben dem Service sind für rund 60 Prozent der Befragten Mobilitätsdienstleistungen ein wichtiges Kauf- und

2010			2008		
Rank	Criterion	Ø Import.	Rank	Ø Importance	
1	Reliability & Need for repair	1.32	2	1.25	<ul style="list-style-type: none"> Top 4 Criteria in 2010 are "Service"-related and thus gained importance Fuel consumption has decreased in importance as oil prices have declined compared to 2008
2	Warranty and goodwill	1.33	7	1.40	
3	Service quality	1.37	8	1.45	
4	Availability of spare parts	1.43	5	1.35	
5	Fuel consumption	1.43	1	1.20	
6	Duration of repair / downtime	1.51	3	1.29	
7	Total cost of ownership	1.54	11	1.51	
8	Vehicle's mileage cost	1.57	4	1.33	
9	Manufacturing quality	1.61	10	1.47	
10	Business hours of workshop	1.64	16	1.76	

■ Vehicle ■ Workshop offering ■ Price and costs ⊘ Lost importance
⊘ Gained in importance

Note: School grades
Source: European Truck Customer 2010

Was den Flottenbetreibern 2010 besonders wichtig ist

Zufriedenheitskriterium. Hier müssen Lkw-Hersteller gezielt handeln, wenn sie sich gegenüber der Konkurrenz behaupten wollen. Laut Studie ergeben sich dafür mehrere Handlungsfelder, wobei die Minimierung der Ausfallszeiten oberste Priorität hat. Zudem müssen Zuverlässigkeits- und Qualitätsstandards von Dienstleistungen auf einem hohen Niveau gehalten werden. Gelingt dies, dann kann der Lkw-Produzent besonders punkten, da laut Studie mehr als 10 Prozent der Kunden bereits schlechte Erfahrungen gemacht und daher mangelndes Vertrauen

in die Servicequalität haben.

„Mobilitätsdienstleister müssen ihr Serviceangebot zukünftig stärker differenzieren“, sagt Sven Wandres, Automobil- und After-Sales-Experte bei Oliver Wyman. Schließlich seien Alleinstellungsmerkmale ein deutliches Identifikationskriterium, das nicht nur den Kundenwünschen individueller gerecht wird, sondern vor allem vom Mitbewerb unterscheidet.

Die Gesamtstudie „European Truck Customer 2010“ wird am 22. September 2010 im Rahmen der 63. IAA Nutzfahrzeuge in Hannover vorgestellt.