

Mit FairGarage digitale Kunden fischen

Das Werkstattportal FairGarage ist ein Service der DAT Deutsche Automobil Treuhand, das vor knapp zehn Jahren gegründet wurde mit dem Ziel, Autofahrer*innen über Werkstattangebote zu informieren, Reparaturen zu kalkulieren und Kunden an Werkstätten zu vermitteln.

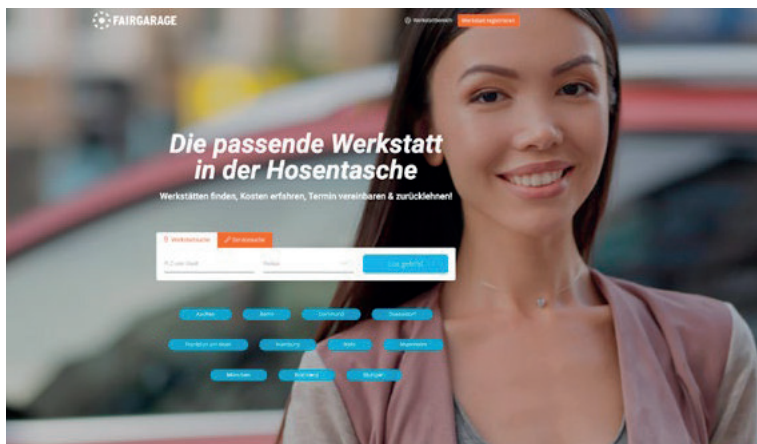


Seit August 2020 ist Andreas Serra Geschäftsführer der Beratungs- und Trainingsgesellschaft Promotor XD GmbH, einer 100 Prozent Tochter der DAT Group.

Ca. 4,5 Millionen Autofahrer*innen werden in 2021 die Internetseite www.fairgarage.de nutzen, um ein Reparaturangebot bei einer Fachwerkstatt einzuholen. Gesucht wird regional nach einer Wartungs- oder Reparaturleistung für ein bestimmtes Modell. Die Online-Recherche nach einem Bremsenwechsel, einer Inspektion oder auch nach einem Ersatzteil findet rund um die Uhr an sieben Tagen in der Woche statt. 55 Prozent besuchen laut DAT außerhalb der Öffnungszeiten der Werkstätten FairGarage. Aus den vielen Suchanfragen lassen sich eine Menge Daten generieren, die für Werkstätten von großem Interesse sind. Dieses digitale Datengold nutzen bereits einige Werkstätten, um sich im Markt neu oder anders zu positionieren.

Wie viele Werkstätten haben sich auf der Plattform FairGarage registrieren lassen und hat sich die Haltung der Werkstätten verändert, wird der Weg der digitalen Angebote stärker von Werkstätten genutzt?

Serra: Aktuell bieten ca. 16.000 Werkstätten ihre Serviceleistungen über die DAT-Plattform an. Wir erleben das wachsende Interesse, vor allem bei den Herstellern. Diese haben – im Gegensatz zu den freien Werkstätten – dieses Thema stiefmütterlich behandelt. Es ist deutlich zu spüren, dass sich die Haltung verändert hat. Auch aus der Not heraus, denn mit steigender Anzahl an E-Fahrzeugen werden Serviceleistungen, wie Ölwechsel und Arbeiten an mechanischen Motorteilen sinken. Der Wettbewerbsdruck ist vorhanden.



55 Prozent der Konsumenten besuchen die Werkstattplattform FairGarage außerhalb der typischen Öffnungszeiten.

Die Redaktion FREIE WERKSTATT hat über die Datenqualität und die Vermarktungschancen mit dem Geschäftsführer der Promotor XD GmbH, Andreas Serra, ein Gespräch geführt.

Sind Plattformen wie FairGarage auf der Wachstum-Überholspur?

Serra: Der Lockdown hat die Digitalisierung extrem nach oben gepusht. Auch bei FairGarage hat sich die Anzahl der Kontaktforderungen und Buchungen um 10 Prozent (Juni 2020 vs. Juni 2021) erhöht. Die Nachfrage wird in den nächsten Monaten weiter deutlich steigen. Ich gehe davon aus, dass in 2022 bereits 10 Millionen Autofahrer*innen eine Dienstleistung rund um das Auto suchen werden. Der Ausbau an angebotenen Dienstleistungen findet auch in den nächsten Monaten statt, dann kann auch nach Karosserie- und Lackarbeiten bzw. nach Reifenservice, wie Räderwechsel und Rädereinlagerung, gesucht werden.

Bei FairGarage sind sowohl markengebundene als auch freie Werkstätten gelistet, wie finden Autofahrer*in und Werkstatt zusammen? Welche Kriterien sind wichtig, um als freie Werkstatt das Interesse beim Suchenden zu erhöhen?

Serra: Neben den Kriterien Herstellermarke, Entfernung zur Werkstatt und Bewertungen sind auch Fahrzeugalter und Spezialisierung entscheidend. Eine freie Werkstatt wird für ein Angebot, beispielsweise eines älteren Golf, einer Reparatur eines Vergasers oder einer Motorinstandsetzung weitaus häufiger kontaktiert. Wenn für einen drei Jahre alten Golf eine Bremsenreparatur ansteht, die Markenwerkstatt 25 Kilometer, die freie Werkstatt nur 5 Kilometer entfernt ist, so wird die freie Werkstatt an erster Stelle stehen. Wichtig ist beim Ranking aber auch eine gute Bewertung. Sie sehen FairGarage ist kein Preisportal, denn wichtigere Qualitätskriterien bestimmen das Ranking. Die DAT investiert jährlich viel Geld, um Traffic in Fachhandel und Werkstatt zu generieren, um eine Geschäftsanbahnung herzustellen. Da sind wir auf einem erfolgreichen Kurs.

Wie ist aktuell das Verhältnis Anfrage und Buchung?

Serra: Zunächst ist die wichtigste Aufgabe von FairGarage den digitalen Kunden zur Werkstatt zu bringen. Wir sorgen dafür, dass der Kunde mit seinem aktuellen Problem die beste Werkstatt für die Reparatur findet. Das ist unsere wichtigste Aufgabe. FairGarage berechnet auf Basis der individuellen Händlerverrechnungssätze und der Teilepreise die Kosten für den Kunden. Diese Basiskalkulation wird zu ca. 2,8 Prozent direkt im Internet gebucht. Der größte Teil der Anfragen wird aktuell zwischen Werkstatt und Kunde via Mail oder Telefon beauftragt.

Können Sie uns etwas zum Profil der Werkstatt sagen, welche Kriterien sollte sie erfüllen?

Serra: Das Werkstattprofil muss ansprechend sein. Ein Bild sagt tausend Worte und es erhöht deutlich die Chancen der Werkstatt, angeklickt zu werden. Ganz konkret in 70 Prozent der Fälle nehmen Autofahrer Kontakt auf, wenn ein Foto vorhanden ist. Dazu kommt die Eingabe der wichtigsten Stundenverrechnungssätze, um ein Kundenangebot zu kalkulieren. Für das Finden in Google und die Anfragen sorgen wir.

Wie kann eine Werkstatthaberin oder ein Werkstatthaber von dem Datengold von FairGarage profitieren?

Serra: Neben der Erstellung des Profils am einfachsten über die regionalen Nutzerdaten. Wir bieten erst seit einigen Monaten für alle Werkstätten diesen Customer-Service an, der aber wesentlich häufiger von freien Werkstätten angefragt wird. Sie möchten ganz konkret wissen, wie sie ihren Auftritt bei FairGarage gestalten sollen, welche Inhalte wichtig sind und mit welchen Serviceleistungen in der Region die meisten Autofahrer*innen abgeholt werden können. In der Basisversion zeigen wir, welche Anfragen gestellt wurden, um daraus spezielle Angebote zu formulieren. Im Rhein-Main-Gebiet beispielsweise – im Umkreis einer Werkstatt – wurde nach Klassik-Service für Porsche gesucht. So hat die Werkstatt diese Tatsache für ein neues Geschäftsfeld genutzt und sich auf alte Porsche-Fahrzeuge spezialisiert. Andere haben ge-



Der Servicemonitor gibt einen Überblick in den digitalen Servicemarkt der Region.

sehen, dass Arbeiten angefragt wurden, die man als Werkstatt nicht im Repertoire hatte. Solche Aussagen helfen also, sein Business zu verändern.

Bevor Sie in Marketing oder neue Geschäftsideen investieren, helfen wir auf Basis regionaler Daten, faktenbasierte Entscheidungen zu treffen. Dafür haben wir Spezialisten, die ihre Kosten innerhalb von kurzer Zeit einspielen. So heben wir gemeinsam das Datengold.

Das ist ein sehr spannendes Thema, das wir demnächst weiter ausrollen werden. Denn wir werden zwei Werkstätten über einige Monate begleiten, die die Beratungsleistung von PromotorXD – den Servicemonitor – in Anspruch nehmen und ihr Angebot bei FairGarage anpassen.

Weitere Infos unter www.promotor.de

Rostsanierung + Grundierung

mit **BRUNOX® Epoxy®**
in nur **3 Schritten!**



- 1
- 2
- 3

Lösen Rost abschleifen / abbürsten.

2-mal BRUNOX® Epoxy® auf den Porenrost aufstreichen oder 3-4 mal aufsprühen. - kein Abwaschen nötig.

BRUNOX® Epoxy®Schicht auf vollständige Trocknung überprüfen, Spachtelmassen, BRUNOX® 1-K-Filler oder direkt die Endlackierung applizieren.

