



19.08.2026

DEKRA-STUDIE: WERKSTÄTTEN HOLEN BEIM DIGITALEN SERVICE AUF

Die Werkstätten in Deutschland machen aus Sicht der Autobesitzer Fortschritte in Sachen digitalem Service. Das ist eines der Ergebnisse einer aktuellen Befragung der Expertenorganisation DEKRA und des Marktforschungsinstituts Ipsos. Die Ergebnisse hat DEKRA in dieser Woche (18. August 2026) in einer Pressemitteilung veröffentlicht. Demnach gibt nur noch ein Fünftel der Befragten (21 Prozent) an, ihre Werkstatt sei nicht auf die Kundenkommunikation über Internet, E-Mail oder WhatsApp vorbereitet. Das ist gegenüber der Befragung vor zwei Jahren (32 Prozent) ein deutlicher Rückgang. Dass ihre E-Mails bei der Werkstatt untergehen, glauben nur noch 18 Prozent der Befragten (2024: 33 Prozent).

MEHR ALS DIE HÄLFTE DER AUTOFAHRER BEVORZUGEN PERSÖNLICHEN ODER TELEFONISCHEN WERKSTATTKONTAKT

Dennoch gibt es bei der Digitalisierung im Aftersales-Bereich weiterhin Luft nach oben. Für die erste Kontaktaufnahme, etwa für einen Reparaturauftrag, bevorzugen immer noch 61 Prozent der Befragten den persönlichen oder telefonischen Kontakt. Diese Zahl ist aber weiter rückläufig. Im Jahr 2017 bevorzugten noch 69 Prozent grundsätzlich den persönlichen Kontakt zu ihrer Werkstatt. Vor zwei Jahren lag der Wert bei 63 Prozent. Die Zahl der Autobesitzer, die schon einmal digital Kontakt mit ihrer Werkstatt aufgenommen haben, liegt in der aktuellen Befragung fast unverändert bei 42 Prozent (2024: 41 Prozent).

DISKREPANZ ZWISCHEN KUNDENWÜNSCHEN UND WIRKLICHKEIT

Wenn Autobesitzer gefragt werden, welche digitalen Angebote sie sich wünschen und welche Services ihre Werkstatt heute schon anbietet, zeigt sich laut der Studie nach wie vor eine große Diskrepanz zwischen Wunsch und Wirklichkeit. Am interessantesten wäre für die Befragten unverändert die Möglichkeit, über die Webseite der Werkstatt einen Termin zu vereinbaren: Zwei Drittel wünschen

sich diese Option, nur ein Drittel hat sie schon. Eine Online-Information zum aktuellen Stand bei laufenden Service- oder Reparaturarbeiten hätten gerne 65 Prozent der Befragten – nur 27 Prozent bekommen diesen Service nach eigener Aussage heute schon bei ihrer Werkstatt. Gewünscht werden außerdem unter anderem Einsicht zu Service-Intervallen oder HU-Fälligkeiten (Wunsch: 56 Prozent / aktuelles Angebot: 17 Prozent), Terminvereinbarung per WhatsApp oder anderen Apps (53 Prozent / 21 Prozent) oder die Einsicht in den aktuellen Status des Auftrags über das Internet (53 Prozent / 8 Prozent).

WERKSTÄTTEN KÖNNTEN BESSER ÜBER DIGITALE SERVICES INFORMIEREN

Verbesserungspotenzial zeigt die Befragung auch mit Blick auf die Information von Kunden über digitale Services. Der Aussage „Meine Werkstatt informiert mich fortlaufend über neue Möglichkeiten in ihrem Kundenservice“ stimmen nur 33 Prozent der Befragten eher bzw. voll und ganz zu. Damit fällt der Wert wieder unter das Niveau von 2020 (34 Prozent); vor zwei Jahren lag er noch bei 40 Prozent. „Die Ergebnisse unserer aktuellen Studie belegen erneut die hohe Relevanz des Themas Digitalisierung im Aftersales-Bereich des Kfz-Gewerbes. Dem Interesse der Autobesitzerinnen und -besitzer an Online-Angeboten wird im Markt offenbar nicht ausreichend entsprochen“, erklärt Guido Kutschera, Vorsitzender der Geschäftsführung der DEKRA Automobil GmbH. „Auf der anderen Seite ist der Wunsch nach dem persönlichen Kontakt weiterhin groß. Für die Betriebe bedeutet das: Wer die Kundenerwartungen erfüllen will, muss digitale Kanäle und persönlichen Austausch in einem Gesamtkonzept zusammenbringen.“

Für die Online-Studie befragte das Institut Ipsos im Auftrag von DEKRA im Juni 2026 insgesamt 1.000 Autobesitzer, die selbst für die Wartung und Reparatur ihres Fahrzeugs verantwortlich sind. [Weitere Informationen zur Studie gibt es auf der Website von DEKRA.](#)

Ina Otto