

## Wir liefern, was Sie brauchen!

### Studie: Auf dem Parkplatz bestehen große Optimierungs-Chancen

Donnerstag, 11. Dezember 2014 | 0 Kommentare

Viele Bereiche von Kfz-Betriebsstätten sind bereits nahezu perfekt optimiert, doch ein großer Bereich war bis jetzt kaum im Fokus: der hauseigene Parkplatz. Mit der Studie „Logistik im Autohaus 2014 – Eine Branche zwischen Differenzierung und Standardisierung“ will das Marktforschungsunternehmen DTO Research zeigen, dass vor allem hier viel ungenutztes Potential liegt. Die Schauf GmbH aus Solingen hat die Studie in Auftrag gegeben, da die Spezialisten für Anzeige- und Leitsysteme mit ihrer jahrelangen Erfahrung jetzt eine Lösung im Portfolio haben.

Der Studie zufolge wird der eigene Parkplatz durchaus als optimierbar gesehen, richtige Lösungen konnten aber bisher nicht zufriedenstellend angegangen werden. Erst durch die Umfrage von DTO Research – mit einer kurzen, einfachen Erklärung, was der Einsatz eines Parkplatzmanagementsystems der Firma Schauf GmbH konkret bedeutet – kam heraus, dass fast alle solch ein System begrüßen würden. „Wir reden hier von einer sinnvollen Strukturierung des vorhandenen Parkraumes in Verbindung mit unterschiedlichen Komponenten, die den Alltag effizienter und produktiver gestalten. Das Erlebnis Autohaus wird sich für den Kunden in einer überraschenden Form einstellen“, sagt Christian Schmälting, Projektleiter bei Schauf.

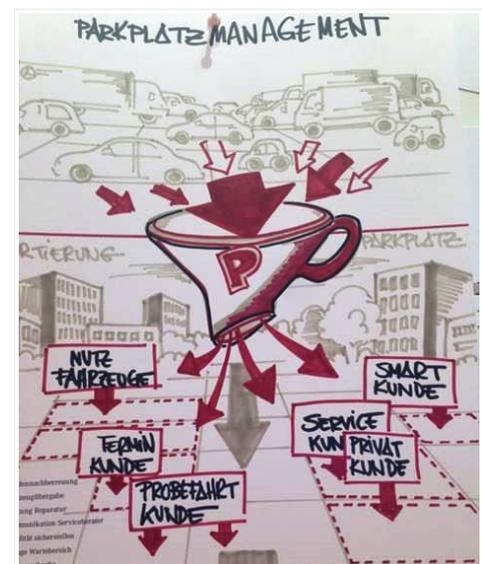
Dass genau dieser Bedarf vorhanden ist, sagt auch Studienleiter Michael Di Figlia in seinem Fazit: „Parkplatzmanagementsysteme werden als Bausteine gesehen, die geeignet sind, Abhilfe zu schaffen.“ Die Studie habe ganz klar gezeigt, dass „Vertrieb, Service und Prozesse entsprechend gleichsam optimiert werden können und zudem ein einzigartiges Kundenerlebnis geschaffen wird.“ Mit dem Einsatz eines Parkplatzmanagementsystems könne man sich im Wettbewerb differenzieren. Ganz nebenbei werden unproduktive Zeiten und Parkplatzmangel deutlich reduziert und die Kundenzufriedenheit gesteigert.

„Erfolgreiche Kundenbeziehungen setzen voraus, die Kundenbedürfnisse zu erkennen und Maßnahmen für deren Erfüllung zu ergreifen“, erklärt Hagemann. Mit dem richtigen System lässt sich relativ einfach diese wichtige Einteilung vornehmen. Die komplette Studie und mögliche Lösungswege hält die Schauf GmbH bereit. Ansprechpartner ist Christian Schmälting, der unter 0212/38235228 oder per Mail [c.schmaeling@schauf-gmbh.de](mailto:c.schmaeling@schauf-gmbh.de) zu erreichen ist. *dv*

Keine verwandten Nachrichten.

**Schlagwörter:** Christian | Schmälting, DTO Research, Michael | Di Figlia, Schauf GmbH

**Kategorie:** Markt, Werkstatt



Studie: Auf dem Parkplatz bestehen große Optimierungs-Chancen