

AUTOMOTIVE GOOGLE REVIEW ONDERZOEK 2026

De sterren zijn gezond. De reputatie niet.



De Nederlandse autobranche scoort gemiddeld 4,4 sterren op Google. En toch staan er bij de 30 grootste dealergroepen 12.147 klachten onbeantwoord online: een achterstand die in jaren is opgebouwd en vandaag nog steeds zichtbaar is voor elke koper en elk AI-systeem. Dit rapport laat zien waar dat gat zit, wat het kost, en hoe je het dichttrekt zoals de branche het zelf wil: met AI als hulpmiddel en mensen aan het stuur.

DE HELE MARKT

2.400+

dealerprofielen, ruim 400.000
openbare Google-reviews

DE TEKSTEN

205.000

losse reviewteksten van de 30
grootste dealergroepen, met elk
antwoord erbij

HET BEWIJS

55.000+

reviews van Repmanager-
klanten, met elke reactie erop

Wat je gaat lezen

Negen hoofdstukken, elk gebouwd op één inzicht uit de grootste Google-reviewdataset van automotive Nederland. Elk cijfer is een telling, herleidbaar naar de bron.

- | | | |
|-----------|---|-------|
| 01 | Het gemiddelde dat liegt: waarom 4,4 sterren niets zegt over je reputatie | 3 min |
| 02 | Het klachtgat: de helft van alle klachten krijgt geen antwoord | 4 min |
| 03 | De premium-paradox: de duurste merken laten het meest liggen | 3 min |
| 04 | De reactietijd-kloof: lof krijgt sneller antwoord dan kritiek. En de vertrekkende klant wacht het langst | 5 min |
| 05 | Het aftersales-lek: de showroom wint de klant, de werkplaats verliest hem | 4 min |
| 06 | Zero-click en AI: je reviewprofiel is je etalage geworden. Nu met eigen meting: 540 AI-antwoorden | 4 min |
| 07 | Markt versus klant: het bewijs: wat er gebeurt als je er structureel op stuurt | 2 min |
| 08 | Wat dit betekent: de zelf-audit en het 30/60/90-plan | 3 min |
| 09 | Verantwoording en methode: drie bronnen, alle keuzes, alle beperkingen, elke term | 3 min |

WAT JE LEEST

Zes marktinzichten, het bewijs dat het anders kan, een zelf-audit voor de directietafel en de volledige methode. Elk hoofdstuk sluit af met een concrete eerste stap.

HOE WIJ METEN

Marktdata en klantdata blijven strikt gescheiden; geen enkel getal mengt de twee. Merken noemen we bij naam, individuele dealergroepen niet. Methode: hoofdstuk 9.

WEINIG TIJD?

De managementsamenvatting op pagina 3 en 4 is de vijf-minutenversie: het verhaal en de acht bevindingen.

De branche lijkt gezond. Tot je de antwoorden leest.

Bekijk de Nederlandse dealermarkt op Google en je ziet weinig reden tot zorg. Ruim 2.400 dealerprofielen, meer dan 400.000 reviews, gemiddeld 4,40 sterren. Ruim de helft van de dealers scoort 4,5 of hoger. Slechts 1 procent zit onder de 3,5.

Maar sterren zijn een gemiddelde van jaren. Ze meten hoe tevreden klanten waren, niet hoe je vandaag met ontevreden klanten omgaat. Daarvoor moet je niet naar de score kijken, maar naar gedrag: **wie antwoordt, hoe snel, en op wat.**

Dus lazen we niet alleen de scores, maar 205.000 volledige reviewteksten van de 30 grootste dealergroepen, met elk antwoord van de dealer erbij. En dan kantelt het beeld. Over de volledige historie bleef **53,1 procent van de klachten (1 en 2 sterren) onbeantwoord**. Vandaag staan er bij die 30 groepen 12.147 klachten open: een achterstand die in jaren is opgebouwd, maar die elke autokoper vandaag nog gewoon kan lezen.

En de lezer is allang niet meer alleen de autokoper. Wie aan ChatGPT, Perplexity of Gemini vraagt om een betrouwbare dealer, krijgt in 65 procent van de gevallen reviewinformatie in het antwoord: scores, aantallen, klachten. Dat is geen aanname maar een meting, over 540 AI-antwoorden op koopvragen over deze 30 groepen (hoofdstuk 6). **Je reviews zijn de bijsluiter van je merk geworden, ook in AI.**

De markt wordt intussen wakker: in 2019 kreeg een kwart van alle reviews antwoord, in 2025 bijna driekwart. Maar juist bij de klachten stokt de inhaalslag: ook in 2025-2026 blijft ruim een derde van de negatieve reviews onbeantwoord.

En het patroon achter dat gat is ongemakkelijk. Dealers reageren vaker en sneller op lof dan op kritiek. De 3-sterren review, de twijfelaar die nog te winnen is, krijgt van iedereen het minst antwoord. En van de 2.105 klanten die in hun review letterlijk aankondigen nooit meer terug te komen, kreeg bijna de helft nul reactie.

Dat het anders kan, bewijzen de dealergroepen die er structureel op sturen. Zij beantwoorden vrijwel alles (96 procent), binnen 9 uur in plaats van 39, en brachten hun klachtgat terug van 44,6 naar 2 procent. **Niet omdat hun klanten aardiger zijn. Omdat ze het proces hebben geregeld. Dat proces is mens plus AI: het bedankje op een 5-sterrenreview mag automatisch, de klacht krijgt een AI-concept in de toon van het eigen merk en de eigen vestiging, en een mens beoordeelt en verstuurt. AI als hulpmiddel, niet als vervanging van mensen; precies zoals de branche het zelf formuleert.**

"De score van een dealer wordt niet bepaald door merk, grootte of regio, maar door of hij reageert, hoe snel, en of hij de klacht serieus neemt."

Het patroon in dit onderzoek, samengevat

De acht bevindingen

Elk cijfer is een telling over de volledige dataset; de gebruikte periode staat bij elk hoofdstuk.

01 · DE GEZONDE BUITENKANT

4,40

De gewogen Google-score van de Nederlandse dealermarkt, over 403.316 reviews. Sterren onderscheiden niet meer; gedrag wel. → hoofdstuk 1

02 · HET KLACHTGAT

53,1%

Van alle 22.867 klachten (1-2 sterren) ooit geplaatst bij de 30 grootste groepen kreeg ruim de helft nooit antwoord. → hoofdstuk 2

03 · DE OPENSTAANDE REKENING

12.147

Zoveel klachten staan vandaag nog onbeantwoord online. Opgebouwd in jaren, zichtbaar bij elke zoekopdracht. → hoofdstuk 2

04 · HET VERGETEN MIDDEN

33%

De 3-sterrenklant, de twijfelaar die nog te winnen is, krijgt van alle reviewers het minst vaak antwoord. → hoofdstuk 2

05 · DE REACTIEVOLGORDE

26 vs 48u

Een 5-sterrenreview krijgt twee keer zo snel antwoord als een 1-ster. Lof gaat voor kritiek, structureel. → hoofdstuk 4

06 · HET AFSCHEIDSGAT

47%

Van de 2.105 klanten die in hun review publiek vertrek aankondigen, kreeg bijna de helft nooit een reactie. → hoofdstuk 4

07 · DE AI-BIJSLUITER

65%

In twee derde van 540 AI-antwoorden over deze dealergroepen staat reviewinformatie. Je reviews reizen mee in elk AI-antwoord. → hoofdstuk 6

08 · HET BEWIJS

2% vs 38%

Het klachtgat van dealergroepen die er structureel op sturen, tegenover de rest van de markt (2025-2026). → hoofdstuk 7

Zo lees je deze cijfers. Het klachtgat en de openstaande rekening beschrijven de opgebouwde historie; de markt beantwoordt recente reviews aanzienlijk beter (hoofdstuk 2). Het gedragspatroon eronder is niet veranderd: sneller op lof dan op kritiek, het minst op de twijfelaar en de vertrekkende. Dat patroon is het eigenlijke verhaal van dit rapport.

Vier bronnen, één meetlat

Dit onderzoek combineert vier datasets die elkaar controleren: de markt toont het probleem, de klantdata toont dat het anders kan, de AI-meting toont wie er meeleeft. Markt- en klantcijfers worden nergens gemengd.

BRON 1 · PLACES

2.481

profielen

De openbare Google-scores van de hele Nederlandse dealermarkt: 403.316 reviews, alle merkdealers, gewogen op reviewvolume. Hieruit komen de merkscores, de verdeling en de benchmark van 4,40.

BRON 2 · DE TEKSTEN

204.976

reviews

Alle openbare reviews van de 30 grootste dealergroepen (853 dealerprofielen op Google, twee meetrondes, 99,9% dekking), inclusief de volledige tekst, elk antwoord van de dealer en het moment daarvan. Hieruit komen klachtgat, reactietijden, thema's en taal.

BRON 3 · REPMANAGER

55.103

reviews

De eigen data van aangesloten dealergroepen, met elke reactie. Voor vergelijkingen gebruiken we de schone set van 46.046 reviews (6 groepen); toelichting in hoofdstuk 9.

BRON 4 · DE AI-METING

540

antwoorden

ChatGPT, Perplexity en Gemini, bevroegd met koopvragen over de 30 grootste groepen (60 merk-regiocombinaties). Nulmeting juli 2026, wordt wekelijks herhaald.

Vaste definities. Premium is een vaste merkenlijst (BMW, Mercedes-Benz, Audi, Volvo, Lexus, MINI, Porsche, Land Rover, Jaguar). Scores op een 10-puntsschaal zijn genormaliseerd naar 5 punten. De lopende maand telt niet mee in reactiecijfers. Validatie, uitsluitingen en beperkingen: hoofdstuk 9.

Het gemiddelde dat liegt

4,40 sterren. Dat is de Nederlandse dealermarkt op Google. Het klinkt als een gezonde branche, en als het perfecte excuus om niets te doen. Maar het gemiddelde verbergt precies datgene waar reputatie om draait: wat er gebeurt als het misgaat.



GEWOGEN MARKTSCORE

4,40

over 403.316 reviews

SCOORT 4,5 OF HOGER

53%

van de actieve dealers

MAAR ONDER DE 4,0

8%

de risicogroep: 160 dealers

Iedereen scoort goed. Dus niemand valt op.

De scores van de Nederlandse dealermarkt liggen opvallend dicht bij elkaar. Meer dan de helft van de actieve dealers zit op 4,5 of hoger, negen van de tien boven de 4,0. Vind je je eigen score "prima"? Dan heb je gelijk. Net als bijna iedereen.

En dat is precies het probleem. **In een markt waar iedereen tussen 4,2 en 4,7 zit, onderscheidt een score niet meer.** De autokoper die drie dealers vergelijkt, ziet drie keer ruim vier sterren. Wat hij wél ziet: of er onder die boze review van vorige maand een antwoord staat.

Ook de merken ontlopen elkaar weinig, al is de volgorde veelzeggend. Dacia voert de lijst aan met 4,83, de Duitse premiummerken staan onderaan. Waarom dat zo is: hoofdstuk 3. Voor nu telt dit: tussen nummer 1 en nummer 24 zit een halve ster. Binnen één merk verschillen vestigingen onderling veel meer.

ACTIEVE DEALERS PER SCORE-BUCKET

4,5 of hoger		1.069 · 53%
4,0 tot 4,5		794 · 39%
3,5 tot 4,0		136 · 7%
Onder 3,5		24 · 1%

GOOGLE-SCORE PER MERK (SELECTIE)

Dacia	4,83
Renault	4,66
Fiat	4,57
Suzuki	4,55
Hyundai	4,54
Volvo (premium)	4,51
Nissan	4,47
BMW (premium)	4,42
Toyota	4,38
Audi (premium)	4,36
Ford	4,36
Mercedes-Benz (premium)	4,35
Volkswagen	4,31

Gewogen gemiddelde per merk, hele markt. Selectie uit 24 merken (min. 10 profielen); complete tabel in de bijlage. Combi-vestigingen tellen onder hun primaire merkprofiel.

Wat de score niet verklaart. En wat wel.

AANTAL REVIEWS ↔ SCORE

0,02

geen verband, over 853 dealerprofielen op Google

REAGEREN ↔ SCORE

+0,29

het enige gedrag dat meebeweegt

Volume koopt geen sterren. De correlatie tussen het aantal reviews van een vestiging en de score is vrijwel exact nul (0,02 over 853 dealerprofielen op Google van de grootste groepen). Meer reviews verzamelen is geen reputatiestrategie. Het is een megafoon voor wat er al is.

Regio verklaart het verschil niet. De gemiddelde scores per provincie liggen dicht bij elkaar, tussen 4,35 en 4,53. Nergens in Nederland beoordelen klanten structureel strenger of milder; een lage score heeft dus zelden een geografische oorzaak.

Grootte verklaart weinig. Middelgrote vestigingen (50-200 reviews) scoren het hoogst (4,49), de allergrootste zakken terug. De drukste vestiging van de 30 grootste groepen heeft 1.858 reviews en scoort 4,0: onder het marktgemiddelde. Schaal maakt consistent hoog scoren moeilijker, niet makkelijker.

Wat wél samenhangt met de score: reageren. Vestigingen die vaker antwoorden, scoren hoger. De correlatie tussen reactiegraad en score is +0,29. Dat is geen bewijs van oorzaak en gevolg, maar het is het enige gedragskenmerk in deze dataset dat consistent met de score meebeweegt.

BEGIN HIER DIT KWARTAAL

Trek deze week de reactiegraad per vestiging uit je systeem. Eén getal per vestiging, meer heb je niet nodig om te weten waar je staat. Geen systeem dat dit kan? Dan is dát je eerste bevinding.

DE KLASSIEKE FOUT

Sturen op de score. Die is een gemiddelde van jaren en beweegt pas maanden na het gedrag. Wie op de score wacht, kijkt in de achteruitkijkspiegel.

Het klachtgat

Een klant die een negatieve review schrijft, steekt publiekelijk zijn hand op. Het klachtgat meet hoe vaak er dan niemand komt: het aandeel 1- en 2-sterrenreviews dat nooit een antwoord kreeg. Het is de eerlijkste maatstaf voor reputatiebeheer die er is, omdat het niet meet hoe tevreden je klanten zijn, maar wat je doet wanneer ze dat niet zijn. Bij de 30 grootste dealergroepen staat de teller over de volledige historie op 53,1 procent.



ALLE KLACHTEN OOIT

22.867

1- en 2-sterrenreviews bij de 30 grootste groepen, volledige historie

NOOIT BEANTWOORD

53,1%

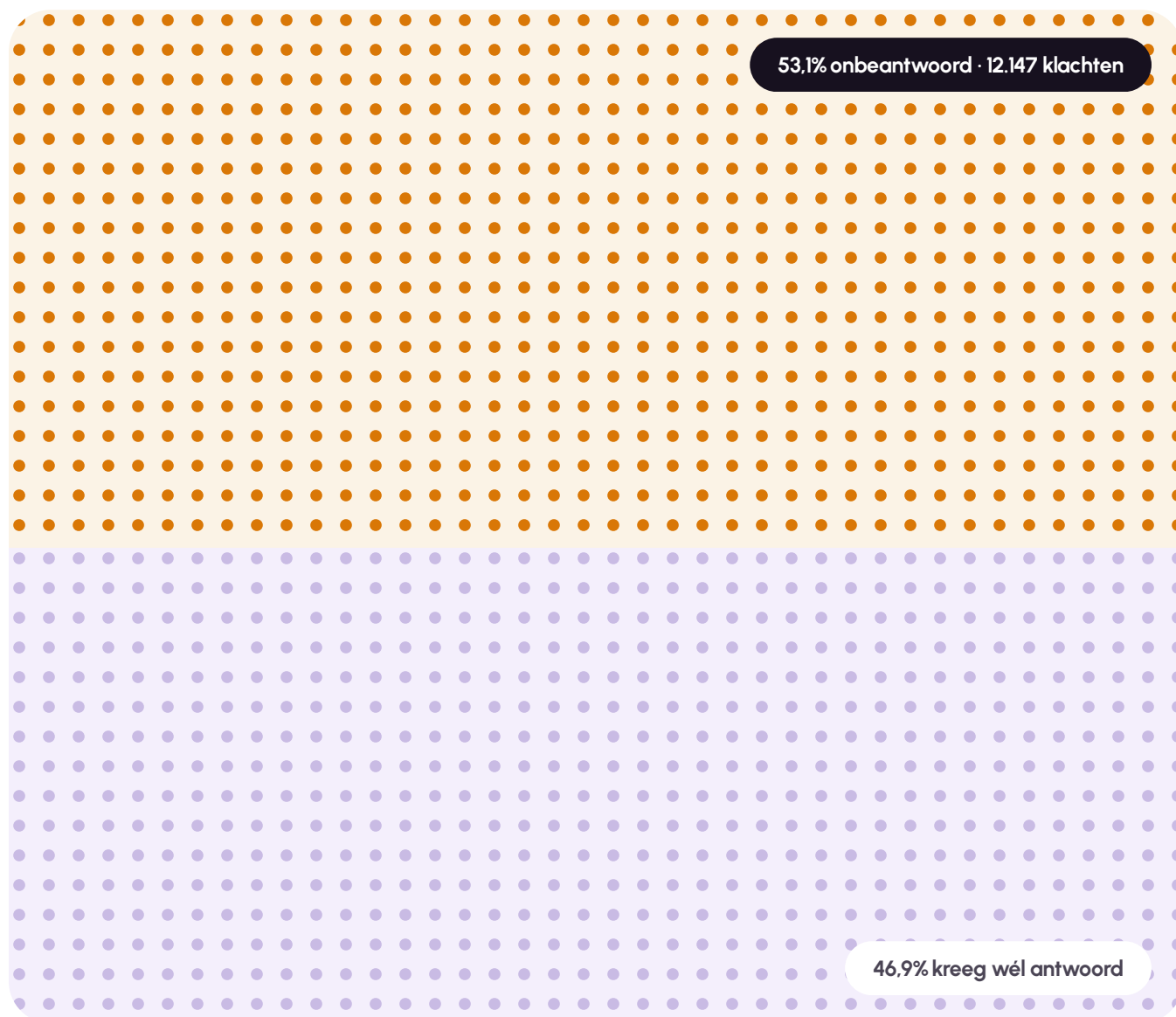
12.147 klachten, de openstaande rekening: vandaag nog openbaar op Google

BIJ WIE EROP STUURT

2%

het klachtgat van Repmanager-klanten in 2025-2026

Dit zijn alle 22.867 klachten. De amberkleurige kregen nooit antwoord.



ELKE STIP

±10

klachten (1- en 2-sterrenreviews)
bij de 30 grootste dealergroepen

AMBER

53,1%

bleef onbeantwoord: 12.147
klachten, vandaag nog zichtbaar
op Google

TER VERGELIJKING

2%

zou amber zijn op deze pagina bij
Repmanager-klanten
(2025-2026)

De anatomie: wat blijft liggen is niet wat je denkt

De genuanceerde klacht blijft het vaakst liggen. Van de 2-sterren reviews krijgt 55,5 procent geen antwoord, van de 1-sterren reviews 51,2 procent. Juist de klant die zijn kritiek doseert, en dus nog te overtuigen is, wordt het vaakst genegeerd.

De stille klacht al helemaal. Een klacht zonder tekst (alleen 1 of 2 sterren) blijft in 65 procent van de gevallen onbeantwoord, mét tekst is dat 49 procent. Begrijpelijk, er valt minder op te antwoorden. Maar die kale ster telt even zwaar mee in je gemiddelde. En de koper die langs scrolt ziet ook daar: geen reactie.

En de boze klacht wacht het langst. Op een 1-sterren review die wél antwoord krijgt, staat dat antwoord er mediaan pas na 48 uur. Bij een 5-sterren review na 26 uur. Daarover meer in hoofdstuk 4.

Het gat is willekeur, geen beleid. Je zou verwachten dat dealers kiezen: de redelijke klacht beantwoorden, de scheldpartij negeren. Blijkt niet zo. Beantwoorde en onbeantwoorde klachten zijn qua toon vrijwel identiek: evenveel uitroeptekens, vergelijkbare lengte (527 tegen 469 tekens), nauwelijks verschil in emotionele lading (12,0 tegen 10,7 procent bevat woorden als "schandalig" of "teleurgesteld"). Er is geen triage. Wat blijft liggen, blijft liggen omdat niemand het proces bewaakt.

Zelfs dreigen helpt maar half: van de 107 klachten waarin juridische stappen vallen (advocaat, rechtszaak, garantiewet) bleef 42 procent onbeantwoord. Klein aantal, maar wel het soort review dat elke jurist liever vandaag dan morgen beantwoord ziet.

2-STERREN ONBEANTWOORD

55,5%

de genuanceerde criticus

ZONDER TEKST ONBEANTWOORD

65%

de stille klager

"Voor 10 negatieve reviews moeten we misschien wel 100 positieve halen. Dat is niet meer recht te trekken."

Een grote dealergroep, in gesprek met Repmanager

★☆☆☆☆ 1 STER

"Ik zou worden teruggebeld, maar dat is nooit gebeurd."

Geen antwoord van de dealer

★★☆☆☆ 2 STERREN

"Voelde me totaal niet serieus genomen. Geen prettige ervaring voor ons."

Geen antwoord van de dealer

★☆☆☆☆ 1 STER

"Komt afspraken niet na. Wij doen hier nooit meer zaken mee."

Geen antwoord van de dealer

De markt wordt wakker. En stukt op ruim een derde.

Eerlijk is eerlijk: de markt beweegt. In 2019 kreeg bij de niet-aangesloten dealergroepen 21,6 procent van alle reviews een antwoord. In 2025 was dat 73,6 procent. Reageren is in zes jaar van uitzondering naar norm gegaan. Negeer je vandaag je reviews, dan wijk je zichtbaar af.

Maar kijk naar de klachten, en het beeld kantelt. Het klachtgat daalde van 69 procent (2019) naar 38 procent (2025), en daar blijft het hangen: begin 2026 staat het opnieuw op 38 procent. **De makkelijke winst is binnen. Ruim een derde van de boze klanten krijgt nog altijd geen antwoord.**

Dat restant is geen toeval. Het is het moeilijke deel: de klacht waar geen procedure voor is, de vestiging zonder eigenaar voor dit onderwerp, het weekend waarin niemand kijkt. Precies het deel dat je alleen dichtkrijgt met een proces. Niet met goede bedoelingen.

TER VERGELIJKING: KLANTEN

2%

klachtgat 2025-2026 bij aangesloten dealergroepen (eigen data). Hoe zij daar kwamen: hoofdstuk 7

NIET-AANGESLOTEN GROEPEN, PER JAAR

JAAR	BEANTW.	KLACHTGAT
2019	21,6%	68,6%
2020	34,2%	59,4%
2021	38,6%	52,9%
2022	45,4%	56,0%
2023	52,2%	53,7%
2024	63,3%	44,7%
2025	73,6%	38,2%
2026*	73,0%	38,2%

* 2025 t/m mei 2026 samengenomen; de lopende maand telt niet mee. Reviews van vóór 2019 laten we hier weg (kleine aantallen per jaar); ze tellen wél mee in het historische klachtgat van 53,1%.

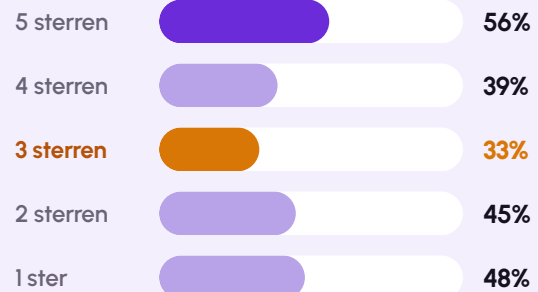
Het vergeten midden: niemand antwoordt de twijfelaar

Zet de reactiegraad per aantal sterren op een rij en er verschijnt een patroon dat geen enkele dealer bewust heeft gekozen, maar dat bijna overal geldt: **de aandacht gaat naar de uitersten**. De 5-sterren review krijgt het vaakst antwoord (56 procent), de 1-sterren review volgt (49 procent). En onderaan bungelt de 3-sterren review: 33 procent.

Terwijl juist die 3-sterren klant de interessantste is. Hij is niet boos weggelopen. Hij twijfelt. "Prima geholpen, maar de communicatie kon beter." Dat is geen aanklacht, dat is een uitgestoken hand. **Van alle reviewers is dit degene die met één goed antwoord alsnog fan wordt**. En zonder antwoord stilletjes ergens anders koopt.

Het vergeten midden is daarmee misschien wel het duidelijkste bewijs dat de markt niet stuurt op klantwaarde maar op prikkels: de lof strelen, de brand blussen, en het midden vergeten.

KRIJGT ANTWOORD, PER STERREN



Reactiegraad over de volledige historie, alle 204.976 reviews van de 30 grootste groepen. Het patroon (midden het laagst, lof het hoogst) geldt ook binnen recente jaren.

BEGIN HIER DIT KWARTAAL

Tel je openstaande klachten per vestiging en werk de achterstand weg, oudste eerst. Geef de 3-sterrenreview dezelfde plek in de wachtrij als de 1-ster. Elke beantwoorde klacht is er één uit de etalage.

DE KLASSIEKE FOUT

Triage op emotie: de scheldpartij blussen en de genuanceerde klacht laten liggen. Precies de klant die nog te winnen is, hoort dan niets.

Weten waar jouw groep staat? Neem contact op voor een gratis audit: score, reactiegraad en openstaande klachten per vestiging. → repmanager.ai/contact

De premium-paradox

Bij de merken waar de klant het meest betaalt en het meest verwacht, staat de openbare reputatie er het slechtst voor. Niet omdat premium slechter sleutelt. Omdat premium het minst antwoordt. De cijfers zijn hard: premiumdealers beantwoorden 29 procent van hun reviews, dealers van volumemerken 62.



PREMIUM BEANTWOORDT

29%

van alle reviews (25.245 reviews bij premiummerk-vestigingen)

VOLUMEMERKEN
BEANTWOORDEN

62%

meer dan twee keer zo vaak

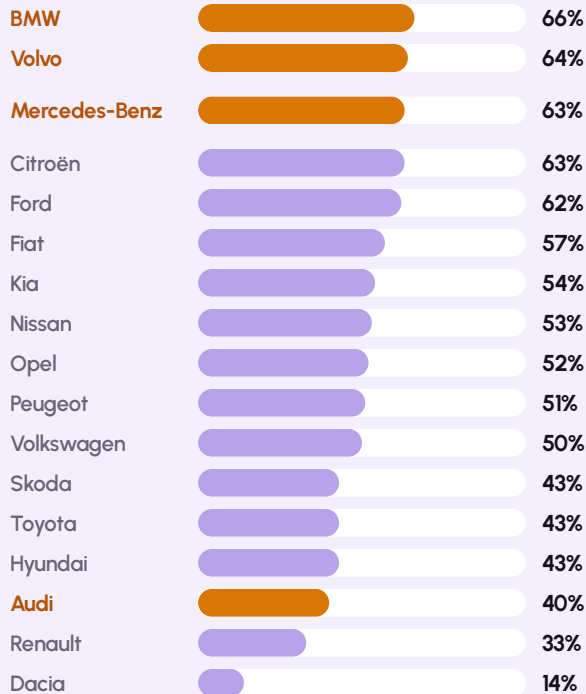
KLACHTGAT PREMIUM

61%

tegen 49% bij volumemerken

Het klachtgat per merk: BMW laat 66 procent liggen, Dacia 14

ONBEANTWOORDE KLACHTEN PER MERK



Merken met minimaal 100 klachten (volledige historie). Amber = premium. Indeling op de merkcategory van het Google-profiel van de vestiging.

Dit is de ranglijst die geen enkele importeur op zijn dashboard heeft staan. Drie van de vier grootste klachtgaten zijn premium. En onderaan, met afstand het kleinste gat: Dacia. Het goedkoopste merk van de lijst beantwoordt 94 procent van al zijn reviews en scoort met 4,80 het hoogst van alle merken.

De uitzondering die de regel test: Audi (40 procent) doet het duidelijk beter dan de andere premiummerken. Het kan dus wel. Binnen hetzelfde segment, dezelfde klantverwachting en hetzelfde prijskaartje zit 26 procentpunt verschil tussen Audi en BMW.

De paradox verklaard. Uit onze gesprekken met dealergroepen komt steeds hetzelfde beeld: premium meet service intern keihard. Centrale tevredenheidsenquêtes, targets per vestiging, bonussen op de uitkomst. Maar die meting is privé. De openbare review, die elke koper en elk AI-systeem wél ziet, heeft vaak geen eigenaar. Intern topsport, extern stilte.

"Intern halen we de targets. Maar waarom doen we dat aan de buitenkant niet? Daar zien klanten het niet."

Marketing Manager van een premiumdealer, in gesprek met Repmanager

Voor importeurs is dit dé kans van dit rapport: reactiegraad en reactietijd zijn objectief, per vestiging meetbaar en direct te sturen. **Een KPI die de klant ook echt ziet.**

Waar de premium-klant écht over klaagt: de houding

HOUDING-KLACHTEN PREMIUM

12,1%

van de premium-klachten met tekst (n = 2.103)

BIJ VOLUMEMERKEN

8,5%

van de volumemark-klachten (n = 6.186)

HET WOORD "ARROGANT"

436x

in de klachten van de 30 grootste groepen

We lazen alle 14.462 klachten met tekst en deelden ze in op onderwerp. Bij premium- en volumemerken gaan klachten grotendeels over hetzelfde: wachten, de werkplaats, de prijs. Eén thema wijkt af, en het is veelzeggend. Bij premiummerken gaat 12,1 procent van de klachten over de houding van het personeel. **Arrogant, onvriendelijk, niet serieus genomen.** Bij mainstream is dat 8,5 procent.

Lees de "arrogant"-klachten na elkaar en je ziet het patroon: de klant voelt zich klein gemaakt op het moment dat hij iets komt brengen wat hem pijn doet. Zijn kapotte auto, en zijn vertrouwen.

Dat verklaart ook waarom dit thema zo gevaarlijk is. **Een klacht over wachttijd gaat over een incident. Een klacht over houding gaat over wie je bent.** En laat dat nou net het thema zijn waarop premium uitschiet.

En in de werkplaats wordt het verschil het grootst. Reviews die over aftersales gaan, scoren bij premium gemiddeld 3,74. Dezelfde soort reviews bij volumemerken: 4,17. De premium-werkplaats is daarmee de laagst gewaardeerde plek van de hele Nederlandse dealermarkt (hoofdstuk 5).

Thema-indeling via vaste woordenlijsten; percentages tellen niet op tot 100. Toelichting: bijlage.

BEGIN HIER DIT KWARTAAL

Geef de openbare review dezelfde eigenaar en hetzelfde target als de interne NPS. Wat de klant wél ziet, verdient minstens de aandacht van wat hij niet ziet.

DE KLASSIEKE FOUT

Interne tevredenheid verwarren met externe reputatie. De NPS staat in een dashboard. De review staat in de etalage, en de AI leest hem voor.

De reactietijd- kloof

Als de markt reageert, reageert ze precies verkeerd om. Lof krijgt vaker én sneller antwoord dan kritiek. De boze klant, degene voor wie elk uur telt, wacht het langst van iedereen. En de klant die aankondigt te vertrekken, wacht nóg langer.



ANTWOORD OP 5 STERREN

26 uur

mediane reactietijd, en 56% krijgt antwoord

ANTWOORD OP 1 STER

48 uur

bijna twee keer zo traag, en maar 49% krijgt antwoord

WIE EROP STUURT

9 uur

mediane reactietijd van Repmanager-klanten, tegen 39 uur bij de rest (2025-2026)

Hoe snel is de markt echt?

De klant die een review schrijft, verwacht antwoord. Extern onderzoek is daar eenduidig over: vier van de vijf consumenten verwachten een reactie binnen een week, één op de vijf dezelfde dag nog.

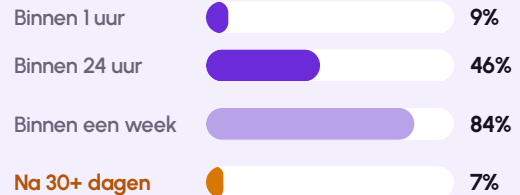
De mediaan ligt rond de 31 uur. Oogt acceptabel. Tot je bedenkt dat dit alleen de beantwoorde reviews zijn. **De helft van de klachten wacht namelijk nog steeds. Niet op een traag antwoord, maar op geen antwoord.**

Snelheid is een proceskwestie, geen kwaliteitskwestie.

Het bewijs zit in de spreiding. Binnen één en dezelfde dealergroep vonden we vestigingen die 100 procent van hun reviews beantwoorden naast vestigingen die op 0 procent staan. Bij vier van de grootste groepen is de spreiding tussen de beste en slechtste vestiging meer dan 95 procentpunt. Zelfde concern, zelfde merk-eisen, zelfde systemen. Totaal ander gedrag.

Reputatie blijkt dus geen beleid maar lokale uitvoering: die ene servicemanager die het erbij doet. Of niet. Wil je het niet aan het toeval overlaten, dan regel je het proces centraal. De dealergroepen die dat deden, zitten op een mediaan van 9 uur. Niet omdat hun mensen sneller typen, maar omdat de klacht dezelfde ochtend nog bij de juiste persoon ligt.

SNELHEID VAN DE BEANTWOORDE REVIEWS



81% van de consumenten verwacht antwoord binnen een week, 19% dezelfde dag (BrightLocal 2026).

Locaties (20)

Locatie	Reactiepercentage	Reactietijd (uur)	Reactiepercentage	Reactietijd (uur)	Reactiepercentage	Reactietijd (uur)
Feedbackfabriek Zwolle	71	4	232	4.7	58%	1d 14u
Feedbackfabriek Breda	89	2	48	3.8	87%	3d 5u
Feedbackfabriek Haarlem	87	8	23	3.3	89%	1d 7u
Feedbackfabriek Tilburg	70	1	38	3.8	83%	3d 14u
Feedbackfabriek Groningen	88	1	39	3.8	89%	3d 8u
Feedbackfabriek Eindhoven	86	3	31	4.5	90%	1d 10u
Feedbackfabriek Arnhem	75	31	15	4.0	86%	1d 18u
Feedbackfabriek Leiden	78	8	10	4.7	80%	5d 4u

De spreiding zichtbaar: reactiepercentage, responstijd en onbeantwoorde reviews per vestiging (Repmanager).

KLANT VS MARKT (2025-26)

9u / 39u

mediane reactietijd, eigen data versus niet-aangesloten groepen

Het afscheidsgat

In 2.105 reviews kondigt een klant letterlijk zijn vertrek aan. "Nooit meer." "Laatste keer." "Ik ga naar een andere dealer." Dit zijn geen gewone klachten. Dit zijn publieke opzegbrieven. En wat doet de markt ermee?

PUBLIEKE OPZEGBRIEVEN

2.105

reviews (1-3 ster) met expliciete vertrek-taal

KRIJGT NOOIT ANTWOORD

47%

bijna de helft van de vertrekkende klanten wordt genegeerd

WIE WÉL ANTWOORD KRIJGT WACHT

48 uur

mediaan. De loyale fan heeft na 24 uur antwoord

"Dealers reageren het snelst waar het het minst nodig is. De fan die blijft, krijgt binnen 24 uur een bedankje. De klant die vertrekt, wacht 48 uur op een antwoord dat er in de helft van de gevallen nooit komt."

Het afscheidsgat, in één zin

De vertrekkende klant vertelt precies waarom. Gratis.

Een vertrek-review is geen woede-uitbarsting van twee regels. Gemiddeld telt hij 701 tekens, ruim drieënhalf keer de gemiddelde reviewlengte. De klant die vertrekt, neemt de tijd om uit te leggen waarom: wat er gebeurde, wat hij verwachtte, waar het brak.

Dat maakt het afscheidsgat dubbel zonde. **Dit is het meest informatieve klantsignaal dat je gratis krijgt. Exit-interviews die zichzelf schrijven.** En bijna de helft verdwijnt onbeantwoord het archief in. De volgende koper leest ze wel.

De trend is de goede kant op, maar traag. In 2021 bleef 52 procent van de vertrek-aankondigingen onbeantwoord, in 2025 nog 29 procent. Zelfs in het beste marktjaar ooit wordt dus bijna een derde van de klanten die publiekelijk opzeggen, genegeerd.

Bij dealergroepen die structureel op reviews sturen, komt vertrek-taal ruim drie keer minder voor. Deels omdat klachten er eerder worden opgevangen (de klant hoeft niet te ontploffen om gehoord te worden), deels omdat er simpelweg beter geleverd wordt. En als iemand vertrek aankondigt, krijgt hij er vaker antwoord.

Eerlijke kanttekening: dit is een correlatie op groepsniveau, geen bewijs dat één antwoord een vertrekkende terughaalt. Wel zeker: het antwoord staat er niet alleen voor de vertrekkende, maar voor iedereen die na hem leest. En straks ook voor de AI-assistent die jouw vestiging samenvat (hoofdstuk 6).

BEGIN HIER DIT KWARTAAL

Zet één alert op vertrek-taal ("nooit meer", "laatste keer") en geef die reviews een eigenaar met een 24-uursdoel. Het gaat om een handvol reviews per maand per groep: dit is geen capaciteitsprobleem, dit is een prioriteitsprobleem.

701

tekens telt de gemiddelde vertrek-review: ruim 3,5x een normale review

AANGESLOTEN VS DE REST

	KLANTEN	NIET-AANG.
Vertrek-taal	0,77%	2,49%
Onbeantwoord	33%	48%

Vertrek-taal komt bij aangesloten groepen ruim drie keer minder voor.

ZELFS IN 2025

29%

van de vertrek-aankondigingen bleef onbeantwoord (2021: 52%)

DE KLASSIEKE FOUT

Vertrek-reviews in dezelfde wachtrij als gewone klachten. De klant heeft al opgezegd; elke dag stilte bevestigt zijn besluit. En de volgende koper leest mee.

Wat kost het afscheidsgat? Een voorzichtige som

Percentages doen pijn, euro's doen meer pijn. Dus laten we voorzichtig rekenen. Volgens de BOVAG-RAI Aftersales Monitor gaf een Nederlandse autobezitter in 2025 gemiddeld 715 euro per jaar uit aan onderhoud en reparatie. Dat is de omzet die met een klant meeloopt, elk jaar opnieuw.

In onze dataset kondigen 2.105 klanten expliciet hun vertrek aan. Neem je hun woord serieus, dan loopt er bij de 30 grootste dealergroepen **ruwweg anderhalf miljoen euro aan jaarlijkse werkplaatsomzet de deur uit**. Alleen al van de klanten die het hardop opschreven.

En dat is de ondergrens, om drie redenen. De stille vertrekker (die gewoon weg blijft zonder review) telt hier niet mee. Een vertrokken klant blijft niet één jaar weg: bij een gemiddelde klantrelatie van vijf tot zeven jaar loopt de schade per vertrekker op tot 3.500 à 5.000 euro, nog zonder de aanschaf van een volgende auto. En elke onbeantwoorde afscheidsbrief wordt meegelezen door de volgende koper, en inmiddels ook door de AI die je zaak samenvat.

Zet daar de kosten van het alternatief tegenover: die 2.105 reviews beantwoorden was een paar weken werk geweest. **Het is het goedkoopste retentieprogramma dat er bestaat.**

Een voorzichtige ondergrens: de stille vertrekker, de meerjarige schade en het meelee-effect zitten niet in deze som. Alle aannames: bijlage, achterin dit rapport.

AFTERSALES-OMZET PER AUTO

€ 715

gemiddeld per jaar aan onderhoud en reparatie
(BOVAG-RAI Aftersales Monitor, 2025)

AANGEKONDIGDE VERTREKKERS

2.105

klanten die in hun review expliciet zeggen niet terug te komen

DE SOM

± € 1,5 mln

aan jaarlijkse werkplaatsomzet die publiekelijk opzegde, per jaar, als ondergrens

Benieuwd naar je eigen reactietijd per vestiging? Die zit in dezelfde gratis audit. → repmanager.ai/contact

Het aftersales- lek

Klachten in de autobranche gaan bijna nooit over de auto. Ze gaan over wachten, de werkplaats, de rekening en niet teruggebeld worden. De showroom wint de klant, de aftersales verliest hem. En dat gat is nieuwer dan je denkt.



VERKOOP-REVIEWS SCOREN

4,27

reviews over de aankoop en de verkoper (n = 17.641)

AFTERSALES-REVIEWS SCOREN

3,95

reviews over werkplaats, onderhoud en reparatie (n = 17.872)

WIE BEIDE MEEMAAKTE

3,46

reviews die verkoop én aftersales noemen zijn het hardst

Waar 14.462 klachten over gaan

KLACHTTHEMA'S, AANDEEL IN KLACHTEN MET TEKST



Een klacht kan meerdere thema's raken. Opvallend: het kleinste thema (vertrouwen: oplichting, niet nagekomen beloftes) blijft het vaakst onbeantwoord: 51 procent.

DE TAAL VAN DE KLACHT

"nooit meer"	1.112x
"slechte service"	855x
"arrogant"	436x
"oplichter" / "oplichting"	294x
"niet teruggebeld"	144x

Top klachten

Tijdspanne: 12 maanden

Personeel & service

vooral: klantvriendelijkheid en behoudhouding

↓ 36% 18 >

Werkplaats

vooral: motorschade diagnose en voortuigrijstand

↑ 75% 14 >

Communicatie

vooral: tegenstrijdige informatie en betrouwbare voor bezichtiging

↓ 37% 12 >

Professionaliteit

vooral: klantgerichtheid en vakbekwaamheid

↑ 22% 11 >

Productkwaliteit

vooral: spiegelproblemen en kleine gebreken

↑ 23% 10 >

Afspraken & planning

vooral: afspraakplanning en reserveringen

↓ 38% 10 >

Dezelfde thema's, live: de klachtthema-analyse per vestiging in Repmanager.

Tel de thema's op en er verschijnt één beeld: **de klacht gaat vrijwel nooit over het product en vrijwel altijd over het proces.** Wachten op een afspraak. Wachten op een onderdeel. Wachten op iemand die terugbelt. De werkplaats die het niet in één keer oploste. De rekening die hoger was dan gezegd.

Dat is slecht nieuws en goed nieuws tegelijk. Slecht, omdat proces-klachten structureel zijn: ze komen elke week terug zolang niemand het proces aanpast. Goed, omdat proces-klachten stuurbaar zijn. Een auto die tegenvalt kun je niet terugdraaien. Een klant die drie keer moest bellen wel.

En de klant belooft dat direct. In de 5-sterren reviews domineren precies de spiegelbeelden: **"vriendelijk", "snel", "goed geholpen", "netjes op tijd".** De klant vraagt geen wonderen. Hij vraagt aandacht, tempo en een afspraak die klopt.

Markt en klantdata vertellen hier hetzelfde verhaal: ook bij de aangesloten dealergroepen zijn werkplaats, prijs en wachttijd de top-drie. Dit is geen eigenschap van slechte dealers. Het is de natuur van het vak. Het verschil zit in wat er daarna gebeurt.

Het aftersales-gat bestond in 2019 nog niet

Hier had niemand op gerekend. We splitsten alle reviews met tekst in twee groepen, reviews over de verkoop en reviews over de werkplaats, en volgden de scores door de jaren. **In 2019 waren ze gelijk: 3,87 tegen 3,92.** Wie toen zei dat aftersales het zwakke broertje was, had geen cijfer om dat te bewijzen.

Daarna gebeurde er iets. De verkoop-ervaring werd jaar op jaar beter beoordeeld: 3,87 in 2019, 4,20 in 2022, 4,46 in 2025. De werkplaats bleef staan waar hij stond, rond de 3,9, en kroop pas recent naar 4,07. **Het gat is nu 0,4 ster en al drie jaar stabiel.**

De verklaring laat zich raden: in de showroom is de klantreis de afgelopen jaren geprofessionaliseerd. EV-adviesgesprekken, online configurators, aflevermomenten met strik. De werkplaats bleef een fabriek met een wachtkamer. De reviews registreren dat verschil genadeloos.

Seizoens-bonus voor de planning: reviews over banden zijn met 3,35 het laagst gewaardeerde onderwerp van het jaar, en banden-vermeldingen verdubbelen in november en december. De APK volgt met 3,54. Precies op de drukste werkplaatsmomenten staat je reputatie het meest onder druk.

BEGIN HIER DIT KWARTAAL

Geef de werkplaats-reis een eigen verbeterplan met de klachtthema's als agenda: wachttijd, communicatie, de rekening. En zet het reactieproces vóór oktober klaar; de bandenpiek wacht niet tot je er tijd voor hebt.

SCORE PER JAAR: VERKOOP VS AFTERSALES

JAAR	VERKOOP	AFTERS.	GAT
2019	3,87	3,92	-0,05
2021	4,12	3,95	0,17
2023	4,34	3,83	0,51
2024	4,44	4,02	0,42
2025	4,46	4,07	0,39

1-STER AANDEEL AFTERSALES

18,4%

tegen 12,3% bij verkoop-reviews

MAAR WEL SNELLER ANTWOORD

28u

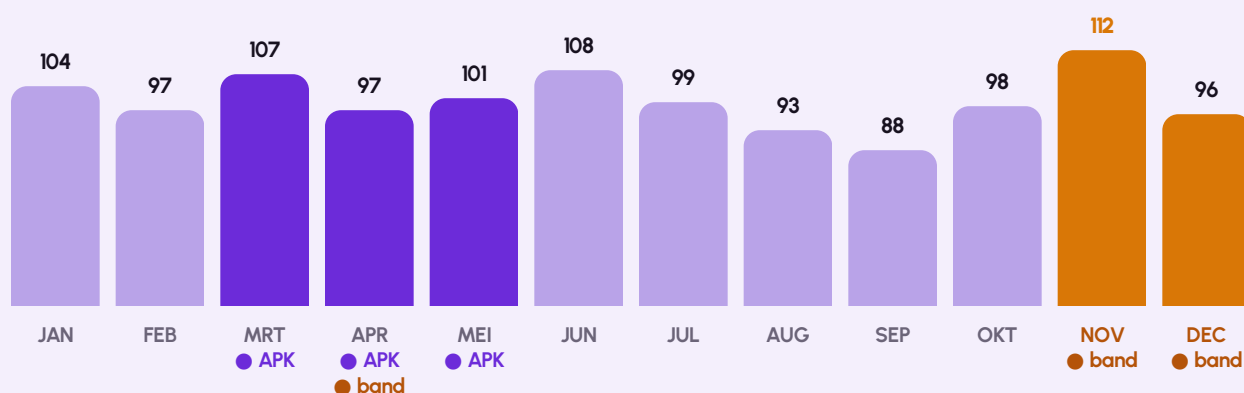
mediaan op werkplaats-reviews, tegen 36u bij verkoop

DE KLASSIEKE FOUT

Het gat wegverklaren als natuurwet ("de werkplaats krijgt nou eenmaal de klappen"). In 2019 bestond het niet. Wat gegroeid is, kan ook krimpen.

De reputatiekalender: wanneer het piekt en wanneer het pijn doet

Reviewvolume per maand (index, gemiddelde maand = 100), met de maanden waarin banden- en APK-vermeldingen pieken. Wie de piek ziet aankomen, kan de reputatie-inzet erop plannen.



BANDEN-REVIEWS SCOREN

3,35

het laagst gewaardeerde onderwerp van het jaar; vermeldingen verdubbelen in november-december

APK-REVIEWS SCOREN

3,54

piek in vermeldingen in maart-mei

DE REST SCOORT

4,27

bijna een ster hoger dan het bandenmoment

Voor de planning: november is de drukste reviewmaand van het jaar (index 112) én de start van de bandenpiek. Wie in oktober zijn reactieproces op orde heeft, vangt de zwaarste maand van het jaar op. September is juist de stilste maand (88): het moment voor de achterstand.

Zero-click en AI: je reviews zijn de etalage

De autokoper ziet je website steeds minder. Hij ziet je Google-profiel, en steeds vaker een AI-samenvatting daarvan. Wat daarin staat, bepaal je niet met advertenties. Dat bepaal je met reviews. En met wat je erop antwoordt.

"We omarmen AI als hulpmiddel om slimmer, sneller en beter te werken. Niet als vervanging van mensen."

AM Dealerpanel, Automotive Online, juli 2026. Precies zo leest dit hoofdstuk: AI leest mee, mensen blijven antwoorden.



ZOEKEN ZONDER KLIK

68%

van de Amerikaanse Google-zoekopdrachten eindigt zonder klik naar een website
(SparkToro/Datos, begin 2026)

LEEST AI-SAMENVATTINGEN

82%

van de consumenten leest AI-samenvattingen van reviews
(BrightLocal 2026)

KIEST EERDER EEN BEDRIJF

80%

dat op alle reviews reageert
(BrightLocal 2026)

De AI leest niet alleen je reviews. Hij leest ook je stilte.

Vraag vandaag aan een AI-assistent om "een betrouwbare dealer in de buurt" en je krijgt een samenvatting die grotendeels op reviews is gebouwd. Google zegt het zelf al jaren over de lokale ranking: aantal reviews, score én de antwoorden tellen mee, en onafhankelijk onderzoek weegt review-signalen inmiddels op zo'n 20 procent van de lokale ranking (Whitespark 2026). AI-systemen gaan een stap verder. Ze lezen de teksten en vatten samen wat ze vinden. En de consument volgt: 42 procent vertrouwt een AI-aanbeveling al evenveel als een review (BrightLocal 2026).

Dat verandert de rekensom van niet-reageren fundamenteel. Een onbeantwoorde klacht was vroeger één ontevreden klant. Nu is het bronmateriaal: de klacht staat er, jouw weerwoord niet, en het systeem vat samen wat er wél staat. De 12.147 openstaande klachten uit hoofdstuk 2 zijn in dat licht geen archief. Dat is een openstaande rekening.

En het publiek leest nu al mee. Onbeantwoorde klachten krijgen in onze dataset gemiddeld méér duimpjes van andere Google-gebruikers dan beantwoorde (1,17 tegen 0,97). Juist waar de dealer zwijgt, klikken omstanders instemmend.

Zo ziet dat eruit, en het is dichterbij dan je denkt. Een klant vraagt zijn assistent: "Zoek een goede dealer voor een occasion, regio Utrecht, en plan een proefrit." De agent scant profielen, weegt scores, leest de recentste klachten én de antwoorden daarop, en zet twee dealers op de shortlist. De derde, met dertig openstaande klachten, haalt de vergelijking niet eens. Geen mens heeft je website gezien. Hoe dichtbij? Dat hebben we gemeten: volgende pagina.

BEGIN HIER DIT KWARTAAL

Vraag ChatGPT en Gemini vandaag wat ze over je vestigingen zeggen. Dat is je AI-nulmeting, hij is gratis, en hij duurt vijf minuten.

Wat de cijfers zeggen dat werkt:

1. Reageren, op alles. 80 procent van de consumenten kiest eerder een bedrijf dat op alle reviews reageert; 42 procent haakt af bij een bedrijf dat reviews negeert (BrightLocal). Onze eigen data: reactiegraad is het enige gedrag dat consistent samenhangt met een hogere score (+0,29).

2. Snel reageren. 81 procent van de consumenten verwacht antwoord binnen een week, een vijfde dezelfde dag. De markt zit mediaan op 31 uur, op klachten 48. Zit jij op 9 uur? Dan ben je zichtbaar sneller dan vrijwel iedereen (hoofdstuk 4).

3. Inhoudelijk reageren. 54 procent van de antwoorden in de markt noemt de klant bij naam, en 7 procent is een exacte kopie van eerdere antwoorden. En het telt: een template-antwoord maakt 50 procent van de consumenten juist afhaakgevoelig (BrightLocal 2026). Voor de lezer, mens of machine, is het verschil tussen een template en een echt antwoord precies het verschil tussen procedure en aandacht.

"Vraag ChatGPT waar je betrouwbaar een occasion koopt, en dan komen wij als grote dealer gewoon niet in de resultaten. Die negatieve score is de trigger om ons niet te noemen."

Marketing Manager van een premiumdealer, in gesprek met Repmanager

DE KLASSIEKE FOUT

Wachten tot AI-zoeken "bewezen" is. De samenvattingen staan er nu al. En zolang jij zwijgt, vat het systeem alleen de klacht samen.

We hebben het gemeten: de AI noemt je reviews nu al

REVIEWDATA IN HET ANTWOORD

65%

van de 540 AI-antwoorden bevat reviewinformatie: scores, aantallen of reviewoordelen (ChatGPT 71%, Perplexity 72%, Gemini 53%)

MAAR ALS BRON GENOEMD

6,5%

van de 1.034 geciteerde bronnen is een reviewplatform. Je reviews sturen het antwoord zonder ooit als bron genoemd te worden

DE STRIJD IS AL BEZIG

94%

van de koopvragen levert minstens één van de 30 grootste dealergroepen op

Wat we deden. In juli 2026 stelden we ChatGPT, Perplexity en Gemini 540 keer de vraag die een autokoper stelt: "wat is een betrouwbare [merk]-dealer in [regio]?" Zestig merk-regiocombinaties, alle 30 grootste dealergroepen, elk antwoord vastgelegd. Geen aannames over wat AI "zou kunnen" doen, maar kijken wat er echt uitkomt.

De uitkomst in één zin: je reviewreputatie staat al in het antwoord. In twee derde van de antwoorden verwijst de AI naar scores, reviewaantallen of wat klanten schrijven. Terwijl reviewplatforms zelf vrijwel nooit als bron worden genoemd: de AI citeert vooral dealersites (56 procent) en vergelijkingssites (25 procent), en verwerkt de reviewinformatie stilzwijgend in zijn oordeel.

Onafhankelijk onderzoek bevestigt het patroon, en scherpt het aan. Seer Interactive analyseerde 804.491 AI-antwoorden (maart 2026): het aandeel reviewbronnen in de citaties groeit van 1,5 naar 24 procent zodra de vraag opschuift van oriëntatie naar koopintentie. En ChatGPT benoemt het ontbreken van reviews expliciet als minpunt in zijn antwoord.

De AI leest dus letterlijk ook je stilte.

De eerlijke nuance. Óf je genoemd wordt, hangt in deze eerste meting vooral samen met omvang: reviewvolume, een maat voor schaal, is de sterkste voorspeller ($r = 0,45$). Score en reactiegraad voorspellen het (nog) niet. Genoemd worden regel je dus met vestigingen en vindbaarheid.

Maar wát er over je gezegd wordt, regelen je reviews. Dat is de laag waar dit rapport over gaat, en die laag is in twee derde van de antwoorden zichtbaar. Een groep kan zijn plek in het AI-antwoord niet kopen. De inhoud van dat antwoord, de score die erbij staat en de klacht die wordt samengevat, die staan wél onder eigen controle.

Dit is een nulmeting. We herhalen deze meting wekelijks met dezelfde vragen. Zo wordt zichtbaar wie er in AI-antwoorden bijkomt, wie verdwijnt, en wat daaraan voorafging.

DE CONCLUSIE

Of je in het AI-antwoord staat, bepaalt je schaal. Hoe je erin staat, bepalen je reviews en je antwoorden. Het eerste kun je niet kiezen. Het tweede wel.

Markt versus klant: het bewijs

Alles in dit rapport wijst dezelfde kant op: niet de score maar het gedrag maakt het verschil. Dan is de logische vraag: wat gebeurt er als een dealergroep dat gedrag structureel regelt? Daarvoor hebben we een unieke meetlat: de eigen data van aangesloten groepen, naast de rest van de markt in hetzelfde jaar.



2025-2026	AANGESLOTEN GROEPEN ★	NIET-AANGESLOTEN (30 GROOTSTE)
Reviews beantwoord	96%	73%
Klachtgat	2%	38%
Mediane reactietijd	9 uur	39 uur
Gemiddelde score	4,62	4,26

Let op: dit is de eerlijke vergelijking. De markt is recent flink verbeterd, dus vergelijken we binnen 2025-2026, het beste marktjaar ooit. De opgebouwde achterstand is groter: over de volledige historie beantwoordde de niet-aangesloten markt 44 procent van de reviews en bleef 55 procent van de klachten open. Die achterstand is vandaag nog openbaar zichtbaar.

De ommekeer: van 45 procent naar 2 procent klachtgat

Op een momentopname valt altijd af te dingen: misschien waren de aangesloten groepen altijd al de beste van de klas. Daarom is de tijdreeks het echte bewijs. **Dezelfde dealergroepen, die nu vrijwel alles beantwoorden, lieten historisch 44,6 procent van hun klachten liggen. Vrijwel het marktgemiddelde.**

De ommekeer kwam niet met goede voornemens maar met een proces: elke review op één plek, een eigenaar per reactie met rollen en rechten per vestiging, en een bewuste verdeling: lof mag automatisch, de klacht krijgt een AI-concept in de eigen toon van merk en vestiging dat een mens beoordeelt en verstuurt. De dealergroepen doen het antwoorden zelf, in hun eigen toon. Wat veranderde is dat er niets meer tussen wal en schip valt.

Eén groep bracht zo de reactietijd terug van dertien uur naar enkele minuten op urgente klachten. Een andere werkte een achterstand van jaren in weken weg. De patronen uit dit rapport, het vergeten midden, het afscheidsgat, de trage klacht: **ze verdwijnen vrijwel volledig zodra iemand het proces bewaakt.**

"Het klachtgat zit muurvast tussen een derde en de helft, tot iemand er structureel op stuurt. Dan verdwijnt het bijna."

De kernconclusie van dit onderzoek

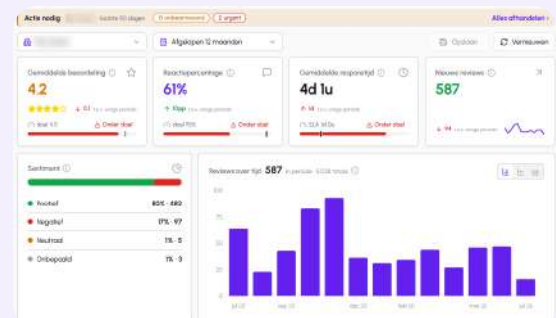
BEGIN HIER DIT KWARTAAL

Doe de nulmeting: zet je vestigingen naast deze benchmark op score, reactiegraad, reactietijd en klachtgat. Dat kost één middag met de juiste export. Of vraag hem bij ons op, kosteloos en zonder verplichtingen.

KLACHTGAT AANGESLOTEN GROEPEN, PER JAAR



* t/m mei. Deze vergelijking is drie keer gevalideerd: scores kloppen op 0,1 punt met de openbare data, het klachtgat komt langs drie rekenroutes identiek uit, en het bewijs is een tijdreeks binnen dezelfde groepen. Volledige toelichting: bijlage.



Zo ziet sturen eruit: reactiepercentage, responstijd en openstaande reviews per doel, in Repmanager.

DE KLASSIEKE FOUT

Wachten op goede voornemens. Deze groepen begonnen niet met meer mensen of aardigere klanten, maar met een proces dat niemand meer laat vallen.

De zelf-audit: tien vragen, één punt per "ja"

Print deze pagina, neem hem mee naar het MT en tel je punten. Elke vraag komt rechtstreeks uit de data van dit onderzoek. De band waarin je landt, vertelt je waar je staat én waar je begint.

01 Weet je hoeveel klachten er nu onbeantwoord openstaan?

Per vestiging, als getal

02 Is vastgelegd wat automatisch beantwoord mag worden en wat altijd langs een mens gaat?

Eén naam, geen "de vestiging"

03 Wordt kritiek sneller beantwoord dan lof?

De markt doet het andersom: 48u om 26u

04 Krijgt de 3-sterren review evenveel aandacht als de 1-ster?

Marktbreed het vergeten midden: 33%

05 Reageer je binnen 24 uur op een vertrek-aankondiging?

"Nooit meer" is een laatste kans, geen eindoordeel

06 Is je reactiegraad per vestiging zichtbaar op één dashboard?

Spreiding binnen groepen loopt van 0 tot 100%

07 Noemt je antwoord de klant bij naam en het probleem bij de kern?

7% van de markt-antwoorden is een kopie

08 Heeft de werkplaats-reis een eigen verbeterplan?

Het aftersales-gat is 0,4 ster en groeide sinds 2019

09 Is de najaarspiek (banden, APK) ingepland als reputatiemoment?

De laagst scorende reviews van het jaar

10 Weet je wat een AI-assistent nu over je vestigingen zegt?

Vraag het ChatGPT of Gemini. Vandaag nog

9-10 · Regisseur

Je stuurt op het proces. De maatstaf uit dit rapport is jouw benchmark: 96% beantwoord, 9 uur mediaan, 2% klachtgat.

6-8 · Middenmoot

De wil is er, het systeem niet. Eén dashboard en één eigenaar per review dichtten het grootste deel van het gat.

3-5 · Achterstand

Je reageert op incidenten, niet op patronen. Begin bij vraag 1: wie zijn openstaande klachten niet kent, stuurt op gevoel.

0-2 · Blinde vlek

Je reputatie wordt bepaald door wie toevallig tijd heeft. Elke concurrent die dit wél regelt, loopt zichtbaar weg.

Deze zelf-audit invullen met je eigen cijfers ernaast werkt beter. Vraag de gratis audit aan, dan doen we hem samen. → repmanager.ai/contact

Het 30/60/90-plan

Geen transformatietraject. Vier fasen, elk met een meetbaar eindpunt, allemaal gebaseerd op wat de groepen uit hoofdstuk 7 daadwerkelijk deden. Stap 1 is altijd hetzelfde: weten waar je staat.

DAGEN 1-30

De nulmeting

- Tel de openstaande onbeantwoorde klachten, per vestiging. Dit is je klachtgat, en vanaf nu je KPI.
- Meet je mediane reactietijd op 1-2 sterren versus 5 sterren. Grote kans dat je de markt spiegelt: lof eerst.
- Wijs één eigenaar aan voor reviewbeleid, met mandaat over de vestigingen heen.

DAGEN 31-60

Meten per vestiging

- Zet reactiegraad, reactietijd en klachtgat per vestiging op één dashboard. De spreiding (0-100% binnen één groep) is je prioriteitenlijst.
- Zet een alert op vertrek-taal en op klachten zonder tekst; die blijven nu het vaakst liggen (65%).
- Werk de achterstand weg, oudste eerst. Elke beantwoorde klacht is er één uit de etalage.

DAGEN 61-90

Eerste signalen

- Hermeet tegen de nulmeting: klachtgat, reactietijd, reactiegraad. Rapporteer het verschil aan de directie in die drie cijfers.
- Kijk waar het stukt: welke vestiging, welk reviewtype, welk moment in de week. Dat is geen schuldvraag maar een procesvraag.
- Draai de reactievolgorde definitief om: kritiek vóór lof, vertrekkers helemaal vooraan.

MAANDEN 4-12

Opschalen en borgen

- Plan de najaarspiek (banden, APK) als reputatiemoment: reactieproces staat vóór oktober.
- Geef de werkplaats-reis een eigen verbeterplan; daar zit het structurele gat van 0,4 ster.
- Check per kwartaal wat AI-assistenten over je vestigingen zeggen, en of je antwoorden daarin terugkomen.

BEGIN HIER DIT KWARTAAL

De nulmeting kost één middag met de juiste export. Wij zetten je vestigingen kosteloos naast de benchmark uit dit rapport: score, reactiegraad, reactietijd en klachtgat, per vestiging. Eén overzicht, geen verplichtingen. Mail info@repmanager.ai of ga naar repmanager.ai/contact.

Verantwoording en methode

De bronnen

Bron 1 (markt-scores): openbare Google-reviews van 2.481 Nederlandse dealerprofielen (403.316 reviews), peildatum 25 juni 2026. Verzameld per merk, per regio en per dealergroep; ontdebeld op uniek profiel. Alleen profielen met Google-categorie autodealer; schadeherstel, lease en occasionhandel apart gehouden. Scores gewogen op reviewvolume.

Bron 2 (markt-teksten): alle openbare reviews van de 30 grootste dealergroepen: 204.976 reviews van 853 dealerprofielen op Google (99,9% van wat Google per profiel rapporteert), inclusief reviewtekst, antwoord van de dealer en beide tijdstempels. Verzameld in twee rondes (26 juni en 10 juli 2026): een dekkingscontrole per groep bracht 247 vestigingen aan het licht die in de eerste ronde buiten beeld bleven, waaronder submerken die de groepsnaam niet dragen. Alle totalen, trends en merkcijfers zijn herrekend op de volledige set; het beeld werd daar niet beter van (klachtgat van 52,2 naar 53,1 procent). Tekstanalyses (thema's, vertrek-taal, toon) zijn berekend op de eerste ronde; reactietijd-medianen verschuiven op de volledige set minder dan twee uur en zijn niet aangepast. De selectie van de 30 grootste dealergroepen is bepaald op omvang van het netwerk: het aantal dealerprofielen op Google per groep, op de peildatum.

Bron 3 (klantdata): eigen Repmanager-data van aangesloten dealergroepen, 55.103 reviews. Voor vergelijkingen gebruiken we de schone set van 46.046 reviews (6 groepen): één groep is uitgesloten omdat de samenwerking net gestart was (een nulmeting is geen aanpak), één omdat die op een ander reviewplatform werkt waardoor reacties buiten deze data vallen. Scores op 10-puntsschaal genormaliseerd naar 5.

AI-zichtbaarheidsmeting (hoofdstuk 6): 540 antwoorden van ChatGPT, Perplexity en Gemini (180 per platform) op koopvragen over 60 merk-regiocombinaties van de 30 grootste dealergroepen, juli 2026. Elk antwoord vastgelegd met genoemde dealers, geciteerde bronnen en schermafbeeldingen. Kanttekeningen: dit is een nulmeting van één week die wekelijks wordt herhaald; Gemini toonde in deze opzet geen bronlinks, waardoor het bronbeeld daar dunner is; en samenhang tussen genoemd worden en groepskenmerken is correlatie, geen bewezen oorzaak.

Vaste definities

Klachtgat: aandeel 1-2 sterren reviews zonder openbaar antwoord.

Reactietijd: tijd tussen review en antwoord; reviews die na het antwoord zijn bewerkt (de tijd wordt dan negatief) tellen niet mee.

Premium: BMW, Mercedes-Benz, Audi, Volvo, Lexus, MINI, Porsche, Land Rover, Jaguar. **Lopende maand:** uitgesloten bij alle reactiecijfers.

Methodologie en validatie

Waar groepen in meerdere bronnen voorkomen, wijken de scores minder dan 0,1 punt af. Het markt-klachtgat kwam in de eerste meetronde langs drie onafhankelijke rekenroutes identiek uit en is na de dekkingscontrole herrekend op de volledige set. De score-ladder sluit over de bronnen heen: markt 4,40, grootste 30 groepen 4,32, aangesloten groepen 4,62. Van één deels aangesloten groep tellen alleen de aangesloten merken mee.

Beperkingen en scope

Tekstanalyse is patroonherkenning. Thema's, vertrek-taal en emotiewoorden zijn geteld met vaste woordenlijsten, geen handmatige codering. Percentages kunnen enkele punten verschuiven met een andere lijst; de patronen zelf zijn robuust.

Klantdata is geen marktsteekproef. Groepen die reputatie serieus nemen, kiezen eerder voor een tool. Het klant-effect wordt daarom aangetoond met een tijdreeks binnen dezelfde groepen (hoofdstuk 7), niet met een momentopname. Waar aantallen klein zijn, staat dat bij het cijfer.

Vestigingsaantallen zijn een ondergrens, reviewaantallen per profiel een levenslang totaal. Correlaties zijn samenhang, geen bewezen oorzaak; waar we causaal durven te spreken, staat er een voor/na-meting onder.

De citaten in dit rapport komen uit gesprekken met dealergroepen (2025-2026) en worden gebruikt met toestemming van de sprekers. Ze zijn bewust geanonimiseerd, en dat is geen zwakte: juist omdat niemand op zijn eigen naam hoefde te letten, konden sprekers eerlijk zijn over wat er intern misgaat. Daarom zijn ze zo rauw.

Elke telling is reproduceerbaar. Wil je een cijfer uit dit rapport controleren? We laten de onderliggende telling graag zien.

Elke term uit dit rapport, in één zin

Een concept dat nergens formeel gedefinieerd is, kan niet geciteerd worden. Niet door een journalist, niet door een AI-systeem. Deze pagina is de bron waar elke term naartoe herleid wordt. Citeer gerust, mét bronvermelding.

Het klachtgat

Het aandeel negatieve reviews (1-2 ster) dat geen openbaar antwoord van de dealer krijgt. Markt, volledige historie: 53,1 procent.

Het afscheidsgat

Het aandeel publieke vertrek-aankondigingen ("nooit meer", "laatste keer") dat onbeantwoord blijft. Markt: 47 procent van 2.105 reviews.

De reactietijd-kloof

Het verschil in reactiesnelheid op lof versus kritiek. Markt: 26 uur op een 5-sterren review, 48 uur op een 1-ster. Precies verkeerdt om.

Het vergeten midden

De 3-sterren review: de twijfelaar die nog te winnen is, maar van alle sterren het minst vaak antwoord krijgt (33 procent).

De premium-paradox

Hoe duurder het merk, hoe groter het klachtgat. Premiumdealers beantwoorden 29 procent van hun reviews, dealers van volumemerken 62.

Het aftersales-lek

Het scoregat tussen verkoop-reviews (4,46 in 2025) en werkplaats-reviews (4,07). Bestond in 2019 nog niet.

Klachtgat (meting)

Aandeel 1-2 sterren reviews zonder openbaar antwoord van de dealer, gemeten op peildatum.

Reactietijd

Tijd tussen review en openbaar antwoord. Reviews die ná het antwoord zijn bewerkt, tellen niet mee.

Reactiegraad

Aandeel reviews met een openbaar antwoord van de dealer, ongeacht de sterren.

De schone set

De klantdata die eerlijk vergelijkbaar is: 46.046 reviews van zes groepen. Net gestarte pilots en afwijkende platforms uitgesloten (hoofdstuk 9).

Zero-click

Een zoekopdracht die eindigt zonder klik naar een website. De zoeker leest het antwoord, en je reviews, op Google zelf of in een AI-samenvatting.

WAAROM DEZE PAGINA BESTAAT

Een naam onthoudt men, een percentage niet. Wie over "het klachtgat" schrijft of een AI eraar vraagt, moet ergens de definitie kunnen vinden. Dit is die plek.

Aannames en kanttekeningen

Elke keuze en aannahme op één plek, zodat de hoofdstukken leesbaar blijven en dit rapport controleerbaar. Definities en beperkingen van de bronnen staan in hoofdstuk 9.

De rekensom van het afscheidsgat

De som (2.105 aangekondigde vertrekkers $\times$ 715 euro aftersales-omzet per auto per jaar = $1.505.075$ euro) is een illustratie, geen boekhouding. Niet elke boze schrijver vertrekt echt, en niet elke vertrekker reed jaarlijks voor het gemiddelde bedrag. Daar staat tegenover dat drie effecten er niet in zitten: de stille vertrekker (die wegblijft zonder review), de meerjarige schade (een vertrokken klant blijft jaren weg) en het meelee-effect op volgende kopers. De echte rekening ligt daarmee vrijwel zeker hoger; het bedrag is een ondergrens. Aftersales is bovendien voor veel dealerbedrijven de belangrijkste winstbron, dus deze omzet weegt zwaarder dan gemiddelde omzet.

De markt-versus-klant-vergelijking

Drie controles maken deze vergelijking betrouwbaar. Eén: voor dealergroepen die in zowel de eigen data als de openbare Google-data voorkomen, wijken de scores minder dan $0,1$ punt af (drie groepen onafhankelijk gecontroleerd). Twee: het historische markt-klachtgat kwam in de eerste meetronde ($52,2$ procent) langs drie onafhankelijke rekenroutes identiek uit en is na de dekkingscontrole herrekend op de volledige set. Drie: het bewijs is een tijdreeks binnen dezelfde groepen (van $44,6$ naar 2 procent klachtgat), geen momentopname. Dat ondervangt het selectie-argument dat aangesloten groepen altijd al de beste waren: ze begonnen op het marktgemiddelde.

Tekstanalyse en woordenlijsten

Klachtthema's, vertrek-taal, loyaliteits-taal en emotiewoorden zijn geteld met vaste woordenlijsten op de reviewtekst, geen handmatige codering. Een klacht kan meerdere thema's raken; thema-percentages tellen daarom niet op tot 100 . Percentages kunnen enkele punten verschuiven met een andere woordenlijst; de patronen zelf zijn robuust. De toon-analyse (beantwoord versus onbeantwoord) vergelijkt tekstlengte, leestekens en emotiewoorden op de 14.462 klachten met tekst.

Beeld en afronding

In de stippen-weergave is het aandeel amber exact ($53,1$ procent); de stippen zijn gesorteerd weergegeven: onbeantwoord boven, beantwoord onder. Percentages in staafdiagrammen zijn afgerond op hele punten; de brontabellen in de hoofdstukken tonen de decimalen. Vestigingsaantallen zijn een ondergrens per meetmoment.

De volledige merkranking

Twee tabellen, elk uit één bron. Links: hoe klanten de merken waarderen, over de hele Nederlandse markt. Rechts: onbeantwoorde klachten bij dealers per merk, gemeten bij de 30 grootste dealergroepen.

HOE KLANTEN DE MERKEN WAARDEREN

Dacia	4,83
Renault	4,66
Fiat	4,57
Jeep	4,57
MG	4,56
MINI (premium)	4,56
Mazda	4,55
Suzuki	4,55
Hyundai	4,54
SEAT	4,53
Volvo (premium)	4,51
Citroën	4,51
Lexus (premium)	4,47
Nissan	4,47
Peugeot	4,46
BMW (premium)	4,42
Skoda	4,42
Opel	4,40
Kia	4,39
Toyota	4,38
Audi (premium)	4,36
Ford	4,36
Mercedes-Benz (premium)	4,35
Volkswagen	4,31

Gewogen gemiddelde per merk over de openbare Google-reviews van de Nederlandse dealermarkt; alleen merken met voldoende dealerprofielen voor een betrouwbaar gemiddelde.

ONBEANTWOORDE KLACHTEN BIJ DEALERS PER MERK

BMW (premium)	66%
Volvo (premium)	64%
Mercedes-Benz (premium)	63%
Citroën	63%
Ford	62%
Fiat	57%
Kia	54%
Nissan	53%
Opel	52%
Peugeot	51%
Volkswagen	50%
Skoda	43%
Toyota	43%
Hyundai	43%
Audi (premium)	40%
Renault	33%
Dacia	14%

Gemeten bij de dealervestigingen van de 30 grootste groepen; merken met minder dan 100 klachten in deze set zijn weggelaten omdat een percentage daar schijnprecisie zou zijn.

Leeswijzer. Deze cijfers zeggen niets over het product of het merk; ze meten uitsluitend het antwoordgedrag van dealervestigingen. De linkertabel laat zien dat klanten deze merken hoog waarderen. Elke onbeantwoorde klacht staat wél op naam van het merk, terwijl het antwoord bij de vestiging vandaan moet komen.

De externe bronnen bij dit onderzoek

De eigen tellingen staan in hoofdstuk 9. Dit zijn de externe bronnen waar dit rapport op leunt, zodat je elke claim zelf kunt nalopen. Alle cijfers zijn gecontroleerd tegen de originele publicatie (juli 2026).

01 · SparkToro / Datos (2026)

"Less than One Third of Google Searches Still Send a Click" · sparktoro.com · zero-click: 68% van de Amerikaanse Google-zoekopdrachten, jan-apr 2026

02 · BrightLocal, Local Consumer Review Survey 2026

brightlocal.com/research · 97% leest reviews · 80% kiest bedrijf dat op alle reviews reageert · 42% mijdt bedrijf dat reviews negeert · 81% verwacht antwoord binnen een week, 19% dezelfde dag · 50% haakt af bij template-antwoorden · 82% leest AI-samenvattingen · 42% vertrouwt AI-aanbevelingen als reviews

03 · Whitespark, Local Search Ranking Factors 2026

whitespark.ca/local-search-ranking-factors · review-signalen wegen circa 20% van de lokale ranking (local pack)

04 · Google Business Profile Help

"Tips to improve your local ranking on Google" · support.google.com/business/answer/7091 · reviews en antwoorden als zichtbaarheidsfactor

05 · BOVAG-RAI Aftersales Monitor (2025)

bovag.nl · gemiddeld 715 euro per auto per jaar aan onderhoud en reparatie in Nederland

06 · Seer Interactive (maart 2026)

"Study of 800K AI Responses" · seerinteractive.com · 804.491 AI-antwoorden, 1.926 merken · aandeel reviewbronnen in citaties groeit van 1,5% (oriëntatie) naar 24% (koopintentie) · ChatGPT benoemt ontbrekende reviews expliciet als negatief signaal

07 · AM Dealerpanel, Automotive Online (juli 2026)

"We omarmen AI als hulpmiddel om slimmer, sneller en beter te werken. Niet als vervanging van mensen" · automotive-online.nl · panel van vijf Nederlandse dealerholdings (Hedin, Amega, Zeeuw & Zeeuw, Gomes, ADG) over AI-gebruik en -visie

En de rest telden we zelf. Alle overige cijfers in dit rapport komen uit de drie eigen databronnen (hoofdstuk 9) en zijn onafhankelijk herrekend vanaf de ruwe data. Wil je een telling controleren? We laten hem graag zien.

OVER DIT ONDERZOEK

De grootste Google-reviewdataset van automotive Nederland

Het Automotive Google Review Onderzoek 2026 is uitgevoerd door Repmanager, het review- en reputatieplatform voor bedrijven met meerdere vestigingen. Drie bronnen, ruim 660.000 datapunten: de openbare Google-scores van de hele Nederlandse dealermarkt, 205.000 volledige reviewteksten van de 30 grootste dealergroepen, en de eigen data van aangesloten groepen als bewijs dat het anders kan.

De dealergroepen die het klachtgat dichtten, deden dat zelf: hun mensen, hun toon, hun klanten. Repmanager zorgde dat geen review meer tussen wal en schip viel. Zo kijken wij naar AI: een hulpmiddel om slimmer, sneller en beter te werken, geen vervanging van mensen.

Benieuwd waar jouw groep staat? We zetten je vestigingen kosteloos naast deze benchmark: score, reactiegraad, reactietijd en klachtgat, per vestiging. Eén overzicht, geen verplichtingen.

CONTACT

info@repmanager.ai[repmanager.ai/contact](mailto:info@repmanager.ai) · www.repmanager.ai

VOLG ONS

LinkedIn: repmanager-ai

voor de wekelijkse AI-zichtbaarheidsmeting en nieuwe cijfers uit dit onderzoek

VERDER LEZEN

repmanager.ai/sectoren/automotive
repmanager.ai/cases

hoe dealergroepen het klachtgat dichtten, met de cijfers erbij

CITEREN

Automotive Google Review Onderzoek 2026, Repmanager

overname van cijfers met bronvermelding is toegestaan en aangemoedigd