



Bilder: Archiv

Erfolge und Herausforderungen

Basisarbeit gefragt

Um die Full-Service-Werkstattssysteme ist es in den letzten zwei Jahren etwas ruhiger geworden. Die vereinzelt marktschreierische Partnerakquisition ist der Detailarbeit, der Optimierung vorhandener Systembausteine und der Qualifizierung des Partnernetzes gewichen.

Ging es in den ersten zehn Jahren vor allem darum, die Zahl der Partner möglichst flächendeckend auszubauen, liegt der Schwerpunkt der Arbeit in den Systemzentralen mittlerweile auf der Optimierung vorhandener Leistungsbausteine und der Qualifizierung der Partner im Netz. Viele Systeme weisen die Jahre 1994 bis 1997 als Gründungsjahre aus. Zu den jüngeren Systemen gehört

► **Qualifizierungsprogramme:** Die Flächendeckung ist zumeist erreicht, nun steht die Verbesserung im Fokus

AC AutoCheck der ATR-Teilehandelskooperation, das in diesem Jahr das zehnjährige Bestehen feiert. Der mit Abstand Klassenälteste unter den Full-Service-Werkstattssystemen ist die Bosch Car Service Organisation. Denn die, beziehungsweise ihr Vorläufer Bosch Service, blickt auf eine 90-jährige Geschichte zurück und ist mit weltweit über 14.500 Betrieben auch das größte Werkstattssystem (vgl. asp 1-2011, S. 46). Bei der Markt-

bearbeitung insbesondere in Deutschland spielt das Alter allerdings kaum eine Rolle, alle Systeme beschäftigen sich mit ähnlichen Themen. Nach den Anfangsjahren schnellen Wachstums und schneller Erfolge sind die Systeme heute etabliert und keine außergewöhnliche Erscheinung mehr im Servicemarkt. Längst ist in den Systemzentralen der Alltag eingekehrt, der von kleinteiliger, teilweise aufwändiger Detailarbeit geprägt ist. Von großen Wachstumszielen und dem von Jahr zu Jahr prozentual definierten Partnerzuwachs hat man sich bei den Systemanbietern längst verabschiedet. Das macht auch keinen Sinn mehr, denn mit 400 bis 1.800 Partnern pro System haben fast alle Anbieter den Grad der Flächendeckung erreicht, teilweise sogar überschritten.

Der Überbesetzung ihrer Netze versuchen die Anbieter durch Zweit- und Drittsysteme oder unterschiedliche Qualitätsstufen innerhalb eines Systems zu entgehen. Und natürlich herrscht bei den Systemanbietern untereinander längst Verdrängungswettbewerb um die besten Partner. Denn die schiere Anzahl von Werkstattssystempartnern sagt wenig über



In ihrer Februar-Ausgabe haben sich unsere Kollegen von AUTOFLOTTE dem Thema Flottenfahrzeuge in freien Werkstätten gewidmet. Unter www.autoservicepraxis.de/flottenkunden finden Sie die Texte und Übersichten der Kollegen zum Download.

die Qualität eines Systems. Dennoch hat auch die Qualität in den letzten Jahren über nahezu alle Systeme hinweg deutlich zugenommen. Zweifellos eine Folge der in allen Systemen gestarteten Qualifizierungsprogramme für die Systempartner.

Gebündelte Information

Systeme auf asp-Online

Obwohl die Systeme ihre Partnernetze in Deutschland recht dicht geknüpft haben, ist das Interesse von Kfz-Unternehmen für die Systemlandschaft nach wie vor hoch. Monat für Monat verzeichnen wir in unserem Spezialbereich „Werkstattssysteme“ auf asp-Online im Schnitt 5.000 Besucher. Vor allem Unternehmen mit Markenbindung haben sich in der Vergangenheit eine System-Marke als zweites Standbein ins Haus geholt. Viele Unternehmen wählen dafür einen separaten Standort, um die Stammkundschaft im Markenbetrieb nicht zu irritieren. Wir haben unter www.autoservicepraxis.de/werkstattssysteme ausführliche Profile der meisten Full-Service-Werkstattssysteme zusammengestellt. Hier können Sie nicht nur sehen, was die einzelnen Systemanbieter ihren Partnern bieten, sondern auch, welche Anforderungen an Systemeinsteiger und -mitglieder gestellt werden. Haben Sie mehrere Systeme in die engere Wahl gezogen, können Sie deren Leistungsspektren auf Knopfdruck miteinander vergleichen. In unserem Online-Archiv finden Sie außerdem interessante Beiträge aus der asp zu einzelnen Systemen.

Wettbewerb

Entscheidungsphase

Die diesjährige Runde des Wettbewerbs „Werkstatt des Jahres“ geht in die heiße Phase. Wie der Organisator Partslife mitteilte, hat Anfang März die Jury im bayerischen Bad Brückenau getagt. Die Vertreter der Werkstattssysteme haben aus der Vielzahl der Bewerbungen die besten herausgefiltert, unabhängig von ihrer Systemzugehörigkeit. Die Jury-Mitglieder sichteten in einem Tagungsmarathon insgesamt 50 Bewerbungen, von denen sie die jeweils Besten in den drei nach Mitarbeiterzahl gestaffelten Kategorien auswählten. Beworben hatten sich den Angaben zufolge insgesamt 450 Betriebe. Nun beginnt die Endausscheidung. Die ersten fünf werden in den nächsten Wochen vor Ort überprüft, bevor die Jury im April die endgültige Entscheidung trifft. Die Gewinner werden am 18. Mai in Bad Brückenau bei einer Gala-Veranstaltung im Rahmen der Partslife Partnertagung geehrt.



„Der Wettbewerb ist sicher der härteste, in dem sich Werkstätten messen können“, so Wolfgang Steube, Geschäftsführer von Partslife. „Die Jury besteht mit den Vertretern der Werkstattssysteme aus besonders ausgewiesenen Fachleuten. Dass der ganze Prozess neutral überwacht wird, zeigt, dass wir hier wirklich fair spielen.“ *ng*

Weitere Informationen zum Wettbewerb und Gewinnern der Vorjahre unter www.werkstatt-des-jahres.de

Ob interne verdeckte Werkstatttests, Teilnahmen an Pflichtschulungen, strengere CI- und Außengestaltungsvorgaben, systeminterne oder übergreifende Qualitätswettbewerbe (vgl. Kasten), kein Anbieter hat sich in den vergangenen Jahren auf seinen Lorbeeren ausgeruht, alle haben im Rahmen ihrer Möglichkeiten am Qualitätsniveau ihrer Systempartner gearbeitet.

Für Flottenkunden attraktiv

Lohn der Qualitätsbemühungen, bei denen in jedem System Partner auf der Strecke blieben, ist die deutlich gewachsene Akzeptanz der Werkstattsystembetriebe über die Klientel der „Normalkunden“ hinaus. Alljährlich fragen unsere Kollegen der Zeitschrift „Autoflotte“, dem Fachmagazin für Firmenwagen, bei großen Leasingfirmen und Fuhrparkbetreibern deren Zufriedenheit mit Reparatur- und Serviceanbietern im freien Werkstattmarkt ab.

Während die vor wenigen Jahren noch zögerten, ihre anspruchsvollen Geschäftskunden überhaupt zum Service in eine freie Werkstatt zu schicken, und kaum Erfahrungen mit diesen Serviceanbietern vorweisen konnten, hat sich das Bild mittlerweile deutlich gewandelt. Zumindest was die so genannten Non-Captive-Gesellschaften anbetrifft, also solche, die nicht mit einem Automobilhersteller verhandelt sind. Ihre Erfahrungen mit freien Servicebetrieben beschreiben die meisten der von unseren Kollegen in der Februar-Ausgabe der Autoflotte befragten Gesellschaften als gut bis sehr gut.

Dabei fragen immer mehr Leasing- und Flottenkunden die komplette Bandbreite an Dienstleistungen nach, vom Reifenservice über die einfache Inspektion bis hin zur umfangreichen Unfallreparatur. Unter

► **Flottenkunden:** Vorteilhaft für die Auslastung, aber problematisch für die angesetzten Werkstattpreise

www.autoservicepraxis.de/flottenkunden können Sie sich die aktuellen Ergebnisse aus der Befragung und die Beiträge unserer Kollegen von Autoflotte herunterladen.

Ob die Betreuung von Groß- und Flottenkunden wirklich das Mittel zum Zweck der Werkstattauslastung und Kundengewinnung ist, wird nach wie vor auch innerhalb der Systeme heftig diskutiert.



Die Kombination aus Markenhandel und Werkstattssystem unter einem Dach ist heute keine Seltenheit mehr

Denn natürlich erwarten Großkunden neben gutem Service auch ein entsprechendes Entgegenkommen bei Stundenverrechnungssätzen, Ersatzteilpreisen oder Dienstleistungen (kostenlose Fahrzeugwäsche, günstige Ersatzwagen etc.). Rechnen muss sich das Thema letztlich für alle Beteiligten: Systemanbieter, Systempartner und Großkunden. Aus Werkstattsicht darf man allerdings nicht nur die zusätzlichen Aufträge sehen, die die Auslastung erhöhen. Natürlich beackern Systemanbieter das Feld Flottenkunden auch mit dem Kalkül, dass der mit der Betreuung seines Geschäftswagens zufriedene Kunde auch sein(e) Privatfahrzeug(e) in die Obhut der Systemwerkstatt gibt.

Ansprechpartner für Großkunden

Die Rechnung scheint aufzugehen, glaubt man den Schilderungen von Systemanbietern. Beispiel Coparts plus: Hier wird das Großkundengeschäft von der 100-prozentigen Tochter Global Automotive Services (G.A.S.) gesteuert. Die G.A.S. schließt Verträge mit Großkunden und steuert dann die Reparaturfälle in das Netz der angeschlossenen Werkstattvertragspartner. Um eine schnelle flächendeckende Versorgung der Kunden zu gewährleisten, hat man dabei nicht nur Betriebe des Coparts-Systems Profi Service Werkstatt unter Vertrag genommen. Im Prinzip kann sich jede Werkstatt dem Netz anschließen, sofern sie die von der G.A.S. und deren Kunden geforderten Standards und Konditionen erfüllen kann und will. Vorteil für Großkunden: Sie haben nur einen zentralen Ansprech- und Verhandlungspartner, über den außerdem zentral das Rechnungsmangement abgewickelt wird. Das hat man im Falle der G.A.S. mit dem System des Datendienstleisters AuDaCon so weit-

gehend automatisiert, dass aufwändige und kostenintensive Plausibilitätsprüfungen von Rechnungen mittlerweile weitgehend entfallen können. Das Großkundengeschäft ist kein Allheilmittel für das Bestehen am hart umkämpften Servicemarkt. Das sieht man auch in den Systemzentralen. Allerdings hilft es, ein anderes Problem vieler Werkstattssysteme zu beseitigen: die Bekanntheit der „freien Marken“. Vielleicht mit Ausnahme von

► **Markenbildung:** Eine Steigerung der Bekanntheit ist für Systemzentralen ein wichtiger Wettbewerbsfaktor

Bosch Car Service lässt die nach wie vor zu wünschen übrig. Die Gründe dafür sind klar. Finanziell sind die bundesweiten Kampagnen, die Automobilhersteller für ihre Serviceorganisationen oder auch Filialketten wie A.T.U umsetzen, für die Werkstattsystemanbieter nicht darstellbar. Statt bundesweiter Endverbraucheransprache setzen viele Systeme darum überwiegend auf lokales Marketing der Partner und hoffen, so die nötige Durchdringung für ihre Marke beim Endverbraucher zu erreichen. Das ist nicht der schlechteste, aber ein langwieriger Weg.

Und natürlich schläft die Konkurrenz auch nicht. Besonders das Thema Service- und Reparaturpakete, das viele Automobilhersteller mittlerweile beim Neuwagenkauf mit anbieten, erfreut sich großer Beliebtheit. Der dadurch erzielten Bindung der Kunden an die Serviceorganisation des Herstellers für drei oder vier Jahre haben die Systemanbieter im freien Markt bislang wenig entgegenzusetzen. Es bleibt also auch künftig genug zu tun in den Systemzentralen.

Frank Schlieben

www.autoservicepraxis.de



DIE WERKSTATT

WERDEN SIE
MOTOO-PARTNER



MOTOO BIETET IHNEN :

- UMSATZSTEIGERUNG
- ERTRAGSSTEIGERUNG
- ZUKUNFTSSICHERUNG

MOTOO-Systemzentrale
Widdersdorfer Str. 188, 50825 Köln
+49 (0) 21 5 40 02 10, www.motoo.de
info@motoo.de