

# Wessels+Müller Blick fürs Wesentliche

Das Teilehandelsunternehmen Wessels+Müller AG hat im Jahr 2007 eine Verschleißteiloffensive gestartet und dabei das Augenmerk vor allem auf Wartung und Reparatur sicherheitsrelevanter Komponenten gelegt. Die Kampagne war so erfolgreich, dass sie 2008 fortgesetzt wird.



Bilder: Schlieben, Wessels+Müller

Volker Ruddigkeit und Ralf Kuhne (r.) sind mit dem Ergebnis der Verschleißteiloffensive 2007 zufrieden

aber auch gezeitigt, dass beim Thema Verschleißteile noch eine Menge mehr zu tun ist. Darum werden wir das Thema 2008 fortsetzen.

**Bitte erklären Sie kurz Hintergründe und Inhalt der Kampagne.**

**Ruddigkeit:** Ab einem Fahrzeugalter von fünf Jahren steigt die Quote der gravierenden Mängel an Fahrzeugen nach den Auswertungen der TÜV und anderer Prüforganisationen gravierend an. Gleichzeitig steigen Fahrzeugdurchschnittsalter und Fahrzeughaltedauer deutlich. Diesen für freie Werkstätten erfreulichen Voraussetzungen, haben wir mit unserer Verschleißteiloffensive Rechnung getragen. Darin geht es nicht allein um technische Fertigkeiten, sondern auch sehr stark um Kommunikationsthemen. In enger Zusammenarbeit mit unseren Erstmärkten-Teilelieferanten haben wir den Fokus der Betriebe vor allem auf sicherheitsrelevante Bauteile wie Bremsen, Fahrwerk und Beleuchtung gelenkt und unsere Werkstätten mit speziellen Infopaketen oder auch technischem Equipment zur Prüfung solcher Bauteile versorgt. Denn Verbraucher über die Folgen falsch verstandener Sparsamkeit bei Wartung und Reparatur sicherheitsrelevanter Bauteile aufzuklären, können nur die Werkstätten in ihren Betrieben leisten.

**Welche Form von Unterstützung bietet WM den Betrieben? Sind das spezielle Checks, Anschreiben etc.?**

**Ruddigkeit:** Zur Information der teilnehmenden Kunden haben wir für die Verschleißteiloffensive eine separate Seite im Internet geschaffen. Dort stellen wir unter anderem aktuelle News rund um das

Der TÜV Auto Report ist jährlich neu erscheinender Beleg dafür, dass manche unterlassene Kleinigkeit bei Wartung und Reparatur unerfreuliche Spätfolgen haben kann. Beispielsweise die erneute Vorladung zur Hauptuntersuchung. Seit Jahren zeigen diese Reports, dass die abnehmende Wartungsdisziplin und Reparaturbereitschaft vieler Autofahrer zu teilweise gravierenden technischen Mängeln führt, die im günstigsten Fall vom TÜV-Prüfer aufgedeckt werden. Anfällig für die technische Vernachlässigung sind nach Ralf Kuhne, Leiter Gesamtvertrieb Pkw bei Wessels+Müller, vor allem Halter älterer Fahrzeuge – die klassische Klientel freier Werkstätten. Mit

ihm und Volker Ruddigkeit, Marketingleiter bei Wessels+Müller, sprachen wir über die Inhalte und Ziele der Verschleißteiloffensive und weitere Themen, die den freien Werkstatt- und Teilemarkt aktuell bewegen.

**Herr Kuhne, wie zufrieden sind Sie mit den Ergebnissen der Verschleißteiloffensive 2007?**

**Kuhne:** Wir sind sehr zufrieden. Unsere Ziele haben wir mehr als erreicht. Das lässt sich auch am Umsatz ablesen, denn in der Warengruppe Verschleißteile haben wir ein überproportionales Wachstum im Vergleich zu allen anderen Warengruppen erreicht. Der Erfolg der Kampagne hat uns



Das Reifengeschäft für Werkstätten bietet noch zusätzliches Geschäftspotenzial



WM-Werkstattmessen (hier Hockenheimring 2007) sind Publikumsmagneten

Thema Fahrzeugsicherheit, Verschleißteile etc. der Prüforganisationen bereit. Darüber hinaus stellen wir hier Aktionen vor, die wir im Rahmen der Verschleißteiloffensive mit Partnern der Teileindustrie durchführen und für die Werkstattpartner anbieten. Beispielsweise Stoßdämpfertestwochen, bei denen Werkstätten auf Wunsch Stoßdämpfertestgeräte zur Verfügung gestellt werden.

#### Viele Ihrer Mitbewerber setzen derzeit vor allem auf die Weiterbildung der Werkstätten im Bereich Elektronik. Haben Sie das bewusst ausgeklammert?

**Kuhne:** Nein, das ist nur eine Frage der Definition. Für uns ist Elektronik heute ein Verschleißteil. Wenn Sie sich den Klimabereich ansehen, Motorelektronik etc., dann reden wir hier von Elektronik, aber eben auch von Verschleißteilen, darum ist das Thema Elektronik selbstverständlich auch Bestandteil unserer Offensive.

**Ruddigkeit:** Das Thema Elektronik haben wir bei der Verschleißteiloffensive sogar vorangestellt. 2006 war das Jahresmotto „Faszination Elektronik“. Wir haben dazu verstärkt Elektronikschulungen angeboten, auch über die ATR-Akademie. Wir haben zu unseren Messen besondere Verkaufsaktionen für Diagnosegeräte gestartet, die sehr erfolgreich waren. Der Information zur Elektronik folgte 2007 das Teil im Rahmen der Verschleißteiloffensive. Dabei läuft das Thema Elektronik selbstverständlich weiter mit.

#### Was wird es, abgesehen von der Verschleißteiloffensive, bei WM 2008 an Neuerungen

#### geben? Welche Veränderungen oder Pläne hat man beispielsweise für die Werkstattssysteme AC AutoCheck und Meisterhaft?

**Kuhne:** Wir werden die Konzepte weiter ausbauen, auch in Bezug auf die Anzahl der Partner. Wir wollen die Partner in den Systemen zudem weiter qualifizieren und ihnen dabei helfen, ihre Prozesse im Betrieb etc. noch professioneller zu gestalten.

#### Heißt Qualifizierung auch Bereinigung der Systeme?

**Kuhne:** Nein. Wir haben bei Meisterhaft derzeit ca. 1.700 und bei AC AutoCheck knapp 800 Partner angeschlossen, und die würden wir gern behalten und weiter wachsen. Zu sagen, wir brauchen nur noch 500 richtig gut qualifizierte Partner in jedem System, die unserem Idealbild entsprechen, und von dem Rest trennen wir uns mittelfristig, entspricht nicht unserem Verständnis von einem Werkstattssystem. Für mich gehört es auch zur Idee der Werkstattssysteme, dass man 1.500 oder mehr in ihrer Struktur und ihrem Leistungsspektrum sehr unterschiedliche Partner unter einem Systemdach vereint.

Das heißt ja nicht, dass die sich nach ihren individuellen Möglichkeiten nicht in den Bereichen Technik, Service, Kundenbetreuung etc. qualifizieren müssen.

#### Einige Systemgeber etablieren unterhalb der Full-Service-Systeme eine Art Second-Level-Systeme, die weniger Unterstützung bieten, Partnern aber auch weniger abverlangen. Gibt es solche Lösungen auch bei der WM AG oder der ATR?

**Kuhne:** Bis heute nicht, aber wir arbeiten an einem weiteren Konzept, das noch im ersten Quartal 2008 vorgestellt wird. Damit soll aber keine Zwei-Klassen-Gesellschaft der WM-Systemwerkstätten entstehen. Wir wollen damit solche Werkstattunternehmer für uns gewinnen, die in ihrer Region selbst eine starke Marke sind, für die bislang ein Systembeitritt wegen der bei einem Full-Service-System zu erfüllenden CI-Vorgaben bislang aber nicht in Frage kam. Diese Betriebe möchten aber durchaus Unterstützung im Bereich Marketing, Werbung, technische Infos etc. nutzen und solchen Betrieben werden wir künftig konzeptionelle Unterstützung ohne restriktive CI-Vorgaben bieten.

#### Ist das Großkundengeschäft (Flotten-, Mietwagenkunden etc.) für die WM AG und die Werkstattssystempartner ein Thema?

**Kuhne:** Nein, wir haben uns im Jahr 2006 ausgiebig mit dem Thema beschäftigt und sind zu dem Schluss gekommen, dass das für diese sehr heterogene Gruppe von eigenverantwortlichen

Werkstattunternehmern keinen Sinn hat. Ein Filialsystem wie A.T.U. kann das Thema Flottenkunden vergleichsweise einfach umsetzen, denn hier hat es der Flottenkunde mit einer Firma und einer untergeordneten Zahl von Filialen mit einem zentralen Ansprechpartner zu tun.

**Ruddigkeit:** Wir haben im Unterschied dazu viele unterschiedliche selbstständig geführte Betriebe mit unterschiedlichen





Die WM-Werkstattmesse auf dem Gelände des Flughafens Münster Osnabrück

WM-Werkstattmessen

## Messetermine 2008

Die Werkstattmessen der Wessels+Müller AG sind für viele Werkstattunternehmer ein fester Punkt im Jahreskalender. 2007 kamen mehr als 40.000 Fachbesucher zu den Messen in der Motorsport Arena Oschersleben, am Flughafen Münster Osnabrück und am Hockenheimring. Auch 2008 wird die WM AG an diesen drei Standorten festhalten und erhofft sich aufgrund zahlreicher zu erwartender Produktneuheiten im Automechanika-Jahr erneut eine Rekord-Beteiligung.

**Die Termine für die WM-Werkstattmessen 2008:**

- 5. bis 7. September: Flughafen Münster Osnabrück
- 13. bis 14. September: Hockenheimring
- 27. bis 28. September: Motorpark Oschersleben

Wessels+Müller AG

## Zahlen und Fakten

- ✓ Großhändler für Pkw/Nkw Ersatzteile und Zubehör, Werkstattaufrüstung und Werkzeuge, Autochemie und Lackprodukte, Auto-HiFi und Telekommunikation, Reifen und Räder
- ✓ Hauptsitz: Pagenstecherstr. 121, 49090 Osnabrück
- ✓ Werkstattkonzepte: AC Autocheck, Meisterhaft autoreparatur
- ✓ Facheinzelhandelskonzept: autoPARTNER
- ✓ 73 Verkaufshäuser in 13 Bundesländern
- ✓ ca. 160.000 täglich verfügbare Artikel im Lagerbestand
- ✓ ca. 517 Mio. Euro Umsatz im Jahr 2007

Weitere Informationen: [www.wm-fahrzeugteile.de](http://www.wm-fahrzeugteile.de)

Leistungsprofilen, Abrechnungssystemen etc. Diese heterogene Gruppe auf enge Standards einzuschwören, um durch den Abschluss von Rahmenverträgen in dem Geschäft mit den äußerst preissensiblen Flottenkunden mithalten zu können, halten wir im Interesse unserer Werkstattkunden für nicht erstrebenswert. Das heißt aber nicht, dass der einzelne Werkstattkunde vor Ort nicht aus eigener Kraft und mit eigener Organisation Großkunden betreut und wir ihn dabei unterstützen.

**Wie stark ist der klassische Markenhändler heute Ihr Teilekunde und welche Produkte kauft er bei Ihnen?**

**Kuhne:** Wir sehen heute den Vertragshändler weniger als Kunden in den klassischen Teilessegmenten, sondern vielmehr als Kunden im Bereich Werkstattaufrüstung. Dafür tun wir auch einiges beispielsweise mit unserer Planungsabteilung im Bereich Werkstattaufrüstung. Die begleitet komplette Bauvorhaben von den ersten Skizzen der Planung an, arbeitet beratend eng mit den jeweiligen Architekten zusammen und berät den Bauherren bis hin zur Installation der Werkstattaufrüstungsgeräte. Dabei spielt es keine Rolle, wie klein oder groß das Bauvorhaben ist oder ob es sich um einen Neu- oder Umbau handelt. Diese Services werden immer häufiger auch von vertragsgebundenen Betrieben nachgefragt. Darüber hinaus sind Markenbetriebe unsere Kunden im B- und C-Teile-Bereich und natürlich bei den Ersatzteilen für ihr Gebrauchtwagengeschäft. Das eigentliche Ersatzteil für die Marke kauft der Vertragshändler aber kaum bei uns, das bezieht er, auch aufgrund vertraglicher Bindungen beim Hersteller. Und ich glaube nicht, dass sich daran künftig viel ändern wird.

**Ruddigkeit:** Dennoch sind die Markenbetriebe, vor allem aufgrund des anhaltenden Trends zum Mehrmarkenservice – egal ob mit oder ohne Autorisierung von Herstellern/Importeuren – eine interessante Klientel, die wir bei der WM AG in diesem Jahr stärker mit entsprechenden Angeboten und Services an uns binden möchten.

Meine Herren, vielen Dank für das Gespräch.

Frank Schlieben

