

Sieben auf einen Streich

FIAT AFTERSALES – Seit der Übernahme der Chrysler Deutschland GmbH organisiert die Fiat Group Automobiles Germany AG den Service und die Teileversorgung für sieben Marken in Deutschland. VON BERND DOHRMANN



1.071 Servicestandorte hat die Fiat Group bundesweit, im Bild das Autohaus Glöckner in Dresden

LESEN SIE HIER...

... wie die Fiat Group in Deutschland ihr Aftersales-Geschäft organisiert hat und mit welchen Produkten und Dienstleistungen sie ihre Autohaus- und Werkstatt-Partner unterstützt.

Mit der Übernahme der Chrysler Group LLC durch die Fiat S.p.A. (aktuell: 58,5 %) wurden auch auf dem deutschen Markt die US-Marken Chrysler, Jeep und Dodge in das Vertriebs-Portfolio der Fiat Group Automobiles Germany AG (FGA) integriert. Die FGA in Frankfurt/Main zeichnet damit für die Marken Fiat Pkw, Alfa Romeo, Lancia, Abarth, Fiat Professional und Jeep verantwortlich. Ferrari und Maserati als exklusive Sportwagen-Marken des Konzerns verfügen über eigene Vertriebs-Organisationen. Neuwagen von Chrysler und Dodge sind seit Ende 2011 auf dem deutschen Markt nicht mehr präsent, spielen aber für den Service-Kunden eine wichtige Rolle. Als neue Modelle wurden seither in die Produktpalette aufgenommen: der MPV Fiat Freemont als technische Ableitung des

Dodge Journey; der Lancia Thema ist eine europäische Ableitung der Chrysler-Limousine 300C, das Lancia Flavia Cabriolet eine Neuinterpretation des Chrysler 200, und der Minivan Lancia Voyager entstand aus dem gleichnamigen Chrysler-Van. Neues SUV-Standbein der Fiat-Familie ist die legendäre Marke Jeep, die in Deutschland mit den Modellen Compass, Wrangler, Wrangler Unlimited und Grand Cherokee vertreten ist. Die Integration in das deutsche Vertriebs- und Service-Netz ist damit abgeschlossen.

Services für alle FGA-Marken

Im Zentrum der Integration steht für die 1.071 meist Mehrmarken-Servicestandorte in Deutschland vor allem der Bereich Service und Teile, der bei der FGA in die Direktionen „Customer Service“, geleitet von Udo Bub, und „Parts & Services“, Leitung Herwig Jens Broehl, aufgeteilt ist. In den fünf Regionen des Bereichs „Customer Service“, der 80 Mitarbeiter zählt, sind 25 technische Außendienst-Mitarbeiter vor Ort, um bei Händler-Besuchen Standards aufzunehmen, Prozesse zu optimieren und

Fragen zu Garantie und Kulanz zu besprechen. Die Technik-Hotline TESEO (Technico Servizio Operativo), die Produktbeobachtung mit Service- und Rückrufaktionen, das Service-Engineering zur Werkstatt-Ausstattung und die Homologation zählen ebenfalls zu diesem Bereich.

Angleichung der Vorgaben

Die Anforderungen der FGA an die Service-Partner und Standards sind je nach Marke und deren Positionierung unterschiedlich, wurden aber bei der aktuellen Vertrags-Erneuerung weitgehend angeglichen. Auch beim Personal setzt der Konzern auf Synergien, um die Autohäuser und Werkstätten finanziell zu entlasten. Die TECH Diagnose-Spezialisten sind dabei zuständig für alle europäischen Fiat-Marken sowie die US-Marken Chrysler, Jeep und Dodge (CJD), die über die Fiat-Organisation im Service betreut werden. Udo Bub: „Die Vorgabe im Aftersales war schon seit der Integration der CJD-Marken, unser Personal so schnell wie möglich in die Lage zu versetzen, alle Marken des Konzerns zu bedienen.“ Die in der Systemtechnik auf-

getretenen Hürden bei der Integration sieht Bub als größtenteils gemeistert an, viele Modelle aus der US-Entwicklung sind schon im Fiat-Teilekatalog enthalten, Jeep wird in Kürze folgen. Unterschiede gibt es noch bei den Garantie-Abrechnungen. Im Dealer Connect-System, einem ehemaligen Chrysler-Tool mit Informationen zu Teilen und Garantie, sollen im dritten Quartal 2013 alle Fahrzeuge in das Fiat-Garantiesystem zu 100 Prozent integriert sein, damit „der Händler nur noch eine administrative Anlaufstelle hat“.

Des Weiteren bietet die Fiat Group ihren Vertragspartnern das Autovermietkonzept „FreeToGo“ an. „FreeToGo“ berücksichtigt die speziellen Rahmenbedingungen für Vermietungen im Autohaus. Hier gehen die Anforderungen mittlerweile weit über den reinen Werkstatt-Ersatzwagen hinaus. Die Bandbreite reicht von der Sicherstellung der Mobilität über die Bereitstellung von Transportern für gewerbliche und private Kunden bis hin zu Mietfahrzeugen für die Freizeitgestaltung oder besondere Anlässe wie Wochenendtrips oder Hochzeiten. Mit „FreeToGo“ werden Händler in die Lage versetzt, ihren Kunden für jede Gelegenheit einfache und flexible Mobilität zu bieten.

Teile-Konzepte

Die Abteilung Parts & Services teilt sich in die Bereiche Marketing, Vertrieb und Logistik. Die Distriktleiter Parts & Services unterstützen den Handel bei der Umsetzung Business-relevanter Themen vor Ort. Unterstützung erhalten die Händler mit Marketing-Aktivitäten und saisonalen Kampagnen. Dabei kümmert sich der Konzern auch um die amerikanischen Marken. Unter der US-After-sales-Dachmarke MOPAR vertreibt die FGA schon Ersatzteile und Zubehör für die amerikanischen Fahrzeugmarken. Dabei sind Bestellung und Belieferung vollständig in die bestehenden Systeme integriert. „Die Verfügbarkeit wurde schon erheblich verbessert, die Vereinheitlichung der internationalen Lieferwege bietet aber noch Potenziale“, betont Parts- und Service-Direktor Broehl. „Bei uns wird sich MOPAR zu einer After-sales-Dachmarke entwickeln. Garantieverlängerung, Serviceverträge, Mobilität werden wie das Branding auf MOPAR umgestellt.“

Hohe Verfügbarkeitsquote

Die Ersatzteilbelieferung erfolgt für alle Marken durch deutsche Teilelager (LDC) in



Im Fiat Customer Service denkt man z. B. auch an die Zielgruppe der Camper, für die eine eigene App entwickelt wurde

Hannover und Mainz mit je 40.000 bis 50.000 Teile-Positionen sowie durch das europäische Zentrallager in Norditalien. Die Verfügbarkeitsquote liegt „im Bereich 98 bis 99 Prozent“. Dabei gibt es „Eilbestellungen“ (über Nacht) und tägliche Lagerergänzungsaufträge (einen Tag später). Was im deutschen LDC nicht lieferbar ist, kommt einen Tag später aus Italien. Bei US-Marken lässt man dringend benötigte Teile auch einfliegen. Die LDC bieten den Händlern seit Januar 2013 Kosteneinsparungen, weil zurückgesandte Teile deutlich schneller bearbeitet werden können.

Über das Online-Bestellsystem CSPS können Händler Bestellungen aufgeben, Anfragen stellen und Informationen mit den Serviceabteilungen austauschen. Auch ABEs für Zubehör etc. können heruntergeladen werden. Für den Fall, dass die Teileverfügbarkeit bei älteren CJD-Fahrzeugen nicht auf dem hohen Niveau Fiats ist, hält ein Mobilitätsprogramm die betroffenen Kunden bis zum Abschluss der Reparatur mobil. Zur zeitwertgerechten Reparatur gibt es die „Out of production line“, die O-Teile bis drei Jahre nach Produktionsende enthält, und die „classic line“. Beide sind im elektronischen Teilekatalog sichtbar, die „Product-Range“ wird hier stetig erweitert.

Maßnahmen und Hilfen

Unterstützung bei Teile-Fragen finden Händler beim Ersatzteil-Helpdesk. Das



Udo Bub leitet bei der FGA die Direktion „Customer Service“



Herwig Jens Broehl, Leiter der Direktion „Parts & Services“

FGA AFTERSALES

1.071 Service-Standorte in Deutschland

Direktion „Parts+Services“: 2 Regionen, 27 Außendienst-Mitarbeiter

Direktion „Customer Services“: 5 Regionen, 25 technische Außendienst-Mitarbeiter

Anfang 2012: CJD (Chrysler, Jeep, Dodge)- und Fiat-AD werden zusammengelegt.

Marketing-Team sorgt dafür, dass die Produktpalette auf den Markt abgestimmt ist. Auch Programme wie das After-sales Kennzahlenprojekt und die Lagerreorganisation unterstützen die Händler. Broehl: „Das Kennzahlenprojekt bietet einen wichtigen Grundstein zur Fokussierung auf die Ertragskraft im After-sales, an dem bereits 270 Betriebe teilnehmen.“ 2012 wurden alle Maßnahmen unter der Strategie „GO! – Erfolgsfaktor After-sales“ im Rahmen einer After-sales-Messe vorgestellt und zusammengefasst. Mit „GO! 2013“ wird diese Strategie nun kontinuierlich in die nächste Phase fortgeführt. Neben saisonalen Kampagnen, einem Räder/Reifen-Programm und einer Zubehör-Offensive gibt es nun ein Unterstützungskonzept des Handelsmarketings, das durch Individualisierungsmöglichkeiten den nötigen Freiraum bietet. ■