

# Aber bitte mit Sahne

**ROSSBACH AUTOMOBILE** – Wie der Hamburger Mercedes-Servicebetrieb mit Hilfe eines Beraters seine After-sales-Umsätze gesteigert hat. VON DORIS PLATE



**E**igentlich war die Hamburger Mercedes-Benz Vertragswerkstatt schon sehr gut in Vertrieb und Service: Die Direktannahmeprozesse waren sicher, die Werkstatt ausgelastet. Sechs Meister und 16 produktive Kräfte machten 12.000 Werkstattdurchgänge pro Jahr, der Teileumsatz lag bei 4.430.000 Euro. Die Verantwortlichen waren sich aber sicher: „Da geht noch was.“

Deshalb engagierte Geschäftsführer Bernd Roßbach im Herbst 2008 durch Vermittlung von Olaf Etling das Aral-Schwesterunternehmen ABS Auto Business Services mit dem Berater Werner Tönnemann. Der erfahrene Coach war früher schon einmal im Hause gewesen, um die Serviceprozesse zu verbessern. Die Mitarbeiter waren also schon gut ausgebildet und hoch motiviert: „Wir wollten uns aber auch noch das Sahnehäubchen obendrauf holen“, erläutert Roßbach. Dass tatsächlich noch etwas zu holen war, ergab zunächst die im eigenen Haus erstellte Analyse: Vor-

allem die Bereiche Anschlussgarantie, Rußpartikelfilternachrüstung, Windschutzscheibenreparatur oder -austausch, Smart-Repair, Nachfüllöl, Zubehörverkauf (Brabus, Standheizungen, Dachträgersysteme) und Klimaanlagecheck wurden als Handlungsfelder diagnostiziert.

## Potenzial für aktive Verkäufe

768.000 Euro zusätzlicher Umsatz wären möglich, wenn alle Potenziale ausgeschöpft werden könnten, ergab die haus-eigene Hochrechnung. Den größten Batzen machte dabei die Rußpartikelfilternachrüstung aus. 288 Fahrzeuge aus dem Roßbacher Kundenstamm waren umrüstungs-fähig. Wenn alle umgerüstet werden würden, ergäbe dies allein einen zusätzlichen Umsatz von 288.000 Euro. Eine Menge Geld, das Autohaus und Mitarbeiter da zusätzlich verdienen könnten. Von Anfang an stand dabei fest, dass die Mitarbeiter am Erfolg beteiligt werden sollten: Durchschnittlich fünf Prozent Provisi-

on erhält jeder Mitarbeiter für von ihm zusätzlich verkaufte Leistungen. Ein „angenehmer Anreiz“, wie Serviceberater Christian Hagenau es ausdrückt.

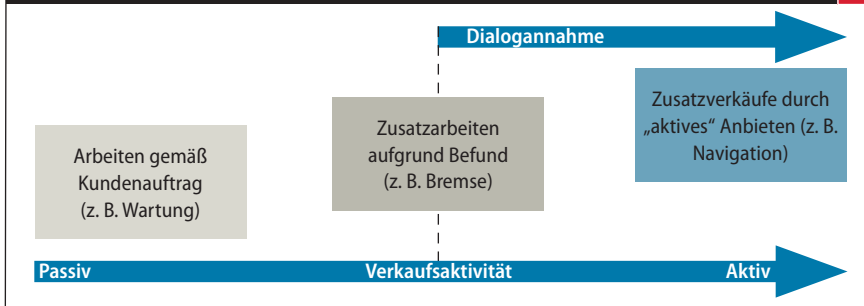
## Nicht aufschwätzen

Nach einer Kick-Off-Veranstaltung, in der alle Mitarbeiter mit den Überlegungen vertraut gemacht wurden, ging es los: In einem Workshop wurden Methoden und Werkzeuge für den aktiven Serviceverkauf vorgestellt und Hemmnisse besprochen. „Verkaufen ist nichts Böses“, musste Berater Tönnemann dabei den Mitarbeitern erst einmal klarmachen.

Es stellte sich auch heraus, dass viele Mitarbeiter beim aktiven Verkaufen Angst hatten, dem Kunden etwas „aufzuschwätzen“, was er gar nicht braucht. „Wir mussten erst lernen, dass der Kunde entscheidet“, erläutert Hagenau. Heute ist er überrascht, wie viele Kunden positiv auf die Angebote reagieren. Zum Beispiel werden jetzt auch im Winter Klimaanlagechecks verkauft.

## AKTIVES VERKAUFEN

4



- 1 **Verkaufen ist nichts Böses. Serviceberater Christian Hagenau musste erst seine Skepsis ablegen.**
- 2 **Die Direktannahme ist Pflicht. Sie ermöglicht Zusatzarbeiten aufgrund eines Befundes.**
- 3 **Erfolgreiches Team, v. l.: Bernd Schwan (Servicemarketing) und Matthias Hofmann (Serviceleiter) von Roßbach Automobile in Hamburg, Berater Werner Tönnemann und Olaf Etling von Aral**
- 4 **Zusatzverkäufe entstehen nur durch aktives Anbieten von Zusatznutzen.**

„Die kosten 79 Euro. Das geht immer“, weiß Serviceleiter Matthias Hofmann. In manchen Monaten wird das Angebot 50 Mal an den Mann oder die Frau gebracht.

Die zweite wichtige Verkaufsbremse waren fehlende Produktkenntnisse. „Wenn der Berater selbst nicht weiß, ob das Garantiepaket für ein chipgetunt Auto noch möglich ist, kann er es auch nicht verkaufen.“ Unsicherheit bestand zum Beispiel auch über den Energieverbrauch einer Standheizung oder den Nutzen des Klimachecks. Hofmann reagierte schnell: Offene Fragen wurden geklärt und die zuständigen Mitarbeiter angehalten, die im Haus vorhandenen Produktinformationen auch zu studieren.

Nach einem Jahr Projekt-Laufzeit hat das Unternehmen 160.000 Euro Umsatz zusätzlich gemacht und damit 21 Prozent des Potenzials ausgeschöpft. Zirka 48.000 Euro zusätzliche Deckungsbeiträge wurden erzielt. Für die Serviceberater wurden dabei 8.500 Euro an Provisionen fällig. Der Beste konnte im Monat Juni allein 412 Euro zusätzlich mit nach Hause nehmen.

### Prozess immer weiter vorantreiben

Nach zehn Beratungstagen ist Tönnemann zwar nun nicht mehr vor Ort. Der Prozess wird im Autohaus aber vom Serviceleiter weiter vorangetrieben. „Ich führe immer noch Einzelgespräche mit den Mitarbeitern.“ Und auch darauf, dass keine Un-

### KURZFASSUNG

768.000 Euro zusätzlicher Umsatz im After-sales-Bereich wäre möglich, wenn Roßbach Automobile alle Chancen nutzt. Deswegen wurden die Mitarbeiter in den Bereichen mit den meisten Möglichkeiten zusätzlich geschult. Dabei stellte sich heraus, dass es vor allem zwei Verkaufshemmnisse gab:

1. die Befürchtung, dem Kunden etwas aufschwätzen zu müssen;
2. fehlende Produktkenntnis.

Nachdem die Mitarbeiter verinnerlicht hatten, dass sie dem Kunden lediglich ein Angebot machen, das er annehmen oder ablehnen kann, und Nachhilfe bei den Produktkenntnissen erhalten hatten, ging es aufwärts. Nach einem Jahr hat das Unternehmen 20 Prozent des möglichen Zusatzumsatzes erreicht – und die Serviceberater zusammen fast 8.500 Euro Provision verdient.

Weitere Informationen unter:  
[www.freitagtoennemann.de](http://www.freitagtoennemann.de)

klarheiten wegen der Produkte mehr bestehen, wird verstärkt geachtet.

Aus der Analyse der Potenziale ist auch noch ein weiteres wichtiges Instrument entstanden. Bernd Schwan kümmert sich jetzt um das hausinterne Servicemarketing: „Wir werten aus, welche Produkte gut ankommen, und daraus entstehen dann neue Angebote.“ Entsprechende Flyer werden verschickt und gezielt nachtelefoniert. Wie gesagt: Bisher werden nur 21 Prozent ausgeschöpft. Da geht noch was.

Bernd Roßbach zieht aber jetzt schon ein positives Fazit: „Auch unter Berücksichtigung eines zunächst relativ kostenintensiven Beratungsaufwandes kann nach gut einem Jahr festgestellt werden, dass die gemeinsame Arbeit mit ABS eine zielführende Investition ist. Es ist gelungen, bei den meisten Serviceberatern verborgene Verkäuferinstinkte zu wecken und vorhandene Bedenken auszuräumen.“ ■

Original Teile  
online  
recherchieren,  
bestellen  
und verwalten!



### Ihre Vorteile!

- ✓ Vollständige Original Teile Informationen
- ✓ Stets aktuellste Fahrzeugdaten
- ✓ Suche über Fahrgestell-Nr. für eindeutige Recherche
- ✓ Professionelle Suchfunktion
- ✓ Online-Bestellung beim Vertragshändler Ihrer Wahl
- ✓ Preisauskunft

Testen Sie jetzt:

[WWW.PARTSLINK24.COM](http://WWW.PARTSLINK24.COM)

LexCom Informationssysteme GmbH  
Postfach 21 01 66 · D-80671 München  
Telefon: ++49 (0) 89 54 71 51 11  
Fax: ++49 (0) 89 54 71 51 80  
E-Mail: [mail@lexcom.de](mailto:mail@lexcom.de)

