



Die Referenten des DAT (v. l.): Jörg Salaw, Hartmut Röhl, Thorsten Kremer, Prof. Hannes Brachat, Enrico Marra und Manfred Schlegel

**Deutscher Autoservice Tag 2008** / Sieben Referenten lieferten wertvolle Impulse für mehr Ertrag im Automobilservice.

# Service intensiv

VON MANFRED SCHLEGEL

**M**it einem Feuerwerk an Impulsen glänzte der 5. Deutsche Automobilservice Tag 2008. Sieben hochkarätige Experten konnte die AUTOHAUS-Akademie für diese Veranstaltung gewinnen. Unisono sahen alle die Haupt-Herausforderungen für den Automobilservice der Zukunft in den Kosten, den Preisen und möglichen Zusatzerträgen. Doch es blieb nicht bei der Analyse. Die Referenten lieferten mit Themen wie Ölgeschäft, Autogasumrüstungen, Marketingideen für die Segmente II und III oder dem freien Teilegeschäft viele Impulse für den härter werdenden Wettbewerb.

## Potenziale im Servicemarkt

Prof. Hannes Brachat analysierte tief und praxisnah die Entwicklung des Servicemarktes. Er konstatierte, dass die über 4 Jahre alten Fahrzeuge 72 Prozent des Fahrzeugbestandes ausmachen, jedoch nur noch zu 39 Prozent von der Markenwerkstatt betreut werden. Aber genau für diese Fahrzeuge werde am meisten Geld für Wartung und Reparatur ausgegeben. Brachat erläuterte weiter, dass im vergangenen Jahr 41 Prozent der Autofahrer ihren Serviceanbieter gewechselt haben – 1997 waren es erst 14 Prozent! Dahinter stecken Risiko und Chance zugleich. Es gilt, die 41 Prozent Wechsler

für die eigene Werkstatt zu gewinnen. In der Praxis heißt dies, dass pro zehn Werkstattdurchgänge mindestens zwei Neukunden dabei sein müssen. Als „Renditebringer Nummer 1“ bezeichnete Brachat das Ölgeschäft. Dies trägt schon heute zu 50 Prozent zu den Erträgen aus dem Ersatzteilgeschäft bei und sichert somit 15 Prozent des gesamten Unternehmensergebnisses. Hier gab Brachat den Impuls, künftig bei jedem Ölwechsel einen Liter Nachfüll-Öl beizulegen.

## Autogas-Umrüstung: Ein lohnendes Geschäft!

Enrico Marra, Firma ecoengines GmbH, stellte die Thematik „Autogas“ umfassend dar: Umwelt, Sicherheit, Technik, Autogasmarkt, Investitionen, Ertragschancen. Autogasfahrern stehen heute 3.600 Tankstellen zur Verfügung, Erdgasfahrer müssen sich mit einem Netz von 750 Tankstellen begnügen. Marra rechnete vor, dass die einzelnen Betriebe für den Einstieg in das Gasgeschäft zwischen 6.000 und 11.650 Euro investieren müssen. Er zeigte, dass 14 bis 26 Umrüs-

**Torsten Brämer, TÜV Rheinland:** „Werkstatttests sind ein Schlüssel zur Kundenzufriedenheit.“



tungen notwendig sind, bis sich die Investition amortisiert – fairerweise kalkulierte er sogar 2.000 Euro „Lehrgeld“ für Anfangsprobleme pro Betrieb ein. Eindrucksvoll stellte er den Gewinn für die Autofahrer – also Einsparmöglichkeiten und Wertsteigerung – dar. Ein Vortrag der ganz besonderen Klasse.

## Werkstatttests: Schlüssel zur Kundenzufriedenheit

„Werkstatttests... Na und!“ – unter dieser provokativen Überschrift referierte Torsten Brämer vom TÜV Rheinland zum Thema Werkstatttests. Brämer sieht den Werkstatttest als Schlüssel zur Kundenzufriedenheit. Das Ziel der Tests ist die Aufdeckung von Verbesserungspotenzial und nicht die Verurteilung der Werkstatt, stellte er fest. Das Problem sei das Negative-Image, geprägt durch Tests der Autopresse und unseriöse Anbieter. Hier legt er jedem nahe, hellhörig zu werden, wenn „fremde Privatkunden“ zur Inspektion kommen, das Fahrzeug untypisch ist (zu alt etc.) oder sich erste unrealistische Mängel zeigen. Der Branche empfiehlt er, wirklich strikt nach vorgegebenen Prozessen und Checklisten zu arbeiten und die innerbetrieblichen Informationsschnittstellen zu definieren. Sein Fazit: „Arbeiten Sie so, als ob jeder Kunde ein Testkunde ist, dann gewinnt Ihr Geschäft!“

## Aftersales-Marketing und Pricing

Mit den Themen Pricing und Aftersales-Marketing beschäftigte sich Thorsten Kremer, p-k-p consulting, in seinem Vortrag. Er identifizierte ein zusätzliches Erlöspotenzial in Höhe von 40 Prozent für jede Werkstatt durch aktives Marketing, konsequente

Direktannahme und Preispreizung. Bei der Preispreizung sieht er die Notwendigkeit, sich bei vergleichbaren Leistungen am Wettbewerb zu orientieren und bei den Kernkompetenzen, wo der Wettbewerb gering ist, die Differenzierungsmerkmale des eigenen Hauses zu nutzen.

## Die Segmente II und III

Aftersales-Segment II und III – ein schwindender Markt? Das war das Thema von Jörg Salaw, Salaw & Partner Unternehmensberatung. Er stellte die wesentlichen Erkenntnisse seiner gleichnamigen Studie vor. Er zeigte auf, wie sich die Stagnation auf dem Neuwagenmarkt langfristig auf den Servicemarkt auswirkt: Wenn sich die „geburtstarken“ Jahrgänge nach hinten verschieben und damit aus der Markenwerkstatt verschwinden. Eine große Chance für die Markenwerkstätten identifizierte er in der Zunahme der „Komplexreparaturen“, also der technisch anspruchsvollen Reparaturen von 25 Prozent im Jahr 2002 auf 40 Prozent im Jahr 2012. Salaw stellte darüber hinaus fest, dass sich die Preisunterschiede zwischen den Werkstattketten und der Markenwerkstatt massiv verringert haben. Waren es 2005 noch ca. 18 Prozent, ist dieser Unterschied auf weniger als 6 Prozent geschmolzen. Bei einer konkreten Untersuchung stellte er sogar fest, dass die Werkstatt-Ketten bei den Inspektionen um 45 Prozent unter der Markenwerkstatt liegen,

aber bei Auspuffreparaturen beispielsweise um über 20 Prozent teurer sind. Es geht ums Preisimage – und das haben die Ketten im Griff. Hier müssen sich die Markenwerkstätten noch behaupten.

## „Guerilla-Marketing“

Zentrales Anliegen von Manfred Schlegel, Chefredakteur der Zeitschrift ServiceProfi und Inhaber des Beratungsunternehmens autopro, war die Vermittlung von Impulsen, die sich sofort in der Praxis umsetzen lassen. Er stellte beispielsweise sein „Guerilla-Marketing“ vor, also auf öffentlichen Parkplätzen in Sachen HU und Reifen anzugreifen. Bei der HU stellen die Prüforganisationen an knapp 50 Prozent der Fahrzeuge Mängel fest. Diese Geschäfte gelte es „abzuholen“, so Schlegel. Er plädierte auch für stark differenzierte Werkstattpreise – abhängig vom Wettbewerb und von der Komplexität der Arbeiten. Zur Verbesserung der Prozesse empfahl er die Benachrichtigung der Kunden per SMS ([www.automobilmessage.de](http://www.automobilmessage.de)) statt per zeitaufwändigem Telefonat.

## Freier Teilehandel

Hartmut Röhl, Präsident des Gesamtverbandes Autoteile e. V., zeigte die Leistungsfähigkeit des freien Teilehandels auf: Dreibis sechsmalige tägliche Belieferung, Teile für alle Fahrzeugmarken aus einer Hand und nicht zuletzt partnerschaftliche Begegnung mit dem Kunden auf „Augenhöhe“. Ausdrücklich verwies Röhl darauf, dass es sich auch bei den Teilen der freien Teilehändler um Originalteile gemäß der GVO handelt. Sorgen bereitet dem GVA der „Designschutz“ diverser Autoteile. Hier verhindern die Autohersteller den Handel von freien Teilen, indem sie einen Urheberanspruch auf das Design geltend machen.

Die siebenstündige Veranstaltung bot jedem Teilnehmer eine Fülle von Anregungen und Impulsen zum weiteren Ausbau des Servicegeschäfts. Prof. Hannes Brachat fasste folgerichtig zusammen: „Wenn Sie nur drei der zahlreichen Impulse, die Sie heute gehört haben, umsetzen, so gehören Sie zu den Gewinner im Wettbewerb um den besten Autoservice.“

*Manfred.schlegel@autopro-online.com*

## Alle Leistungen aus einer Hand:

- GebrauchtwagenManagement
- AutohausTestprogramm
- Zulassungsservice
- Betriebssicherheit
- Arbeitssicherheit
- Arbeitsmedizin
- Prüfmittelservice
- Schaden- und Wertgutachten
- Schulungen und Coaching
- ServiceLister

### Unsere traditionellen Prüfdienstleistungen:

- Hauptuntersuchung
- Abgasuntersuchung
- Sicherheitsprüfung
- Abnahmen

**TÜV NORD Mobilität:**  
Prüfen · Beraten · Optimieren

## Für alle, die an ihrem Erfolg schrauben wollen.

Dem Wettbewerb immer eine Idee voraus: Die TÜV NORD Mobilität bietet Ihnen neben klassischen Prüfleistungen neue, wegweisende Services. Z. B. das maßgeschneiderte AutohausTestprogramm, mit dem Sie Ihr Umsatz-Potenzial noch besser ausschöpfen. Oder den neuen ServiceLister, der Ihnen die Kunden per Internet direkt ins Haus liefert. Geben Sie Gas. Rufen Sie uns an und erfahren Sie, was wir sonst noch für Sie machen können. Service-Tel. 0800 80 70 600

**TÜV NORD**

Mobilität

sicher genießen