

Bernhard Seilz



SERVICEKOMPETENZ

Teile- und Lagermanagement

Da steckt bares Geld drin!

asp BUCHI **AUTOHAUS** BUCHI
AUTO SERVICE PHASE III

Teile- und Lagermanagement

Bernhard Seilz

Teile- und Lagermanagement

Da steckt bares Geld drin!

Bernhard Seilz
Trainer und Berater
Asbach-Bäumenheim

ISBN 978-3-574-60089-0
ISBN (eBook) 978-3-574-60090-6

© 2011 Springer Automotive Media in der Springer Fachmedien München GmbH, Aschauer Straße 30, 81549 München.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmung und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Das Werk ist mit größter Sorgfalt erarbeitet worden. Eine rechtliche Gewähr für die Richtigkeit der einzelnen Angaben kann jedoch nicht übernommen werden.

Die Haftung für die Inhalte der Internetverweise wird, trotz sorgfältiger inhaltlicher Überprüfung, ausgeschlossen! Für die Seiteninhalte ist ausschließlich der jeweilige Betreiber verantwortlich.

Aus Gründen der Lesbarkeit wurde im Folgenden die männliche Form (z. B. Mitarbeiter) verwendet. Alle personenbezogenen Aussagen gelten jedoch für Männer und Frauen gleichermaßen.

2. Auflage 2018
Stand: Oktober 2017

Produktmanagement/Lektorat: Kerstin Bandow
Herstellung: Markus Tröger
Satz & Layout: Schmidt Media Design, München
Umschlaggestaltung: Bloom Project GmbH, München
Titelbild: © Syda Productions / stock.adobe.com
Druck: AZ Druck- und Datentechnik GmbH, Heisinger Str. 16, D-87437 Kempten

- » Der freie Wille besteht nicht in der Freiheit, das zu tun, was man tun möchte, sondern in der Kraft, das zu tun, was getan werden muss, auch wenn es uns innerlich widerstrebt.
(George MacDonald)

Oder anders ausgedrückt:

- » Who is driving the bus? (Wer ist eigentlich der Busfahrer?)
(Richard Bandler)

Vorwort zur zweiten Auflage

Was ist anders?

Seit der ersten Auflage dieses Buches gab es einige Veränderungen im Teiledienst eines Autohauses, die sich zwar in der Vergangenheit schon abgezeichnet haben, aber nun eine genauere Betrachtung erfordern. Als eine Veränderung möchte ich die immer häufigere Nutzung von automatischen Nachschubsystemen anführen. Darauf werde ich detailliert eingehen und die Systematik beschreiben.

Eine weitere Veränderung ist ein Perspektivwechsel. In den letzten Jahren ist verstärkt der Hauptkunde eines Teiledienstes in den Vordergrund gerückt: die Werkstatt! Wenn die Werkstatt der größte und wichtigste Kunde des Teiledienstes ist, was kann der Teiledienst dazu beitragen, die Werkstatt noch besser zu unterstützen, um ihre Effektivität zu verbessern?

Das hat Auswirkungen auf Kennzahlen, die notwendig sind, um das Zusammenspiel der beiden Bereiche Werkstatt und Teiledienst besser zu beurteilen. Es hat aber auch Auswirkungen auf die Abläufe, die sich ändern müssen, um die Effizienz zu erhöhen. Als Stichwort mag hier der Wechsel vom Prinzip des Teileholens durch den Techniker zum Prinzip des Teilelieferns durch den Teiledienst angeführt werden.

Das interaktive Buch

Wer die erste Auflage kennt, dem ist sicher aufgefallen, dass dieses Buch als Arbeitsbuch genutzt werden kann. Checklisten und mögliche Maßnahmen, die Sie als Leser in eigenen Betrieb umsetzen können, sind jedem Kapitel zugeordnet.

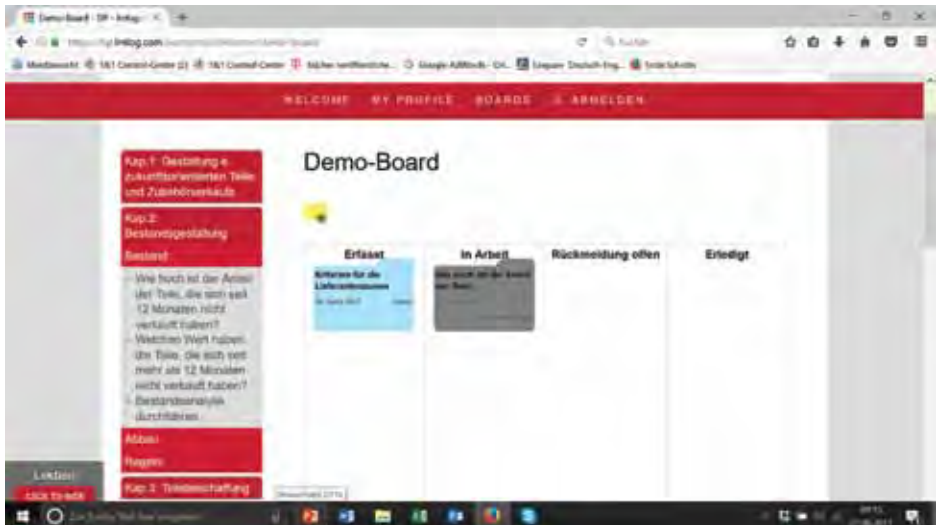
Die Idee, Ihnen, liebe Leser, möglichst viele Angebote für im Alltag umsetzbare Maßnahmen vorzuschlagen, habe ich beibehalten. Aber weil auch ich immer digitaler werde, biete ich Ihnen an, einen interaktiven Maßnahmenplan zu nutzen.

Was soll das?

Mit dem folgenden QR-Code oder über den Link ► <http://bit.ly/2nxwlmW> erhalten Sie Zugang zur Seite ► lnlog.com. Dort können Sie sich registrieren und erhalten dann Ihren Zugang zu TIP, einem interaktiven Maßnahmenplan. In diesem Maßnahmenplan finden Sie dann die von mir vorgeschlagenen Maßnahmen zu jedem Kapitel im Buch.



Das sieht so aus:



Sie können sich die Maßnahme herausgreifen, die Sie bearbeiten wollen, und legen sie in das Feld «Erfasst». Diese Maßnahme können Sie nach Bedarf individualisieren: z. B. legen Sie einen Termin für die Beendigung der Maßnahme an, erstellen eine umfassende Beschreibung der Aufgabe und beschreiben das Ziel. Nun wird TIP zu Ihrem Sparringspartner: TIP schaut nach, wenn eine Maßnahme zu lange nicht bearbeitet wurde oder Zieltermine überschritten wurden. Dann schickt Ihnen TIP eine Nachricht via E-Mail.

TIP ist Ihre Erinnerungsfunktion für das, was Sie sich vorgenommen haben und ja auch eigentlich erfolgreich beenden wollten. Sie hatten sich von dieser Maßnahme Verbesserungen versprochen. Also dranbleiben – TIP hilft Ihnen!

Und wenn Sie wollen, können Sie auch mich als Sparringspartner mit in Ihren Maßnahmenplan integrieren. Schreiben Sie mir an die E-Mail-Adresse bernhard.seilz@lrnlog.com. Sie sind herzlich eingeladen.

Diese Leistung haben Sie mit dem Buch gekauft. Also probieren Sie es aus! Sobald Sie sich anmelden, steht Ihnen diese Leistung kostenfrei zur Verfügung.

Viel Erfolg!

Ihr Bernhard Seilz

Inhaltverzeichnis

1	Grundüberlegungen und die Gestaltung eines zukunftsorientierten Teile- und Zubehörlagers	1
1.1	Grundüberlegungen	3
1.1.1	Vermögensverwaltung im Teile- und Zubehörlager.....	3
1.1.2	Wie viel Kapital steckt im Teile- und Zubehörlager?.....	4
1.1.3	Kundenzufriedenheit und Rendite.....	5
1.2	Die Zukunft des Teile- und Zubehörverkaufs	6
1.2.1	Der Wandel im Servicemarkt	6
1.3	Die Gestaltung des Teile- und Zubehörlagers	11
1.4	Ein objektiver Blick auf das eigene Lager	15
1.5	Welche Flächen werden benötigt?	21
1.6	Was sind die Aufgaben eines Teile- und Zubehörlagers?	23
1.7	Welche Leistungen werden angeboten?	25
1.8	Größe des Lagers und Gestaltung der Wege	26
1.9	Regalanordnung und Regalsysteme	30
1.9.1	Wie baut man ein Teile- und Zubehörlager für die Zukunft?	30
1.9.2	Wie kann man ein bestehendes Teile- und Zubehörlager umbauen?.....	33
1.10	Weniger Energie für Heizung und Beleuchtung	35
1.11	Methoden zur Platzierung der Teile und Lokationssysteme	35
1.11.1	Chaotische Teile- und Zubehörlagerung	36
1.11.2	Aufsteigend nach Teilenummern	37
1.11.3	Anordnung nach Baugruppen	37
1.11.4	Sortierung nach Gängigkeit und Größe.....	38
1.12	Wert- und qualitätserhaltende Teile- und Zubehörlagerung	38
1.13	Methoden zur Kennzeichnung	39
1.14	Hilfsmittel zur einfachen und effizienten Teile- und Zubehörlagerung	40
1.15	Von der Lagerbox bis zum Räderlift	41
2	Bestandsgestaltung	43
2.1	Was ist der optimale Bestand? – Berechnungsmethoden	44
2.2	Den optimalen Bestand erreichen	48
2.3	Abverkauf von Ladenhütern	51
2.4	Den optimalen Bestand sichern	53
2.4.1	Spielregeln definieren	53
2.4.2	Welche Regeln gelten für die Beschaffung und Bevorratung?	54
2.4.3	Wer entscheidet die Bevorratung – Werkstatt oder Teile- und Zubehörverkauf?	55
2.4.4	Wer entscheidet über den Abbau oder eine Rücklieferung?	56
2.4.5	Automatische Bevorratungs- und Nachschubsysteme	57
2.5	Der Umgang mit Verbrauchsmaterial	60
2.6	Einkauf und Bevorratung von Zubehör	60

3	Teilebeschaffung	63
3.1	Lieferantenauswahl: Welche Kriterien muss ein Lieferant erfüllen?	64
3.2	Beschaffungswege finden	66
3.2.1	Originalteile	67
3.2.2	Freier Teilehandel	67
3.2.3	Internet	68
4	Effiziente Prozesse	69
4.1	Grundlegende Prozesse im Lager	70
4.2	Schnittstellen zu den verschiedenen Bereichen im Autohaus	94
4.2.1	Service	94
4.2.2	Werkstatt	105
4.2.3	Verkauf	111
4.2.4	Verwaltung	112
4.3	Verantwortlichkeiten definieren	114
4.4	Lösen kritischer Bereiche	114
5	Teile und Zubehör aktiv verkaufen	117
5.1	Präsentation von Teilen und Zubehör	118
5.1.1	Kundenkontaktzonen	124
5.1.2	Dialogannahme	130
5.1.3	Am Fahrzeug	132
5.2	Marketing	133
5.2.1	Mailingaktionen	134
5.2.2	Flyer und Beilagen	136
5.2.3	Die Preisauszeichnung	137
5.2.4	Argumentationshilfen für Mitarbeiter im Autohaus, speziell für Verkäufer	138
6	Zusätzliche Dienstleistungen	141
6.1	Altersgerechte Fahrzeugumbauten	142
6.2	Rädereinlagerung	143
6.3	Vermietung von Zubehör	147
6.4	Verkauf von Teilen und Zubehör an Wiederverkäufer	148
7	Die Stellenbeschreibungen und Anforderungsprofile der Mitarbeiter im Teile- und Zubehörbereich	159
7.1	Aufgaben, die in den Betrieben der unterschiedlichen Größenordnungen anfallen ...	161
7.2	Spezialisten, Multifunktionalisten und Generalisten	171
7.3	Notwendige Qualifikationen der Mitarbeiter und die Weiterentwicklung der Mitarbeiterfähigkeiten	171
8	Zielorientierte Entlohnungsmodelle für Mitarbeiter im Teile- und Zubehörlager	177
8.1	Was ist eine gerechte Entlohnung?	178

8.2	Welche Faktoren kann der Mitarbeiter im Teile- und Zubehörverkauf beeinflussen? ..	178
8.3	Welche Ziele sind erreichbar?	179
8.4	Entlohnungsmodelle, die die Zielerreichung fördern	180
9	Prozesskennzahlen und Einwirkungsmöglichkeiten	183
9.1	Welche Hinweise geben Kennzahlen?	184
9.2	Prozesse	184
9.3	Infrastruktur	186
9.4	Personalentwicklung	187
9.5	Welche Maßnahmen verbessern Kennzahlen?	187
9.6	Welche betriebswirtschaftlichen Ergebnisse lassen sich so realisieren?	200
	Serviceteil	
	Stichwortverzeichnis	204

1.1 Grundüberlegungen

1.1.1 Vermögensverwaltung im Teile- und Zubehörlager

Sie vertrauen Ihrem Vermögensberater auf der Bank, sagen wir einmal, 50.000 € an. Welche Erwartungen haben Sie? Sie erwarten doch, dass er Ihnen die richtigen Wertpapiere zum Kauf vorschlägt. Also Wertpapiere, die sich bisher gut entwickelt haben und die auch in Zukunft, kurzfristig oder auch langfristig, Gewinne erwarten lassen. Wenn Sie den Auftrag zum Kauf gegeben haben, wünschen Sie sich, dass der Vermögensberater die Papiere kontinuierlich beobachtet. Dabei soll er rechtzeitig Entwicklungen voraussehen, die Ihnen schaden oder nutzen könnten. Und dann soll Ihr Vermögensberater Vorschläge zu einem möglichst verlustfreien Abbau des Bestandes oder zu einer Aufstockung mit erfolgversprechenden Papieren machen. Ganz nebenbei soll Ihr Vermögensberater auch dafür sorgen, dass immer rechtzeitig Geld für Investitionen bereit steht und Sie bei Ihren anderen Aufgaben, sei es Hausbau, Studium der Kinder oder Investition ins Unternehmen, unterstützen.

Wenn dem Leiter Teile- und Zubehörverkauf für 50.000 € Teile und Zubehör anvertraut werden, welche Erwartungen müssen dann erfüllt werden? Gibt es einen Unterschied?

Ist es nicht das Gleiche? Der Warenbestand an Teilen und Zubehör eines Autohauses ist doch genauso zu managen wie Vermögen auf der Bank. Es muss immer die richtige Ware im Teile- und Zubehörlager vorrätig sein, nie zu viel, niemals die falschen Teile. Und zusätzlich muss das Teile- und Zubehörlager die Prozesse im gesamten Autohaus-Unternehmen unterstützen. Vor allem einige Serviceleiter werden hier Einwände haben, da das Teilegeschäft ja zu einem erheblichen Teil den Service unterstützen muss. Sie werden natürlich einwenden, dass man das so nicht sehen kann, es wird immer Teile geben, die man nur auf Vorrat hält, um dem Kunden im Bedarfsfall schnellstmöglich zu helfen und da müsste der Renditegedanke hintenan stehen.

Ich kann mir nicht vorstellen, dass es eine vernünftige Erklärung dafür gibt, ein Teil, das über 24 Monate nicht verkauft werden kann, im Teile- und Zubehörlager zu führen, wenn es über Nacht geliefert werden kann. Das darf einfach nicht sein. Es müssen klare Vorgaben gemacht werden, damit Teile und Zubehör nicht jahrelang im Bestand «vergammeln» können. Es kann nicht sein, dass sich eigentlich weder bei der Bestellung noch bei der Überwachung des Teile- und Zubehörlagers niemand so richtig um die Teile oder das Zubehör kümmert.

Man stelle sich nur vor, der Bankberater würde Aktien nach eigenem Gutdünken in ein Depot legen und sich dann nicht weiter darum kümmern, den Kurs nicht beobachten und die Aktien nicht rechtzeitig verkaufen. Was würde der sich anhören müssen?

➤ **Das Teilelager ist ein wesentlicher Bestandteil des Vermögens eines Autohauses und muss daher auch wie Geld- und Wertpapiervermögen gemanagt werden.**

Darum will ich diesem Gedanken einmal auf dem Weg durch das Autohaus folgen. Lassen Sie uns zusammen das Projekt «**Vermögensverwaltung Teile- und Zubehörverkauf**» angehen. Das Ziel soll es sein, in allen Bereichen des Teile- und Zubehörmanagements Möglichkeiten zu finden, die Rendite zu erhöhen, ohne die Kundenzufriedenheit zu vernachlässigen – vielleicht sogar Kundenzufriedenheit und Rendite zu verbessern.

1.1.2 Wie viel Kapital steckt im Teile- und Zubehörlager?

Darauf einige Antworten:

«Viel, manchmal viel zu viel», höre ich so manchen Unternehmer.

«Zu wenig und immer das falsche Teil! Was man braucht, ist nie da!», ruft es aus der Werkstatt.

«Ja, viel zu viel Kapital steckt im Teile- und Zubehörlager und frisst Liquidität. Außerdem kann man das Teile- und Zubehörlager als Sicherheit nicht richtig bewerten», beklagt sich der Kreditsachbearbeiter der örtlichen Bank.

«Nein, nein», mischt sich der Teile- und Zubehöraußendienst des Teilelieferanten ein, «für jedes neue Modell sollte mindestens die Erstausrüstung an Teilen vorrätig sein und natürlich die aktuellen Zubehörteile und Accessoires.»

«Halt!», sage ich, «wenn jeder von euch in eine andere Richtung marschiert, kann das nicht gutgehen. Der einzige, dessen Richtung akzeptiert werden kann, ist der Unternehmer. Der Unternehmer, die Unternehmerin oder die Gesellschafter und Investoren müssen wissen, was sie wollen!»

Als Erstes müssen also Ziele und Prioritäten geklärt sein. Und zwar die Ziele des Unternehmens! Der ehemalige Vorstandsvorsitzende der BASF, Kurt Hambrecht, wurde im Mai 2011 so in der ZEIT zitiert:

- » Jede Sparte [der BASF] müsse mindestens den Marktzins verdienen, sonst könnte er das Geld der Aktionäre ja besser gleich auf die Bank tragen, so Hambrecht.
(Quelle: ► www.zeit.de/2011/19/BASF-Chef-Bock, abgerufen am 16.11.2017)

Warum sollte das nicht auch für das Teile- und Zubehörgeschäft des Autohauses gelten?

Daher sollten wir als Erstes eine wichtige Größenordnung klären. Um eine Größenordnung für den Wert des Teile- und Zubehörlagerbestands vorzugeben, möchte ich mit der Umschlaggeschwindigkeit beginnen. D. h. also, ich muss festlegen, bei welchem Teile- und Zubehörlagerbestand welcher Umsatz erreicht werden muss. Wir werden hier immer wieder davon ausgehen, dass sich der Teile- und Zubehörlagerbestand mehr als achtmal pro Jahr umschlagen muss. Bei einem Teileumsatz von 800.000 € pro Jahr bedeutet das einen durchschnittlichen Teile- und Zubehörlagerbestand von weniger als 100.000 €. Nun werden einige sagen, dass das utopisch sei. Bisher sei man immer davon ausgegangen, dass sich der Teile- und Zubehörlagerbestand vier- bis fünfmal pro Jahr umschlagen lässt und das sei schon kaum zu erreichen.

Ich will auch nicht behaupten, dass es einfach werden wird, diesen durchschnittlichen Teileumschlag zu erreichen. Doch einige werden an dieser Stelle schmunzeln und sagen, dass sie diese Werte schon längst erreicht haben. Und natürlich können Sie als Unternehmer auch Ihre Prioritäten ganz anders setzen und beschließen, ein möglichst umfangreiches Sortiment zu bevorraten. Selbstverständlich ist auch das eine Entscheidungsmög-

3.2.1 Originalteile

Originalteile sind entweder über einen Teilvertrag des Fahrzeugherstellers zu beschaffen oder bei seinen Partnern, die ein Geschäft mit Wiederverkäufern betreiben.

- Der Teilvertrag birgt den Nachteil, dass er teilweise mit einem Servicevertrag verknüpft ist, auf jeden Fall sind bestimmte Standards zu erfüllen. Wer darin eine gute Chance sieht, wird sich darauf einstellen und entsprechende Regelungen befolgen. Auch bei einigen größeren Autohäusern, die bereits aktiv den Teilverkauf für die Stammmarke betreiben, scheint es eine Tendenz zu geben, Teilverträge mit mehreren Herstellern zu schließen und so den bereits bestehenden Teilvertrieb weiter auszubauen.
- Man kann bei Markenbetrieben, die an Wiederverkäufer verkaufen, einkaufen. Wer sich nicht nur sporadisch mit der Beschaffung von Teilen bei bestimmten Autohäusern beschäftigen muss, sollte darauf achten, entsprechende Vereinbarungen zu schließen, die vorteilhafte Bedingungen bieten. So sind die Teilerücknahme und eine schnelle Belieferung oft entscheidende Punkte. Bonusregelungen oder Jahreszielvereinbarungen sind sehr genau zu prüfen, so dass es am Jahresende kein böses Erwachen gibt.

3.2.2 Freier Teilehandel

Im freien Teilehandel findet man Teile unterschiedlichster Qualitätsstufen. So werden günstige Originalteile angeboten, Teile in Erstausrüsterqualität und Nachbauteile.

- Günstige Originalteile können angeboten werden, da immer wieder Überbestände der Hersteller auf den Markt kommen. Hat z. B. ein ausländischer, selbstständiger Importeur in seinem Lager Überbestand abzubauen oder muss Liquidität geschaffen werden, dann werden Originalteile in größeren Mengen in den Markt eingespeist. Freie Teilehändler nutzen das Angebot und kaufen diese größeren Bestände auf.
- Eine zweite Quelle sind die Hersteller der Originalteile. Bei den strengen Auflagen der Fahrzeughersteller gibt es immer wieder Ware zweiter Wahl, die nicht abgenommen wird. Diese Ware gelangt dann über den freien Teilehandel in den Markt.
- Erstausrüster
Neben dem freien Teilehandel liefern Erstausrüster auch an größere Abnehmer wie Autohausgruppen oder Einkaufsgemeinschaften. Da hier jedoch meist von größeren Mengen auszugehen ist, wird diese Einkaufsquelle für die wenigsten Betriebe sinnvoll zu nutzen sein.
- Nachbauteile
Der Geschmacksmusterschutz erlaubt in Deutschland und Frankreich ein Produktmonopol für Ersatzteile. In Spanien, Italien, Großbritannien und vier weiteren Mitgliedsländern gibt es hingegen für Ersatzteile keine markenrechtlichen Privilegien. Bei Nachbauteilen besteht ein hohes Risiko. Diese Teile sind oft nur «nachgebaut» und entsprechen nicht den Spezifikationen des Fahrzeugherstellers. Auch ist oft fraglich, ob die vorgeschriebenen Qualitätstests für diese nachgebauten Teile durchgeführt wurden. Man sollte also, wenn schon Nachbauteile verbaut werden müssen, auf den Lieferanten achten und Vorkehrungen treffen, wenn es dann doch zu Reklamationen aufgrund von Qualitätsmängeln kommt.

3.2.3 Internet

Der Einkauf von Teilen und Zubehör über das Internet kann durchaus sinnvoll sein, birgt aber die im Internet üblichen Gefahren. Irgendwelche Sonderposten aus weit entfernten Ländern, Reifen und Bremsen, die angeblich den erforderlichen Standards entsprechen, können zum Risiko werden. Handelt es sich um seriöse Lieferanten, sollte man die Möglichkeit des Einkaufs genau prüfen.

— Teilebörsen

Teilebörsen der Hersteller oder Fabrikatsvereinigungen machen nur dann Sinn für eine Nutzung zum Abbau des Altbestandes, wenn sich in diesen Börsen auch kaufwillige Partner finden. Wer diese Quelle bisher nicht nutzt, sollte sich wirklich damit befassen, da sich gerade für die Reparatur älterer Fahrzeuge von sehr preissensiblen Kunden in den Börsen immer wieder Teile finden lassen, die zwar Originalteile sind, aber nicht mehr den Originalpreis haben. Neben dem Preisvorteil zeigt sich immer wieder, dass über diese Börsen Teile schneller zu beschaffen sind als über den Fahrzeughersteller.

— Teileportale

Neben den herstellerbezogenen Teilebörsen finden sich auch offene Teileportale, die die Vorteile der Börsen, Werkstätten und Teile- und Zubehörlager aller Hersteller miteinander verbinden. Und weil dies auch grenzüberschreitend geschieht, bieten sie so ein noch größeres Spektrum für die Teilebeschaffung.

Thema	Maßnahmen Kapitel 3
Lieferantenauswahl	<ul style="list-style-type: none"> — Kriterien für die Lieferantenauswahl festlegen — Preis-Leistungs-Verhältnis mit Fokus Qualität prüfen — Belieferungsqualität prüfen – Pünktlichkeit und Beschädigungen — Erfolgt die Belieferung schnell und oft genug? — Werden wir als Kunde richtig betreut? — Sind Rückgabemöglichkeiten für Teile vereinbart?
Einkaufsquellen	<ul style="list-style-type: none"> — Sind alle Möglichkeiten ausgeschöpft, Teile in der gewünschten Qualität zu optimalen Konditionen zu beschaffen?
Teilebörsen	<ul style="list-style-type: none"> — Vermarktungsmöglichkeiten prüfen — Einkaufsmöglichkeiten prüfen

5.1.2 Dialogannahme

Wenn man sie als Bauwerk betrachtet, dann ist die Dialogannahme der Ausstellungsraum des Aftersales. Einen besseren Platz, um die Leistungsfähigkeit der Serviceabteilung und des Teile- und Zubehörverkaufs zu präsentieren, gibt es nicht. Hier vereinen sich das fachliche Können und das Leistungsangebot des Autohauses.

Der erfahrene Handwerksmeister und zertifizierte Serviceberater, dem immer noch das meiste Vertrauen entgegengebracht wird, repräsentiert bei der Dialogannahme das ganze Leistungsspektrum seines Unternehmens. Natürlich kann er in der kurzen Zeit einer Dialogannahme nicht auf alle angebotenen Leistungen eines Autohauses zu sprechen kommen, aber das kann durch die Einrichtung und Gestaltung der Dialogannahme unterstützt werden (siehe ■ Abb. 5.13). Die Idee, die sich daraus entwickelt hat, ist die Dialogannahme ähnlich zu gestalten wie eine Checkliste – Checkliste deshalb, weil Serviceberater gerne ohne Checkliste in die Dialogannahme gehen.



■ Abb. 5.13 Zubehörepräsentation in der Dialogannahme (Quelle: Bernhard Seilz)



■ Abb. 5.14 Bei Platzmangel helfen Plakate an der Wand bei der Präsentation. (Quelle: Bernhard Seilz)

Wenn um das Fahrzeug herum Hinweise zu finden sind, was am Fahrzeug geprüft werden muss und was angeboten werden kann, ist das eine gute Gedankenstütze für den Serviceberater. Aber es ist auch eine Anregung für den Kunden, ein Angebot für sein Fahrzeug nachzufragen. Wo Scheibenwischer zu prüfen sind, hängen Scheibenwischer. Wo es um Öl geht, steht das Öldisplay. Wenn nicht genügend Platz vorhanden ist, helfen Plakate an der Wand weiter (siehe ■ Abb. 5.14). Hier ist auch eine Vorher-Nachher-Wand zu erkennen. An dieser Wand werden Alt- und Neuteile gegenübergestellt. Diese Wand kann den Kunden positiv beeinflussen, da er hier mit eigenen Augen sieht, wie ein Pollenfilter nach Benutzung aussieht. Nach den Augen ist unsere Haut das zweitwichtigste Organ zur Aufnahme unserer Umwelt. Darum ist es auch wünschenswert, dass Kunden die Teile anfassen können. Eine abgefahrte Bremsscheibe in der einen Hand und in der anderen eine neue Bremsscheibe überzeugt so manchen Zweifler. Grundbedingung für diese Vorher-Nachher-Präsentation ist, dass sie regelmäßig gepflegt wird.

■ Abb. 5.15 und ■ Abb. 5.16 zeigen jeweils ein schlechtes – unaufgeräumtes – und ein gutes Beispiel für die Präsentation in der Dialogannahme. Viele Dialogannahmen haben noch erhebliches Potenzial, sich von einem technischen Prüfraum in den Ausstellungsraum des Service und des Teile- und Zubehörverkaufs zu verwandeln.



■ Abb. 5.15 So geht es natürlich nicht.
(Quelle: Bernhard Seilz)



■ Abb. 5.16 Hier ein Beispiel, wie es funktionieren kann: Man hatte alte Regale gefunden und diese gut genutzt. (Quelle: Bernhard Seilz)



■ **Abb. 5.17** Beispiel für den Aufbau der Dialogannahme (Quelle: Bernhard Seilz)



■ **Abb. 5.18** Auch hier ein Beispiel für eine gelungene Dialogannahme mit Zubehörpräsentation (Quelle: Bernhard Seilz)

■ **Abb. 5.17** und ■ **Abb. 5.18** zeigen Beispiele für den Aufbau der Dialogannahme. Das Fahrzeug wird hereingefahren und landet direkt am Arbeitsplatz des Serviceberaters. Hier werden mit dem Kunden bei einem Rundgang um das Fahrzeug alle Reparatur- und Werterhaltungsvorschläge besprochen, die sofort oder in nächster Zeit am Fahrzeug durchgeführt werden müssen. Der Kunde hat außerdem Einblick in alle aktuellen Angebote des Teile- und Zubehörverkaufs. Im Hintergrund läuft eine Leistungspräsentation am Bildschirm.

5.1.3 Am Fahrzeug

Am besten kann man Zubehör am Fahrzeug zeigen. In vielen Händlerstandards wird das auch so gefordert. Natürlich sollte das Zubehör saisonal angepasst werden – der Skiträger mit den alten Skiern des Chefs hat im Mai nichts mehr auf dem Auto zu suchen.

Tip

Es muss aber klar geregelt werden, wer Anbau, Umbau oder Abbau des Zubehörs bezahlt, wenn die mit Zubehör ausgestellten Fahrzeuge verkauft werden. Dieser Streit führt in vielen Betrieben zu einem Einschlafen des Zubehörgeschäftes.

In einem Unternehmen wurde festgelegt, dass jedes Fahrzeug in der Ausstellung – und zwar sowohl Neuwagen als auch Gebrauchtwagen – mit großen Leichtmetallrädern ausgestattet wurde. Das Fahrzeug wurde mit den Rädern und dem Umbau belastet. Wollte der Kunde die Räder nicht, wurden sie wieder abmontiert und die Montage wurde dem Verkauf berechnet. Interessant ist, dass bei acht von zehn Fahrzeugen die Räder mitverkauft wurden, die beiden Radsätze, die jedoch immer hin und her montiert werden mussten, die Laune der Verkäufer und des Leiters Teile und Zubehör negativ beeinflusst haben. Hätte der Unternehmer nicht konsequent auf die Umsetzung dieser Idee gedrängt und bei seinen häufigen Wanderungen durch die Ausstellung und über den Gebrauchtwagenplatz immer wieder das Fehlen der schicken Radsätze und deren sofortige Montage angemahnt, hätte diese erfolgreiche Aktion bald ihr Ende gefunden.