

SERVICEKONZEPTE

Auslastung steigern

Mithilfe von Servicekonzepten wollen die Fabrikatsbetriebe die Besitzer von älteren Fahrzeugen in ihre Werkstätten holen. Doch auch mit dem Beitritt zu einer markenunabhängigen Werkstattkette lassen sich neue Kunden gewinnen.



Bild: Rubbel

Um ihre Werkstatt besser auszulasten und den Mehrmarkenservice anbieten zu können, haben sich gut 40 Prozent der freien Servicebetriebe und knapp zehn Prozent der fabrikatsgebundenen Autohäuser einem markenunabhängigen Werkstattkonzept angeschlossen.

Die Wartungsarbeiten und Verschleißreparaturen haben in den letzten Jahren kontinuierlich abgenommen – trotz des leicht gestiegenen Pkw-Bestands. Die Werkstattauslastung ist insgesamt rückläufig. Zu den Gründen zählen die sinkende Fahrleistung pro Jahr, die verlängerten Wartungsintervalle und die gute Qualität der Ersatzteile. Im Servicemarkt sind aber auch positive Trends zu beobachten: Der Anteil der älteren Fahrzeuge nimmt zu, und das Marktvolumen für Pkw-Komponenten (Ersatz- und Verschleißteile, Reifen, Zubehör, Autochemie) lag in Deutschland in den letzten vier Jahren mit rund 20 Milliarden Euro konstant auf hohem Niveau. Interessant für das Werkstattgeschäft sind vor allem die sechs bis acht Jahre alten Autos. Hier beträgt der jährliche Reparaturaufwand pro Fahrzeug durchschnittlich 270 Euro. Dagegen fallen bei den vier- bis sechsjähri-

gen Fahrzeugen nur etwa 90 Euro Reparaturkosten pro Pkw und Jahr an.

Das Dilemma der Vertragswerkstätten der Automobilhersteller ist, dass die Werkstatttreue ihrer Kunden mit zunehmendem Fahrzeugalter nachlässt. Viele von ihnen bevorzugen ab dem vierten Jahr nach dem Autokauf die freien Werkstätten. Dies dokumentieren die Statistiken des DAT-Reports. Haben die Markenbetriebe bei den Wartungsarbeiten an zwei bis vier Jahre alten Fahrzeugen noch einen Marktanteil von gut 90 Prozent, so beträgt er bei den vier bis sechs Jahre alten Autos etwa 75 Prozent. Von den Haltern mit acht bis zehn Jahre alten Fahrzeugen lässt nur jeder zweite die fällige Wartung an seinem Auto von einer Vertragswerkstatt durchführen. „Die Werkstattpreise der Fabrikatsbetriebe sind zu hoch“, erklären knapp 70 Prozent der Vertragshändler die schwindende Loyalität ihrer Kunden. Dies

ergab die Branchenindexbefragung der Redaktion »kfz-betrieb«.

Um verloren gegangene Marktanteile zurückzuerobieren, haben die Fahrzeughersteller für ihre Vertragspartner Servicekonzepte für ältere Fahrzeuge entwickelt. Dazu gehören beispielsweise „Direkt-Express“ von Volkswagen, „Service & Smile“ von Mercedes-Benz und „Euro Repair“ der PSA-Gruppe (siehe „Thema der Woche“ ab Seite 16). Rund 30 Betreiber von Direkt-Express-Werkstätten offerieren den Autofahrern mit fünf Jahre alten und älteren Fahrzeugen sogenannte Economy-Pakete. Das sind laut Volkswagen „günstige Reparaturlösungen mit einem Preisvorteil von bis zu 30 Prozent“.

Auch Service & Smile richtet sich „speziell an Kunden mit einem mindestens fünf Jahre alten Mercedes-Benz-Modell“. Zu den Serviceleistungen der bisher sechs Pilotbetriebe zählen die Wartung, die Hauptuntersuchung, der Ölwechsel und Reifen-service sowie Reparaturen an Bremsen, Auspuffanlagen und Stoßdämpfern zu Festpreisen. Zusatzleistungen wie die Fahrzeugreinigung, der Hol- und Bringdienst oder das Ersatzfahrzeug sind in den ausgewählten Servicepaketen von Mercedes-Benz nicht enthalten. Das senkt die Kosten und spart Zeit. „Als einer der ausgesuchten Pilotbetriebe können wir jetzt noch besser auf die Bedürfnisse der Kunden eingehen und vor allem auch Mercedes-Benz-Fahrer überzeugen, die bislang noch nicht zu unseren Kunden gehören“, hofft Dirk Schmolke, Geschäftsführer der Autocenter Schmolke GmbH & Co. KG in Osterholz-Scharmbeck. Ob sich Service & Smile zu einem flächendeckenden Werkstattkonzept mausert, hängt vom Erfolg der Pilotbetriebe ab.

Fastfit-Konzepte der Automobilhersteller und Importeure gibt es seit über 20 Jahren. Einige von ihnen sind gescheitert. Sie wurden von den Autofahr-

ern nicht wahrgenommen oder nicht akzeptiert - wie das Rein-Rauf-Runter-Raus-Konzept von Ford. Der Grund: Die Kunden mit jüngeren Fahrzeugen sahen es nicht ein, dass sie im gleichen Autohaus für die gleiche Werkstattleistung mehr Geld bezahlen mussten als die Besitzer von älteren Autos.

Service für mehrere Marken

Um neue Kunden- und Umsatzpotenziale im Servicegeschäft erschließen zu können, bietet sich der Beitritt zu einem Werkstattkonzept des freien Markts an. Rund zehn Prozent der Vertragshändler der Fahrzeughersteller haben sich bereits einer Servicekette wie Bosch-Car-Service, Autofit oder 1a-Autoservice angeschlossen - Tendenz steigend. Sie taten das, „um den Mehrmarkenservice anbieten zu können“ (88 Prozent), „den Markennamen einer starken Werkstattkette zu nutzen“ (63 Prozent) und „die Teileversorgung für den Mehrmarkenservice zu sichern“ (63 Prozent).

Dass sich der Anschluss an ein Werkstattkonzept gelohnt hat, zeigen die folgenden Ergebnisse der Branchenindexbefragung: Jeweils 75 Prozent der vertragsgebundenen Autohäuser konnten ihre Werkstattauslastung steigern und den Anteil der Fremdfabrikate im Servicegeschäft erhöhen. Auf die Frage „Welche Anforderungen stellen Sie an den Geber des Werkstattkonzepts?“ sagten alle Vertragshändler, dass ihr eigener Name bei der Signalisation und in der Werbung im Vordergrund stehen muss und sie keine Abnahmeverpflichtung bei den Ersatzteilen wünschen. Zudem meinen 88 Prozent der Befragten, dass sie eine straffe Führung seitens der Konzeptzentrale ablehnen. Denn jeder zweite befürchtet, dass er seine unternehmerische Freiheit durch eine enge Vertragsbindung verlieren könnte.

NORBERT RUBBEL

NOCH FRAGEN?

Norbert Rubbel, Redakteur

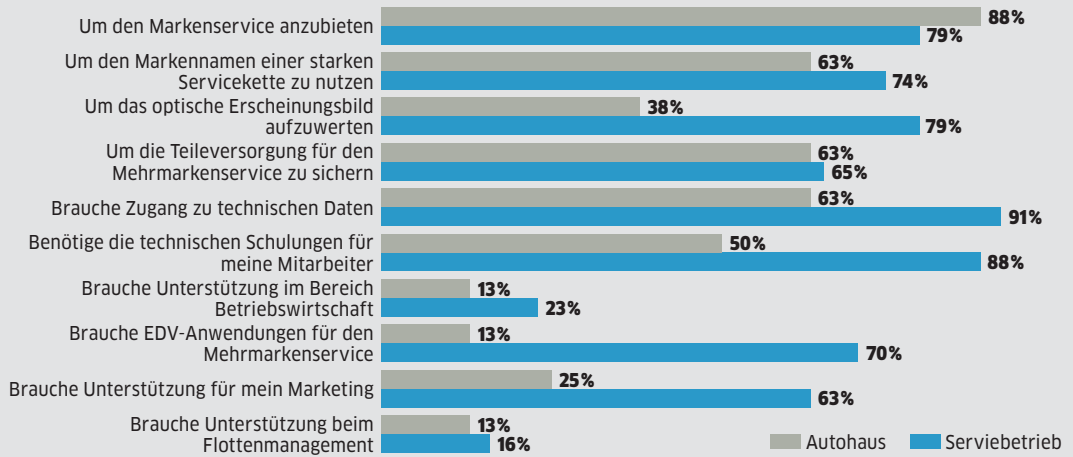


„Die Vertragswerkstätten tun sich schwer, den Autofahrern den Mehrmarkenservice anzubieten. Die Zentralen von markenunabhängigen Werkstattkonzepten können ihnen dabei helfen.“

☎ 0931/418-2634
✉ norbert.rubbel@vogel.de

Entscheidungskriterien

Warum haben Sie sich einem Werkstattkonzept angeschlossen?



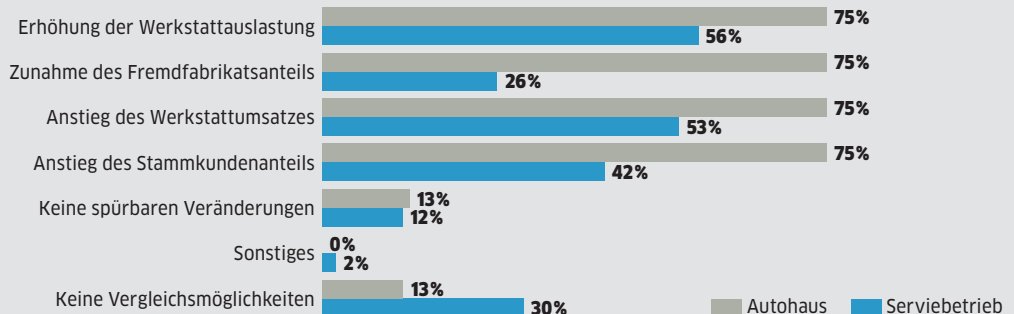
88 Prozent der Vertragspartner von Automobilherstellern wollen mithilfe eines Werkstattkonzepts den Mehrmarkenservice anbieten und 63 Prozent den Markennamen einer starken Servicekette nutzen.

Quelle: BBE

kfz-betrieb

Entwicklung nach dem Konzeptanschluss

Wie hat sich Ihr Servicegeschäft nach dem Beitritt zum Werkstattkonzept entwickelt?



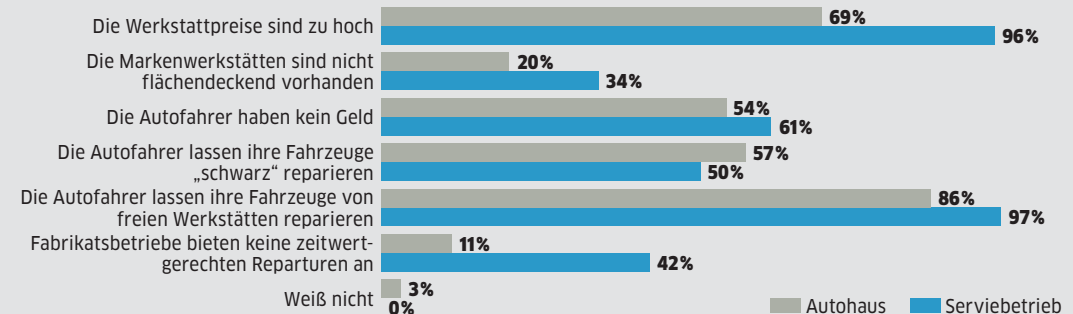
Jeweils drei Viertel der Vertragshändler der Automobilhersteller und Importeure konnten durch den Beitritt zu einem unabhängigen Werkstattkonzept ihre Auslastung und den Fremdfabrikatsanteil im Servicegeschäft erhöhen.

Quelle: BBE

kfz-betrieb

Gründe für den Werkstattwechsel

Warum lassen immer mehr Besitzer von älteren Fahrzeugen Servicearbeiten nicht mehr von Vertragswerkstätten durchführen?



Dass die Werkstattpreise der Fabrikatswerkstätten zu hoch sind, sagen immerhin 69 Prozent der Vertragspartner der Fahrzeughersteller. Das Ergebnis: Die Besitzer von älteren Autos wechseln zu den freien Werkstätten.

Quelle: BBE

kfz-betrieb