Unsere Experten beim Servicekongress (v. l.): Ralph M. Meunzel (AUTOHAUS), Adrian Schnell (Autofaszination), Arno Bach (RR Team), Peter Lorenzen (AuDig.con), Matthias Klintzsch, (Shell Deutschland), Manfred Schlegel (Autohaus Max Schlegel), Tiemo Emig (RR Team), Manfred Seidel (VEACT), Sven Hölker (Bank11 für Privatkunden und Handel) und Dietmar Winkler (asp)

SERVICEKONGRESS

Kunden kriegt man auf ihrem Sofa

Die Herausforderungen für Autohäuser und Werkstätten durch den digitalen Wandel waren das zentrale Thema beim 5. AUTOHAUS/asp Servicekongress in Mainz.

Der Kampf um Werkstattkunden beginnt im Internet. Betriebe, die nicht im Netz in Erscheinung treten und potenzielle Kunden mit attraktiven Angeboten überzeugen, verlieren dauerhaft den Kundenkontakt. Diese Botschaft nahmen die über 80 Teilnehmer des 5. Servicekongresses von AUTOHAUS und asp AUTO SERVICE PRAXIS mit nach Hause. „Die Kunden sind im Internet, dort müssen wir sie abholen, und zwar zu Zeiten, in denen keine Werkstatt mehr offen hat“, erklärte Digitalexperte Peter Lorenzen, ehemals Vice President Dealer Sales Germany bei der Fahrzeugbörse Autoscout24. Immer noch sorgen Werkstätten und Autohäuser zu wenig dafür, dass sie im Internet auffindbar sind und Kunden auf sich aufmerksam machen, mahnte Lorenzen an. Und: „Pflegen Sie Google My Business, dann werden Sie auch bei der Google-Suche sichtbar.“

Der Servicekunde ist heute online und erwartet mehr und mehr, die Dienstleistung im Netz von seinem Wohnzimmersessel aus gleich buchen zu können“, so Lorenzen. Servicebörsen und Fast Fitter hätten das bereits erkannt und seien schon

Karl Hell, Bereichsleiter Aftersales Hyundai Motor Deutschland: „Die digitale Dialogannahme bringt uns 25 Prozent mehr Effizienz.“

Prof. Stefan Reindl, IFA: „Die Deckungsbeiträge im Werkstattgeschäft sind bereits sichtbar unter Druck geraten.“

Adrian Schnell, Autofaszination: „Die Kundenkommunikation über digitale Medien muss einfach sein, sonst wird sie nicht stattfinden.“

Fotos: S. Schwarzenböck (4), M. Vogl (1), D. Winkler (5)

(v. l.) Prof. Hannes Brachat (AUTOHAUS) im Gespräch mit Matthias Klintzsch (Shell Deutschland) in der begleitenden Fachausstellung

Austausch in der Ausstellung: Kurt Nördershäuser, ADELTA.FINANZ AG, mit Miriam Rosacha, Christoph Wicke und Götz Kühne (alle Carmando GmbH)

Immer Chefsache: Philip Puls (TÜV SÜD Auto Service GmbH) gab Tipps, wie man digitale Projekte in Unternehmen umsetzen sollte.

Sven Hölker (Bank11 für Privatkunden und Handel) zeigte, wie digitale Kanäle die Reparaturfinanzierung erleichtern können.

Peter Lorenzen (Au.Dig.con): „Bieten Sie Ihren Kunden auf Ihrer Website buchbare und kalkulierbare Services an."

aktiv. Der Autohandel müsse aufholen und ebenfalls seine Serviceleistungen online anbieten. Lorenzen: „Das bedeutet: Leistungen müssen künftig auf der Webseite des Händlers kalkulierbar und buchbar sein."

Dass Werkstätten sich den Verlust von Kundenkontakten nicht leisten können, machte Prof. Stefan Reindl vom Institut für Automobilwirtschaft in seinem Vortrag deutlich: „Das Servicegeschäft ist kein Selbstläufer und es ist damit zu rechnen, dass Werkstattumsätze künftig rückläufig sind", so Reindl. Damit würde sich der Trend der letzten Jahre fortsetzen, in denen die Umsätze preisbereinigt rückläufig waren. Von 1995 bis 2014 sind die Umsätze zwar nominell um 23 Prozent gestiegen, preisbereinigt ergebe sich aber ein Minus von über sieben Prozent, ergänzte Reindl.

Wie wertvoll gut gepflegte Kundendaten im Servicegeschäft sind, zeigte Manfred Seidel, Vertriebschef des Münchner Start-up VEACT, auf. „Kundendaten sind Ihr wichtigstes Gut. Überlassen Sie Ihren Schatz nicht branchenfremden Technologiekonzernen", warnte Seidel. VEACT hat eine IT-Anwendung entwickelt, mit deren Hilfe die bereits vorhandenen Kundendaten in den IT-Systemen von Autohäusern und Werkstätten aufbereitet und im Hinblick auf Vertriebsaktivitäten analysiert werden können.

Manfred Schlegel, Geschäftsführer Autohaus Max Schlegel, sieht den wichtigsten Hebel zur Kundenbindung künftig im direkten Zugriff auf Fahrzeugdaten und Fahrer über Online-Assistenzdienste wie Opel OnStar. In Kombination mit einer Smartphone-App könnten Werkstätten dem Nutzer künftig Service-Angebote direkt auf sein Smartphone schicken. „Neue Fahrzeuge werden sich vor allem über die verfügbaren Smartphone-Services differenzieren", ist sich Schlegel sicher

Dietmar Winkler

SERVICEKONGRESS 2016

Der 5. Servicekongress fand am 7. Juli erstmals als Gemeinschaftsveranstaltung der Schwesterredaktionen AUTOHAUS und asp AUTO SERVICE PRAXIS statt. Die mehr als 80 Teilnehmer hörten im Mainzer Hotel Atrium elf Vorträge zu verschiedenen Aspekten der Digitalisierung des Werkstattgeschäfts. Am Vorabend gab es bereits Gelegenheit zum Networking beim gemeinsamen Abendessen. Dinner-Speaker Thomas Hausch, Geschäftsführer Nissan Center Europe, machte mit seinem Vortrag Lust auf E-Mobilität. Seine Prognose: Das Ziel der Bundesregierung, bis 2020 eine Million Stromer auf die Straße zu bringen, ist noch erreichbar.