„Wir sind nicht der Feind“

Interview | Die Vermittlungsplattform Autobutler verspricht Werkstätten zusätzliches Geschäft über die Vermittlung von Aufträgen über das Internet. Deutschland-Geschäftsleiter Heiko Otto erklärt, wie das funktionieren kann.

asp: *Herr Otto, wie viel Start-up steckt noch in Autobutler?*
H. Otto: Wie Sie sehen, hat das Ambiente hier im Berliner Büro durchaus noch Start-up-Charakter. Wir fühlen uns auf jeden Fall als Start-up und die Mitarbeiter haben sich die Neugier und Flexibilität bewahrt, die wir in der täglichen Arbeit umsetzen. Die Reise der letzten neun Jahre seit der Gründung des Unternehmens in Dänemark war ein Auf und Ab mit einer steilen Lernkurve.

asp: *Seit Sommer 2016 gehört das Portal Autobutler zum PSA-Konzern, was hat sich seitdem geändert?*
H. Otto: Für uns war es vor drei Jahren ein großes Glück und der Beginn einer spannenden Reise, dass PSA in uns den passenden Baustein für seine eigene Digitalisierungsstrategie gefunden hat. Der Konzern im Rücken liefert uns auf jeden Fall mehr Stabilität und bringt viele Vorteile. PSA hat eine solide Digitalisierungsstrategie, in der jetzt schon viele Synergien zusammenkommen. Mit PSA hat sich der Schwerpunkt verschoben: weg von einer auf Masse angelegten Marktbearbeitung hin zu einer nachhaltigen Strategie, die auf Partnerschaft mit den Werkstätten basiert.

asp: *Wie sieht die Strategie aus?*
H. Otto: Wir wollen die besten Werkstätten aus dem freien Markt bei uns auf der Plattform haben. Wir möchten regional die besten Dienstleister ausfindig machen, die offen sind für das Onlinegeschäft und die ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten. Maßgebende Kennzahl ist nicht die Masse an Werkstätten, sondern die Zahl der Konversionen, also wie viele Kunden, die bei uns eine Anfrage stellen, dann tatsächlich einen Auftrag buchen. Die Servicebetriebe sollen mit uns zusätzliches Geschäft generieren, das ist unser Versprechen. Im Gegensatz zu anderen Vermittlungsplattformen müssen Werkstattpartner bei uns keine einmalige Einrichtungsgebühr und auch keine laufenden Gebühren bezahlen. Wir nehmen lediglich eine Provision für vermittelte Aufträge, wobei die Höhe der Provision regional unterschiedlich ist. Durchschnittlich liegen wir bei 15 Prozent beim Erstkontakt.

Foto: Autobutler

Heiko Otto ist in Deutschland für die Weiterentwicklung von Autobutler zuständig.

asp: *Was verlangen Sie von Werkstätten?*
H. Otto: Für uns steht im Fokus, dass der Partner Top-Arbeit leistet. Daher ist es aus unserer Sicht auch attraktiv, Partnerbetriebe aus Werkstattketten wie Eurorepar oder Euromaster anzuschließen. Die verfügen bereits über ein ausgeprägtes Qualitätsmanagement. Die Bewertungen im Netz geben uns recht: 83 Prozent unserer Kunden geben die volle Punktzahl, 13 Prozent die zweithöchste Note.

asp: *Und was bekommt die Werkstatt?*
H. Otto: Wir nehmen der Werkstatt im Vorfeld des Auftrages viel Arbeit ab. Wir sprechen mit dem Fahrzeughalter, gleichen die Daten zum Fahrzeug ab und gehen, wenn gewünscht, schon in die Kalkulation. Die Werkstatt muss dann nur noch den Termin einplanen, die Reparatur durchführen sowie ihre Leistung abrechnen.

asp: *Sie übernehmen auf Wunsch auch die Kalkulation einer Reparatur?*
H. Otto: Wir wissen, dass der Preis ein enorm wichtiges Entscheidungskriterium für den Kunden ist. Das muss nicht immer das günstigste sein, aber es darf nicht passieren, dass der Kunde dann vor Ort einen anderen Preis zahlen muss. Die Werkstatt kann zum einen ihren Preis selbst kalkulieren und sich auf eine konkrete Anfrage bewerben. Zum anderen können wir das Angebot auf Basis unserer Blaupausen kalkulieren, wobei wir darin die individuellen Besonderheiten des Werkstattpartners wie etwa individuelle Stundenverrechnungssätze, Teilpreise oder Rabatte berücksichtigen. Das müssen die Werkstätten nur noch freigeben, dann können wir das dem Kunden anzeigen. Jetzt gehen wir sogar noch einen Schritt weiter, denn der Fahrzeughalter will in der Regel möglichst innerhalb von 24 Stunden ein Angebot. Wir verfügen jetzt über ein vollautomatisches Kalkulationstool, das die manuelle Kalkulation stückweise ersetzen soll. Die Kunden bekommen auf diese Weise schnell ein verbindliches Angebot. Damit die darin enthaltene Unschärfe nicht zulasten der Werkstätten geht, gleichen wir eine etwaige Preisdifferenz gegenüber der Werkstatt auf unsere Kosten

Kurzfassung

Autobutler will lokal die besten freien Werkstattbetriebe als Partner gewinnen. Auf Wunsch kann die Plattform die Angebote auf Basis eigener Daten automatisch kalkulieren. Die Werkstatt muss dann nur noch reparieren.

Das ist Autobutler

Das Werkstattportal Autobutler.de ist einer der führenden Online-Marktplätze für Autoreparaturen in Europa. Seit 2010 erhalten Autobesitzer hier bis zu drei maßgeschneiderte Angebote für die Reparatur ihres Fahrzeugs von Werkstätten in ihrer Nähe. Dabei arbeitet Autobutler.de derzeit mit 1.800 Werkstätten in Dänemark, Schweden, Deutschland, Großbritannien und Frankreich zusammen. Der französische Automobil-Riese PSA ist seit 2016 der Haupteigentümer von Autobutler.

aus. Dadurch hat die Werkstatt überhaupt kein Risiko.

asp: *Wie offen sind die Werkstätten für Plattformen?*
H. Otto: Vor fünf Jahren sah die Welt komplett anders aus: Da waren wir aus Sicht der Werkstätten der Feind, der die Preise kaputt machen will. Das hat sich komplett gewandelt. Wir pflegen ein enges Verhältnis zwischen unseren Mitarbeitern und den Werkstätten, es ist ein echtes Miteinander, bei dem wir einen festen Stamm an Werkstätten haben.

asp: *Wie viele Aufträge vermitteln Sie?*
H. Otto: In den letzten sechs Monaten hatten wir etwa 700.000 Besucher auf unserer Webseite und haben Angebote im Wert von elf Millionen Euro in Deutschland verschickt. Die Konversionsrate ist regional extrem unterschiedlich, in den Spitzenregionen liegen wir über 20 Prozent. In den letzten Jahren sind wir zudem sehr stark gewachsen. Bezogen auf Anfragen haben wir ein Wachstum von 400 Prozent von 2016 auf 2017. Wir haben ein Werkstattnetz von rund 900 Partnern in Deutschland. Dabei streben wir eine langfristige Beziehung zu den stärksten Partnern an und wollen bei möglichst vielen Betrieben im Tagesgeschäft fest verankert sein.

asp: *Gibt es Vorgaben oder Empfehlungen für die verbauten Ersatzteile?*
H. Otto: Nein, es wäre vermessen, wenn wir als Vermittler den Werkstätten vorschreiben wollten, welche Teile sie verbauen. Wir halten uns daher neutral, was den Teilebezug betrifft. Die Werkstätten haben ganz individuelle Vorlieben für bestimmte Ersatzteilmarken, weil sie damit vielleicht gute Erfahrungen gemacht haben. Sie müssen das ja auch ihrem Kunden gegenüber verantworten. Wir legen aber Wert darauf, dass es Teile in Erstausrüsterqualität sind.

asp: *Die Verarbeitung von Fahrzeug- und Telematikdaten wird für den Service ein wichtiges Thema. Verteilen Ihre Werkstätten schon OBD-Stecker?*
H. Otto: Wir haben darüber diskutiert und sind zu dem Ergebnis gekommen, dass es derzeit keinen Sinn macht, dem Autofahrer einen OBD-Stecker anzubieten. Unsere Kundenbefragungen haben ergeben, dass Autofahrer mehrheitlich nicht bereit sind, das Geld für einen vernünftigen Stecker auszugeben, der eben nicht für 20 Euro zu haben ist. Die Kommunikation über die OBD-Schnittstelle wird durch die direkte Datenübertragung ersetzt werden. Wir glauben aber auch, dass es existenziell wichtig für den freien Markt ist, Zugang zu diesen Daten zu haben. Die Verarbeitung von Fahrzeugdaten bietet auch im freien Service große Chancen, beispielsweise im Bereich „Predictive Maintenance“. Wenn man Reparaturen schon vorhersagen kann, hat das Auswirkungen auf die Teilelogistik und Kapazitätsplanung. Hier sehe ich künftig große Chancen.

Interview: Dietmar Winkler

BERNER

EXPERTEN FÜR DIE AUSSENAUFBEREITUNG

Starten Sie perfekt vorbereitet in die neue Saison!
Mit der professionellen Berner Fahrzeugaufbereitung bieten wir speziell auf die Politur und Außenaufbereitung abgestimmte Produktpakete, Know-how und deutschlandweite Schulungen für Kfz-Werkstätten und Aufbereitungsbetriebe.

Unproblematisch. Ganzheitlich. Sicher.

Erfahren Sie mehr unter www.berner.de/aussenaufbereitung