



# „Genau der richtige Zeitpunkt“

**Mit der Servicequadrat GmbH & Co. KG haben point S und Top Service Team ihr Joint Venture fürs Flottengeschäft gestartet. Ein Gespräch über Servicequalität, Marktchancen und die Bedeutung des Quadrats.**

**Af:** Meine Herren, mit Ihrem neuen Joint Venture Servicequadrat gehen Sie jetzt im Flottengeschäft gemeinsame Wege. Was gab den Ausschlag dafür, dass zwei ehemalige Wettbewerber nun als Partner agieren?

**Stubenvoll:** Wir sind ja keine Wettbewerber im eigentlichen Sinne, sondern Reifenfachhandelsunternehmen, die im Wettbewerb zu Filialbetrieben stehen. Insofern haben nicht zwei ehemalige Wettbewerber eine Gesellschaft gegründet, sondern Gleiche sind zusammengegangen und agieren nun als Partner.

**Körbler:** Man darf hier nicht außer Acht lassen, dass das grundsätzliche Ziel identisch ist. Denn: Das Flottengeschäft hat seine speziellen Anforderungen, die wir mit unserer sehr großen Flächendeckung und der Bündelung unseres großen Know-hows am besten erfüllen können – am Ende zum Vorteil beider Kooperationen.

**Af:** Wenn man die Marktlage betrachtet, hat es sicher günstigere Zeitpunkte für einen neuen Player gegeben, oder?

**Körbler:** Wir sehen die Marktlage durchaus positiv. Der springende Punkt ist doch, welche Marktfaktoren uns beeinflussen werden. Aber mal davon ausgehend, dass das gesamte Flottenvolumen als stabil zu bezeichnen ist, gibt es derzeit

keine negativen Beeinflussungen für das neue Joint Venture.

**Nickenig:** Ich denke sogar, es hätte kaum zu einem günstigeren Zeitpunkt zu dieser Zusammenarbeit zwischen point S und Top Service Team kommen können. Gerade auch im Hinblick auf die Exklusivität, die unsere bundesweite Flächendeckung darstellt. Servicequadrat ist als einziges Unternehmen in der Lage, Kunden bundesweit Service- und Qualitätsversprechen zu geben. Wir stellen momentan fest, dass viele Kunden den Weg der Konzentration ihrer Lieferanten gehen wollen. Der Zeitpunkt, den wir gewählt haben, ist genau der richtige.

**Af:** Der Markt verändert sich also.

**Körbler:** Ja, die Marktsituation verändert sich. Wir erkennen gewisse Konzentrationsprozesse ...

**Weigand:** ... und hier können wir mit dem neuen Joint Venture point S mit dem Schwerpunkt Pkw und Top Service Team mit dem Schwerpunkt Nutzfahrzeug ein deutliches Signal im Markt setzen. Wir werden hier Potenziale hinzugewinnen, die wir bislang nicht hatten.

**Stubenvoll:** Ein großes Plus ist auch, dass wir inhabergeführt und herstellerunabhängig sind und somit dem Fuhrparkverantwortlichen ein breites Sortiment an-

bieten können. Eben qualifizierter Service aus einer Hand flächendeckend in ganz Deutschland.

**Af:** Das Wort Krise ist in aller Munde. Wie sehen Ihre Ansätze aus, das Fuhrparkbudget zu entlasten? Können hier allein elektronische Prozesse das Allheilmittel sein?

**Körbler:** Um das Fuhrparkbudget zu entlasten, stellen elektronische Prozesse sicher nur einen Aspekt von vielen dar. Aber gerade, was diese Prozesse angeht, sind wir meiner Meinung nach heute schon in der komfortablen Situation, einige Flotten komplett elektronisch bedienen zu können. Klar ist aber auch, dass an dieser Stelle die Anforderungen der Flottenverantwortlichen deutlich wachsen. Die praktische Erfahrung zeigt: Unsere Systeme sind dafür sehr gut geeignet, beispielsweise in puncto Statistiken und Analysetools. Wir machen hier für einige Fuhrparks sehr, sehr viel.

**Weigand:** Unser Abrechnungstool ist in der Lage, speziell einzelne Autokennzeichen zu hinterlegen, sodass sich der Fuhrpark spezifisch bearbeiten lässt. Ein ganz wichtiger Punkt, bezogen aufs Budget.

**Nickenig:** Drei wesentliche Faktoren gehen sogar über die reinen Prozesse hinaus: Erstens ist das aufgrund der Herstel-

Gerd Stubenvoll, Michael Nickenig, Wolfgang Weigand und Rolf Körbler (v.l.n.r)

lerunabhängigkeit unser Sortiment, das das beste Preis-Leistungs-Verhältnis für den Kunden garantiert. Zweitens unsere hohe Serviceorientierung und drittens die Sicherheit, dass unsere Zusagen auch eingehalten werden – drei Säulen für unseren künftigen Erfolg.

**Af: Wie sieht das Servicequadrat-Vertriebskonzept, sprich die Firmenkundenbetreuung aus?**

**Nickenig:** Im Kern wird es uns im Jahr 2009 darum gehen, die zentrale Dienstleistung Reifen und Reifenservice beim Kunden mit noch mehr Services und Mehrwerten zu etablieren. Um dann im nächsten Schritt die Zusammenarbeit mit unseren Bestandskunden derart zu intensivieren, dass wir uns künftig breiter aufstellen. Beispielsweise in puncto Autoservice, wo uns das Know-how von Automeister helfen wird. Mittelfristig wollen wir den Kunden in die Lage versetzen, dass er mit einem One-Stop-Shopping von uns ein Rundumsorglos-Paket erhält.

**Af: Bedeutet ein neuer Name auch neue Ansprechpartner?**

**Stubenvoll:** Die Ansprechpartner kommen aus beiden Organisationen, sind also die im Markt bekannten Gesichter. Das Unternehmen ist paritätisch, also 50:50, besetzt.

**Af: Mit „Servicequadrat“ müssen sich unsere Leser erst mal an einen neuen Namen gewöhnen. Was steckt konzeptionell dahinter?**

**Nickenig:** Bei der Entwicklung des Namens wollten wir unbedingt den Begriff Service einfließen lassen, um zu verdeutlichen, was für uns im Fokus steht, nämlich ein guter Service. Denn trotz Finanzkrise entscheidet der Kunde weiterhin mit den Füßen. Servicequadrat signalisiert auch, dass der Service der beiden Partner doppelt so gut ist.

**Stubenvoll:** Das Quadrat sozusagen als Potenz.

**Weigand:** Zumal das bewusste Weglassen der Begriffe „Flotte“ oder „Fleet“ natürlich im Markt auffällt. Wir werfen hier etwas Neues in die Waagschale.

**Af: Woran erkennt man, dass es sich bei den rund 1.100 Servicestationen um einen Servicequadrat-Betrieb handelt?**

**Körbler:** Ganz klar: Auch weiterhin wird man den point-S-Betrieb als point-S-Betrieb und den team-Betrieb als team-Betrieb wahrnehmen. Die beiden Kooperationen bleiben ja weiterhin bestehen. Das Branding wird lediglich durch das Servicequadrat-Logo ergänzt, ähnlich dem Routex-Konzept.

**Nickenig:** Servicequadrat ist ja in erster Linie ein Serviceversprechen an Flottenkunden.

**Af: Wie reagieren Kunden auf das in Aussicht gestellte Versprechen?**

**Nickenig:** Durchweg positiv. Wir haben eine nicht unerhebliche Zahl an Kunden, die aufgrund unserer Netzabdeckung über eine exklusive Zusammenarbeit nachdenkt. Da gibt es ganz deutliche Signale. Außerdem stellen wir ein deutliches Interesse auch bei potenziellen Kunden, die noch mit anderen Systemen zusammenarbeiten, fest.

**Af: Welche Vorteile bietet die neue Gesellschaft? Welche Services planen Sie?**

**Körbler:** Dank unserer starken Kooperation gibt es sicherlich einen sehr großen Blumenstrauß an Möglichkeiten, den wir verwirklichen könnten. Zum Beispiel gibt es Überlegungen in Richtung Kilometerverträge, Online-Terminvereinbarung, ...

**Af: ... eine Flatrate?**

**Körbler:** Im Moment kann ich dazu noch nichts sagen, wir beobachten den Markt.

**Nickenig:** Natürlich haben wir in unserer Schublade einige Ideen, die wir dem Markt zu gegebener Zeit vorstellen werden. Eine wichtige Botschaft: Servicequadrat wird in Zukunft Markttrends vorgeben und nicht nur auf die Marktanforderungen reagieren.

**Af: Worin bestehen die viel beschworenen Synergien?**

**Körbler:** Beginnen wir bei der vertrieblischen Schiene: Der identische Kundenstamm muss nicht mehr von beiden

Partnern bearbeitet werden. So können sich Herr Nickenig und Herr Weigand wesentlich stärker auf die Anforderungen der Flottenchefs konzentrieren und Konzepte erarbeiten. Zudem erhalten wir im Background eine deutliche Effizienzsteigerung. Die Synergien ziehen sich durch das gesamte Unternehmen.

**Stubenvoll:** Und durch die Anzahl der angeschlossenen Outlets haben sie ganz andere Möglichkeiten, Skaleneffekte zu erzielen. Auch bei den elektronischen Prozessen sehen wir Synergiepotenzial für unsere Organisationen.

**Nickenig:** Wichtig ist, dass wir diese Synergien nicht nur intern nutzen, sondern sie dem Markt zur Verfügung stellen – als Mehrwert für den Kunden.

**Af: Ab wann bekommen Fuhrparkchefs die Rechnung von Servicequadrat?**

**Körbler:** Unser geplanter Starttermin ist der 1. Februar. Die tatsächliche Abwicklung einzelner Flotten kann sich zu anderen Terminen ergeben – das läuft sukzessive ab. Nicht alle Kunden werden, in Absprache mit ihnen, zum selben Zeitpunkt umgestellt.

**Nickenig:** Derzeit werden unsere Mitarbeiter für das neue Unternehmen geschult, beispielsweise in dem neuen EDV-System.

**Af: Welche Ziele haben Sie sich für 2009 gesetzt? Wie fällt Ihre Prognose aus?**

**Stubenvoll:** Das übergeordnete Ziel wird 2009 nach wie vor sein, die Wünsche unserer Kunden maximal zu erfüllen.

**Af: Und aus wirtschaftlicher Sicht?**

**Körbler:** Wir sind in der glücklichen Lage, dass wir das Geschäft sehr gut kennen. Deshalb fällt es nicht schwer, die finanzielle Seite einer Servicequadrat zu planen. Denn das Flottengeschäft ist im Großen und Ganzen relativ konstant.

**Af: Vielen Dank für das Gespräch.**

INTERVIEW: PATRICK NEUMANN 

## Fakten zum Joint Venture

Die Servicequadrat GmbH & Co. KG, ein Joint Venture der beiden freien Reifenfachhandelskooperationen point S Deutschland GmbH und der team Reifen-Union GmbH + Co. Top Service Team, agiert ab sofort im deutschen Flottenmarkt. Der neue Reifen-Player ist paritätisch besetzt: An der Spitze stehen als Geschäftsführer Rolf Körbler, Geschäftsführer von point S, und Gerd Stubenvoll, Geschäftsführer von team. Flottenchefs dürfen auch die Leiter Key Account bestens kennen – Wolfgang Weigand (point S) und Michael Nickenig (team). Ebenfalls soll beim Backoffice alles beim Alten bleiben. Neu hingegen: der Sitz der Gesellschaft im hessischen Dieburg.