

STANDHEIZUNG

Umsätze anheizen, Werkstatt auslasten

Laut Webasto zeigen sich mehr als 60 Prozent der Fahrzeughalter für den Kauf einer Standheizung offen. Ein Geschäftsfeld mit Potenzial? Das wollten wir von den Experten vor Ort genauer wissen.

KURZFASSUNG

Wer sich als Unternehmer für das Standbein „Standheizungsnachrüstung“ entscheidet, der soll im Service neue Erträge und attraktive Gewinnspannen erzielen können, heißt es von Webasto. Ferner spricht man damit neue Kunden an.

Berliner Betriebe kennen das lukrative Thema: die Nachrüstung von Standheizungen. Denn gerade die Hauptstädter und die Fahrzeughalter aus dem Umland wollen gerne wohl temperiert und mit freien Scheiben unterwegs sein. Demnach stellt diese Region auch für Webasto hierzulande den größten Absatzmarkt dar, so Bernd Joerg, Leiter Vertrieb Aftermarket, am Standort in Gilching. Eine Folge des richtigen Angebots und der

passenden Nachfrage – sowie der großen Zahl an Laternenparker.

Von den rund 5.000 Webasto-Einbaupartnern in Deutschland sind 60 Prozent freie Servicebetriebe, 40 Prozent zählen zur markengebundenen Fraktion. „Bei Letzterer verzeichnen wir eine stark steigende Tendenz“, berichtet der Webasto-Manager aus dem Markt. „In Autohäusern kommen wir gut vorwärts.“

Interessant: Laut Joerg sind mehr als 60 Prozent der Fahrzeughalter für den Kauf einer Standheizung offen, die Wiederkaufsrate beim Folge-Pkw beträgt 77 Prozent. Eine Offenheit, von der Kfz-Betriebe profitieren können. Schließlich geht es um ein Plus bei den Umsätzen und der Rendite respektive um eine bessere Auslastung der Werkstatt. Natürlich aber nur, wenn man das Thema professionell angeht. So wie



Neue Heimat: die Thermo Top Evo von Webasto für den Dacia Duster

Anton Amann vom Autohaus Köppl in Gröbenzell bei München, der hier seit 2012 dieses Geschäftsfeld weiter vorantreibt. „Probieren würde ich das immer“, betont der Serviceleiter des Hyundai-Betriebs im Gespräch. Der Vertrieb ist darauf fokussiert, für Serviceberater gibt es eine Provision, die Mitarbeiter ziehen mit – klingt nach einem stringenten Prozess. 15 Standheizungen verbauen seine Werkstattmitarbeiter pro Jahr. Sein Wunsch: 50 Stück, auch wegen der Einkaufsvorteile.

Amanns Tipp für Neueinsteiger: ins Know-how investieren, sprich ins Personal. Im Autohaus Köppl kümmern sich demnach zwei Mitarbeiter um die Nachrüstung der Standheizungen, die sich dann auch mal in der Urlaubszeit oder im Krankheitsfall vertreten können. „Die beiden Mitarbeiter sind fit“, so Amann. Beide würden die „schöne, saubere Arbeit“ gerne machen.

Acht Stunden im Schnitt

Keine Frage: Eine komplexe Arbeit wie die Nachrüstung einer Standheizung braucht Zeit (siehe Tortendiagramm). Dem Hersteller Webasto zufolge, der im Jahr eine Million Heizgeräte produziert, acht Stunden im Schnitt. Sind Spezialwerkzeuge wie Schlauchklemmenzangen oder Drehmomentschlüssel sowie die fürs jeweilige



Webasto ist bei den Einbaupartnern gut unterwegs: Bernd Joerg (rechts), Leiter Vertrieb Aftermarket, und Moritz Völz, Key Account Manager.



Fotos: Patrick Neumann; Grafiken: Webasto

Auto gültige Einbaudokumentation ge-zückt, stehen die einzelnen Arbeitsschrit-te an: aus den Bereichen Mechanik, Elek-trik, Kühlmittelkreislauf, Brennluft und -stoff, Abgas und Software. Damit dann bei der Nachrüstung die Lohnkosten nicht aus dem Ruder laufen, müsse man diese, so Serviceleiter Amann, öfter machen. „Das darf dann nicht zwei Tage dauern“, berichtet er aus der Praxis.

DIE NACHRÜSTUNG VON STANDHEIZUNGEN LOHNT SICH

Angaben in Euro/Netto	Selbstkosten*	Verkaufspreis*	Deckungsbeitrag
Material	827,76 ⁽¹⁾	1.034,70	206,94
Arbeitszeit	297,50 ⁽²⁾	850	552,50
Gesamt			759,44

Rechenbeispiel einer 4KW-Standheizung bei einem VW Golf VII (SGI) 1.4 TSI,* zzgl. MwSt.

¹⁾ Basierend auf der Kalkulation von 20%-Rabatt

²⁾ Basierend auf der Kalkulation von 35 Euro/Stunde

Dass die Nachrüstung von Standheizungen ein lukratives Geschäftsfeld für Kfz-Betriebe sein kann, belegt die Beispielrechnung mit dem VW Golf VII.

Um allein die Komplexität zu reduzieren, offeriert Webasto derzeit rund 700 fahrzeugspezifische wie fertige Einbaukits – samt aussagekräftigen technischen Unter-lagen. Ferner räumt Webasto-Manager Joerg mit folgendem Argument eine mögliche Skepsis aus: „Die Montage der Standheizung kann problemlos mit ande-ren Services oder Reparaturen kombiniert werden.“ Oftmals würden dabei nämlich dieselben Teile demontiert.

Zügige Rückmeldung

Gibt es eine technische Frage zum Einbau oder der ausgewählten Standheizung, ste-hen Autohäusern und freien Werkstätten verschiedene Webasto-Kanäle zur Verfü-gung. „Technische Fragen werden zügig geklärt“, bestätigt Serviceleiter Amann. Neben der technischen Hotline in Neu-brandenburg, die dafür sorgt, dass sich kein Kfz-Mechaniker alleine fühlt, stehen Präsenz- und Onlinetrainings zur Wahl – je nach Vorqualifikation der Monteure reichen sie vom Heizgeräte Grundkurs bis

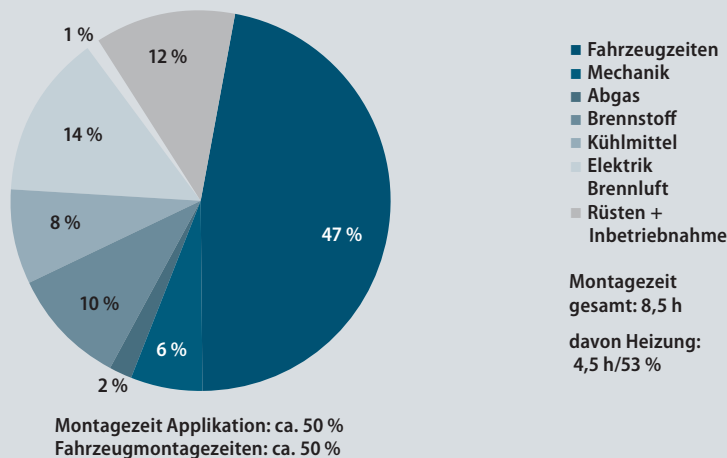
zum Diagnose- und Servicekurs. „Wir bie-ten erstklassige Schulungen“, betont Joerg selbstbewusst. Etwas anderes würde man von Webasto, die mit dem Zusatz „Markt-führer“ für sich werben, auch nicht erwar-ten.

Und Joerg ist noch auf einen weiteren Aspekt stolz, nämlich spezielle Portale für Autohäuser und freie Werkstätten, die eine einfache, schnelle und professionelle Kalkulation ermöglichen sollen. Innerhalb von wenigen Minuten existiert ein Zugriff auf alle Infos, Trainings & Co.

In Gilching simuliert Webasto-Mana-ger Joerg ein Verkaufsgespräch, startet dafür im Netz den Händlerbereich, wählt eine Fahrzeugmarke sowie ein Modell aus und klickt auf das passende Webasto-Modell. Das Tool greift auf die vorher hin-terlegten Daten wie Stundensätze zurück und via Button „Angebote senden per E-Mail“ erhält der Interessent dann sein jeweiliges Angebot – noch während er dem Verkäufer gegenüber sitzt.

Patrick Neumann |

BEISPIEL: FAHRZEUG DER MITTELKLASSE



Bei 50 Prozent der Tätigkeiten beim Standheizungseinbau handelt es sich laut Webasto um Routinearbeiten. Und: Die Nachrüstung lässt sich mit anderen Reparaturen kombinieren.

AKTIVES VERKAUFEN

Webasto nennt fünf Argumente für das erfolgreiche Verkaufsgespräch.

1. Beim Einsteigen warm: kein Eiskratzen und verbotenes Warmlaufen des Motors.
2. Freie Sicht für mehr Sicherheit: Eisfreie und nicht beschlagene Scheiben machen die Fahrt von A nach B sicherer.
3. Komfort im Winter: Wärme vorprogram-mieren oder per Knopfdruck aktivieren.
4. Für Eilige und Kurzstrecken: Dank neuer Lösungen lohnt sich das Ganze schon für Kurzstrecken.
5. Wohlfühlklima im Sommer: Vorteile der Lüftungsfunktion nutzen.