INTERVIEW

Strahlkraft der Marke

Wer steckt eigentlich hinter TÜV SÜD Auto Partner? Geschäftsführer Lothar Kreuz, sein Technischer Leiter Thomas Gensicke sowie Marco Schmickler, Leiter Sachverständigenwesen, erklären es im Interview.

Wir wollten von den Managern wissen, wie es die TÜV SÜD-Tochter schafft, über die flächendeckende Präsenz in Zusammenarbeit mit der Muttergesellschaft namhafte neue Partner und Kunden zu gewinnen und was diese von einer bundesweiten Betreuung erwarten.

asp: *TÜV SÜD Auto Partner arbeitet vor allem mit freien Sachverständigenbüros in einer Art Franchisesystem zusammen. Wie gelingt die Zusammenarbeit mit der Mutter TÜV SÜD bei der Betreuung von Großkunden im Automobilhandel, die sich eine flächendeckende Betreuung wünschen?*
L. Kreutz: Die flächendeckende Betreuung größerer Kunden ist für uns gelebter Alltag. Das Zusammenspiel der Kollegen von TÜV SÜD Auto Partner mit den bei TÜV SÜD angestellten Kollegen klappt sehr gut. In Gebieten wie Bayern, Sachsen oder Hessen stützt sich TÜV SÜD vor allem auf die Struktur mit festangestellten Sachverständigen. In den anderen Regionen organisieren wir die Betreuung mit den Partnerbüros. Wir können sehr flexibel agieren und schauen immer, was für den Kunden die optimale Lösung ist und mit welchen TÜV SÜD-Sachverständigen er sich am wohlsten fühlt. Teilweise existieren ja bereits gewachsene Beziehungen zu TÜV SÜD-Partnerbüros oder auch angestellten Sachverständigen, die dann im Sinne des Kunden auch weitergeführt werden.

asp: *Wie sprechen Sie neue Kunden im Vertrieb an?*
L. Kreutz: Auch hier klappt das Zusammenspiel mit unseren Konzernkollegen sehr gut. Unsere Partnerbüros stehen neben unseren angestellten Sachverständigen für den Erfolg von TÜV SÜD in den Bereichen HU und Schaden- und Wertgutachten. Wir sehen das nicht so getrennt. Manchmal gewinnen wir Kunden, weil ein Partnerbüro schon einen sehr guten Kontakt zu einem Autohaus hat. Umgekehrt profitiert unser Auto Partner Netzwerk, wenn der Vertrieb von TÜV SÜD einen großen Kunden akquiriert. Wir ziehen vertrieblich an einem Strang. Über allem steht immer die Marke TÜV SÜD. Wie das im Einzelnen organisiert ist und ob sich nun ein freier Sachverständiger eines unserer Partnerbüros beim Kunden um die HU kümmert oder ein festangestellter Mitarbeiter, ist für den Kunden nicht ausschlaggebend. Was zählt, ist die Qualität der Dienstleistung.

> **Neue Bewerber** werden sehr sorgfältig begutachtet. Das ist auch Sache der Geschäftsleitung.

T. Gensicke: Dieses Zusammenspiel und die flächendeckende Betreuung auch von großen Autohaus-Gruppen haben wir sehr gut im Griff. Und die Zahlen geben uns recht: Wir wachsen seit Jahren kontinuierlich im zweistelligen Bereich. Wir sind die am stärksten wachsende Überwachungsorganisation in Deutschland.
M. Schmickler: Wir sprechen hier längst nicht mehr nur von der HU, sondern von vielen weiteren Dienstleistungen beispielsweise rund um das Thema Schadengutachten. Wir bieten ein sehr breites Spektrum von Dienstleistungen aus einer Hand.

asp: *Wo wachsen Sie am stärksten?*
L. Kreutz: Wir wollen auf jeden Fall weiter in den Ballungszentren wachsen. Häufig wachsen wir organisch mit unseren Kunden, wenn diese expandieren, beispielsweise in den neuen Bundesländern.

asp: *Welche Dienstleistungen erbringen die Partner?*
L. Kreutz: Den größten Anteil hat immer noch die HU – damit machen wir rund 80 Prozent unseres Umsatzes. Seit drei Jahren sind wir verstärkt auch im Schadenbereich tätig und haben dort sehr hohe Wachstumsraten. In vier bis fünf Jahren wird der Schadenbereich gleichauf sein mit den periodischen Prüfungen.
M. Schmickler: Wir stellen fest, dass sich die Nachfrage beim Thema Fahrzeugbewertung ganz stark in Richtung Leasing- und Flottenfahrzeuge verlagert. Diese Kunden benötigen einen bundesweit starken Partner. TÜV SÜD ist hier durch intensives Know-how, leistungsfähige unterstützende Software und die breite Aufstellung mit angestellten Sachverständigen und den Sachverständigen in unseren Partnerbüros bestens gerüstet, auch zukünftig der Partner für Leasinggesellschaften und Flotten am Markt zu sein.

asp: *Wie wichtig ist eine funktionierende IT?*
M. Schmickler: Eine funktionierende IT ist eines der wichtigsten Werkzeuge für den Kfz-Sachverständigen. Wir können heute auf sehr gute und leistungsfähige IT-Systeme zurückgreifen. Das gilt sowohl für die Verwaltung von zentralen Aufträgen über unsere TAM-Plattform als auch für die Produktivsoftwaresysteme im Rücknahmegeschäft oder in der Periodischen Überwa-

TÜV SÜD AUTO PARTNER GMBH

TÜV SÜD Auto Partner bietet Klassiker wie Haupt- und Abgasuntersuchung in Kombination mit weiteren Dienstleistungen von TÜV SÜD für gewerbliche, aber auch private Kunden an. Die Besonderheit: Über ein Franchisemodell können freiberufliche Ingenieurbüros die Dienstleistungen im Namen von TÜV SÜD in ihrer eigenen Region ins Programm nehmen. TÜV SÜD Auto Partner führte 2017 rund 500.000 Hauptuntersuchungen durch und verfügt über ein Netzwerk von über 300 freiberuflichen Prüfingenieuren und wächst bundesweit weiter.

„Die Betreuung auch größerer Autohaus-Kunden ist für uns gelebter Alltag." Lothar Kreuz, Geschäftsführer

„Wir wachsen seit Jahren kontinuierlich im zweistelligen Bereich." Thomas Gensicke, Technischer Leiter

Fotos: Dietmar Winkler

„Die Fahrzeugbewertung verlagert sich in Richtung Leasing- und Flottenfahrzeuge." Marco Schmickler, Leiter Sachverständigenwesen

chung. Hier profitieren unsere Sachverständigen sehr von den Ressourcen des Konzerns im Rücken. Die Systeme werden ständig verbessert und weiterentwickelt.

asp: *Wer kann bei Ihnen Partner werden – und wie hoch ist die Messlatte?*
T. Gensicke: Das Verhältnis zu unseren Partnern ist vertraglich sehr gut geregelt. Dort ist unter anderem die Verwendung der Marke TÜV SÜD klar geregelt. Auf den sorgfältigen Umgang mit den drei Buchstaben achten wir sehr. Die Erwartungen an die Partner sind entsprechend hoch, denn in der Sachverständigenorganisation spielen wir auf Augenhöhe mit unseren angestellten Konzernkollegen.
L. Kreutz: Neue Bewerber werden sehr sorgfältig begutachtet. Das ist auch Sache der Geschäftsleitung. Es muss nicht nur das fachliche Niveau stimmen, auch menschlich müssen Partner zu uns passen, sonst machen wir das nicht.

asp: *Wie begehrt ist die Marke TÜV SÜD bei Sachverständigen?*
L. Kreutz: Die Wirkung der starken Marke ist für unsere Partner sehr attraktiv. Wenn Kunden zur Hauptuntersuchung müssen, tippen sie als Suchwort „TÜV" ins Smartphone ein. Wir haben alleine über Onlinekanal deswegen 30 Prozent mehr Anfragen. Das ist eine wichtige Motivation für Sachverständige, zu uns zu wechseln.
M. Schmickler: Die IT-Systeme sind ebenfalls für viele Partner ein wichtiges Argument. Die Sachverständigenbüros haben den Zugang zur modernen digitalen Welt, die sich rasend schnell entwickelt. Wir bieten den Büros die Möglichkeit, an neuen digitalen Geschäftsmodellen teilzunehmen. TÜV SÜD hat viele innovative digitale Produkte und Services entwickelt, nicht zuletzt im Schadenmanagement oder in der Begutachtung von Gebrauchtwagen.

asp: *Gibt es eigentlich einen Gebietsschutz bei Auto Partner?*
L. Kreutz: Nein, nicht grundsätzlich. Wenn wir aber neue Partner hinzuholen, besprechen wir das mit den bestehenden Partnern. Wenn es Einsprüche gibt, nehmen wir darauf Rücksicht. In der Regel findet sich aber eine gute Lösung, mit der alle leben können.
M. Schmickler: Wir sorgen dafür, dass nicht zu viele Büros in einer Region tätig sind. Wo es mehrere Partner gibt, müssen wir die Leute an einen Tisch holen, um den Markt gemeinsam zu bearbeiten. Wir fördern es, dass die Büros miteinander reden – bei größeren Kunden ist die Abstimmung ohnehin notwendig. Kommunikation in einer Partnerschaft ist uns sehr wichtig – wir sehen jeden unserer Partner mehrmals im Jahr.

asp: *Wie groß sind die Büros?*
L. Kreutz: Das ist ganz unterschiedlich. Wir haben Büros mit einem Mann bis hin zu 30 oder gar 50 Mitarbeitern. Der Durchschnitt über die Organisation liegt bei drei bis vier Mitarbeitern. Die einzelnen Büros haben auch unterschiedliche Schwerpunkte. Viele machen HU und Schadengutachten, andere beschränken sich auf die HU oder das Thema Schadengutachten.

asp: *Wie erfolgreich ist die BlueBox, die im vergangenen Jahr eingeführt wurde?*
T. Gensicke: Wir haben derzeit weit über 200 Anfragen. Oftmals kommt die Anfrage, wenn ein Autohaus ohnehin über das Thema Bauen nachdenkt. Dann kann die BlueBox manchmal die richtige Lösung sein. Wir haben eine Kooperation mit Papadopoulos Associates, die als Beratung dazwischengeschaltet sind. Es wird zunächst analysiert, welche Bedürfnisse der Kunde tatsächlich hat. Darauf wird das Konzept abgestimmt.

asp: *Wer nutzt die BlueBox?*
L. Kreutz: Die Nutzung erfolgt in einem Leasing-Modell, TÜV SÜD bleibt Eigentümer der Box. Die Laufzeit wird auf die Bedürfnisse des Nutzers abgestimmt. Im Grunde treffen wir auf zwei typische Anwendungsfälle: Es kann sein, dass sich ein Sachverständigenbüro vergrößern oder eine weitere Filiale eröffnen möchte. Wenn sich der Partner nicht mit langen Bauprojekten befassen möchte, kann er eine BlueBox als Alternative wählen. Wir kümmern uns um die Bereitstellung und Aufstellung. Der zweite typische Anwender wäre das Autohaus, das das Prüfgeschäft gerne außerhalb der eigenen Räumlichkeiten platzieren will – sei es aus Platzgründen oder aus wirtschaftlichen Gründen, um mehr Produktivarbeitsplätze zu schaffen. Ein positiver Nebeneffekt hierbei: Die BlueBox auf dem Außengelände hat Signalwirkung für Autofahrer, die dann auf das Gelände des Autohauses kommen und für zusätzlichen Traffic sorgen. Ein markengebundener Betrieb kann hier über die neutrale Marke TÜV SÜD auch andere Kundschaft ansprechen.

Interview: Dietmar Winkler