



Kein Service ohne Verkauf

8. Autohaus Servicekongress | Infos und Ideen für mehr Effizienz und Ertrag im Aftersales gab es Ende Juni beim 8. AUTOHAUS Servicekongress in Mainz.

Die Serviceauslastung liegt in diesem Jahr teilweise deutlich unter den Vorjahren. Die regelmäßige Branchenbefragung AUTOHAUS Panel weist seit Jahresbeginn eine niedrigere Auftragslage im Aftersales-Geschäft aus. Das konnten auch die Teilnehmer des 8. AUTOHAUS Servicekongresses in Mainz bestätigen. Der rückläufige Service ist jedoch sicher noch kein Grund, Alarm zu schlagen, sondern eher ein Hinweis, dass die Bäume in einem gesättigten Markt nicht in den Himmel wachsen werden.

Insgesamt 13 Referenten beschäftigten sich auf dem AUTOHAUS Servicekongress mit den neuesten Entwicklungen im Aftersales-Geschäft. Dabei ging es unter der Moderation von AUTOHAUS-Chefredakteur Ralph M. Meunzel nicht nur um Zukunftsmusik, sondern hauptsächlich um konkrete Beispiele, in welcher Form der Handel an der Digitalisierung partizipieren kann.

Dass die Aftersales-Welt noch in Ordnung ist, stellte Jörg Felske, Geschäftsführer der BMW-Gruppe Procar (Velbert), anlässlich seiner Eröffnungsrede am Vorabend des Kongresses fest. Ohne Service würde das Geschäftsmodell Autohaus überhaupt nicht funktionieren, so Felske. Da im Verkauf nichts mehr verdient werde, sei es im Autohandel wie beim Verkauf von Gillette-Rasierern: Das Geschäft werde dann eben mit den Klängen gemacht. Wenn man dieses Modell auf den Autohandel übertrage, würden auch noch vernünftige Ergebnisse erzielt. Felske: „Kein Service ohne Verkauf“ und nicht „Kein Verkauf ohne Service“ ist hier die richtige Perspektive.“

Zu den Disruptoren im Aftersales zählt Felske die Marktsättigung, die gestiegene Fahrzeugqualität und die E-Mobilität. Diese Entwicklungen würden allerdings weniger das Geschäftsmodell verändern, sondern vielmehr für eine deutliche Zunahme des Verdrängungswettbewerbs



sorgen. Zum Thema Carsharing stellte der Chef von Procar klar, dass sich das für den Handel nie lohnen werde. Wer sich allerdings um den Service von Mietwagenflotten kümmere, habe in der Werkstatt viel zu tun. Die Nutzer würden nämlich in der Regel nach dem Motto verfahren: „Don't be gentle, it's a rental.“ **Ralph M. Meunzel**



Video-Statements vom Kongress gibt es online unter next.autohaus.de



- 1 In Zeiten der Digitalisierung gilt es, neue Erlösquellen im Service zu finden, sich neuen Ideen zu öffnen und innovative Servicekonzepte zu integrieren. Die Keynote hielt Jörg Felske, Procar Gruppe.
- 2 André Garrels (l.) von der Berolina-Gruppe erläuterte, wie man es mit innovativem, operativem Prozess-Coaching in die Service-Champions-League schafft. Weitere Referenten waren unter anderem Jürgen Konzorr (M.), Elite Consulting Network Group, und Jonas Wagner, Berylls Strategy Advisors.
- 3 Control Expert unterstützte den 8. AUTOHAUS Servicekongress als Sponsor.
- 4 Mit seinem „Digitalen Autohaus“ bietet Gudat Solutions eine Browser-basierte Online-Suite speziell für Autohäuser und Kfz-Betriebe.
- 5 Unyco präsentierte an seinem Stand Produktlösungen für die Automobil- und Reifenbranche.
- 6 Zu den Sponsoren der Veranstaltung gehörte auch Snook.
- 7 v. l.: die Referenten Elmar Fuchs, BVSK, Marc Störing, Osborne Clarke, und Jari Danker, Autobutler
- 8 Auch Shell war als Sponsor mit an Bord.
- 9 Das Dreiergespann von Continental Aftermarket (v. l.): Referent Peter Wagner mit seinen Kollegen Dominik Wrede und Patrick Moltkau.
- 10 Zu den Unterstützern gehörten auch die Sponsoren SAC Schönels Automotive Consulting ...
- 11 ... Nokian Tyres ...
- 12 ... und MAHA.
- 13 Die Riege der Redner komplettierten (v. l.): Michael Ruppert, Snook, Arne Büchner, Die Trainingshandwerker, Jürgen Falk, FCS Fair Computer Systems, Philipp Posselt, VEACTION, und Jörg Gudat, Gudat Solutions.
- 14 Vertreten vor Ort waren auch die Software-Spezialisten von Soft-Nrg.