

„Dialog und Partnerschaft“

Nissan Aftersales | Susanne Ziegler ist neue Direktorin Aftersales der Nissan Center Europe GmbH. Zusammen mit den Händlern und Werkstätten strebt sie eine partnerschaftliche Zusammenarbeit an.



Foto: Nissan

Susanne Ziegler ist Direktorin Aftersales der Nissan Center Europe GmbH

asp: Frau Ziegler, Sie sind jetzt seit Juli Direktorin Aftersales der Nissan Center Europe GmbH (NCE). Was beschäftigt Sie derzeit besonders?

S. Ziegler: In den letzten eineinhalb Jahren hatte ich als Aftersales-Direktorin in der Schweiz schon sehr gute Einblicke in das europäische Geschäft. Das Nissan Center Europe (NCE) verantwortet die Nissan-Aktivitäten in den Märkten Deutschland, Österreich und Schweiz. In den letzten Wochen war ich sehr viel im Händlernetz unterwegs, um mir ganz aktuell ein Bild zu machen, wo die wichtigsten Herausforderungen für die Betriebe liegen.

asp: Was sind die Themen Ihrer Händler und Servicebetriebe?

S. Ziegler: Es wurde deutlich, dass wir immer wieder auch an den Basisprozessen arbeiten müssen, um die Weichen für die Zukunft zu stellen. Wir hatten 2018/19 eine organisatorische Umgestaltung bei Nissan in einigen Bereichen. Hier müssen wir einige Prozesse noch glatt ziehen und festigen. Ganz aktuell fordern uns natür-

lich auch die Corona-Einschränkungen. Das bewegt auch die Händler vor Ort sehr stark. Unter anderem bei der Teilverfügbarkeit. Wir sind jetzt dabei, das Verfügbarkeitsniveau wieder auf den Stand von vor Corona zu bringen.

Teilverfügbarkeit

asp: Wie gravierend sind die Auswirkungen auf die Teilverfügbarkeit?

S. Ziegler: Im Vergleich zum Gesamtvolumen ist es ein geringer Anteil. Aber wenn Sie bei der Reparatur auf gerade das eine fehlende Teil angewiesen sind, haben Sie trotzdem ein Problem. Im Vergleich zu Vor-Corona haben wir bei den Fill-Rates eine Negativabweichung von fünf Prozent. Die Fill-Rate gibt an, welchen Anteil der Bestellungen wir ohne Verzögerung erfüllen können. Nur bei einzelnen Zulieferern gibt es noch Probleme. Wir gehen aber davon aus, dass sich das schnell wieder normalisiert. Die Werkstätten in Deutschland werden aus einem europäischen Lager beliefert, daher gestaltet sich die Corona-Problematik auch komplex, weil die Regelungen und die Betroffenheit in den unterschiedlichen Ländern jeweils unterschiedlich sind.

asp: Wie gehen Ihre Händler mit der Situation um?

S. Ziegler: Die Händler haben die Maßnahmen zur Hygiene gewissenhaft umgesetzt und sich im Detail ganz unterschiedliche Lösungen für die jeweilige Situation vor Ort einfallen lassen. Ziel ist es, immer die Kunden und das eigene Personal zu schützen.

Kundenverhalten in der Pandemie

asp: Wie wirkt sich das auf das Kundenverhalten aus?

S. Ziegler: Man kann keine pauschale Antwort für Deutschland geben, weil es regio-

nale Unterschiede gibt und auch unterschiedliche Situationen in den Servicesegmenten. Während des Lockdowns waren die Showrooms geschlossen, man hat sich daher stärker auf den Service konzentriert und Kunden im Rahmen von Marketingaktionen direkt angesprochen. Während es im Wartungs- und Reparaturbereich recht normal weiterging, sehen wir im Karosserie- und Lackbereich doch einen negativen Effekt – aber auch hier regional ganz unterschiedlich. Es wurde einfach weniger Auto gefahren, nicht zuletzt, weil in vielen Betrieben im Homeoffice gearbeitet wurde.

asp: Können Sie den Effekt beziffern?

S. Ziegler: Für das erste Quartal des Fiskaljahrs von April bis Juni sehen wir einen Rückgang im Monatsumsatz von maximal 30 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat. Im Servicebereich liegen wir bei etwa zehn Prozent. Was fehlte, waren die größeren Reparaturen, und das spiegelt sich in der Zahl wider.

ServiceNetz

asp: Soll es kurzfristig noch weitere Anpassungen im ServiceNetz geben?

S. Ziegler: Nein, es gibt aktuell keine Pläne, die Strukturen zu verändern.

asp: Wie flächendeckend muss das ServiceNetz sein, um ein befriedigendes Servicelevel sicherzustellen?

S. Ziegler: Wir haben als interne Zielvorgabe definiert, dass ein Kunde nicht länger als 25 bis 30 Minuten zu seinem Servicestützpunkt fahren sollte.

asp: Die Schlagzeilen zu Nissan waren nicht besonders gut in den letzten zwei Jahren, die Verkäufe gingen stark zurück – wie motivieren Sie Ihre Händler?

S. Ziegler: Mir persönlich ist das Thema Dialog und Partnerschaft wichtig. Wir als NCE wollen zusammen mit dem Handel

„Wir als NCE wollen mit dem Handel und den Servicebetrieben als Einheit auftreten.“

Susanne Ziegler, Direktorin Aftersales NCE

und den Servicebetrieben agieren und gegenüber dem Kunden als Einheit auftreten. Deshalb ist es mir wichtig, selbst rauszugehen, damit wir die richtigen Prioritäten setzen. Das wird auch von der Geschäftsführung so gelebt. Anlässlich einer Händlerveranstaltung, die wir aufgrund von Corona online durchgeführt haben, wurde die Zukunft von Nissan in Europa und in Deutschland in Richtung Händlerschaft kürzlich noch einmal ausführlich erklärt.

Elektromobilität

asp: Nissan legt einen starken Fokus auf die E-Mobilität. Welche Auswirkungen hat dies auf den Service?

S. Ziegler: Unmittelbar sehen wir noch keinen großen Effekt, da die Volumina der reinen E-Fahrzeuge überschaubar sind. Wir schauen im Service ja eher auf den Fuhrpark der letzten fünf bis zehn Jahre. Aber in Zukunft müssen wir uns damit auseinandersetzen: Der Wartungsaufwand bei einem batterieelektrischen Fahrzeug ist im Vergleich zum Verbrenner niedriger. Die attraktiven Betriebskosten sind ja auch eines der Verkaufsargumente gegenüber Kunden. Daher ist es wichtig, dass wir noch stärker

an der Kundenbindung arbeiten. Wir haben aber im Bereich E-Mobility bereits sehr viel Expertise und sehen uns als Vorreiter. Der Nissan Leaf ist jetzt seit zehn Jahren auf dem Markt. Mit dem batterieelektrischen Ariya bekommen wir demnächst ein weiteres Zugpferd. Wenn wir über Elektrifizierung der Produkte sprechen, geht es auch um Hybridfahrzeuge: Die haben immer noch einen Verbrennungsmotor und entsprechend mechanische Komponenten. Und nicht zu vergessen: Die Themen Reifen oder K&L-Schäden werden wir auch beim E-Fahrzeug noch haben.

asp: Welche Auswirkung hat das mittelfristig auf die Auslastung in den Werkstätten?

S. Ziegler: Es ist schwer, eine Prognose zu geben, denn es wird sich auch aufgrund anderer Effekte die Art der Arbeiten ändern – denken Sie an die Digitalisierung von Serviceprozessen. Einerseits gibt es weniger mechanische Verschleißteile in den Elektrofahrzeugen, andererseits werden Technik und Sensorik in den Fahrzeugen immer komplexer. Wenn man heute eine Frontscheibe wechseln will, muss man deutlich mehr Zeit investieren als noch vor Jahren, und es ist eine aufwendige Technik

zur Kalibrierung der Kameras und Sensoren notwendig. Zudem müssen Betriebe über die nötige Expertise verfügen.

Konnektivität

asp: Welche Rolle spielt die Konnektivität der Fahrzeuge künftig im Service?

S. Ziegler: Wir sehen in vielen Bereichen, dass die Möglichkeiten der Konnektivität das Leben der Kunden erleichtern kann. Verbraucher kennen das von ihrem Smartphone, dessen Betriebssystem „Over-the-Air“ auf dem jeweils aktuellen Stand gehalten wird. Niemand käme auf die Idee, zum Shop des Providers zu gehen, um entsprechende Updates zu erhalten. Im Fahrzeug ist die Konnektivität auch eine Voraussetzung für datengesteuertes Flottenmanagement, für umfassende Datenanalysen und Ferndiagnosen. Im Servicebereich ermöglicht die Anbindung des Fahrzeugs, situationsbezogenen Nachrichten direkt an den Fahrer zu schicken. Bei einer anstehenden Wartung kann dieser gleich online einen Termin mit seiner Werkstatt vereinbaren. Die Werkstatt wiederum hat rechtzeitig die Info und kann für den Service notwendige Teile gleich bestellen. Die Möglichkeiten sind vielfältig und im Aftersales hochinteressant. Das sind alles Szenarien, die wir durchspielen.

asp: Welche Möglichkeiten sind diesbezüglich beim neuen Ariya realisiert?

S. Ziegler: Beim batterieelektrischen Crossover Ariya ist die Möglichkeit der „Over-the-Air“-Updates bereits gegeben. Die Markteinführung ist in Japan für die erste Jahreshälfte 2021 geplant, gleich danach kommt der Ariya auch nach Europa. Das unterstreicht die Bedeutung des Fahrzeugs, mit dem wir unsere Kompetenz im Bereich E-Fahrzeuge noch einmal unterstreichen.

asp: Vielen Dank für das Gespräch!

Interview: Dietmar Winkler



Batterieelektrischer Crossover Ariya: „Over-the-Air“-Updates möglich