

„Ganzheitlicher Mobilitätsgedanke“

Interview | Thomas Tietje, bei A.T.U verantwortlich für das Flottengeschäft, möchte das zielgruppenspezifische Dienstleistungsangebot der Werkstattkette deutlich ausbauen.

– Herr Tietje, Sie sind seit Oktober bei A.T.U verantwortlich für das Flottengeschäft. Wie hat sich die A.T.U-Gewerbekundenstrategie seitdem geändert beziehungsweise wie wird sie sich noch ändern?

Thomas Tietje: Im Zuge der Neuausrichtung der A.T.U-Gesamtstrategie haben wir die Geschäfts-, sprich die Flottenkunden als wesentliches Kundensegment identifiziert. Wir möchten das Geschäft mit dieser Kundengruppe also weiter ausbauen. Mit neuen Wegen in der Zusammenarbeit und mit neuen Dienstleistungsprodukten möchten wir die Fuhrparkverantwortlichen verstärkt unterstützen, ihre Prozesse zu optimieren, und ihnen so auch ein Stück Arbeit abnehmen.

– Mit welchen neuen Produkten können die Fuhrparkmanager konkret rechnen?

T. Tietje: Neu in unserem Flottenprospekt ist die proaktive Terminierung. Die Fuhrparkleiter geben uns hier ein Zeitfenster für Dienstleistungen oder Reparaturen vor und wir kontaktieren dann den Fahrzeugnutzer und vereinbaren einen konkreten Termin mit ihm. Dieses Angebot eignet sich gerade für den Räderwechsel der Fahrzeuge im Frühjahr und Herbst. Damit entlasten wir die Fuhrparkleiter von einigem Organisationsaufwand.

– Welche fuhrparkrelevanten Produkte werden Sie darüber hinaus auf den Markt bringen?

T. Tietje: Als Werkstatt haben wir bereits heute alle relevanten Dienstleistungen von der Wartung über die Reparatur bis hin zu Reifen- und Glasservices im Angebot. Und für Leistungen, die wir nicht selbst machen, sind wir für den Kunden dennoch der alleinige Ansprechpartner. Nehmen Sie da zum Beispiel Unfallreparaturen. In Zukunft möchten wir gerade mit Blick auf Flottenkunden verstärkt den ganzheitlichen Mobilitätsgedanken verfolgen. Wir überlegen also, ob wir bestimmte Dienstleistungen, die unser Angebot heute noch nicht abdecken, in unser Portfolio aufnehmen. Konkret heißt das: Wir beschäftigen uns mit dem klassischen Fuhrparkmanagement. Welche Produkte wir da künftig anbieten werden, steht allerdings noch nicht fest. Da befinden wir uns noch in



Foto: A.T.U Auto-Teile-Unger

A.T.U-Flottenverantwortlicher Thomas Tietje | Künftig auch im klassischen Fuhrparkmanagement aktiv

der Entwicklungsphase. Klar ist aber: Wir wollen ein Rundum-sorglos-Paket für den Fuhrparkentscheider anbieten.

– Welche Zielgruppen sprechen Sie im Gewerbekundenmarkt an?

T. Tietje: Als B2B-Kunde gelten bei uns alle, die ein Gewerbe betreiben und uns eine entsprechende Dokumentation zum Beispiel in Form eines Gewerbescheins vorweisen. Unsere CRM-Datei beinhaltet rund 150.000 dieser Kunden, die wir heute in unterschiedlichem Maße betreuen. Schon aufgrund der generellen Flottenstruktur in Deutschland sind das natürlich viele Kleinflotten mit bis zu zehn Fahrzeugen, aber auch größere Flotten mit bis zu 100 oder mehr Fahrzeugen. All diese Kunden betreuen wir über unsere 55 Außendienstmitarbeiter und zusätzlich über unseren Kundenservice im Innendienst. Auch dort gibt es für bestimmte Kunden einen festen Ansprechpartner.

– Inwiefern sprechen Sie auch Transporterkunden an?

T. Tietje: Für Transporter mit bis zu 3,5 Tonnen zulässigem Gesamtgewicht haben wir

bestimmte spezifisch ausgerüstete Standorte. Nicht überall sind die Werkstätten baulich für Transporter geeignet. Da sprechen wir dann mit den Kunden ab, in welche Filiale sie fahren können.

– Wie alt sind die von Ihnen betreuten Autos Ihrer Flottenkunden ungefähr?

T. Tietje: Im Schnitt über alle Fuhrparks liegen wir etwa zwischen drei und vier Jahren.

– Welches Hindernis stellen Full-Service-Bausteine in Leasingverträgen für Sie als unabhängigen Werkstattanbieter dar?

T. Tietje: Natürlich haben wir bei Kunden mit Full-Service-Leasingverträgen das Problem, dass bereits alle Leistungen abgedeckt sind. Vor allem im Großflottenbereich können wir deshalb bereits einige Kunden nicht erreichen. Kleineren und mittleren Fuhrparks können wir aber gut aufzeigen, welche Vorteile eine Zusammenarbeit mit A.T.U mit sich bringt. Man kann nämlich immer sehr gut belegen, dass Full-Service-Verträge auch Risiken mit sich bringen. Oft sind die Leasingraten günstig und die Full-Service-Komponenten sehr teuer oder umgekehrt. Da stellen wir dann durchaus auch die Frage, ob es nicht vielleicht günstiger wäre, nur zu leasen und die Servicekomponenten über uns abzudecken.

– Mit welcher Preispositionierung argumentieren Sie denn in diesen Fällen, aber auch allgemein im Gewerbekundenmarkt?

T. Tietje: Der deutsche Servicemarkt ist ein hart umkämpfter Markt. Einen ersten Vorteil bieten wir im Teilemarkt: Da bilden die Herstellerpreise auch heute noch die Orientierungsmarke ab, und als freier Anbieter haben wir da generelle Kostenvorteile. Der zweite Vorteil ist: Vertragshändler verrechnen höhere Stundensätze als wir. Auch da haben wir Kostenvorteile. Wohlgermerkt bei gleicher Leistung, denn wir machen den Service komplett nach Herstellervorgaben. Wenn man das insgesamt auf einen Fuhrpark skaliert, ergeben sich also erhebliche Kostenvorteile für jedes Unternehmen.

– Auch wenn Sie nach Herstellervorgaben warten: Viele Kunden haben Beden-

ken, nicht in die Markenwerkstatt zu gehen. Sie befürchten Nachteile in Garantie- und Kulanzfällen.

T. Tietje: Gut, natürlich spielen die Hersteller auch heute noch mit der Angst, dass Kunden nach dem Besuch freier Werkstätten ihre Garantieansprüche verlieren. Das tun sie, obwohl es laut Gruppenfreistellungsverordnung (GVO) nicht so ist. Da wir die Fahrzeuge nach Herstellervorgaben warten, erlischt die Garantie definitiv nicht. Dass die Hersteller sich die Gewährung von Kulanz etwas genauer überlegen, wenn ein Auto in einer freien Werkstatt gewartet wurde, liegt natürlich an der Wettbewerbssituation. Deren Vertragspartner möchten das Geschäft eben auch machen. Aber sollte es da Differenzen zwischen Hersteller und Kunde geben, stellen wir uns an die Seite des Kunden und versuchen, seine Interessen zu vertreten. Da sind wir als A.T.U-Konzern auch in einer anderen Position als eine kleine lokale, freie Werkstatt.

– Wie gehen Sie mit Kundenbedenken hinsichtlich der Teilequalität um?

T. Tietje: Diesen Kunden sagen wir: Wir kaufen nur geprüfte Teile bei den Erstausrüstern der Hersteller oder bei von uns auditierten Zulieferern. Der Kunde kauft also sowohl auf der Dienstleistungs- als auch auf der Materialseite sehr viel Sicherheit.

– Außer den Kostenvorteilen: Was kann A.T.U Flottenkunden noch bieten?

T. Tietje: Es wäre traurig, wenn wir uns nur über Preise qualifizieren könnten. Wir haben – und das stelle ich vor alle anderen Themen, auch den Preis – in Deutschland 578 Filialen. Da sind wir in guter Gesellschaft mit vielen Herstellern. Und in diesen Filialen können wir alle Autos warten, die reinkommen – von

Alfa Romeo bis Volvo. Das ist gerade für Fuhrparks ein wesentlicher Vorteil, denn die bestehen fast immer aus Fahrzeugen mehrerer Marken. Und die haben dann eben nur einen Werkstattspartner und bekommen nur eine Rechnung. Die Abrechnung ist auch dann gleich, wenn Sie in Hamburg statt in München in die Filiale fahren. Bei Vertragswerkstätten ist das nicht immer so, denn dort haben Sie meistens selbstständige Unternehmer. Übrigens auch bei vielen freien Werkstattkonzepten.

– Vertragswerkstätten zeichnen sich oft durch eine ausgeklügelte Teilelogistik aus. Wie lange muss der Kunde bei Ihnen auf Teile warten?

T. Tietje: Mit der Komplexität der Fahrzeuge nimmt auch die Komplexität der Teilelogistik zu. A.T.U hat deshalb pro Filiale 15.000 Artikel auf Lager. Welche Werkstatt in Deutschland hält heute noch so viele Teile auf Lager? Dazu zählen neben den Ersatzteilen zwar auch unsere Shop-Produkte. Dennoch: Für Massenmodelle wie den VW Golf oder den Opel Astra haben wir alle gängigen Teile vor Ort, da können wir auch den Schnellservice machen. Für gezielte oder komplexere Reparaturen sind natürlich Termine notwendig.

– Der Fahrer eines Honda Accord wartet also länger als der Focus-Fahrer auf Teile?

T. Tietje: Nicht unbedingt. Wir richten uns bei der Teilebevorratung nicht nur nach der Zulassungsstärke eines Modells, sondern auch nach seiner Frequenz in den A.T.U-Werkstätten. Deshalb richtet sich unsere Bevorratung auch nach der Gängigkeit der einzelnen Teile. Außerdem tauschen die Filialen Teile auch untereinander aus. Das kann die Lieferzeiten unter Umständen auch extrem verkürzen.

– Welche Rolle spielen Rahmenverträge mit Blick auf die Prozesseffizienz?

T. Tietje: Unsere Kunden können mit uns klassische Rahmenverträge abschließen. Wir haben aber auch Serviceverträge für bestimmte Dienstleistungen, also Wartungsverträge oder Wartungspauschalen. Wir können also genau auf die Bedürfnisse der Kunden eingehen. Die Verträge bieten verlässliche Konditionen. Der Kunde kennt also seinen Preis, was wichtig ist für seine Kalkulationssicherheit.

– Wie preisen Sie die Wartungspauschalen genau ein?

T. Tietje: Ganz individuell. Wir fragen dazu gewisse Daten ab: Wie viele Kilometer fährt das Fahrzeug? Wie lang ist die Haltedauer? Und anderes. Dann simulieren wir, welche Kosten sich daraus ergeben und berechnen auf dieser Grundlage die Wartungspauschale.

– Bevorzugen Sie Flottenkunden bei der Terminvergabe?

T. Tietje: Grundsätzlich machen wir bei der Terminvergabe keinen Unterschied zwischen B2B- und B2C-Kunden. Allerdings ist es so: Je mehr Informationen wir über einen Fuhrpark haben, desto schneller können wir das Fahrzeug ein- und auschecken. Wenn wir zum Beispiel die Fahrzeugdaten kennen, nimmt der Eincheckvorgang in der Filiale wesentlich ab. Wir hatten bereits über die proaktive Terminvereinbarung gesprochen: Da ist der Auftrag ebenfalls so weit vorbereitet, dass der Kunde nur noch in die Filiale kommen muss.

– Herr Tietje, herzlichen Dank für das Gespräch.

| Interview: Christian Frederik Merten

Anzeige

AUTO-LANGZEITMIETE

EINFACH. FLEXIBEL. CLEVER.

WWW.MASKE.DE



EINFACH FAHREN

MASKE