

# Profitbringer im Betrieb

— Die Dialogannahme ist ein wichtiges Instrument im modernen Autohaus. Richtig angewandt stärkt der Serviceberater dort die Kundenbindung und fördert das Vertrauensverhältnis zur Werkstatt. Im Autohaus Wolfert in Großwallstadt ist man von den Vorteilen der Dialogannahme überzeugt.

**D**ie Dialog-Annahme ist das Herzstück unseres Autohauses.“ Davon ist Adam Wolfert Junior, Geschäftsführer des Ende 2008 eröffneten Autohauses in Großwallstadt, das verkehrsgünstig am „langen Handtuch“, einer vierspurigen Schnellstraße zwischen Obernburg und Aschaffenburg liegt, überzeugt. Nicht nur Wolfert, auch sein Werkstattleiter Patrick Hefter und die gesamte 25-köpfige Crew steht hinter dem Konzept. „Nur wenn alle Beteiligten an einem Strang ziehen, lässt sich die Philosophie, die hinter dem Begriff Dialogannahme steckt, auch in der Praxis umsetzen“, weiß Rudolf Kunkel, Geschäftsführer der Brosig & Kunkel GmbH. Kunkel versteht sich als vehementer Verfechter der Dialogannahme und hat sich im Laufe vieler Jahre bundesweit einen Namen in Sachen Werkstattkonzepte gemacht und viele Unternehmen mit seiner Überzeugungskraft von der Notwendigkeit eines modernen und vor allem kundenorientierten Service überzeugt. „Viele



Bauherren haben erkannt, dass das Servicegeschäft der Profitbringer im Unternehmen ist“, weiß Kunkel aus Erfahrung.

## Verlängerte Serviceintervalle zwingen zum Umdenken

Aufgrund verlängerter Serviceintervalle und rückläufiger Reparaturanfälligkeit der Automobile werden die Werkstattaufenthalte immer seltener. Kommt der Kunde dann in den Kfz-Betrieb, so ist es umso wichtiger, sich intensiv um ihn zu kümmern. Lange Wartezeiten sind zu vermeiden. Dafür sind die Dialoge mit dem Kunden umso mehr auszudehnen. Zwanzig Minuten hält Kunkel aufgrund von Erfahrungswerten für angebracht und weiß, dass ein Serviceberater etwa zwölf Fahrzeuge pro Tag betreuen soll. „Nicht um-

Serviceberater Patrick Miltenberger ist es wichtig, das Auto des Kunden genau zu überprüfen und dabei jede zusätzliche Unregelmäßigkeit zu zeigen. „Dafür rechne ich etwa 20 Minuten Zeit ein. Nur so kann ich Vertrauen aufbauen. Das wird mir immer wieder von den Kunden bestätigt“, sagt Miltenberger.

Das Herzstück des Betriebes ist die Dialogannahme. Geht es nach Rudolf Kunkel, so haben sich alle Abteilungen eines Autohauses an diesem Arbeitsbereich auszurichten. Fotos: Rodenbüsch

sonst heißt der Arbeitsplatz des Serviceberaters Dialogannahme“, sagt Kunkel. Hier führt der Serviceberater den Dialog mit dem Kunden. „Und zwar ungestört, ohne lästige Telefonate und Fragen von Mitarbeitern zwischendrin.“ Kunkel legt zudem großen Wert auf die „Sichtdiagnose“. Das bedeutet: der Arbeitsplatz des Serviceberaters sollte nicht mit technischen Prüfgeräten überfrachtet sein. „In der Dialogannahme stehen der Kunde und die Kompetenz des Serviceberaters im Mittelpunkt und nicht die Werkstattausrüstung“, erklärt Kunkel.

Exakt diese Maßnahmen hat das Autohaus Wolfert umgesetzt. Zwei Serviceberater, jeder verfügt über einen eigenen Arbeitsbereich, bedienen etwa 20 Kunden, die täglich die Werkstatt aufsuchen. So hat jeder Berater die erforderliche Zeit, mit seinem Kunden alle notwendigen Maßnahmen, seien es Reparaturen oder Wartungsarbeiten, mit der nötigen





Geschäftsführer Adam Wolfert hat die Investition von gut drei Millionen Euro für den neuen Betrieb nicht bereut. Zudem ist Wolfert davon überzeugt, dass das Konzept der Dialogannahme in die Zukunft gerichtet ist.

Eine exakte Terminierung bietet die Termin- und Kapazitätsplanung (TKP). Damit lassen sich unter anderem bereits bei der Terminplanung Einblicke über den derzeitigen Stand der Werkstattauslastung überschauen.

Ruhe zu besprechen und auf eventuell anfallende Arbeitserweiterungen hinzuweisen, die bei der Sichtdiagnose ins Auge fallen.

### Termin- und Kapazitätsplanung (TKP) ist wichtig

Die Kundenberatung beginnt mit der telefonischen oder persönlichen Ter-

cken frei. Sie kennen auch die innerbetrieblichen Abläufe und verfügen über die notwendigen Produktkenntnisse. Eine exakte und möglichst pannenfreie Terminierung bis hinein in den Werkstattablauf ist allerdings nur mit einer EDV-gestützten Hilfe möglich.

Hierfür nutzt man beim Autohaus Wolfert die so genannte Termin- und Kapazitätsplanung (TKP) der soft-nrg Development GmbH. Ein Programm, das den Assistentinnen schon beim ersten Kundenkontakt genauen Einblick über den derzeitigen Stand der Werkstattauslastung gibt, das aber noch viel mehr kann. So gibt die Termin- und Kapazitätsplanung Auskunft, wann welcher Servicetechniker seinen Arbeitsauftrag erledigt hat, ob es gar Verzögerungen oder Zusatzarbeiten gibt. Wie viel Gesamtkapazität noch frei ist. Oder, welcher Spezialist für eine dringende Reparatur freigestellt werden kann. Diese und noch weitere Hinweise stehen über die interne Vernetzung Serviceassistentinnen, Serviceberater, Werkstattleiter und natürlich der Geschäftsleitung zur Verfügung.

„Das Programm, das sich mit weiteren Modulen verknüpfen lässt, gibt uns große Planungssicherheit. Ergänzungen, die unsere beiden Serviceberater bei der Überprüfung der Kundenfahrzeuge eventuell durchführen müssen, Zusatzarbeiten, die im laufenden Arbeitsprozess gemeldet werden, lassen sich schnell ändern und aktualisieren, gleichzeitig das komplette Auftragsportfolio des Tages ohne großes Nachdenken“, erklärt Patrick Hefter. Mit der Termin- und Kapazitätsplanung lasse sich auch das komplette Reifenlager für neue und eingelagerte Reifen der Kunden steuern. Auch die Vergabe von Leih- oder Vorführwagen werde damit gemanagt.



### Mitarbeiter fördern heißt hier die Devise

Noch so gute Programme oder Maßnahmen laufen ohne das Engagement aller Mitarbeiter ins Leere. Voraussetzung hierfür sind qualifizierte Aus- und Fortbildungsmaßnahmen und das Vermögen, auf die Bedürfnisse der Kunden einzugehen“, sagt Geschäftsführer Adam Wolfert Junior. „Ich stehe voll hinter dem Konzept der Dialogannahme und weiß, dass damit ein wichtiger Schritt zur Vertrauensbildung zwischen Kunde und Werkstatt geschaffen wird“. Immerhin hat Wolfert fast drei Millionen Euro in den modernen Neubau investiert. Eine Investition in die Zukunft, die sich nur mit Wagnis und dem entsprechenden Mut für Neues realisieren lässt.

Peter Rodenbüsch



Obwohl schon vor fast zwei Jahren eröffnet, sieht Rudolf Kunkel (links) hin und wieder nach dem Rechten. Kleine Details werden vor Ort mit Werkstattleiter Patrick Hefter vor Ort besprochen.

minansprache. Alle Fäden laufen bei den beiden Serviceassistentinnen zusammen, die mitten im Ausstellungsraum positioniert alle relevanten Arbeitsbereiche gut überblicken können.

Sie koordinieren, vereinbaren Termine und halten den Kundenberatern den Rük-

