

Rettungsanker Aftersales



Die akuten Sorgen im Service: Standards und das Personal bereiten Kopfschmerzen.

© Foto: e-stockstudio/Getty Images/iStock

Auf den Schultern der Werkstätten lastet offenbar der Erfolg der gesamten Handelsbranche. Die aktuelle Ausgabe des AUTOHAUS pulsSchlags fahndet daher gezielt nach den aktuellen Herausforderungen im Aftersales.

Mehr zum Thema

AUTOHAUS pulsSchlag

- ▶ Die Zukunft des Automobilhandels
Direktvertrieb als größte Sorge
- ▶ AUTOHAUS pulsSchlag Juni
Die Rolle des Handels verändert sich
- ▶ AUTOHAUS pulsSchlag
IT ist Vertrauenssache

Von AUTOHAUS-Chefredakteur Ralph M. Meunzel

Die Werkstattauslastung ist seit Jahren auf relativ hohem Niveau – und die Autohäuser verdienen ihr Geld vor allem im Service. Gerade jetzt, da die Verkaufserlöse trotz boomendem Markt bei vielen in den Keller gehen und sogar bei mancher Premiummarken nichts mehr verdient wird, ist das Aftersales-Geschäft der Rettungsanker. Im aktuellen AUTOHAUS Panel geht es im Juli daher um das Thema "Herausforderungen im Service".

Die aktuellen Handlungsfelder sind nach Angaben der Befragten die Vorgaben (Standards) der Hersteller, die Digitalisierung und der Personalmangel. Drei Bereiche also, die das Autohaus ziemlich beschäftigen – und das hat leider nichts mit dem Markt zu tun. Wenn man sich das eigentliche Geschäft anschaut, so sind 56 Prozent der Meinung, dass das Ende der Fahnenstange noch längst nicht erreicht ist.

Fast schon Facharzt-Niveau

Die Mehrheit glaubt, dass sich die Auslastung noch weiter steigern ließe. Das würde sicher auch zu geringeren Wartezeiten und damit zu einer höheren Kundenzufriedenheit führen. So muss der Kunde inzwischen bei 40 Prozent der befragten Entscheider im Autohaus länger als zwei Wochen auf einen Servicetermin warten. Das ist ja fast schon Facharzt-Niveau und sollte auf Dauer reduziert werden. Bei 26 Prozent der Werkstätten erhält man den Service innerhalb einer Woche.

Als Maßnahmen schlagen die Interviewten unter anderem Optimierungen in der Organisation, bessere Mitarbeiterführung und eine stärkere Ausbildung vor. Man weiß also, was getan werden muss! Das Aftersales-Geschäft ist zu wichtig, als dass man es einfach mitlaufen lässt. Das Thema Personalmangel kreist damit wie ein Damoklesschwert über der Branche. Den Mangel an guten Leuten begründen die Fachleute unter anderem damit, dass die junge Generation anders tickt, zu wenig in die Mitarbeiterbindung investiert wird und man zu wenig ausbildet.