

FESER-GRAF-GRUPPE

Auf dem Weg zur Service-Champions League

Mit der Einführung des SAC-Konzeptes entlang der Servicekernprozesse hat sich die Feser-Graf-Gruppe effizienter aufgestellt. Mit durchschlagendem wirtschaftlichen Erfolg!



Erfolgreiche Zusammenarbeit: Jürgen Niemann und Udo Schöneis von SAC mit Stefan Bachmann, Till Heinrich und Markus Kugler von Feser Graf.

Der Aftersales-Bereich ist in der Regel die Cashcow im Autohaus. Auch wenn der Vertrieb schwächelt und/oder die Margen aufgrund des Vertriebsdrucks ausgelöst durch ein Überangebot an Fahrzeugen und der Volumenvorgaben der Hersteller und Importeure sich in Richtung Keller bewegen. Wenn das Autogeschäft allerdings beherrscht wird und die versprochenen Erträge liefert, dann macht eine lukrative Serviceabteilung noch mehr Spaß. Dann können die Erträge aus dem Aftersales bei Bedarf auch fehlenden Profit im Verkauf ausgleichen.

Aftersales-Anteil steigt

Die Feser-Graf-Gruppe in Nürnberg macht rund eine Milliarde Euro Umsatz und gilt sicher als eines der vertriebs-

stärksten Autohäuser in Deutschland. „Bisher haben die Erlöse im Vertrieb zu rund 70 Prozent zum Konzernergebnis beigetragen, 2017 lieferte der Service rund die Hälfte des Ertrags“, sagt Markus Kugler, Geschäftsführer Feser, Graf & Co. Automobil Holding GmbH, anlässlich eines Gesprächs mit AUTOHAUS im größten Betrieb der Gruppe, dem Autozentrum Feser. Das führt Kugler einerseits auf das schwierige Fahrzeuggeschäft ausgelöst durch die Dieselkrise zurück, andererseits auf die inzwischen konsequent umgesetzte Restrukturierung, die zu wesentlich schlankeren Prozessen und reibungsloseren Abläufen im Service, zu einer deutlich gestiegenen Auslastung, höherer Transparenz als je zuvor und deutlich erhöhten Erträgen geführt hätten.

Hier in der Heisterstraße hat Firmenchef Uwe Feser für Volkswagen unter anderem eine eindrucksvolle Dialogannahme halbkreisförmig mit zehn Annahmepätzen verwirklicht. Doch die Hardware ist das eine, ein funktionierender Serviceprozess das andere. „Letztlich geht es darum, genau das zu erfüllen, was wir dem Kunden versprechen, und das sind die Basics“, sagt Geschäftsführerkollege Till Heinrich.

„Die Einführung des VW DMS Cross ab 2016 stellte uns dabei zusätzlich vor neuen Herausforderungen“, so Heinrich. Die Abbildung des Servicekernprozesses im neuen System hätte sich schwieriger gestaltet, als vorher erwartet. Im Kern sei es darum gegangen, die Werkseinstellungen des Systems auf die individuellen Vorgaben im Service anzupassen. Mit der Umsetzung eines Coaching- und Beratungskonzepts hat man jetzt genau diese Vorgaben erfüllt.

Konsequente Prozessorientierung

Dafür hat die Feser-Gruppe die Prozessspezialisten SAC (Schöneis Automotive Consulting, www.s-a-c.net, info@s-a-c.net) aus Rhaderfehn engagiert. Die beiden Geschäftsführer Udo Schöneis und Jürgen Niemann haben sich mit ihrer Beratungsgesellschaft auf die Umsetzung der Kernprozesse im Service durch eine kon-

KURZFASSUNG

Gemeinsam mit den Prozessspezialisten SAC verbessert die Feser-Graf-Gruppe Kundenzufriedenheit und Profitabilität im Service. Betriebliche Leistungskennzahlen – etwa das Verhältnis von geleisteten zu abgerechneten Stunden – belegen den Erfolg. Der Händler kann jederzeit erkennen, wo er steht und wo eingegriffen werden muss.



Gesamt-Mittelwert alle		100,25%	101,77%	
Stand		31.03.2018	28.02.2018	
31.03.2018	2018			
Lfd. Nr.	Jahresleistung	Januar	Februar	März
101	101,64%	101,60%	101,60%	101,64%
102	107,74%	110,80%	113,55%	107,71%
103	101,60%	108,13%	101,11%	101,60%
104	101,51%	104,73%	101,60%	101,51%
105	101,60%	101,60%	101,60%	101,60%
106	102,33%	107,07%	101,60%	102,33%
107	108,53%	104,80%	114,33%	108,56%
108	111,00%	107,11%	101,60%	111,00%
109	107,12%	102,09%	101,60%	107,12%
110	102,77%	100,49%	107,51%	102,77%
111	113,29%	108,79%	107,31%	113,29%
112	101,60%	101,60%	101,60%	101,60%
113	101,60%	101,60%	101,60%	101,60%
114	101,60%	101,60%	101,60%	101,60%
115	101,60%	101,60%	101,60%	101,60%
Anzahl 15	100,25%	101,77%	101,77%	100,25%

Mit dem SAC-Konzept können die Autohaus-Mitarbeiter jederzeit erkennen, wo sie stehen und wo sie eingreifen müssen.

Stefan Bachmann, Geschäftsleitung Auto Zentrum Nürnberg-Feser (I), mit Jürgen Niemann von SAC

sequente Prozessorientierung fokussiert. „Wir konzentrieren uns von Anfang an auf das Coaching aller Mitarbeiter im Service und verzichten auf umfangreiche Powerpoint-Präsentationen. Der Fokus liegt auf Einzeltrainings ‚on the job‘. Damit gewinnen wir das Vertrauen der Kollegen und der Führungskräfte und erzielen unmittelbare Erfolge“, erklärt Udo Schöneis die Vorgehensweise. Die beiden Experten haben selbst Jahrzehnte im automobilen Service gearbeitet und verstehen sich auch als Cross-Spezialisten. „Wir haben an der Einführung vor zehn Jahren mitgearbeitet“, so Niemann.

Für beide ist Cross eines der leistungsfähigsten DMS, das auf dem Markt erhältlich sei. Richtig angewendet, würden die Betriebe über ein Informationssystem verfügen, das nicht nur die betriebliche Performance jederzeit abbildet, sondern auch jeden Mitarbeiter über seinen Leistungsgrad informiert und die Schwachstellen im Prozess aufdeckt.

„Allerdings tauchen bei der Einführung mit den Werkseinstellungen häufig Probleme für die Betriebe auf“, gibt Schöneis zu. Da gehe es um schlechtere Betriebsergebnisse, fehlende betriebswirtschaftliche Zahlen, Prozesse, die nicht reibungslos ablaufen, und unzufriedene User und Kunden. „Wenn man den Servicekernprozess im System richtig abbildet, ist Cross allerdings ein wunderbares Instrument, um die Serviceprozesse optimal zu steuern und die Erträge zu maximieren“, erklärt der Spezialist und weiter: Ohne ein transparentes System würden

viele Betriebe im Blindflug fliegen, Servicequalität und Kundenzufriedenheit sind dann Zufall, die Mitarbeiter sind überfordert, für die Kunden ist das Serviceerlebnis ein Abenteuer und die notwendigen Erträge würden bei weitem nicht erreicht.

Leistungskennzahlen

Uwe Feser hat sich deshalb entschlossen alle Betriebe seiner Gruppe eine Expertise der Prozess-Spezialisten zukommen zu lassen. Dabei geht es darum, durch das Beherrschen der Servicekernprozesse in Verbindung mit einem individuell angepassten Dealer Management System ein Optimum an Kundenzufriedenheit und Profitabilität zu erreichen.

Um die Erfolge zu belegen, arbeitet SAC deshalb mit sogenannten KPI als betriebliche Leistungskennzahlen. Als die wichtigsten Kennzahlen nennt Schöneis

beispielsweise den Leistungsgrad, also das Verhältnis von geleisteten zu abgerechneten Stunden. „Gute Mechaniker schaffen zwischen 110 bis 115 Prozent, die sehr guten 120 Prozent. Wer 130 Prozent erreicht, spielt in der Champions League. Pro Auftrag sollten bei Volkswagen rund 2,5 bis 2,7 Stunden aufgeschrieben werden, bei Audi über drei Stunden“, so Schöneis.

Durch die Verbesserung der KPI belegen die Berater, was bisher erreicht worden ist, bzw. ob sich das finanzielle Engagement und der Zeitaufwand lohnen. Bei rund 40 Betrieben hätte man bisher schon deutliche Verbesserungen in den Serviceprozessen und beim Ertrag erzielt, sagt Udo Schöneis. Das kann Till Heinrich bestätigen: „Das SAC-Konzept war für uns Gold wert, wir können jederzeit erkennen, wo wir stehen und wo wir eingreifen müssen, um die Prozesse zu verbessern.“ *Ralph M. Meunzel*



In der Heisterstraße hat Firmenchef Uwe Feser für Volkswagen eine eindrucksvolle Dialogannahme halbkreisförmig mit zehn Annahmepätzen verwirklicht.