



AVP Autoland in Burghausen

## AVP AUTOLAND

# Mehr Spaß am Service

Prozesse sind im Aftersales besonders wichtig. Wer diese beherrscht, kann einerseits mehr Lohn- und Teilerlöse erzielen und gleichzeitig den Leistungsgrad steigern. Die AVP Autoland Gruppe hat das mit Unterstützung der Schöneis Automobile Consulting (SAC) gerade vorgemacht.

von Ralph M. Meunzel

**D**rei Dinge sind im Aftersales besonders wichtig, Prozesse, Prozesse und nochmals Prozesse. Wer diese beherrscht, kann einerseits mehr Lohn- und Teilerlöse erzielen und gleichzeitig den Leistungsgrad steigern. Die AVP Autoland Gruppe mit Hauptsitz in Plattling hat das mit Unterstützung von SAC (Schöneis Automotive Consulting) gerade vorgemacht.

Das stationäre Verkaufsverbot von Neu- und Gebrauchtwagen während der Hochphase der Pandemie hat die Bedeutung des Servicegeschäfts nochmals deutlich gestärkt. Ohne Aftersales-Geschäft wären viele Betriebe in noch größere Schwierigkeiten geraten. Die Werkstatt wurde für viele zum Rettungsanker. Hier wird auch in Zukunft das notwendige Geld verdient. Noch ist der Normalzustand bei der Werkstattauslastung allerdings noch nicht erreicht. Wer dieses Geschäft im Griff hat, kommt aber sicher eher wieder auf die gewohnten Drehzahlen bei Umsatz und Ergebnis. Das gilt auch für das AVP Autoland. Die größte Autohaus-Gruppe in Ostbayern mit Sitz in Plattling vertritt sechs VW-Kon-

zernmarken, verfügt über 16 Standorte, darunter vier Porsche-Zentren, und beschäftigt über 700 Mitarbeiter.

## Mehr Umsatz und Ergebnis

Vor 18 Monaten hat man sich nach einer Potenzialanalyse durch SAC (Schöneis Automotive Consulting) für eine vielversprechende Investition in den Service entschieden und sich in die Obhut des Beratungsunternehmens begeben, das bereits für mehrere große Gruppen des VW-Konzerns erfolgreich tätig war (AUTOHAUS berichtete). Im Sommer wird man, trotz Verzögerungen durch Corona, das SAC-Projekt zur Potenzialsteigerung im Service erfolgreich abschließen. „Es hat sich inzwischen viel getan. Wir konnten die Lohnerlöse im Durchschnitt pro Standort und über alle Marken um 20 bis 30 Prozent im Vergleich zu den Vorjahreszahlen steigern und das trotz Corona. Das hat sich auch deutlich auf das gesamte Serviceergebnis ausgewirkt“, resümiert Franz Hirtreiter jun., Geschäftsführer und Inhaber, über das Ergebnis des ehrgeizigen Coaching-Projekts. Nachdem die Prozes-

se im Pilotbetrieb in Altötting erfolgreich optimiert wurden und die Ergebnisse sich schon während der Projektlaufzeit deutlich verbessert haben, beschloss die Geschäftsleitung diesen durchdachten und maßgeschneiderten Serviceprozess in allen Standorten zu installieren.

Doch wo liegt das Geheimnis für den Erfolg des Aftersales-Projektes? „SAC verfolgt einen Ansatz, der so in der Branche einzigartig ist. Mit Hilfe der allumfassenden Betreuung im kompletten Servicebereich und der Einzelcoachings unserer Mitarbeiter am Arbeitsplatz konnte die Prozessumstellung im Tagesgeschäft stattfinden. Ab dem ersten Tag konnten wir die positiven Auswirkungen dieser Umstellung mitverfolgen und die Änderungen aktiv mitgestalten“, so Franz Hirtreiter jun. Auf die Frage „Würden Sie diesen Prozess weiterempfehlen?“ antwortete Franz Hirtreiter augenzwinkernd: „Unbedingt jedem, außer meiner Konkurrenz.“

## DMS liefert die Daten

Als Analysetool benutzt SAC die verschiedenen DMS (CROSS, VAUDIS, CARE,

usw.). Bei der AVP wird das System CROSS verwendet, welches bereits 2013 eingeführt wurde. „Dieses System liefert uns schnell und unkompliziert die notwendigen Zahlen, um die Umsetzung des Serviceprozesses zu steuern und jederzeit über das Ergebnis informiert zu sein“, so Jürgen Niemann von SAC. Wichtige Kenngrößen sind unter anderem die Lohn- und Teileerlöse pro Durchgang, der Leistungsgrad, die Auslastung, die gewährten Rabatte und der Verrechnungssatz. „CROSS sagt uns, wo das Geld versenkt wird und wo die Fehlerquellen liegen“, sagt Hirtreiter und weiter: „Mit dem alten System hätten wir diese Transparenz nicht erreicht. Wir haben aber jemanden gebraucht, der uns diese Möglichkeiten mit CROSS aufzeigt. Das System ist für uns fast wie Google im Autohaus. Wir wissen jetzt, was wir pro Auftrag verdienen, wo wir Geld verschenken, und wir verfügen über Vergleichszahlen.“

**Ohne Direktannahme keine Prozesssicherheit**

Ein wichtiger Bestandteil des SAC-Prozesses ist beispielsweise der konsequente Einsatz der Direktannahme. „Jedes Fahrzeug, das zum Service kommt, muss entweder mit oder ohne Begleitung des Kunden gecheckt werden, um den Auftrag vollständig zu erstellen und um die benötigte Zeit einzukalkulieren. Es kann nicht sein, dass der Kunde noch mal in die Werkstatt kommen muss, weil bei der Annahme nicht aufgepasst wurde“, sagt Udo Schöneis, Geschäftsführer bei SAC. Auch beim Thema Garantie und Kulanz werden die Mechaniker so geschult, dass die Auf-



**Franz Hirtreiter jun., Geschäftsführer und Inhaber AVP Autoland (I.), und Udo Schöneis, Geschäftsführer bei SAC Schöneis Automotive Consulting**

lagen der Hersteller zu 100 Prozent erfüllt und eingehalten werden.

Ein weiteres Beispiel: Beim Thema Rabatt darf dem Serviceberater auch keine Absolution erteilt werden. Hier müssen die Regeln festgelegt und im DMS hinterlegt werden. „Wir kümmern uns deshalb gemeinsam mit den Mechatronikern, Werkstattleitern, Serviceassistenten, Serviceberatern, Rechnungslegung/Gewährleistungsabrechnung, Teiledienst und Serviceleitern über mehrere Wochen um alle Details, bis der Prozess gefestigt ist“, erklärt Udo Schöneis. „So haben wir beispielsweise festgestellt, dass Termine nach der Verfügbarkeit von Werkstattdienstwagen vergeben wurden und Kunden deshalb warten mussten. Das ging zu Lasten der Auslastung und wurde mit zusätzlichen Fahrzeugen gelöst“, erzählt Franz Hirtreiter eine Anekdote aus dem Beratungsprozess. „Hier greifen viele Zahnräder ineinander, deshalb ist es schwer, einen derartigen Prozess ohne

Unterstützung von außen umzusetzen“, ergänzt der Unternehmer.

**Bonussystem im Service**

Um die Servicemitarbeiter mit ins Boot zu holen, werden die erreichten Ziele für alle dokumentiert und bereitgestellt. „Das führt auch dazu, dass sich die Mitarbeiter mit den Zahlen und mit der Entwicklung identifizieren“, meint Franz Hirtreiter. Um die Motivation zu erhöhen und die Belegschaft an der gesteigerten Service-Performance zu beteiligen, erarbeitete man bei der AVP mit Unterstützung von SAC ein Bonussystem, dessen Umsetzung nur durch Corona etwas ins Stocken geraten ist. Franz Hirtreiter weiß, dass sich in der Regel alle auf das Fahrzeuggeschäft konzentrieren und die Potenziale im Service deutlich weniger beachtet werden. Das werde sich in seinem Haus durch die permanente Konzentration auf den Serviceprozess sicher nicht mehr wiederholen, bekräftigt der Unternehmer. ■



**AVP Autoland ist die größte Autohaus-Gruppe in Ostbayern. Sie vertritt sechs VW-Konzernmarken, verfügt über 16 Standorte, darunter vier Porsche-Zentren, und beschäftigt über 700 Mitarbeiter. Im Bild: die Standorte Dingolfing (I.) und Plattling**