

Antwort statt Warteschleife

KOMMUNIKATION – Wenn ein Autohausmitarbeiter seinen Hersteller oder Importeur telefonisch kontaktieren will, wird es oft kompliziert. Seat und Skoda haben für ihre Händler eine zentrale Schnittstelle geschaffen. VON RAINER STRANG

Weite Teile des Automobilhandels fühlen sich von Herstellern und Importeuren nur unzureichend betreut. Sie quälen sich durch eine Flut von Informationen und bemühen sich, in der großen Welt der Automobilkonzerne Antworten auf alltägliche Fragen zu finden. Sie reichen vom korrekten Internetauftritt bis zu technischen Auskünften. „Da bleiben viel Zeit und Geld auf der Strecke“, sagt Bernd Schmitter, Geschäftsführer der Kölner Direktmarketinggesellschaft Jäger + Schmitter Dialog.

Skoda und Seat haben aus der Not eine Tugend gemacht und Dialog damit beauftragt, als zentrale Schnittstelle zwischen Importeur und Handel zu fungieren. Damit haben die Skoda- und Seat-Händler nur noch einen Ansprechpartner für alle Belange. Für beide Marken managt Dialog in Italien sogar den Fahrzeugverkauf an Small Fleet-Kunden. Das Unternehmen nutzt dabei seine über 20-jährige Erfahrung als Kundenbetreuer und Nummer zwei der Pannenhilfvermittler in Deutschland.

Über die Maklerfunktion im Automobilgeschäft und ihre Hintergründe ein Gespräch mit Dialog-Geschäftsführer Bernd Schmitter.

Schlechte Stimmung in Krisen besonders schädlich

AH: Herr Schmitter, benötigen Handel und Service tatsächlich eine zentrale Schnittstelle zu ihrem Hersteller oder Importeur?

B. Schmitter: Ohne Zweifel ja. Handel und Service klagen seit langem mehr oder weniger laut darüber, dass sie von ihren Herstellern und Importeuren allein gelassen werden. Die Unzufriedenheit über eine vermeintlich schlechte Betreuung ist groß und weit verbreitet. Gerade in wirtschaftlich schlechten Zeiten ist diese Stimmung nicht gerade absatzfördernd.

AH: Worüber wird konkret geklagt?

B. Schmitter: Insbesondere darüber, dass es im täglichen Geschäft zu viele Ansprechpartner gibt. Die Menge der Schnittstellen ist zu groß geworden, um sie zu beherrschen. Für die Flut von Informationen, mit denen Hersteller und Importeure Händler und Werkstätten versorgen, gilt das Gleiche. Es gibt zu viele Zuständigkeiten und Ansprechstationen. Adressaten sind oft nicht zu erreichen. Davon betroffen sind insbesondere Unternehmer, die selbstständig im Markt aktiv sind. Und das ist der größte Teil der Branche.

AH: Welche Informationen machen den Händlern das Leben schwer?

B. Schmitter: Die Vielzahl der Informationen ist das eigentliche Problem. Inhaltlich geht es um alles Mögliche, wie zum Beispiel um Informationen über Kulanz, Reparaturen, Werbung, Zei-

tungsbeileger, Rabattierung, Corporate Design, Geschäftsausstattung, technische Einrichtungen, Reparaturanleitungen, Gesetze, interne Vorgaben, Internetgestaltung, Verkauf, Marketing, Markteinführungen, Verkaufswettbewerbe, Sonderaktionen oder Point-of-Sales-Mittel. Kurzum: um alles, was Handel und Service im Tagesgeschäft beschäftigt und bewegt.

AH: Und da können Sie helfen?

B. Schmitter: Das können wir. Wir optimieren Abläufe und sorgen so für mehr Effizienz. Wir sind seit über 20 Jahren Spezialist für Kundenzufriedenheit im B-to-C- und B-to-B-Geschäft. Konkret: Wir nehmen die Fragen des Handels entgegen und beantworten sie. Davon profitieren Händler sowie Hersteller und Importeure gleichermaßen.

Zeit fürs Wesentliche

AH: Inwiefern?

B. Schmitter: Handel und Service müssen nicht mehr endlos telefonieren oder Dutzende E-Mails versenden, um Antworten auf ihre Fragen zu bekommen. Sie müssen nicht in die Tiefen elektronischer Help Desks einsteigen, um weiter zu kommen. Sie



Bernd Schmitter,
Geschäftsführer von
Jäger + Schmitter

Dialog: » Anrufer müssen nicht in die Tiefen elektronischer Help Desks einsteigen, sie haben einen Ansprechpartner, der ihnen hilft. «

KURZFASSUNG

Bernd Schmitter, Geschäftsführer der Kölner Direktmarketinggesellschaft Jäger + Schmitter Dialog, über die Rolle seines Unternehmens als Gesprächsvereinfacher:

- 1.** Die Unzufriedenheit vieler Händler über schlechte Erreichbarkeit, viele Anlaufstellen und damit schlechte Betreuung seitens Herstellern und Importeuren ist groß.
- 2.** Jäger + Schmitter Dialog hat für Seat und Skoda die Rolle des zentralen Ansprechpartners für Händler übernommen. 70% aller Fragen können sofort beantwortet werden. Das spart Zeit und Geld!
- 3.** Das Know-how erhalten die Jäger + Schmitter-Mitarbeiter aus einer Datenbank, doch sie befüllen diese auch mit Informationen aus der Branche. So profitieren Seat und Skoda davon, direkt zu erfahren, wo die Händler der Schuh drückt.

haben einen Ansprechpartner, der ihnen hilft. So sparen sie viel Zeit, die sie für ihre Kernaufgaben Verkauf und Service nutzen können. Das ist vor allem dann besonders wichtig, wenn die Geschäfte aus konjunkturellen Gründen einmal nicht so gut laufen und verstärkt akquiriert werden muss, wie das nach dem Boom, den die Abwrackprämie ausgelöst hat, jetzt wieder der Fall ist. Auf der anderen Seite erhalten Hersteller und Importeure von uns ein realistisches Bild über die Dinge, die die Verkaufsfrent bewegen. Massive Beschwerden können wir sofort weitergeben, das eine oder andere aber auch relativieren. Als zentrales Service-Center sind wir Stimme des Handels und Stimme des Werks zugleich.

AH: Woher beziehen Sie Ihre Informationen?

B. Schmitter: Über eine spezielle Wissensdatenbank. Grundlage sind die Standardinformationen des Herstellers oder Importeurs. Aber wir speisen unsere Datenbank kontinuierlich mit relevanten Zusatzinformationen, die wir im Tagesgeschäft von unseren Partnern erhalten. Ein positiver Effekt: Wir können rund 70 Prozent aller Anfragen, die uns erreichen, sofort beantworten. Das führt auch zu einer spürbaren Entlastung bei Herstellern und Importeuren.

AH: In Italien verkaufen Sie für Skoda und Seat sogar Autos?

B. Schmitter: Nicht direkt. Aber indirekt. In Italien betreuen wir über unsere Niederlassung in Verona vor allem die Händler von Volkswagen, Audi, Skoda und Seat. Wir managen aber auch den Verkauf von Skoda- und Seat-Fahrzeugen an sogenannte Small-Fleet-Kunden. Das sind Unternehmen mit bis zu neun Fahrzeugen, mit denen wir Kontakt aufnehmen, um ihnen beizeiten ein neues Auto anzubieten. Bei Interesse stellen wir den Kontakt zum örtlichen Skoda- oder Seat-Händler her. Die guten Erfahrungen, die die vier VW-Marken VW, Audi, Skoda und Seat mit uns als Händlerbetreuer und Pannenhelfer in Deutschland gemacht haben, haben bei der Entscheidung bestimmt eine Rolle gespielt.

AH: Die Autowelt besteht aber nicht nur aus Volkswagen. Warum macht Ihr Beispiel keine Schule?

B. Schmitter: Ich bin sicher, es wird Schule machen. Hersteller und Importeure werden sich den berechtigten Wünschen von Handel und Service im ureigensten Interesse nicht dauerhaft entziehen können. Schlanke Arbeitsprozesse fördern Absatz und Geschäft. ■



Santander AutoFlat.

Das Paket für Ihre Mobilität.

Für Neu- und Gebrauchtwagen.

 **Santander**
CONSUMER BANK

WERTE
AUS IDEEN