

BEST PRACTICE

Unvergleichliche Hausmarke

Im Autohaus Feddersen gehören Ölpreis-Diskussionen mit den Kunden als auch mit Lieferanten der Vergangenheit an. Mit Oil-X der Winba GmbH setzt man auf ein exklusives Produkt und einen zuverlässigen Partner.

Preise vergleichen und beim günstigsten Angebot zuschlagen ist in. Die Vergleichbarkeit vieler Produkte, sei es im Internet, beim Discounter oder im Baumarkt, macht es Schnäppchenjägern einfach. Auch Motorenöl ist immer wieder Gegenstand hitziger Stammtisch-Diskussionen unter den Autofahrern. Getreu dem Motto: „Wer mehr zahlt ist selber schuld“ brüsten sich einige damit, ihr Öl deutlich billiger als im Autohaus oder der Werkstatt zu beziehen. Im Baumarkt kaufen und in die Werkstatt zum Ölwechsel mitbringen ist gängige Praxis und wird von vielen Betrieben, wenn auch zähneknirschend, akzeptiert.

Auch das Autohaus Feddersen sah sich immer wieder mit dieser Problematik konfrontiert. Mitgebrachtes Öl oder die Frage nach günstigen Alternativen waren unter der preissensiblen Kundschaft gang

und gäbe. Also suchte man nach einer Lösung, die sowohl die wichtige Rendite aus dem Ölgeschäft als auch die Kundenzufriedenheit sichert. Mit der Winba GmbH und Oil-X fand Feddersen Automobile einen zuverlässigen Partner und ein gewinnbringendes, exklusives Qualitätsprodukt.

Top-Performer

Das Autohaus Feddersen Automobile wurde 1988 in Gronau gegründet, der jetzige Hauptbetrieb in Alfeld Leine kam 2002 durch die Insolvenz des Vorbetriebes dazu. Von damals 20 Mitarbeitern hat man sich bis heute auf 60 Mitarbeiter „hochgearbeitet“. Man ist der Platzhirsch vor Ort, wurde schon sechsmal von den Kunden ins Forum der 50 besten Volkswagen-Betriebe gewählt und war zweimal Top-Performer in der „Region Mitte“. Ser-

viceleiter Godehardt Sauthoff sagt: „Es ist für das Haus und vor allem für die Mitarbeiter immer erfreulich, wenn die Leistung von den Kunden honoriert wird. Das kann man nur erreichen, wenn die Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen zufrieden sind. Dementsprechend müssen auch die Produkte passen. Sie müssen qualitativ gut und trotzdem günstig sein und diesen Vorteil geben wir an die Kunden weiter.“

Das frühere Zonenrandgebiet südöstlich von Hannover ist auch heute noch eine strukturschwache Region. Die Kunden sind treu, aber mit einer gewissen Preissensibilität ausgestattet. „Wir können nicht beliebige Preise durchdrücken wie vielleicht Betriebe im Stadtgebiet von Hildesheim oder Hannover. Deshalb sind wir sehr transparent aufgestellt und achten bei unseren Produkten auf gute Qualität, bei



Stummer Verkäufer: Oil-X-Ständer im Empfangsbereich für den Spontankäufer

Fotos: Vahroder



Platzhirsch: Autohaus Feddersen steht in der Kundengunst ganz oben und schon sechs mal im Forum der besten 50 VW-Betriebe.



Faire Partnerschaft: Serviceleiter Godehard Sauthoff (l.) und Christoph Wicke von Winba.

der das Preis-Leistungs-Verhältnis im Vordergrund steht. Wir verkaufen den Kunden nichts, was wir nicht selbst privat auch kaufen würden. Das spüren die Kunden und danken es, indem sie wiederkommen“, so der Serviceleiter.

Langzeitqualität gefragt

Das Qualitätsbewusstsein der Kunden zeigt sich auch in einer wachsenden Nachfrage nach Leistungen über das reguläre Wartungs- und Reparaturgeschäft hinaus. So stehen Fahrzeugaufbereitungen hoch im Kurs, die Kunden achten zunehmend auf Optik und Langzeitqualität. „Dafür haben wir kürzlich einen zusätzlichen Mitarbeiter eingestellt, der vorher bei einem bekannten Pflegemittelhersteller gearbeitet hat. Jetzt kümmern sich zwei feste und zwei externe Mitarbeiter um die Kundenfahrzeuge und sind zu 100 Prozent ausgelastet“, erzählt Sauthoff.

Im letzten Jahr entschloss man sich außerdem, eine hochmoderne Waschanlage zu installieren, ebenfalls im Sinne der Kundenzufriedenheit. „Nach der Inspek-

tion zahlt der Kunde, sieht aber nicht, dass am Auto gearbeitet wurde. Deshalb lassen wir die Autos abschließend waschen, nicht nur als Service, sondern vor allem damit der Kunde merkt, dass wir das Auto in der Hand hatten“, erläutert der Servicemann.

Wachsende Nachfrage verzeichnet man auch für Zusatzeinbauten von Navigations- und Multimediageräten, Rückfahrkameras oder Standheizungen. Wie gut sich das Verhältnis zu den Kunden entwickelt hat, zeigt auch die stark zunehmende Zahl an Unfallreparaturen, die sowohl die eigenen als auch vermehrt Fremdkunden bei Feddersen durchführen lassen. „Wir haben uns im Bereich Karosserie einen guten Namen gemacht und stellen fest, dass die Kunden wenn möglich immer die Markenwerkstatt bevorzugen. Wir spüren zwar den Trend zur Schadensteuerung, haben aber auch viele Kunden, die die Differenz aus den Verträgen zur Schadensumme selbst übernehmen, um bei uns reparieren zu lassen. Auch das zeigt, dass wir ein gutes Verhältnis zu unseren Kunden aufgebaut haben“, schildert Sauthoff.

Alternative Lösungen

Das Autohaus Feddersen sieht sich als Servicepartner, mit der Betonung auf „Partner“. So ist man stets um Lösungen im Sinne der Kundenzufriedenheit bemüht. Im Ölgeschäft geht man jedoch keine Kompromisse ein. Immer wieder kommt es vor, dass Kunden nach einer günstigen Ölart fragen oder ihr Öl selbst mitbringen. „Wir weichen von unserer Ölqualität nicht ab, sondern kommen den Kunden anderweitig entgegen, so dass wir den Preisaspekt beim Öl ausklammern können“, erklärt der Serviceleiter.

Eine Zwei-Marken-Strategie ist zwar eine Option, doch lehnt Sauthoff diese für sich ab. „Stattdessen schauen wir im Bedarfsfall, dass wir an anderer Stelle einen Ausgleich schaffen, z. B. bei Aufbereitungsaufträgen oder Zubehöreinbau. Man muss den Kunden halt einmal erklären, dass für den Ölpreis auch ein Gegenwert da ist“, begründet Sauthoff die Standhaftigkeit im Ölgeschäft. Auch brachten früher vereinzelt Kunden ihr eigenes Öl mit. „Der Kunde orientiert sich an Ölmarke

KURZFASSUNG

Vergleichbare Preise schaden der Rendite aus dem Ölgeschäft, führen zu Diskussionen und unzufriedenen Kunden. Oil-X ist exklusiv im Autohaus als eigene Hausmarke erhältlich und hat Freigaben vom Hersteller. Der Lieferant Winba ist auf faire Beziehungen und stabile Konditionen bedacht.

accent
Lagertechnik

Accent Lagertechnik GmbH & Co. KG
Tel. +49 (0) 55 31/704 56 96
info@accent-lagertechnik.de
www.accent-lagertechnik.de

- Reifenregale
- Lagerregale
- Hochregale
- Reifentransportgeräte
- Büroregale
- Reifencontainer
- Reifenlagerhallen



HÖCHSTE QUALITÄT | AB LAGER | PREISWERT | FLEXIBEL



Reste vom Mitnahmeöl werden beim Service verbraucht.

und Viskosität, dass die Herstellerfreigaben entscheidend sind, weiß er nicht unbedingt. So hatten wir schon Fälle, wo der Hersteller aufgrund nicht freigegebener Ölqualität Leistungen verweigert hat. Ärger ist damit vorprogrammiert“, begründet Sauthoff das Vorgehen.

Qualität ist vielschichtig

Seit rund einem halben Jahr arbeitet das Autohaus mit der Winba GmbH zusammen und hat deren Ölmarke „Oil-X“ als Hausmarke eingeführt. Für Godehardt Sauthoff ist nach vielen Enttäuschungen, die er in seiner Zeit als Serviceleiter mit Lieferanten schon erlebt hat, die Geschäftsbeziehung zur Winba ein Lichtblick: „Offenheit, Liefertreue und Verlässlichkeit gaben den Ausschlag, und natürlich die Ölqualität mit den Freigaben der Hersteller, deren Marken auf dem Logo stehen. Besonders wichtig war für uns außerdem, dass mit Oil-X keine Vergleich-

barkeit mit Ölpreisen etwa im Baumarkt gegeben ist.“ Darauf achtete man zwar früher schon, doch häufig gab es Lieferprobleme bei zusätzlichem Bedarf, die Notwendigkeit neuer Verträge und damit einhergehende Preiserhöhungen. „Bei Winba zahlen wir vielleicht vordergründig etwas mehr, aber dafür ist die Beziehung offen und ehrlich und vor allem sind die Konditionen stabil und damit planbar“, so Sauthoff.

Christoph Wicke, der gemeinsam mit Sascha Barthel die Geschäfte von Winba führt, betont: „Das Öl ist als Renditebringer Nummer eins im Autohaus enorm wichtig, deswegen spielt auch die Planungssicherheit eine große Rolle. Uns sind Geschäfte von Mensch zu Mensch wichtig, wir wollen faire und transparente Beziehungen und damit langfristige Partnerschaften zur Zufriedenheit aller.“ Sauthoff ergänzt: „Es ist für uns sehr wichtig, einen Preis über mehrere Jahre halten zu können. Zuletzt hatten wir fünf Jahre keine Ölpreiserhöhung, auch damit haben wir für die Kunden etwas erreicht.“

Nicht x-beliebig

Auch wenn der Name „Oil-X“ es nahelegt, handelt es sich bei dem Öl nicht um ein x-beliebiges Produkt, sondern um ein Qualitätsprodukt eines namhaften Produzenten. „Damit können wir unseren Kunden eine hohe Qualität garantieren und – das Wichtigste – wir haben die namentliche Freigabe vom Automobilhersteller“, so Christoph Wicke. Die findet sich, statt Marken oder Viskositäten, sehr prominent auf dem Logo der Ölflaschen, die sich an allen wichtigen Punkten im Auto-



haus in eleganten Ständern präsentieren. Dank eindeutiger Beschriftung findet der Kunde sein richtiges Öl, ohne auf eine Beratung angewiesen zu sein. Denn auch das Mitnahmegeschäft läuft gut und hat sich bei den meisten Kunden verselbständigt. „Nicht verbrauchtes Öl füllen wir beim nächsten Service ein und legen eine neue Flasche ins Fahrzeug“, so Sauthoff, „die Kunden sprechen das bei der Fahrzeugabgabe schon an.“

Positive Entwicklung

Christoph Wicke betont: „Oil-X ist kein No-Name-Produkt, sondern in diesem Fall die Hausmarke vom Autohaus Feddersen. Deswegen steht auch nicht unser Name groß auf dem Produkt, sondern Feddersen soll es als sein Produkt verkaufen können. Für die Zukunft planen wir ein Branding mit dem jeweiligen Autohaus-Namen auf dem Logo.“

Seit rund einem halben Jahr ist Winba mit Oil-X am Markt, das Autohaus Feddersen war einer der ersten Kunden. „Oil-X ist sehr erfolgreich im Markt. Nicht zuletzt weil Oil-X als Hauptmarke wie hier oder als Zweitmarke gewinnsteigernd eingesetzt werden kann. Somit ist Oil-X für alle Autohäuser und Werkstätten interessant“, so der Geschäftsführer. Winba liefert Oil-X von Ein-Liter-Gebinden bis zur losen Ware für den Tank, bei Bedarf auch die Zapftechnik dazu. Die Verkaufsständer werden gestellt. Godehardt Sauthoff: „Auch hier zeigt sich Winba flexibel und entgegenkommend und ist stets auf für beide Seiten zufriedenstellende Lösungen bedacht. Das Öl hat sich mittlerweile zum Selbstläufer entwickelt.“ *Dieter Vähröder*

BETRIEBSDATEN

Autohaus Feddersen, Alfeld an der Leine: Vertrieb Volkswagen Pkw und Nutzfahrzeuge, Service Skoda, Audi, VW Nutzfahrzeuge

Zweigbetrieb Gronau an der Leine:
Volkswagen Service

Mitarbeiter gesamt: 60, davon Werkstatt: 20

Werkstattarbeitsplätze gesamt: 23

Werkstattdurchgänge/Tag gesamt: ca. 45

Verkauf Neuwagen: 500 p. a.

Verkauf Gebrauchtwagen: 600 p. a.