

Rohertragssteigerungen sind auch bei guten Reifenhändlern noch möglich

Oliver Mader ist neugierig, wie sein Betrieb dasteht. Er will wissen, wo er bereits gut ist und was er noch verbessern kann. Um das herauszufinden, hat sich der Reifenhändler aus Essen bei Tanja Herzig von Koru Training, Coaching & Consulting beworben, damit sie seinen Laden mal unter die Lupe nimmt. Die NEUE REIFENZEITUNG hatte zusammen mit Herzig exklusiv drei kostenlose Analysepakete „In drei Schritten zum Erfolg“ verlost. Einer der Gewinner: Premio-Reifenhändler Oliver Mader aus Essen. Seit vier Jahren gehört ihm der Betrieb in der Essener Innenstadt. „Als ich ihn übernommen habe, wurde das Geld noch zu 95 Prozent mit Reifen verdient. Heute werden 50 Prozent des Umsatzes mit Autoservice erzielt.“

Oliver Mader will seinen Betrieb nach vorne bringen



Herzig hat Kfz-Meister Richard Menzel mitgebracht. Der Mann aus Münster hat mehr als 30 Jahre als Trainer und Entwickler in der Reifenbranche auf dem Buckel und sieht sich das Unternehmen von den technischen Abläufen her an. Herzig und Menzel haben

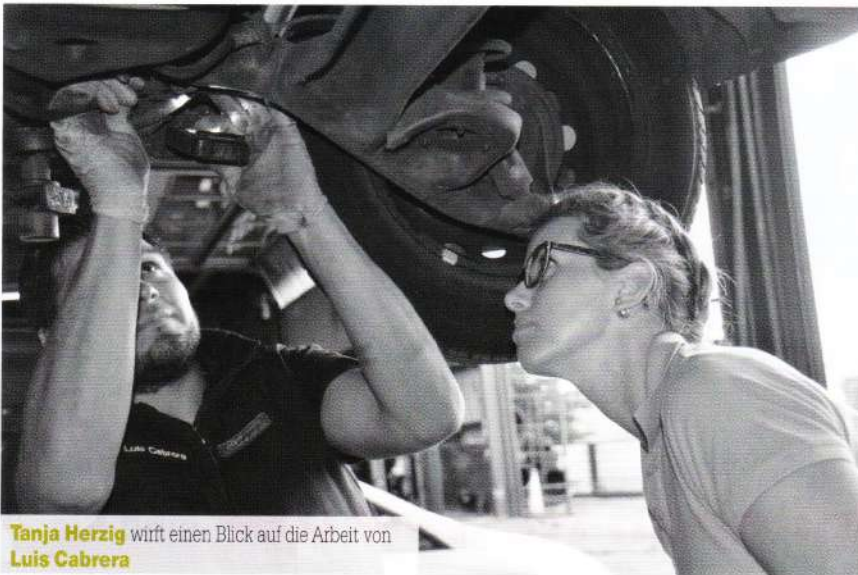
trieb schriftlich mitgeteilt. Herzig hat sich bei der Auswertung ein paar relevante Punkte herausgegriffen.

Die Anfahrt zur Firma ist durch eine gute Ausschilderung möglich. Der Betrieb liegt in einem potenzialstarken Einzugsgebiet. Vom Hof aus sind die Bürotürme großer Fir-

Bei dem Gang durch die Werkstatt und die Geschäftsräume kommen Menzel und Herzig mit den Mitarbeitern ins Gespräch. Sie stellen fest: „Wir spüren, dass Betriebsergebnisse und Ziele von den Mitarbeitern mitgetragen werden und ein reger Austausch seitens der Geschäftsführung stattfindet.“ Dies sei ein absoluter Pluspunkt. Herzig: „Nur mit einem Topteam lassen sich Topleistungen erzielen.“

Die Einstellung des Filialleiters sei ein wichtiger Schritt zur Weiterentwicklung des Betriebes. „Natürlich bedeutet dieser Schritt mit den dadurch deutlich ansteigenden Personalkosten, dass der Ertrag aus der Werkstatt ansteigen muss.“ Dies sei aber aus Sicht der Experten möglich, „denn hier wird ein erprobtes Betriebskonzept gelebt“. Durch eine weitere Verfeinerung des Konzeptes und qualifizierte Trainings der Mitarbeiter sei eine deutliche Umsatz- und Rohertragssteigerung möglich, steht in der Auswertung.

Vom optischen Eindruck des Betriebsgeländes und der Gebäude wurden die Profis überzeugt. Menzel hat die Arbeitsgeräte und Werkzeugschränke genau in Augenschein genommen. Er lobt: „Das Unternehmen ist gut sortiert, und die Mitarbeiter halten Ordnung. Hier kann schnell unangemeldet an den unterschiedlichsten Autos gearbeitet werden.“ Sauberkeit und Ordnung wären sehr wichtig, denn die zeugen von qualitativ hochwertiger Arbeit und „die Kunden wollen sich aufgehoben fühlen“. In Essen ist



Tanja Herzig wirft einen Blick auf die Arbeit von **Luis Cabrera**

einen Freifahrtschein von Mader in der Tasche: Sie dürfen sich die Werkstatt, Lageräume und Büros angucken und auch einen Blick in relevante Unterlagen werfen. Vier Stunden sind für den Termin angesetzt. Das Ergebnis: Obwohl vieles schon optimal läuft, ist eine deutliche Umsatz- und Rohertragssteigerung möglich. Dies hat Herzig Oliver Mader eine Woche nach dem Besuch im Be-

men in der Essener Innenstadt zu sehen. Mader: „Ich habe vor einem Monat extra einen Filialleiter eingestellt, damit ich mich mehr auf die Akquise von Firmenfahrzeugen und Mitarbeiterwagen größerer Unternehmen stürzen kann.“ Seitdem besteht das Team aus dem Filialleiter, einem Werkstattleiter (Kfz-Meister) und drei Werkstattmitarbeitern.



im Verkaufsraum und in der Werkstatt aktuelles Werbematerial zu finden. Ebenfalls ein Pluspunkt: „Es sorgt einerseits für einen positiven Gesamteindruck und führt andererseits zu Zusatzverkäufen.“

Die während des Aufenthaltes mitgehörten Telefongespräche seien durchweg freundlich gewesen, heißt es in der Auswertung. Herzig weist aber darauf hin: „Durch eine aktivere Beratungs- und Verkaufsgesprächsführung könnten jedoch mehr Kunden in den Shop geholt werden. Und mehr Kunden vor Ort bedeuten zusätzliche Potenziale zur Ertragssteigerung.“

Aufgefallen war auch die freundliche Ansprache der Werkstattmitarbeiter gegenüber den Kunden. Aber auch hier könne laut Herzig leicht mehr Rohertrag durch höherpreisige Artikel als auch Zusatzverkäufe erzielt werden. „Als Instrumente können Preis-Leistung-, Nutzenargumentationen und individuelle Bedarfsanalysen dienen“, schlägt sie vor.

Lange Zeit wurde der Sicherheits-Check im Unternehmen gar nicht eingesetzt. Dies habe sich mittlerweile geändert. Sowohl Herzig als auch Menzel legen dies Mader und den übrigen Werkstattmitarbeitern ans Herz: „Nur erkannte Mängel können kommuniziert werden. Und dies kann dann wieder zu Zusatzverkäufen führen.“ Durch eine Änderung der Priorisierung des Ablaufs und der Durchführung könne eine



Richard Menzel im Gespräch mit Tobias Olbrich

bessere Auswertung der Baugruppen erfolgen.

Die Durchsicht der Aufträge ergab: Die Dokumentation ist gut und übersichtlich, und dies sei sehr wichtig, „denn ein sauberes Auftragswesen garantiert einen reibungslosen Ablauf“. Vollständige Daten würden dabei helfen, zukünftige Aufträge zu generieren. Auch auf die Kostenvorschlag- und Angebotserstellung sei zu achten. Herzig: „Gerade in der Hochsaison können diese zu Problemen führen.“ Es sei dafür zu sorgen, dass es flüssige Abläufe gebe, welche wiederum zu einer Zeitersparnis sowohl für die Werkstatt als auch für den Kunden führten.

Gerade beim Zusatzgeschäft gebe es im Betrieb noch ungenutzte Potenziale genauso wie bei der Einlagerung, der

Bühnenbelegung und der Achsvermessung. Herzig und Menzel raten, die vier Arbeitsbühnen anders zu belegen: „Durch eine Analyse der Arbeitsabläufe kann eine Verringerung der Bühnenverweildauer und somit eine effizientere Auslastung erreicht werden.“ Die Achsvermessung des Betriebes sollte einen höheren Stellenwert bekommen. Sie werde nicht genügend genutzt. Grundsätzlich sehen Herzig und Menzel trotz der bereits guten Autoservicequote immer noch Optimierungsmöglichkeiten. Zudem könne auch noch der Absatz von Pkw-Reifen deutlich gesteigert werden.

Wichtig ist Herzig zum Schluss noch zu erwähnen: „Die Verabschiedungen der Kunden erfolgten freundlich und angenehm. Darauf sollte weiterhin sehr viel Wert gelegt werden. Denn missglückt die Verabschiedung, kann ein sonst perfekter Besuch zu einer schlechten Erinnerung werden lassen.“

christine.schoenfeld@reifenpresse.de



Der Betrieb von Oliver Mader liegt in einem potenzial starken Einzugsgebiet in Essen