

**Reifengeschäft** / Als erstes Unternehmen im Land hat die Firma Kunzmann gemeinsam mit Pirelli ein zertifiziertes QM-System für das Räder- und Reifengeschäft eingeführt.



Einfache und interessante Möglichkeit verschiedene Felgendesigns live am Fahrzeug zu zeigen

VON THOMAS SEIDENSTÜCKER

**G**ut, besser, Kunzmann – im Servicegeschäft gehört das Aschaffener Mercedes-Benz Autohaus mit seinen acht Filialen zu den Benchmarks der Marke wie der Branche. Zahlreiche Serviceideen stammen von hier, viele Preise und Auszeichnungen zieren die Vitrinen. Auch beim Räder- und Reifengeschäft gehört das Unternehmen zu den ersten Adressen, wenn man auf der Suche nach erfolgreichen Verkäufern im Lande ist. So waren wir bereits im Jahr 2004 vor Ort und berichteten über die außergewöhnlichen Ergebnisse im Räder- und Reifengeschäft sowie einige, gemeinsam mit Pirelli durchgeführte Förder- und Optimierungsmaßnahmen.

### 16.000 Stück

Inzwischen hat sich das Geschäft im Hause Kunzmann noch weiter verbessert: Rund 20 Prozent aller Kunzmann-Kunden kaufen ihre Reifen und Räder im Autohaus. Rund 90 Prozent aller Kunden, die die Reifen hier einlagern lassen, tätigen auch das Ersatzgeschäft bei Kunzmann, wie Albert Kolb, Leiter Teile- und Zubehörgeschäft, berichtet. In Summe steckt dahinter ein Potenzial von aktuell etwa 16.000 neuen Rädern und Reifen, die das Unternehmen pro Jahr dreht. Eine gewaltige Menge, mit der das Autohaus bei den vorhandenen Mitarbeitern, Räumlichkeiten und Abläufen an eine natürliche Wachstumsgrenze gestoßen ist. Aufgrund des sehr hohen Niveaus im Reifengeschäft könnte darüber hinaus die Gefahr bestehen,

dass in anderen Bereichen des Werkstatt- und Servicegeschäfts die Qualität und Kundenzufriedenheit leidet.

Mehrere Faktoren also, die es notwendig machten, bestehende Strukturen und Prozesse zu überdenken. Kolb: „Alle herkömmlichen und bekannten Maßnahmen von Pirelli wie Schulung, Mystery shopping, Preisanalysen, Marketing etc. hätten in unserer Situation nicht geholfen, das Räder- und Reifengeschäft für die Zukunft effektiv einzustellen. Gemeinsam mit Didactic Network und Pirelli haben wir uns deshalb dafür entschieden, ein QM-System speziell für das Räder- und Reifengeschäft zu installieren. Dabei wurden alle bestehenden Prozesse von A bis Z durchforstet. Das Sahnehäubchen bildet eine anerkannte Zertifizierung des Räder- und Reifengeschäfts, wobei dies im vorliegenden Fall nicht die vorrangige Zielsetzung des QM-Systems war.“

### Grenzwertkatalog

Nach rund sechs Monaten Analyse, Actionplan, Dokumentation, Workshops, Schulung und Umsetzung wissen jetzt alle Mitarbeiter des Unternehmens ganz exakt, wie die Kunden bezüglich Reifen- und Rädergeschäft zu betreuen sind und welche Funktion jeder Einzelne im Gesamtprozess Reifenverkauf einnimmt.



**Albert Kolb, Leiter Teile und Zubehör bei Kunzmann: „Mit Einführung des QM-Systems wollen wir unser Räder- und Reifengeschäft für die Zukunft ausrichten.“**

„Besonders wichtig war in diesem Zusammenhang die Prozessintegration externer Dienstleister – zum Beispiel der ausgelagerten Reifeneinlagerung und die Definition eines Grenzwertkatalogs, mit dem sich Schäden an Reifen und/oder Felgen genau beurteilen und dokumentieren lassen. Dieser Katalog mit objektiv festgelegten Kriterien ist bei uns ein absolutes Novum.

Damit erreichen wir eine deutliche Arbeitserleichterung und Zeitersparnis für den Annehmer und informieren den Kunden bei der Dialogannahme über den genauen Zustand seiner Räder und Reifen. Späteren Beanstandungen lässt sich so schon sehr frühzeitig vorbeugen“, so Ralf Stein, Zubehörverkauf Autohaus Kunzmann.

### Wachstum mit Invest

Ebenfalls auf den Prüfstand kam die Erfassung und Beurteilung der Restprofiltiefe im Rahmen der Fahrzeugannahme bzw. der Reifeneinlagerung. Auch hier erhält der Kunde einen dokumentierten Ausdruck und wird bereits bei der Einlagerung oder im Rahmen des Service auf einen bald notwendigen Tausch der Reifen hingewiesen. Die rechtzeitige und gezielte Selektion von Kunden-

Die Schaltzentrale der Kunzmann-Standorte in Aschaffenburg



# Sahnehäubchen



**Die Hauptbeteiligten der QM-System-Einführung im Räder- und Reifenverkauf (v. l. n. r.): Ralf Stein, Zubehör Verkauf, Niels Bogen, Leiter Einkauf bei Kunzmann, Albert Kolb, Leiter Teile Zubehör bei MB Kunzmann, Hartmut Hennig, GF Didactic Network, Wolfgang H. Rhein, Organisationsberater bei Didactic Network, und Jens Krieger, Local Sales Manager bei Pirelli**

reifen vor der Umrüstsaison (drei Millimeter Profiltiefe bei Sommerreifen, vier Millimeter Profiltiefe bei Winterreifen) ermöglicht zudem eine bessere Reifen-Vordisposition und Koordination der Boxenstoppterminale (Umrüstgeschäft) in der Werkstatt.

Hartmut Hennig, Geschäftsführer Didactic Network: „Mit der Implementierung des QM-Systems ließ sich eine Stabilisierung des Geschäfts auf hohem Niveau sicherstellen, ohne andere Bereiche im Service negativ zu beeinflussen. Qualität wird erlebbar, messbar und für den Kunden nachvollziehbar und das strahlt auch in andere

Geschäftsbereiche des Unternehmens ab (z. B. Zubehörvermarktung). Nun liegt es an den Verkäufern, dieses messbare Qualitätsverständnis zu kapitalisieren und vor allem das vorhandene Kundenpotenzial besser auszuschöpfen.“

Allerdings ist ein deutliches Wachstum auf 20-30.000 Räder und Reifen nur über zusätzliche Arbeitskräfte, ggf. eine Auslagerung des Geschäftsbereichs Räder und Reifen sowie investive Maßnahmen möglich. Ob man diese Richtung anstrebt, wird die Geschäftsleitung des Autohauses Kunzmann demnächst entscheiden. ■

### MASSANZUG

Bei Coaching- und Analysemaßnahmen in Autohäusern vor Ort arbeitet Pirelli häufig mit der Didactic Network GmbH von Hartmut Hennig zusammen. So auch im Fall des Autohauses Kunzmann in Aschaffenburg und der Einführung des QM-Systems für das Räder- und Reifengeschäft.

Hennig: „In vielen Autohäusern wird das vorhandene Potenzial für das Räder- und Reifen-, aber auch Zubehörgeschäft nicht ausreichend abgegriffen. Stattdessen investiert man mit mäßigem Erfolg eine Menge Kapital in die Gewinnung von Neukunden. Unser Ziel ist es, die einzelnen Potenziale herauszufiltern und anschließend über gezielte Schulungen das Geschäft im Autohaus zu verbessern. Die Bereitschaft dazu muss über die Geschäftsführung kommen.“

Im Falle des QM-Systems beim Autohaus Kunzmann hat Didactic Network auch das Lieferantenmanagement unter die Lupe genommen und klare Qualitätsvorgaben gesteckt, bei denen das Autohaus seinen Lieferanten am Ende auditiert hat. Kostenseitig mag Hennig allerdings keine genauen Angaben für die Integration des QM-Systems machen: „Wir sprechen hier von einem Maßanzug, der die jeweiligen Voraussetzungen des Autohauses berücksichtigt und diese können sehr unterschiedlich sein. Fakt ist allerdings, dass wir den Nutzen einer solchen Maßnahme eher bei großen Autohausgruppen und/oder Multimarkenhändlern sehen.“ Weitere Infos: [www.didactic-network.com](http://www.didactic-network.com)



**Hartmut Hennig, GF Didactic Network: „Viele Autohäuser greifen das vorhandene Potenzial für das Räder- und Reifen-, aber auch Zubehörgeschäft nicht ausreichend ab.“**