

Baumaschinenhersteller sollen mehr für Gewährleistung geben

Baumaschinenhersteller sollen Leistungen von Vertragshändlern im Bereich Gewährleistung besser honorieren. Dafür hat sich Günter Neuendorf, für Service und Instandhaltung zuständiges Vorstandsmitglied beim Bundesverband der Baumaschinen-, Baugeräte- und Industriemaschinenfirmen e.V. (bbi) ausgesprochen. In einem Gespräch mit der ABZ erklärte der Geschäftsführer der Potsdamer BAUSETRA Potsdamer Baumaschinen- und Nutzfahrzeug-Service GmbH, die erhöhten Beträge sollten allerdings nur dann zum Tragen kommen, wenn ein Baumaschinenhändler einen maximalen Servicegrad erreiche und so direkt zu Renommee und Absatz der Hersteller beitrüge. Bei den Händlern mahnte der Verbandsfunktionär deutlich höhere Investitionen in Kundenbindung und Marketing, außerdem ein besseres Kundenmanagement an.

Neuendorfs Initiative für höhere Zahlungen im Bereich Gewährleistung ist nach eigenen Angaben Reaktion auf Ideen der Baumaschinen- und Baustoffmaschinenhersteller vom Anfang dieses Jahres. In einem Arbeitskreis des VDMA hatten diese vorgeschlagen, das Servicemanagement und die Arbeitsqualität der Vertragshändler nach festgelegten Kriterien zu untersuchen und zu bewerten. „Ich halte diese Maßnahmen für grundsätzlich richtig“, so der 57jährige, „allerdings nur dann, wenn die Firmen, die einen maximalen Servicegrad erreichen, dafür auch von den Herstellern belohnt werden“. Konkret heißt das aus Sicht des Unternehmers: Statt der jetzt gezahlten, in vielen Fällen nicht ausreichenden Leistungsvergütung müssen die besten Dienstleister Vollkostensätze plus einen kalkulatorischen Gewinn-Zuschlag erhalten. Laut dem Manager werden damit im vorherrschenden, ausschließlich auf den Preis fixierten Wettbewerb, endlich die Qualität und die Arbeitsweise eines Unternehmens zum Erfolgsfaktor. Hinzu komme, dass mit der Auszeichnung, Vertragshändler ein deutliches Alleinstellungsmerkmal gegenüber freien Werkstätten erhielten.

Neuendorf, der in seinem Unternehmen 90 Mitarbeiter beschäftigt und als typischer Vertreter der Branche das dreigeteilte Geschäft aus Verkauf, Vermietung und Instandhaltung betreibt, erwartet von den Baumaschinenherstellern im Bereich Gewährleistung jedoch noch weit mehr: So sollten die Produzenten endlich die Möglichkeiten des Internets und der IT komplett ausschöpfen und auch die Administration von Kostenübernahmen komplett online abwickeln. Neuendorf: „Statt der heute vorhandenen Papier-Bürokratie müssen Vordrucke und Formulare für die Übernahme von Gewährleistungen in Online-Portalen bereitgestellt und 75 Prozent der Zusagen generell via Computer gegeben werden. „Bei Streit- oder unklaren Fällen kann ja weiterhin der Papierweg gewählt werden. Hilfreich wäre zudem,

Dokumentationen und Handbücher online und nicht mehr auf Papier zur Verfügung zu stellen.

Die vielfältigen Möglichkeiten der IT und des Internets sieht Neuendorf aber auch im Ersatzteilgeschäft noch nicht ausgeschöpft. Zwar wäre es heute möglich, Ersatzteile online zu bestellen und auch innerhalb von 24 Stunden geliefert zu bekommen, doch wirklicher Service bedeute, dass auch der Zeitpunkt der Auslieferung, der aktuelle Standort des LKWs und der voraussichtliche Lieferzeitpunkt online abgefragt werden könne. „Um Mitarbeiter und Kunden optimal steuern und betreuen zu können, muss Tracking and Tracing zum Standard der Lieferanten werden.“

Umsatzpotenzial ungenutzt

Kritik äußerte der seit 1998 beim bbi tätige Servicefachmann aber auch an den Baumaschinenhändlern. „Ich bin mir fast sicher, dass die Händler rund die Hälfte mehr Umsatz im Bereich Service machen könnten, würden sie nach dem Verkauf eines Gerätes konsequent Kundenbindung betreiben und Service nicht nur als Anhängsel des Vertriebes sehen.“ Für den Geschäftsführer, der die ehemalige volkseigene BAUSETRA 1991 von der Treuhand übernommen hatte und zu einem erfolgreichen Unternehmen ausbaute, heißt das: Umstellung des Kundendienstbereiches von Cost- zu Profit-Centern, Einstellung von Vertriebsmitarbeitern, die sich ausschließlich und proaktiv um den After Sales Bereich kümmern sowie umsatzabhängige Vergütung der Servicemitarbeiter.

Auch müsse das Marketing der Serviceleistungen ausgebaut werden, schließlich lebe die Branche kaum noch von Verkaufsmargen, sondern praktisch nur noch von den Add-on-Leistungen. „Wir müssen endlich lernen, nicht nur den Preis pro Stunde, sondern unsere Werte und Besonderheiten in die Waagschale zu werfen.“ Beispiele hierfür seien modernstes Diagnose- und Service-Equipment, hochwertige Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitern, die nur bei Vertragswerkstätten gegebene Gewährleistung. Neuendorf weiter: „Es reicht einfach nicht mehr, auf Full-Service-Verträge zu warten, sondern wir müssen diese aktiv und vor Ort beim Kunden zu akquirieren.“

Um das Geschäft mit dem Service wirtschaftlicher zu machen, müssten die Händler zudem anfangen, ergänzende Leistungen zu verrechnen. Neuendorf: „Warum stellen wir einem Kunden technische Expertisen und Beratungsleistungen über das richtige Zubehör und die Einhaltung von UVV - Regeln nicht in Rechnung? Warum erhalten Kunden Fahrtrainings und unverbindliche, aber für die Händler sehr Kosten intensive Maschinen-Vorführungen völlig kostenlos?“

Externe Faktoren hemmen Entwicklung

Neuendorf macht aber auch keinen Hehl daraus, dass zahlreiche externe Faktoren die Entwicklung von Servicebetrieben hemmen. So verhindere häufig die abwehrende Haltung von Hausbanken die bessere Vermarktung und Präsenz von Betrieben. „Wir müssen leider davon ausgehen, dass Basel II und das damit verbundene Rating erst nächstes Jahr richtig zum Tragen kommt und es so noch schwieriger wird, Geld für notwendige Innovationen zu bekommen.“ Schwierig sei zudem die Arbeitsmarktsituation. Trotz mehr als fünf Millionen Arbeitslosen sei es fast schon ein Glückspiel, gute Mitarbeiter zu bekommen.

Ansprechpartner für die Presse:

Press&More

Jürgen Rönsch

Tel: 02536/344911

Fax: 02536/344919

roensch@pressandmore.de,

www.pressandmore.de