

pluspunkte

Ausgabe 1/2014



Martin Steidle
übernimmt Vertriebsdirektion
Seite 2



Dauerhafte Kunden-
beziehungen mittels Garantien
Seite 1 und 2



Neues BGH-Urteil
zur GW-Garantie
Seite 3



Die Preisausschreiben-
Gewinner feiern ein Fest
Seite 4

Herzlich willkommen zur aktuellen Ausgabe der pluspunkte.

Viele Unternehmen in unserer Branche haben „Nachfolgeprobleme“, manche Betriebsschließung war die Folge davon. Unter diesem Aspekt freue ich mich sehr, dass meine Tochter Louisa seit April 2014 als Assistentin der Geschäftsführung und Marketing bei MultiPart eingetreten ist.



Louisa Dix

Wie in jedem Unternehmen gilt es, die Weichen in Richtung Zukunft zu stellen, um am Markt erfolgreich bestehen zu können. So kann ich Ihnen auch eine weitere erfreuliche Personalie von MultiPart melden: Martin Steidle ist wieder zurück. Lesen Sie dazu mehr auf Seite 2. In diesem Sinne grüße ich Sie als Ihr Waldemar Dix



Nach dem Kauf ist vor dem Kauf! Kundenbeziehungsmanagement bedeutet: Kundenbesitz geht vor Produktbesitz

Der Markt ist verteilt! Für die nächsten Jahre prognostiziert man einen stabilen PKW-Fahrzeugbestand, Wachstum gibt es nur noch bei den Nutzfahrzeugen. In verteilten Märkten kommt es umso mehr darauf an, dass man seinen Kundenbestand, seine Stammkunden pflegt und an das Haus, insbesondere an die Werkstatt, bindet. Die Marketingstrategie muss sich auf das Aftersalesgeschäft konzentrieren, denn nichts ist teurer als immer wieder neue Kunden gewinnen zu müssen.

Früher, im allgemeinen Wachstum aller Märkte, genügte für den Geschäftserfolg der so genannte „Produktbesitz“. Beispiel: Der VW-Händler der 60er oder 70er Jahre besaß am Ort „das Produkt VW“, nämlich den allseits begehrten Volkswagen, als Vertragshändler im Alleinvertrieb. Dazu bot er Service- und Reparaturleistungen an und konnte so die Kunden für sein Geschäft gewinnen und gleichzeitig mangels Konkurrenz dauerhaft halten. Das Produkt war der König. Und heute? Der nächste VW-Betrieb ist nur wenige Kilometer entfernt. Die Neu- und Gebrauchtfahrzeuge werden auch von anderen Händlern in abgelegenen Orten via Internet quasi vor Ort angeboten. Es gibt Anbieter, die EU-Fahrzeuge zu günstigen Preisen anbieten. Serviceanbieter schießen überall empor und bieten Wartung (mittlerweile auch für junge Fahrzeuge bei Erhalt der Herstellergarantie) und Reparaturen an. Spezialisten kümmern sich um Glasreparaturen, Fahrzeugreinigung, Reifen, Unfallinstandset-



Im Fokus: die Kundenbeziehungen (Foto: Fotolia).

zung, Smart-Repair u. v. a. m., selbst im Internet wächst die Zahl der Online-Anbieter für Wartungs- und Reparaturarbeiten.

Kundenbesitz statt Produktbesitz

Der Produktbesitz ist dem Markenhändler entglitten, damit allein kann man weder

Kunden sicher gewinnen noch diese dauerhaft im Betrieb halten. Die Auto-Business-Welt hat sich verändert, so wie sich andere Branchen verändert haben. Die letzten produktbezogenen Machtkämpfe

Fortsetzung auf Seite 2

MultiPart Garantie AG

Im Leimenfeld 11
D-77975 Ringsheim
Telefon: 07822 8915-0
Telefax: 07822 8915-30
info@multipart.de
www.multipart.de



Seestraße 91
CH-6052 Hergiswil
Telefon: 0041-632 69 90
info@multipart.ch
www.multipart.ch



Neuwagen- Anschlussgarantien

Gebrauchtwagen- Garantien

Händlergarantien

Kundenbindungs- Programme

Beste Fachberatung

Rasche Abwicklung

Fortsetzung von Seite 1:

„Nach dem Kauf ist vor dem Kauf“

spielen sich auf der ruinösen Preisebene ab. Zudem sind neue Wettbewerber dazugekommen. Einmal und immer wieder VW, Mercedes oder BMW gilt nicht mehr. Französische, koreanische und japanische Hersteller buhlen um die Stammkundschaft, sie werben Kunden ab, deren Markenloyalität kontinuierlich abnimmt. Wie kann man seine Kunden vor der Konkurrenz schützen? Zumal man im Handel kaum noch Gewinne generieren kann. Wenn, dann im Aftersales-Geschäft.

Kundenbesitz - die neuzeitliche Marketingstrategie

Es scheint so, als ob immer noch nur wenige Betriebe die Kunden in den Mittelpunkt ihrer Marktstrategie stellen, denn was man wirklich besitzen kann, ist der Kunde! Wenn es gelingt, dem Kunden eine sowohl emotionale wie fachliche, vorteilhafte „Heimat“ zu bieten, dann sind die Weichen richtig gestellt. Die Pflege der Kundenbeziehung muss die strategische Ausrichtung für das Autohaus sein. Das beginnt bei der persönlichen Beziehung und endet bei markt- und zeitwertge-

rechten Angeboten für das Fahrzeug im Aftersales, so z. B. die Absicherung des Risikos mit Garantien. Diese sind ein probates Instrument zur Herstellung von Kundenzufriedenheit und dienen als Grundlage für

langjährige Kundenbeziehungen. Gerade beim Fahrzeugkauf dienen Garantien, die über die Gewährleistungsfrist hinausgehen, als Kaufargument, als Qualitätsbeweis. Im Gebrauchtwagengeschäft ist die Garantie eine ganz besondere Kaufstimulanz: Fahrzeugkauf ohne Risiko! Die damit verbundene Kontaktfrequenz zur Werkstatt bietet vielfältige Umsatz- und Ertragschancen. So hat das Institut für Automobilwirtschaft (IFA) ermittelt, dass die durchschnittlichen Ausgaben für Werkstattumsätze je PKW ca. 1.200 € p. a. betragen.



Der Kundenbesitz zählt! Beste und dauerhafte Kundenbeziehungen mittels Garantien

Die 1-3-7-Formel

Ausgewählte Marketingexperten haben diese Formel im Hinblick auf Kundengewinnungs- und Kundenbeziehungsstrategien entwickelt. Die Formel hat folgende Bedeutung:

- Es kostet die „Einheit 1“, einen bestehenden Kunden zu halten.
- Es kostet dreifach mehr, einen verlorenen Kunden zurückzugewinnen - und
- es kostet 7 Mal mehr einen Neukunden zu gewinnen.

Martin Steidle übernimmt die Vertriebsdirektion bei MultiPart

Der Vertrieb von MultiPart in Deutschland und Europa ist seit dem Frühjahr 2014 wieder in bewährten Händen. Martin Steidle, absoluter Automobil-Branchenkennner und Garantie-Experte, lenkt die MultiPart-Vertriebsaktivitäten. Waldemar Dixa, Vorstandsvorsitzender, begrüßt diese Personalie ganz besonders.

Was hat Martin Steidle bewogen, diese Aufgabe bei MultiPart zu übernehmen? Welche Ziele treiben ihn an? Welche besonderen Inhalte will er realisieren? Diese Fragen und ein paar mehr sollen im folgenden Interview geklärt werden.

pluspunkte: Herr Steidle, was hat Sie bewogen, bei MultiPart als Vertriebsleiter einzusteigen?

„MultiPart ist schlechthin der ‚Erfinder‘ der Eigengarantie und hat sich mit diesem Modell am Markt gegen andere Versicherungsmodelle durchgesetzt. Man arbeitet halt gerne beim Marktführer - da kann man eigene Ideen verwirklichen.“

pluspunkte: Sie waren schon mal bei MultiPart tätig - wie war der Wiedereinstieg?

„Ich hatte eine erfolgreiche Zeit beim

Ringsheimer Experten für Garantieangebote bis 2008. Es hat mir nicht geschadet, in der Branche andere Erfahrungen zu sammeln, andere Konzepte kennen zu lernen, um daraus auch die Erkenntnis zu gewinnen, dass MultiPart das beste Angebot hat.“

pluspunkte: Welche grundsätzliche Strategie verfolgen Sie bei MultiPart?

„Ich will erster Ansprechpartner für den Automobilhandel sein. Die angespannte Marktlage zwingt die Autohäuser zum Umdenken in Sachen Kundenbindung und Liquidität. Mit der Eigengarantie-Strategie von MultiPart kann ich zusammen mit einem Vertriebsteam wertvolle Impulse geben.“

pluspunkte: Können Sie uns dazu einige Beispiele geben?

„Es geht nicht um das Verkaufen von Reparaturkosten- oder Garantieversicherungen. Es geht um ein ganzheitliches, kundenorientiertes Konzept zur langfristigen Bindung der Autofahrer/Innen an die Werkstatt bzw. an das Autohaus.“

pluspunkte: Mit dem Angebot einer Eigengarantie sind Sie aber nicht allein am Markt.

„Das stimmt, aber MultiPart ist der Pionier in Sachen Eigengarantie. Wir wissen, worauf es ankommt. MultiPart hat als einziger Anbieter in der Vergangenheit dieses Konzept aus Überzeugung und nicht als Nebenprodukt angeboten. Nicht umsonst wurde MultiPart deswegen in der Vergangenheit in Fachgremien mehrfach ausgezeichnet.“

pluspunkte: Wenn schon Eigengarantie - warum braucht das Autohaus denn noch MultiPart?

„MultiPart nimmt den Autohäusern den komplexen Garantie-Prozess ab, wir sind die Spezialisten und wir wissen, worauf es ankommt. Nehmen wir nur die Schadensabwicklung und die Abrechnung - das kann keiner besser als MultiPart. Das ist ein riesengroßer Mehrwert für das Autohaus.“

pluspunkte: Haben Sie ein Motto für Ihre künftige Tätigkeit?

„Ja, wenn ein Händler an Eigengarantie denkt, soll er gleichzeitig an MultiPart denken.“

Herr Steidle, wir danken für das Gespräch und wünschen Ihnen und Ihrem Team alles Gute.



Martin Steidle

MultiPart intern



Thomas Schmeken
† 10.6.2014

Wir trauern um unseren langjährigen Mitarbeiter, Thomas Schmeken, der durch einen tragischen Verkehrsunfall im Dienste unseres Unternehmens ums Leben gekommen ist. Wir sind fassungslos und trauern mit seinen Angehörigen um einen wertvollen Menschen.

Waldemar Dixa
und alle Mitarbeiter/Innen

Willkommen im MultiPart-Team

Louisa Dixa,
Assistentin der Geschäftsführung und Marketing



Seit April 2014 ist Louisa Dixa als Assistenz der Geschäftsführung und Marketing bei MultiPart tätig.

Tel. 07822 8915-21

Tanja Büchele, Vertrieb

Tanja Büchele ist seit Januar 2014 im Vertrieb beschäftigt und zuständig für alle Kundenanfragen.



Tel. 07822 8915-13

Tanja Fränzle, Vertrieb

Tanja Fränzle gehört seit Juni 2014 zu unserem Team und erweitert unsere Vertriebsabteilung.



Tel. 07822 8915-10

Ihr Kontakt zu MultiPart:
Telefon: 07822 8915-0
Telefax: 07822 8915-30
Mail: info@multipart.de
www.multipart.de

Langjährige Partnerschaft mit MultiPart

Herzlichen Dank für Ihr Vertrauen

Nach einem Zitat von Henry Ford I., ist „der Vertragsabschluss nicht das Ende eines Geschäftsvorganges, sondern Beginn einer langjährigen Beziehung“. Dieses Zitat könnte maßgeschneidert für die MultiPart-Unternehmensphilosophie gelten. Kurzfristige Geschäfte sind nicht unser Bestreben, ausschließlich langanhaltende Beziehungen zu unseren Partnern werten wir als Erfolg. So ist es in unserem Hause nicht verwunderlich, dass wir ständig Betrieben mit deren Unternehmern/Innen und Verantwortlichen für eine langjährig anhaltende Partnerschaft danken dürfen. Die Garantieangebote der MultiPart AG haben noch eine weitere Dimension: Sie dienen auch als Grundlage für eine langanhaltende Partnerschaft der Garantiegeber zu deren Kunden, zu unendlich vielen zufriedenen Autofahrern/Innen. Das ist in der Tat eine vollkommene WIN-WIN-Situation. Wir danken allen unseren Partnern für die angenehmen Geschäftsbeziehungen.

Autocenter Gajic, Kaufbeuren 20 Jahre beste Kooperation



Die Geschäftsleitung von Autocenter Gajic nimmt mit Dank die Urkunde von Helmut Drexel, MultiPart, entgegen

Autohaus Heidemeier, Hille 15 Jahre beste Zusammenarbeit



v. l.: Thomas Schmeken †, MultiPart und Manfred Heidemeier, Geschäftsführer

Autohaus Kluge, Leese 15 Jahre Partnerschaft



v. l.: Thorsten Kluge und Thomas Schmeken †, MultiPart

Autohaus Pieper, Stemwede 15 Jahre gelebte Kooperation



Die Belegschaft von Autohaus Pieper freut sich über die Auszeichnung

Auto Raasch GbR, Westoverledingen 10 Jahre Partner von MultiPart



Mit Dank überreichte Thomas Schmeken † von MultiPart die Urkunde an die Geschäftsführung

Schneider Automobile, Lübbecke Ein Jahrzehnt beste Zusammenarbeit



v. l.: Thomas Schmeken †, MultiPart und Markus Schneider, Geschäftsführer

BranchenSplitter

Überproduktion in Europa

Laut einer Studie der Beratungsagentur Alix-Partners liegt die Überproduktion von PKWs allein in Europa aktuell bei rund 2,5 Millionen Autos pro Jahr. Diese Fahrzeuge könnten also gebaut, aber zurzeit nicht verkauft werden. Laut Alix liegt die durchschnittliche Auslastung der Werke in Europa lediglich bei 70 Prozent. Zum Vergleich: In den USA beträgt sie mittlerweile 92 Prozent.



Die schwache Auslastung wird sich der Studie zufolge in näherer Zukunft nicht bessern. Trotz eines zuletzt moderaten Wachstums werde der europäische Markt bis 2020 auf dem Niveau von 18 bis 19 Millionen Neuzulassungen verharren. Als Gründe nennen die Experten stagnierende Einkommen und hohe Arbeitslosigkeit in der Euro-Zone sowie langfristige Entwicklungen, wie die zunehmende Urbanisierung zusammen mit der abnehmenden Bedeutung des Autos als Statussymbol und die Überalterung der Gesellschaft.

Quelle: AUTOHAUS

Fernabsatz-Gesetz: Regelungen teilweise gravierend geändert

Der Gesetzgeber hat zum Juni 2014 die rechtlichen Rahmenbedingungen für Fernabsatzverträge zum Teil gravierend geändert. Das Gesetz gilt für alle Fernabsatzverträge, die seit dem 13. Juni 2014 geschlossen wurden, betroffen ist auch das Gebrauchtwagen-geschäft. Dabei geht es insbesondere um das Widerrufsrecht zum Kaufvertrag, Kunden müssen darüber eingehend informiert werden. So ist z. B. bei einem Kontakt mit einem Interessenten auf dem GW-Platz die neue Widerrufsregel zu beachten. Unternehmer müssen diese neuen gesetzlichen Regelungen zwingend anwenden! Informationen dazu gibt es in einem vom ZDK veröffentlichten Leitfa-den: www.kfzgewerbe.de

BGH-Urteil zur Gebrauchtwagen-Garantie



Für Kfz-Betriebe ist die Gebrauchtwagen-Garantie ein wichtiges Kundenbindungsinstrument. Nun hat Ende 2013 der Bundesgerichtshof (BGH) festgestellt, dass die Anbindung eines GW-Kunden an eine bestimmte Werkstatt im Rahmen der Garantiever-sicherung weiter möglich ist, falls die Garantie unentgeltlich zur Verfügung gestellt wird.

Deshalb gilt folgende Empfehlung: Die Gebrauchtwagen-Garantie wird ausdrücklich und eindeutig unentgeltlich angeboten. So ist eine Vorgabe zur Durchführung der Wartungsarbeiten im eigenen Betrieb stattgegeben.

Urteil zum Nachlesen:

www.kostenlose-urteile.de/Urteil16866

