

HENGSTENBERG

Die Vernetzung der Handelsstufen

MOOVU.de **EASYPARTS**

Als wir in der Redaktion von einem neuen Werkstattkonzept des Hauses Hengstenberg hörten, waren wir zunächst skeptisch. Schon wieder und noch ein neues Werkstattkonzept? Und dann der Name: **moovu.de** (sprich muvyou). Kann das was werden? Autoreparaturen mit Festpreisgarantie?

Um das Konzept zu verstehen, sind einige zielführende Informationen notwendig, denn die Verzweigung von „**moovu.de**“ zu KAT, **Easyparts** und Hengstenberg ist im Grunde ganz gradlinig, aber eben erklärungsbedürftig.

Die Hengstenberg GmbH Fahrzeug und Motorenteile ist ein alteingesessenes Unternehmen aus Essen, das sich seit über 50 Jahren mit dem Vertrieb von Fahrzeug und Motorenteilen beschäftigt. Hengstenberg liefert nicht an die Werkstatt oder das Autohaus, sondern ausschließlich an den Facheinzel- und Großhandel für Fahrzeugteile. Unternehmen mit dieser Kundenausrichtung gibt es in Deutschland im Autoteile-Aftermarkt nur noch eine Handvoll.

Die Eduard Hengstenberg GmbH Hydraulik und Industrieteile ist ein Spezialist, der seine Kunden im Baumaschinenhandel, bei Anlagenbauern, bei der Bahn- und deren Zulieferern, der Bundeswehr, dem

Bergbau und produzierenden Unternehmen findet. Spezielle Zertifizierungen z.B. im Bereich der Trinkwasseraufbereitung, des Brandschutzes und der Auflagen zur schienengeführten Transporttechnologie sind sehr aufwendig, bieten auf der anderen Seite aber auch ein hohes Maß an Kundennähe und Absatzsicherheit.

Dann gibt es noch die Hengstenberg Unternehmensberatung GmbH, die ihre Dienste vor allem dem Autoteilefachhandel und den Betrieben, die sich mit Wartung und Überprüfung von Industrieanlagen beschäftigen, anbietet. Tätigkeitsfelder der Beratungs GmbH: Betriebsanalyse in den Bereichen Sicherheit und Umwelt, Bereitstellung des Arbeits- und Gesundheitsschutzes durch Sicherheitsfachkraft und Betriebsarzt, Zertifizierungen nach diversen DIN Verfahren inkl. Erstellung eines Qualitätsmanagement-Handbuchs und Durchführung externer und interner Audits, Abfallbilanz und Abfallentsorgung, Gefahrgutverordnung GGVSE.

Zurück zur Vermarktung von Autoteilen, dem Kerngeschäft (umsatzbezogen) der Unternehmensgruppe Hengstenberg. Wer sich in seiner Vertriebspolitik so aufgestellt hat, dass er nur den erwähnten

Autoteile-Einzel- und Großhandel bedient, der muss seine Logistikstrukturen so ausrichten, dass extrem kostengünstig distribuiert werden kann. Ein großer Teil der Absatzmittler von Autoteilen und Zubehör ist kooperiert und hier gibt es nicht nur leistungsstarke zentrale Logistikkonzepte, die wie in Süddeutschland auch eine untertage Belieferung ermöglichen, sondern auch starke Großhändler, die eigene Abteilungen unterhalten, um neben ihren traditionellen Werkstattkunden eben auch, und das mehrfach am Tage, den regionalen Großhandel bedienen. Diese Lieferanten haben den Vorteil, dass sie mit ihren Handelsspannen aus dem Werkstattgeschäft die geringeren Spannen aus dem Handelsbereich kompensieren können. Natürlich haben auch die vielen Lieferanten aus dem Umfeld der Sortimentsoptimierer den regionalen Großhandel entdeckt und sich in der eigenen Logistik so aufgestellt, dass man verbindlich am nächsten Tag liefert. Hengstenberg musste sich also im Grunde seine eigene Kooperation schaffen, um sich seinen Absatz zu sichern.

Von den rund 500 Kunden im ganzen Bundesgebiet haben sich 180 Einzel- und Großhändler entschlossen, dem KAT-Partnerschaftssystem beizutreten. Diese Händler sind nicht kooperationsgebunden und sehen in der umfangreichen Beratung und der kostenlosen Nutzung der elektronischen Teilekataloge erhebliche Vorteile. Die Lieferanten von Hengstenberg unterstützen das KAT-Bindungssystem, denn je mehr Versorger für den Fachhandel am Markt agieren, um so geringer ist die Chance der ganz großen und der bedeutenden Kooperationen „monopolistischen Druck“ im Rahmen von Bonuskaskaden auszuüben.

Nun ist die Verbindung eines Großhändlers zu seinen Absatzmittlern aus dem Handelsbereich die eine Seite der Medaille. Der Handelskunde verkauft ja seine Teile im Wesentlichen an die Werkstatt weiter. Die Werkstatt wurde in den letzten zehn Jahren von den sie beliefernden Lieferanten mit Wohltaten überschüttet, die man in der Tat Wohltaten nennen muss. Unter dem Begriff Kundenbindung entstanden nicht nur hocheffiziente Werkstattsysteme, wo auch die Teileindustrie kräftig mitmischte (AutoCrew, Automeister, Bosch CarService), sondern es begann ein Wettbewerb mit Unterstützungsmaßnahmen, die über die Systemzentralen gesteuert wurden und im Grunde genommen bei den Lieferanten des Großhandels landeten. Hier gab es eben eine neue Stufe in den „Bonuskaskaden“, die dann x-Prozent Vergütung vom

Umsatz für Unterstützungsmaßnahmen des Werkstattkonzepts hieß. Im Laufe der Jahre wurden diese Werkstattssysteme je nach Bedürfnis der Kunden so maßgeschneidert, dass nun einzelne Großhändler bis zu fünf verschiedene Kategorien von Systemen steuern, pflegen und unterstützen.

Die rund 180 Hengstenberg-Kunden aus dem KAT-Kreis brauchten also ein System, um mit den Wettbewerbsangeboten mithalten zu können. Die geforderten Leistungsbausteine waren erheblich. Nicht nur die gesamten Identifikationsbausteine zur Teilebestimmung waren notwendig, sondern auch Unterstützungsmaßnahmen für die Werkstatt, so wie sie der Wettbewerb nicht nur versprach, sondern auch täglich lebte. Ob Ersatzwagen für die Werkstatt, mit erheblichem Sponsoring aus den Bonuskaskaden, ob Plakat- oder Handzettelwerbung, ob Auslobungen und Wettbewerbe zur Werkstatt des Jahres, ob Reisen und Schulungen, ob Finanzierungsunterstützung oder der Inzahlungnahme bei gebrauchten Werkstatteinrichtungen - die gesamten Maßnahmen zur Absatzsicherung sind beträchtlich.

Hengstenberg musste also reagieren. Das Unternehmen gründete zu diesem Zweck die **Easyparts GmbH**, auch aus dem Grunde, dass seine Handelspartner im stark überbesetzten Teilemarkt weiter existieren können. Im Vorfeld dieser Berichterstattung haben wir uns mit dem System **Easyparts** näher beschäftigt und waren sehr erstaunt über das umfangreiche Know-how, das in diesem System steckt. Die Partner sind online angebunden und können im Grunde alle Daten abfragen, die vergleichbare Portale bieten: Ob technische Daten, Fehlercodes, Anzugsdrehmomente, Arbeitswerte, Wartungsintervalle - viele zusätzliche Angaben sind online abrufbar. Natürlich ist eine Bestandsauskunft über die sofortige Lieferfähigkeit möglich, das kann der angeschlossene Händler durch seine eigene angeschlossene Wartenwirtschaft selber steuern.

, denn so kann der Warenkorb des Werkstattkunden direkt zum Lieferanten „durchgeroutet“ werden, um doppelte Arbeit zu vermeiden. Das macht Sinn, denn die Verfügbarkeit im Lager des regionalen Großhändlers muss aufgrund der Fülle der täglich benötigten Teile begrenzt sein. Es macht auch keinen Sinn z.B. die Bremsbeläge zu liefern, um dann am nächsten Tag die Scheiben bzw. die Sättel oder sonstige Teile, die zur Reparatur benötigt werden, nachzuliefern.

+++ Hengstenberg +++ Die Vernetzung der Handelsstufen +++ Hengstenberg +++

Eine sehr ordentliche Schnittstelle im Programm ist der mögliche Zugang auch zu Wettbewerbsportalen wie zur Atris, Elekat, Centro Digital, repdoc und anderen Systemen. Das System ist für den Handelskunden kostenlos und ist so durchdacht und ausgefeilt, dass der Kunde fast keine eigenen Voraussetzungen mitbringen muss. Ein Internetzugang ist notwendig und der Kunde ist damit in der Wahl seiner Lieferanten absolut frei und bindet sich nicht an das System. Es gibt eine Fülle von Bausteinen, die hier für die Werkstatt von großem Interesse sind, ob Inspektionsintervalle und die benötigten Teile bzw. durchzuführenden Arbeiten, ob Teilefindung über die bekannten Daten zu 2 und 3 aus dem Kfz-Schein, ob Suche über die Suchbaustuktur - es sind sehr pfiffige Nutzermöglichkeiten eingebaut. So ist Easyparts das einzige Werkstattbestellsystem, welches die erforderlichen Teile nicht nur über die KBA-Nummer, sondern alternativ auch über die auszuführenden Tätigkeiten (Inspektion oder Austausch der Kupplung) automatisch herausucht, den Warenkorb vorschlägt und ein Angebot über die Ersatzteile, die benötigten

Hilfs- und Betriebsstoffe und die erforderlichen Arbeitszeiten erstellt. Uns liegt eine vergleichende Übersicht aller im freien Autoteile Aftermarkt verwendeten und unterstützenden Daten- und Informationssysteme vor.

Easyparts erreicht hier einen Platz ganz weit vorne. Auf den ersten Blick ist es unverständlich, dass **Easyparts** einen solchen Aufwand betreibt, um seinen Handelskunden beim täglichen Einsatz am Markt zu helfen und ihnen - ja, so muss man das wohl sagen - das Überleben zu sichern. So wird z.B. aus dem Datenpool von TecDoc angezeigt, welche Hersteller z.B. eine Motorkupplung liefern. Bestellt der Kunde jetzt eine Valeo Kupplung und der Händler hat aber LuK im Programm oder möchte nicht über Hengstenberg, sondern vom Wettbewerb eine Sachs Kupplung liefern, kann er diese aus dem Warenkorb rausnehmen und individuell liefern. Im Grunde eine grenzenlose Freiheit am Markt und das ohne Kosten für die gesamte Datentechnik. Der Abgleich aller Daten erfolgt online und das in Echtzeit. Geliefert wird übrigens bei Bestelleingang bis 19.00 Uhr am nächsten Tag und im Ruhrgebiet wurde der Bestelleingang auf 22 Uhr nach hinten verschoben.

Seit der letzten Automechanika haben sich mehr als 1.000 Werkstattkunden dem Konzept angeschlossen (AutoCrew zum Vergleich hat 430 angeschlossene Werkstätten). **Easyparts** will bis Mitte 2011 rund 2.500 Werkstätten im System haben. Dafür sind drei Außendienstler unterwegs, die ausschließlich dem Großhandel helfen, neue Kunden über das System zu generieren. Im klassischen Außendienst arbeiten 11 Mitarbeiter im ganzen Bundesgebiet. Ob sich die großen Aufwendungen wirklich rechnen und in welcher Höhe hier von den Lieferanten gesponsert wird, kann an dieser Stelle nicht beurteilt werden. Es ist eine Herkulesaufgabe, den Fachhandel mit Kundenbindungsmaßnahme in dieser Form zu unterstützen, ob das allerdings in Form von verlässlicher Partnerschaft mit entsprechenden Umsatzanteilen honoriert wird, ist wohl mehr unsicher.

Aber was wäre die Alternative? Die Unterstützungskette: Hengstenberg der Versorger des regionalen Einzel- und Großhändlers für Autoteile, hin zum Kunden und dessen Kunden, der Werkstatt; die Beziehung wird gehegt und gepflegt. Jetzt fehlt noch der nächste Baustein, nämlich die Anbindung von Kunden an die freie Mehrmarken-Meisterwerkstatt.

In dieser Ausgabe lesen Sie:

- * *Titel: Hengstenberg - die Vernetzung der Handelsstufen*
- * *Kommentar: Lieber Dr. Bergmann, ...*
- * *Chefseiten: Steuern, Recht, Finanzen:*
 - *Mehr Netto mehr Vorsorge*
 - *Servus Abgas-Pfakette*
 - *Letztmalige Ausgabe der Lohnsteuerkarten*
- * *Backgrounder: Internationales TecDocEinspeisermeeting in Frankfurt*
- * *Unternehmen und Märkte u.a. mit:*
 - *Thema Hella*
 - *Der Markt für Abgasanlagen und Katalysatoren*
 - *Die Schnäppchen-Falle schnappt zu*
 - *Battereigesetz*
 - *fobi Bilstein ist bester Top Arbeitgeber*
 - *Pit Autoteile GmbH*
 - *Aus Beru wird BorgWarner Beru Systems GmbH*
 - *Auradia wird jetzt AVA Quality Cooling*

Wer sich bei www.moovu.de informiert, dem fällt zunächst auf, dass mit Logos verschiedener erster Marken geworben wird. Der Slogan: dein Auto, deine Werkstatt, dein Preis verspricht im Nachsatz eine Festpreisgarantie für eine bestimmte genau definierte Reparatur. Wobei wir bei der Frage der Definition wären. Diese Beschreibung ist ja das Ergebnis einer Fehlerdiagnose, die von einem technisch nicht besonders geschulten Autofahrer erfolgt. Aufgrund dieser Diagnose erfolgt dann der verbindliche Kostenvoranschlag. **Beispiel:** mein letzter Auspuff, Opel Astra, nähere Angaben zum Auto gemäß Kfz-Schein ist defekt. Das Angebot ist unproblematisch. Die Terminierung kein Problem, wenn der Kunde die Werkstatt ausgewählt hat. Zusätzliche Arbeiten, die erforderlich sind, werden dann erst festgestellt, wenn das Auto auf der Bühne ist. So macht es ja bekanntlich keinen Sinn, nur den Endauspuff zu ersetzen, wenn auch das Mittelteil durchgerostet ist. Zielgruppen dieser Ansprache sind 18- bis 40jährige überwiegend weibliche Autofahrer, die sich im Internet bewegen und deren Auto älter als sechs Jahre alt ist. Natürlich muss sich die Werkstatt dem Kalkulationsmodell, das ja von **moovu** vorgegeben wird, unterwerfen und es auch akzeptieren. Im Ruhrgebiet haben sich bereits innerhalb von nur drei Wochen 160 Werkstätten angemeldet. Der nächste Test startet in Berlin, wo ja mit ATB dem Unternehmen Hengstenberg ein ordentlicher Großhandelspartner als Werkstattversorger zur Verfügung steht. Die Werbung läuft über Plakate, Taxi- und Busbeschriftung und über Zeitungsanzeigen. Die größten Aufwendungen für die Macher von **moovu** sind die Überzeugungsarbeiten an der „Front“. Vom eigentlichen Nutznießer, dem regionalen Großhändler, ist hier

wenig Unterstützung zu erwarten, denn der hat ohnehin sehr lange Öffnungs- und Arbeitszeiten, ist am Samstag ebenfalls im Geschäft und erledigt oft sonntags seine Lagerbestellung.

Moovu ist international als Warenzeichen registriert und hat das Ziel, die Fahrzeuge in ausgewählte gute und preiswerte Werkstätten zu bringen. Eine gute Idee. Der bekannte Pferdefuß liegt in der Verteilung der Anstrengung, dieses System auch im Markt bekannt zu machen. Anstrengung ist ja immer auch mit Kosten und Arbeitskraft verbunden. Die Ergebnisse der Tests in Berlin werden wohl den Beweis bringen müssen, ob das Konzept funktioniert. ATB hat dort vier Betriebe und könnte so einige Stadtteile abdecken. Aber für den Großraum der Hauptstadt braucht es eben noch ca. 10 Betriebe, die sich diesem System anschließen und die Idee mittragen. Wenn Partnerschaft allerdings wie vielfach im Autoteile-Handel festzustellen ist, mit „der Partner schafft“ übersetzt wird, dann wird es sehr schwierig, eine neue Idee zu transportieren. Mehr zu diesem Themenkreis unter www.easyparts.de und unter www.moovu.de

Bei unserer Recherche zu diesem Bericht haben wir festgestellt, dass die Initiatoren der Systeme über ausgezeichnete Branchenkenntnisse verfügen. Die Aufwendungen und Ideen in der Umsetzung zur Informationsbeschaffung für die Kundengruppen sind in dieser Form wohl nicht mehr zu toppen. Ein großer Enthusiasmus ist notwendig, um diese Firmenphilosophie auch zu leben und täglich umzusetzen. Wir hoffen mit den verantwortlichen Initiatoren und Treibern der Systeme, dass sich der Aufwand in einem angemessenen Ertrag niederschlägt. Wir wünschen es den Beteiligten.

Kommentar +++ Kommentar +++ Kommentar +++ Kommentar