

# Gruppentraining

Bei dem Händlertreffen der EGA im Februar wurde neben dem **Erfahrungsaustausch eine systematische Kennzahlenanalyse der anwesenden EGA-Partner** vorgenommen. Beratungsleistung, gegenseitiger Austausch und wertvolle Tipps standen neben der gründlichen Betrachtung eines einzelnen EGA-Handelsbetriebes im Vordergrund.

Von Dr. Martin Endlein

**F**ür einen Händler ist es ein großer Vorteil, wenn ein Berater nach der Begutachtung von Kennzahlen, GW-Platz und Gesamtbetrieb eine Analyse vornimmt und Tipps für die Verbesserung des Geschäfts gibt. Wenn aber ein Berater und zusätzlich noch 20 Händler den Betrieb kritisch ansehen, ist das ein wirklicher Glücksfall. „Die Schläge eines Freundes sind wertvoller als die Küsse eines Heuchlers“, beschreibt Reinhold Thalhofer, Gründer und Geschäftsführer der Adviser GmbH, humorvoll die Situation, in der sich die EGA-Neu-Mitglieder Sven und Dirk Heilmann von der Autohaus Heilmann GmbH am 17. Februar 2011 wiederfanden.

Bei den regelmäßigen Treffen der EGA-Händler steht die Analyse eines Neumitglieds im Vordergrund. Im sogenannten Erfa-Kreis der EGA war dies die Autohaus Heilmann GmbH, die von Berater Reinhold Thalhofer und den anderen eingeladenen EGA-Händlern besucht wurde. Der Opel- und Honda-Vertragspartner in Bad König ist seit Kurzem EGA-Mitglied und bekam in großer Runde wichtige Impulse und Hilfestellungen für sein Geschäft.

## Stärken-Schwächen-Analyse

Jeder Händler schilderte kurz die Eindrücke, die er vom Besuch des Autohauses Heilmann in Bad König mitgenommen hatte und nannte Verbesserungsvorschläge. Trainer Reinhold Thalhofer sammelte die Punkte und wies seinerseits auf entsprechende Plus- und Minuspunkte hin.

Positiv wurde angemerkt, dass der Betrieb sehr offen und einladend wirke, der GW-Platz ordentlich und aufgeräumt sei und dass die GW-Verkäufer alles gut überschauen könnten. Negativ bewertet wurde das fehlende Leitsystem für die Besucher, der Zustand des Werkstatt-

bereichs und das Reifenlager, das sich im Keller befindet. Hierzu konnten die anwesenden Händler sogleich Tipps und Vorschläge liefern, etwa wie man über ein zusätzliches Ausfahrttor am anderen Ende der Werkstatt die Arbeitsabläufe optimieren und über einen Lastenaufzug den Mitarbeitern während der Reifensaison das Transportieren der Reifen erleichtern könne.

Angemerkt wurde auch das Spannungsfeld, in dem sich ein Händler befindet, wenn er Hersteller-CI-Vorgaben umsetzen muss und gleichzeitig ein EGA-Mehrmarkenhändler ist. Im Fall der Autohaus Heilmann GmbH sind dies die Vorgaben von Opel und Honda. Der-

zeit würden nur die Pylone und Signalelemente dieser beiden Marken von den vorbeifahrenden Autointeressenten wahrgenommen, aber der Mehrmarkenprofi nicht. Dies müsse unbedingt stärker in den Vordergrund gestellt werden, so die anwesenden Händler. Auch was die Sichtbarkeit des GW-Platzes von der Zufahrtsstraße aus betrifft, gebe es Handlungsbedarf, denn die Büsche und Bäume verdecken zu jeder Jahreszeit den Blick auf den GW-Platz.

## Emotionen beim Verkauf

Reinhold Thalhofer gab den anwesenden Händlern eine Reihe von wichtigen Hinweisen, was den Auftritt des Händlers





### Diskussion

Die EGA-Händler nutzen die Treffen, um sich über die Themen der Branche auszutauschen.



### Beratung

Reinhold Thalhofer von der Adviser GmbH analysierte alle Kennzahlen der Handelsbetriebe.



### Impulse

Die Veranstaltung ist für die EGA-Händler ein sehr informatives Treffen.

und die Motivation der Mitarbeiter betrifft. „Jeder Angestellte eines Automobilhandelsbetriebs muss wissen, warum die Kunden gerade bei ihm ein Fahrzeug kaufen sollen. Wir brauchen nicht die destruktiven Suppenspucker, sondern die konstruktiven Problemlöser“, so der Berater. Hierbei sei es hilfreich, den Mitarbeitern zu erklären, dass sie nicht für das Unternehmen, sondern für den Kunden arbeiten. Letztere würden schließlich auch deren Gehälter bezahlen. Zudem merkte er an, dass Kunden nur zu einem Siebtel nach den Regeln der Vernunft ein Automobil kaufen würden, der große Rest werde von Emotionen gesteuert. Trifft dieser Kunde auf einen Verkäufer, der zu sechs Siebtel Sach- und Fachkompetenz an den Tag legt, könne er den Kunden nicht dort abholen, wo er steht.

Wichtig sei ferner, dass jeder Mitarbeiter im Betrieb die Chance bekommen soll, sich zu entwickeln. Die Aufgabe der

Führungskräfte sei es, die Potenziale in den Menschen zu erkennen und zu fördern. „Ein Mitarbeiter, der in seiner Freizeit einen Sportverein mit 700 Mitgliedern leitet, ist durchaus zu höheren Aufgaben bereit. Man muss ihm einen Weg aufzeigen, wie er im Unternehmen weiterkommt“, so Thalhofer.

### Ideen der Mitarbeiter sind gefragt

Auf der anderen Seite müsse man den Mitarbeitern deutlich machen, dass man nicht deren Anwesenheit finanzieren könne. Vielmehr müsse sich jeder Mitarbeiter überlegen, was er tun kann, um über neue Ideen Geld in die Kasse zu bringen. „Oft ist es so, dass der Service den Verkauf sponsert, damit dieser seinem Hobby Fahrzeughandel nachgehen kann“, so Thalhofer. „Hier muss der Inhaber oder Geschäftsführer den Mitarbeitern klarmachen, dass das eigene Geld und auch das Geld der Bank nicht mehr

vorhanden sei. Es gebe nur noch das Geld der Kunden, auf das man zählen könne.“

### Potenzial Tankstelle

Ein wichtiger Faktor im Automobilhandel sind Kundenkontakte. „Sie sollten Ihren Kunden am Telefon sagen, dass Sie bereits Entzugserscheinungen haben, wenn diese sich nicht mindestens einmal im Jahr blicken lassen“, schilderte Thalhofer die Situation.

Das Autohaus Heilmann verfügt über eine Tankstelle, was in den Augen der anwesenden EGA-Händler ein wichtiger Faktor für Neukontakte sei. Jeder Kunde, der dort tanke, solle viel mehr Kontakt zu einem Mitarbeiter des Autohauses bekommen, entweder über direkte Ansprache oder über eine stärkere Bewerbung der eigenen Leistungsversprechen.

### Kennzahlenanalyse

Eine für die anwesenden EGA-Händler sehr wertvolle Beratungsleistung ist im Rahmen der regelmäßigen Treffen die Kennzahlenanalyse. Hierzu liefern die Betriebe vorab die Zahlen an Reinhold Thalhofer, der diese dann aufbereitet und in großer Runde zur Diskussion stellt. Den EGA-Mitgliedern wird damit zwar ein relativ detaillierter Einblick in die Zahlen der anderen Händler gegeben, was auch zu interessierten Nachfragen etwa zum Service- oder Reifengeschäft führt. Allerdings versteht sich der Erfahrungs-Kreis als echtes Forum zum Erfahrungsaustausch, und die Händler waren bereit, auch das eine oder andere Geheimnis ihres Erfolges preiszugeben.

### Fazit

Die Gruppenberatung im Rahmen des Erfahrungs-Kreises der EGA war für alle anwesenden Händler und für das Neumitglied Autohaus Heilmann eine wichtige Erfahrung. Nirgendwo sonst bekommt ein Händler in dieser Form eine Analyse des eigenen Unternehmens und gleichzeitig einen Einblick in die Zahlen anderer Handelsbetriebe. Für die Brüder Heilmann hat es sich gelohnt, diesen Schritt in Richtung Mehrmarkenhandel mit Unterstützung der EGA zu gehen. ■



### Gruppentraining bei der EGA

Auf [www.gw-trends.de](http://www.gw-trends.de) finden Sie weitere Bilder. Oder scannen Sie den Code mit Ihrem Handy, um direkt zur Galerie zu gelangen.

