

Handel und Service

Bringen Sie Ihre Werkstatt in die Gewinnzone!

Zu weite Wege oder nicht angemessene Preise sind häufig Gründe, warum Landwirte ihre Maschinen nicht mehr in der Vertragswerkstatt reparieren lassen. Wir verraten Tricks und Strategien, wie Sie dagegen steuern und wieder mehr Profit mit Reparaturen erzielen.



Landwirt Hannes Müller (Name geändert) steckt in einem Dilemma. Die Pumpe am Güllefass ist kaputt. Die Zeit drängt, da er bald wieder zum Düngen aufs Feld will. Allerdings ist seine Vertragswerkstatt 25 km entfernt. In der Nähe gibt es eine andere Werkstatt, aber die tut sich mit seinem Fabrikat schwer, die Ersatzteilbestellung dauert lange. Und sein Bekannter, ein Landmaschinenmechaniker, der viel selbst macht, ist im Urlaub. So hängt er das Fass an den Traktor und macht sich schweren Herzens auf den Weg zu seinem Vertragshändler.

Wie in unserem fiktiven Fall geht es heute vielen Landwirten. Das zeigt eine Umfrage der Helmut Machermer GmbH unter mehr als 2000 Landwirten (siehe Kasten). Nur noch bei Maschinen in der Garantiezeit oder bei großen Reparaturen an Bauteilen wie dem Getriebe suchen sie die Fachwerkstatt auf. Gerade bei Standardreparaturen wandern viele Landwirte ab und suchen sich andere Lösungen. Nur noch 60 % der Landwirte suchen hierfür die bisherige Fachwerkstatt auf, 13 % beauftragen eine freie Werkstatt. 41 % der Befragten gab an, dass sie Reparaturen selbst durchführen bzw. im Rahmen der Nachbarschaftshilfe ausführen lassen (bei den Antworten sind immer Mehrfachnennungen möglich, daher ist die Summe immer höher als 100 %). Hierzu trägt bei, dass Landwirte heute besser ausgebildet sind und gerade größere Betriebe eine eigene, sehr gut ausgestattete Werkstatt haben.

Warum Kunden abwandern

Auf die Frage, warum sie Reparaturen nicht mehr bei ihrem Vertragshändler machen lassen, antworteten die von uns befragten Landwirte (siehe Übersicht 1 sowie Kasten) mit folgender Gewichtung (Mehrfachnennungen waren möglich):

?Die Entfernung zur Werkstatt ist zu groß, was auch einen schnellen Service in der Ernte erschwert.

? Qualität der Mitarbeiter: Sie werden als wenig professionell geschult empfunden. Landwirte berichten, dass viel Nacharbeit nach durchgeführten Reparaturen nötig ist. Auch ist die Beratung bei anspruchsvolleren Kunden nicht ausreichend. Der Imageverlust der Werkstatt führt dazu, dass die Kunden sich auch bei Neukäufen umorientieren.

? Qualität der Arbeit: Die befragten Kunden beklagen eine steigende Anzahl von Reklamationen. Ein Grund könnte sein, dass eine Vier-Augen-Endkontrolle nach der Reparatur fehlt. Außerdem vernachlässigen zeitlich überlastete Meister die Kundenbetreuung, auf die die Landwirte viel Wert legen. Das führt zum Imageverlust bei etablierten Marken. Viele Landwirte machen Reparaturen immer häufiger selbst oder beauftragen Fremdwerkstätten.

? Preis: Endkunden empfinden diesen als unangemessen. Das kann u.a. an intransparenten Rechnungen liegen, die Misstrauen erzeugen. Aus diesem Grund lassen Landwirte – wenn überhaupt – nur noch schwierige Reparaturen bei „ihrer“ Fachwerkstatt durchführen.

Das können Sie besser machen

Entsprechend antworteten die Umfrageteilnehmer auf die Frage, was der Händler bessern könnte, damit die Kunden wieder alle Maschinen bei ihm reparieren oder warten lassen:

1. Eine kompetente Beratung anbieten (65 % der Antworten),
2. Die Qualität der Arbeit verbessern (59 %),
3. Die Entfernung reduzieren 56 %),
4. Maschinen vor Ort reparieren (50 %).

Eher untergeordnet mit 35 % der Antworten lag der Punkt „Arbeitslöhne senken“. Das macht deutlich: Der Preis ist untergeordnet, wenn der restliche Service stimmt.

Allerdings ist das nur eine Momentaufnahme. Es besteht jederzeit die Gefahr, dass Kunden, die Ihnen heute noch die Treue halten, morgen auch abwandern. Denn keinesfalls geben sich die Landwirte mit dem Status Quo zufrieden, sondern fordern von ihrem Fachhändler eine permanente Weiterentwicklung. Auf die Frage, was der Vertragshändler tun muss, damit Kunden bei ihm bleiben, antworteten die Befragten:

1. Den Qualitätsstandard erhöhen (65 %),
2. das Fachwissen steigern (55 %),
3. die Arbeitslöhne senken (42 %),
4. die Kulanz erweitern (15 %),
5. Rechnungen transparenter gestalten (12 %).

Auch bei diesen Antworten wird wieder deutlich, wie sehr die Landwirte die Qualität der Arbeit noch vor dem Preis schätzen.

Zusätzlich zu den normalen Reparaturen können Sie mit Ihrer Werkstatt auch aktiv Service anbieten und so Vertrauen gewinnen und das Image erhöhen. 43 % der Befragten wünschen sich einen Erntemaschinen-Check vor der Ernte. 53 % der Landwirte lassen daher die Erntemaschinen überwiegend im Winter reparieren oder warten, 47 % nach der Ernte und 40 % im Frühjahr. Nur wenige wünschen eine Wartung nach Bedarf. Das macht deutlich, welche Chancen Sie mit einer planmäßigen Inspektion im Winter haben. Ihr Vorteil: Sie erhöhen den Ersatzteilverkauf in den Wintermonaten und lasten auch das Personal gleichmäßiger aus.

Was unsere Umfrage noch ergeben hat: Viele Landwirte rufen die Werkstattmeister an und fragen danach, wie sie bestimmte Teile austauschen oder Reparaturen selbst durchführen können. Diese Telefonate können 30 bis 50 % der Arbeitszeit ausmachen. Auch Monteure werden von Kunden angerufen und so von der Arbeit abgehalten.

Die Lehren aus der Umfrage

Was Sie aus der Umfrage lernen können:

? Sie sollten überprüfen, ob Ihr Werkstattpersonal regelmäßig Schulungen bei Herstellern und anderen Einrichtungen besucht und auf dem neusten Stand ist.

? Prüfen Sie, ob der Werkstattmeister oder ein anderer Kundenbetreuer genügend Freiraum hat, um sich die Belange der Kunden persönlich anzuhören und Zeit für Gespräche hat. Das ist gerade bei Landwirten, die kompetente Ansprechpartner wünschen, wichtig.

? Verkürzen Sie die Wege zu den Kunden, in dem Sie Ihren mobilen Werkstattservice zu einer Serviceflotte ausbauen, die einen Großteil der Reparaturen vor Ort durchführen kann.

? Gehen Sie auf die Kunden zu und warten Sie nicht, bis diese zu Ihnen kommen.

? Richten Sie für die Wintermonate einen Inspektionsservice ein.

? Nutzen Sie arbeitsärmere Wintermonate, um eine Kundenbefragung durchzuführen: Was wünschen sich Ihre Kunden? Wie können Sie den Service für sie verbessern?

? Drehen Sie nicht nur an der Preisschraube, sondern überlegen sich gute Argumente, welchen Mehrwert Ihre Kunden bei Ihnen bekommen und was einen höheren Preis rechtfertigt.

? Beginnen Sie bereits im Oktober mit den After-Sales Maßnahmen. Rufen Sie dazu Ihre Kunden an und vereinbaren Sie Besuchstermine vor Ort, um eine volle Werkstattauslastung von November bis Februar zu garantieren.

? Kanalisieren Sie Anrufe von Kunden. Diese sollten nicht mehr direkt bei den Meistern oder Monteuren in der Werkstatt anrufen, um sich Reparaturtipps geben zu lassen.

? Lassen Sie jeden Anruf filtern. Um was geht es? Wie dringend ist es? Entscheiden Sie dann, ob es unbedingt der Meister oder der Top-Geselle machen muss.

? Tipp: Erklären Sie dem Kunden, dass der Meister auf Probefahrt ist und bieten Sie einen schnellen Rückruf an.

? Lassen Sie den Meister entscheiden, wann er wen zurückruft. Er kennt die Prioritäten.

Umfrage – Wie kauft der Landwirt heute ein?

Im Auftrag der Helmut Machemer GmbH haben speziell geschulte Studenten der Albert-Ludwigs-Universität in Freiburg bundesweit 2.054 Landwirte befragt. Ziel war es, den Bedarf der Kunden zu analysieren und zu verstehen, wie Landwirte heute einkaufen. Unter den Befragten waren Betriebe aller Couleur, von 40 bis über 1000 ha sowie Lohnunternehmer. Mit der Analyse der Ergebnisse will Machemer Ursachen für das Kaufverhalten finden und Handlungsoptionen für die Händler ableiten. Der eilbote stellt mehrere Teilergebnisse der Studie in einer losen Serie vor.

Unser Autor

Helmut Machemer ist Inhaber und Geschäftsführer der Helmut Machemer GmbH. Seit 32 Jahren entwickelt und realisiert das Machemer-Team individuelle Umsatzsteigerungsprogramme für Fachhändler, seit sieben Jahren mit starkem Fokus auf den Landmaschinen-Fachhandel. Denn 95 % aller Landmaschinen-Fachhändler haben für die Zukunft noch großen Veränderungsbedarf. Machemer bietet Strategieberatung, Training und Coaching zur Unternehmensentwicklung, Verkaufsförderung und Prozessoptimierung in den Bereichen Vertrieb, Werkstatt, Ersatzteile und Aftersales an (www.landmaschinen-fachhandel.de).



Helmut Machemer.