

1 140 Teilnehmer aus Handel und Industrie bekamen ein interessantes Programm geboten.

2 Nicht immer einer Meinung bei der Diskussion: Auf der rechten Seite der Handel, links die Industrie und als Moderator BuFa-Mot Hauptgeschäftsführer Thomas Fleischmann.

3 Rudolf Harrer, Honda, Norbert Pick, Stihl-Vertrieb und Jürgen May, MTD (v.l.).

4 Günter Ströbl (l.), Michael Horstmann und Paul Raimund (nicht im Bild) vertraten die Interessen des Handels.



ferant: Was kann, was muss jede Seite leisten? Dabei traten – wie zu erwarten – einige Meinungsverschiedenheiten zu Tage.

Unterteilt war dieser generelle Themenkomplex in die Fragen-/Antwortbereiche

- Gewährleistung/Garantie: Sind die Konditionen auskömmlich?
- Schulung: Was muss der Fachbetrieb leisten?
- Ersatzteilwesen
- Liefer- und Finanzierungsbedingungen.

Für den Handel argumentierten Michael Horstmann, Paul Raimund und Günter Ströbl, auf Industrieseite Rudolf Harrer, Honda, Jürgen May, MTD, und Norbert Pick, Stihl-Vertrieb. Diskussionsleiter war Thomas Fleischmann, Hauptgeschäftsführer der BuFaMot.

■ **Garantie- und Gewährleistung**

Beim Fragenkatalog „Garantie- und Gewährleistung“ machten die Händler sogleich darauf aufmerksam, dass Motoristen vielfach Garantie- und Gewährleistungsarbeiten nicht kostendeckend ausführen können. Je nach Lieferant sind erhebliche Unterschiede in den Vergütungen zu verzeichnen. Ein weiteres Problem ist, dass eine Reihe von Händlern die neuen Briggs & Stratton-Verträge nicht unterschrieben hat, demzufolge auch keine entsprechenden Arbeiten mehr durchführen dürfen. Zuletzt wurde der Punkt „Gewährleistung von Motoren am Gesamtgerät“ kritisch hinterfragt, ebenfalls vor dem Hintergrund nicht unterschriebener Verträge.

Die Industrieseite versuchte demgegenüber den Eindruck zu vermitteln, dass der Handel hier nicht alleingelassen werde. Außerdem war allen dreien das Thema zu hochgehängt. Als Argument wurde angeführt, dass Gewährleistungs- und Garantiearbeiten nur einen kleinen Teil der ausgelieferten Geräte betreffen.

Um es vorwegzusagen: Den knapp 140 Teilnehmern aus Handel und Industrie wurde ein interessantes, informatives und abwechslungsreiches Programm geboten. Die Themen passten, die Referenten brachten Schwung in das Ganze und nicht zuletzt wurden für die nahe Zukunft der Branche Perspektiven aufgezeigt. Leider ließ das Interesse auf Handelsseite deutlich zu wünschen übrig. Deshalb wurde denn auch oft die Frage gestellt: „Was muss eigentlich noch passieren, damit sich der Motorgerätehandel einmal aufrafft, eindeutig Stellung bezieht und die Zukunft in die eigenen Hände nimmt?“

Nach der Eröffnung durch die Verbandsvorsitzenden Michael Horstmann und Günter Ströbl gab der Schulleiter der Max-Eyth-Schule Erich Zeh mit seinen Lehrerkollegen Einblick in die Aufgaben und Ziele der Berufsschule. Derzeit werden an der Schule 1.600 Schüler unterrichtet, von denen rund 60 in einer speziellen Fachklasse für Motorgeräte auf ihren beruflichen Abschluss vorbereitet werden. Es schloss sich ein Rundgang durch die Werkstätten für Motorgeräte und Landmaschinen an. Von den verschiedenen Fachlehrern wurde dabei vermittelt, wie interessant und

■ **BuFaMot / VdM**

Branchenkongress

Anfang März veranstalteten die beiden Verbände BuFaMot und VdM den ersten Branchenkongress Motorgeräte. Ort war die Max-Eyth-Schule in Kirchheim. Neben Informationen zur Berufsbildung standen verschiedene Vorträge, ein gemeinsamer Abend, eine Podiumsdiskussion und die erste QMF-Mitgliederversammlung auf dem Tagungsprogramm.

abwechslungsreich der Beruf des Motorgeräte- und Landmaschinenmechanikers ist. Neben der Metallbearbeitung müssen sich die Schüler auch noch Wissen über die Bereiche Elektrik, Elektronik und Hydraulik aneignen. Nur wenige Berufe verlangen dieses breite Wissen. Ingesamt wurde der Eindruck vermittelt, dass hier in allen Bereichen hervorragende Bedingungen für das Lernen und Lehren geschaffen worden sind.

■ **Eigene Position vertreten**

Kommunikationsberaterin José Flume war dann die erste Referentin, die einen kurzweiligen Vortrag über das Thema „Neh-

men Sie die Menschen wie sie sind – andere gibt’s nicht“ hielt. Darin ging es um den nicht immer einfachen Umgang mit Kunden. Viel zu oft fühle sich dabei der Händler vom Kunden unfair angegriffen und ließe sich von dessen Emotionen zu ebenfalls emotionalen Reaktionen hinreißen. Damit bestimmt das Gegenüber den dann meist unsachlichen Gesprächsverlauf, der deshalb kein gutes Ende finden könne. Diese Abläufe betreffen bestimmte Kunden und Umstände, die bei einer einfachen Analyse schnell von jedem selbst nachvollzogen werden können. Sie empfahl den Motoristen einen entsprechenden kritischen

Umgang mit dem eigenen Verhalten und gab dann Empfehlungen, wie man erfolgreich eigene Strategien entwickeln kann, um gegenzusteuern. Ein Mittel dazu ist das klärende Gespräch mit dem verärgerten Kunden.

Zu viel reden und dabei die Kundenwünsche missachten sind für sie die beiden wichtigsten Gründe, warum Fachhändler Kunden verlieren.

Zuhören und Problemlösungen verkaufen sind dagegen zwei Schlüssel zum Erfolg. Ein anderer die stärkere Beachtung von Frauen. Sie sind es, die heute in vielen Bereichen das Einkaufsverhalten und die Einkaufsentscheidungen dominieren.

Ausdrücklich wies sie darauf hin, dass der Händler im Kundenumgang seine eigene Position klar vertreten sollte und sich auch nicht alles gefallen lassen muss. Das schließe dann auch ein, dass besonders schwierige Kunden nicht um jeden Preis gehalten werden müssen. Augenzwinkernd gab sie dazu den Hinweis, dass sich in einem solchen Fall dann die Konkurrenz mit dem Kunden „herumschlagen“ müsse, dafür der „verlassene“ Händler aber mehr Zeit für seine netten Kunden habe.

Ihr Fazit zum Schluss: Wer mit Menschen zu tun hat, muss Menschen lieben!

■ **Trend nach Beratung**

Es folgte Dr. Andreas Knaapke, Leiter des Instituts für Handelsforschung an der Uni Köln. Sein Thema: „Jetzt schlägt die Stunde des Fachhandels“ – Von Chancen und Potenzial der Wirtschaftskrise. Sein Referat hatte fünf Teile. Nach der Einleitung ging es um spezielle Trends auf Angebots- und Nachfrageseite. Mit „Wie reagieren“ und welches „Fazit“ ist daraus zu ziehen, schloss er den Vortrag. Auf Angebotsseite sind danach vermehrt Unternehmens-Kooperationen auf dem Vormarsch. Auf Handelsseite nimmt dagegen das ungebremste Flächenwachstum weiter zu,

und auch die Internetverkäufe legen rasant zu. Dazu stellte er interessante Ergebnisse einer Studie vor, die das Vorurteil des stationären Handels weitgehend widerlegen, dass der Kunde sich im Fachhandel informiert und im Internet kauft (Stichwort: Beratungsklausur). Zwar informieren sich 27,2 % der Käufer bei ihrem Fachhändler und kaufen dann online. Im Gegenzug informieren sich aber auch 23,4 % der Käufer im Internet und kaufen dann bei ihrem örtlichen Fachhändler. Insofern findet also ein gewisser Ausgleich zwischen Informieren und Kaufen statt.

Als Käufergruppen weitgehend unbeachtet bleiben auch Migranten. Sie machen in Deutschland heute bereits ein Viertel der Bevölkerung aus. Sie gilt es in Zukunft mit ihren Wünschen und Bedürfnissen als Käufergruppe verstärkt zu beachten.

Auch die Überalterung der Bevölkerung spielt dem Fachhandel in die Karten. Ältere Menschen stellen besondere Bedürfnisse an Waren und Dienstleistungen. Dabei sind sie für Motoristen besonders interessant, weil sie über hohe Einkommen verfügen.

Insgesamt lässt sich ein eindeutiger Trend nach mehr Unterstützung und Beratung erkennen. Die unübersichtlich

großen Sortimente der Großfläche irritieren und überfordern zunehmend die Kunden. Dr. Kaapke schloss daraus, dass der Fachhandel gut beraten ist, wenn er sein Sortiment und seine Beratung auf diese Faktoren ein- und umstellt. Dazu kommt ein unverwechselbares Profil, das sich der Motorist in seinem lokalen Markt zulegen muss, um Vertrauen zu bilden und auch in Zukunft wahrgenommen zu werden.

Damit schloss der erste Tag. Am Abend gab es ein gemeinsames Abendessen und damit verbunden intensive Kollegengespräche. Im Laufe des Abends wurden dann von der BuFaMot in verschiedenen Kategorien die besten Hersteller/Lieferanten geehrt.

Helmut Machemer war dann der erste Referent am zweiten Tag. Der Branchenexperte und Vertriebsberater zeigte anhand von Dias Positivebeispiele und Möglichkeiten, die Betriebe mit kleinen und großen Maßnahmen kundenausgerichtet und zukunftsfit zu machen.

■ **Diskussion**

Einer der Höhepunkte der Veranstaltung war dann die Podiumsdiskussion zwischen Herstellern und Händlern. Es ging dabei um das Verhältnis Fachhandel – Lie-

Alle brachten auch zum Ausdruck, dass sich die gesamte Industrie für das Komplettgerät verantwortlich fühle und nicht nur für die selbstgefertigten Teile. In diese Richtung ging auch der Hinweis, dass man derzeit an entsprechenden Lösungen der Fragestellung arbeite.

Unterschiedlich bewertet wurde auch die Frage, ob die Informationen ausreichen, die die Industrie zu Mängeln und Fehlern herausgebe. „Ja, wir informieren genug“, meinte die Industrie. Dieser Antwort konnte und wollte sich der Handel aber nicht anschließen.

Gegen eine Standardisierung der Ersatzteildokumentationen sprachen sich alle drei Unternehmenssprecher aus unterschiedlichen Gründen aus.

Auf scheinbar offene Ohren stieß die Anregung des Handels, dann zumindest die Bearbeitung der Garantieanträge in die Warenwirtschaftssysteme zu übernehmen, um doppeltes Ausfüllen zu vermeiden.

Schulungen

Beim Thema „Schulungen“ forderten die Motoristen eine Homogenisierung und Standardisierung bei Terminen und Inhalten. Dem stimmte die Industrie grundsätzlich zu, wies aber darauf hin, dass es in allen Bereichen zu wenige Schnittstellen untereinander gäbe, als dass dies praktikabel sei.

Bei der Forderung des Handels, dass Schulungen nicht zum Profit-Center werden dürfen, vertraten die Hersteller die Meinung, dass die entsprechenden Kosten bisher bereits hoch gewesen und nur teilweise berechnet worden seien. Schulungen seien im Übrigen kriegsentscheidend für die Zukunft des Fachhandels.

Auch bei den Fragen zum



Bei einem Rundgang durch die Max-Eyth-Schule wurde auch der Motorgerätebereich vorgestellt.

Ersatzteilwesen traten Unterschiede hervor. Zunächst einmal stellte der Handel fest, dass das Funktionieren des Ersatzteilbereiches für ihn überlebenswichtig ist. Aktuell ist aber der Druck aus anderen Vertriebskanälen bereits spürbar, und es wurde die Befürchtung geäußert, dass sich die bisher relativ gute Situation ins Negative dreht. Dass die Industrie nun vermehrt Ersatzteile mit Preishinweisen versieht, wurde von den Handelsvertretern kritisch angemerkt.

Auch für die Industrie ist das Ersatzteilgeschäft wichtig. Dass sich die Beschaffungswege derzeit verschieben, wird registriert und die Entwicklungen deshalb kritisch beobachtet.

Der MTD-Vertreter stellte klar, dass man auch in Zukunft die Preishinweise auf Ersatzteilen beibehalten werde. Dem schloss sich Honda an mit der Ergänzung, dass es gefährlich sei, was der Handel teilweise mit den Ersatzteilpreisen mache. Es gebe doch einige aufgebrachte Kunden, die sich über überhöhte Preise beschwerten. Und diese Tatsache werfe ein negatives Licht auf Handel und Hersteller.

Finanzierungsmodelle

Im vierten Gesprächsblock ging es vor allem um Finanzierung von Kundenkäufen. Hier – so die Industrievertreter – seien in den letzten Jahren doch einige neue Finanzierungsmodelle entwickelt worden, die aber letztlich

vom Handel nicht angenommen worden seien. Horstmann, Raimund und Ströbl zeigten sich als aktive Nutzer von Kundenfinanzierungsmodellen überzeugt, das dieses Instrument zukunfts- und ausbaufähig sei und über ein hohes Potential verfüge.

Selbstkritisch merkten die Industrievertreter aber auch in manchen Bereichen

die fehlende Kommunikation an. Das Thema muss optimiert werden, hieß es übereinstimmend.

Zum Schluss schlugen die Handelsvertreter vor, doch den Außendienst entsprechend zu schulen. Der könne dann vor Ort und damit in jedem einzelnen Betrieb noch stärker auf die Nutzung der neuen Finanzierungsmöglichkeiten hinwirken.

Im Anschluss an die Diskussion folgte der Punkt „Interna der BuFaMot“. Dabei standen die Wahlen zum Vorstand der Bundesfachgruppe Motorgeräte im Mittelpunkt. Nach der Satzung des Verbandes musste der Vorsitzende neu gewählt werden, weil Günter Ströbl dieses Amt bereits seit acht Jahren ausübt. Als sein Nachfolger wurde dann Paul Raimund gewählt. Seine Stellvertreter bleiben Annette Choyna und Thomas Räder.

Der neue Vorstand und die Geschäftsführung des Verbandes sprachen dann Günter Ströbel ihren Dank für die geleistete Arbeit aus.

QMF

Im dann folgenden internen Kongressteil für QMF-Betriebe wurde die erste Mitgliederversammlung abgehalten. Laut Aussage der beiden Verbandsgeschäftsführer sind derzeit bereits 33 Betriebe zertifiziert, sieben stehen unmittelbar vor dem Abschluss ihres Audits. Weitere 80 Betriebe haben die Unterlagen bereits angefordert oder

auch schon die entsprechenden Verträge mit dem Zertifizierer abgeschlossen.

Das Kürzel QMF steht für Qualifizierter Motorgeräte Fachbetrieb und ist eine verbandsunabhängige Brancheninitiative zur Qualifizierung von Motoristen und Motorgeräte-Fachhändlern (s. auch „Motorist“ 5/08 S. 42 und 43).

Die Fachhandels-Initiative wird derzeit von 19 Motorgeräte-Lieferanten und deren 24 Herstellermarken finanziell und durch Mitarbeit unterstützt.

Bei rund 100 zertifizierten Betrieben ist geplant, eine bereits vorbereitete, breit angelegte Werbekampagne für den Motorgeräte-Fachhandel zu starten. Dann soll mit Hinweisen in 2,5 Mio. Hersteller-Katalogen, fast 11 Mio. Flyern und 210.000 sonstigen Printprodukten auf QMF und deren zertifizierte Betriebe hingewiesen werden.

Zunächst standen aber erst einmal Wahlen zum Lenkungsausschuss an. Er ist das zentrale Entscheidungsgremium für QMF.

Von den anwesenden QMF-Betrieben wurden Karsten Lückingsmaier und Klaus Reinhardt als Vertreter des Handels in den Ausschuss gewählt, Siegfried Luth zusätzlich als Stellvertreter bestimmt.

Als Vertreter der Industrie arbeiten Harry Fehrmann und Heribert Benteler im Lenkungsausschuss. Die teilnehmenden Kooperationen sind durch eine beratende Stimme vertreten, ebenso zwei Fachzeitschriften.

Für die Zertifizierung können sich alle Motoristen anmelden, unabhängig von einer Verbands- oder Kooperationsmitgliedschaft. Unter www.q-m-f.de stehen alle weiteren Informationen im Internet. Hier sind u. a. auch der Fragebogen und alles rund um die Kriterien für die Zertifizierung zu finden, einschließlich der Möglichkeit, sich die Dokumente herunterzuladen. ■