



Besuch in Gütersloh: Rüdiger Hüttemann (Volvo), Ralf Markötter (Autohaus Markötter), Ulrich Wesolowski (Flexicon), Hans-Jörg Eggert (Autohaus Markötter) (v.li.)

Ein Besuch im Autohaus Markötter in Gütersloh zeigt auf, wie gut die Zusammenarbeit mit Volvo funktioniert und welche Früchte die firmenkundenspezifische Aufstellung trägt

Enges Dreiecksverhältnis

Der Familiengedanke wird im Hause Markötter stets groß geschrieben. Die Firmengeschichte umfasst bereits mehr als 80 Jahre, davon mehr als 50 als Automobilhändler. Am 1. 4. 1967 wurde als zweite Marke dann die Marke Volvo aufgenommen, zu einer Zeit, als es kaum Zweimarkenhändler noch sehr viele Volvo Händler in Deutschland gab. „Heute gehören wir zu den ältesten Volvo-Händlern, wenn wir nicht sogar der älteste sind“, schätzt Geschäftsführer Ralf Markötter. „Ich habe einmal nachgeschaut: Im ersten Jahr haben wir sage und schreibe 26 Neufahrzeuge verkauft.“ Aber das Geschäft hat sich gut entwickelt, denn bereits 1977 konnte Markötter einen zweiten Standort in Bielefeld eröffnen. Heute gehören drei Fahrzeugmarken zum Portfolio des Autohauses, das mit insgesamt 150 Mitarbeitern an fünf Standorten in Ostwestfalen vertreten ist. „Erst ab den 1990ern haben wir ein spezielles Firmenkundengeschäft definiert und unsere Verkäufer dahingehend ausgebildet, denn wir sind der



Rüdiger Hüttemann (Volvo):

„Seit 10 Jahren konzentrieren wir uns verstärkt auf das Firmenkundengeschäft, das bei den Händlern stattfindet.“

Meinung, dass ein Verkäufer nicht gleichbleibend gut mehrere ‚Themengebiete‘ abdecken kann“, so Markötter. Dass sich dies auszahlt, zeigen aktuelle Zahlen aus dem Autohaus: Mittlerweile macht das gewerbliche Geschäft 60 Prozent der Verkäufe aus.

Von Seiten Volvo weiß Rüdiger Hüttemann (Leiter Vertrieb Großkunden Volvo Car Germa-

ny), dass Volvo stets großen Wert auf das Firmenkundengeschäft gelegt hat. „Seit 20 Jahren entwickeln wir Firmenkundenprogramme und seit zehn Jahren konzentrieren wir uns verstärkt auf das Firmenkundengeschäft, das bei den Händlern stattfindet. Wir bieten seitens Volvo Car Germany sowohl Rahmenverträge für Großkunden als auch Händlerprogramme im Bereich Small Fleet oder Leasing an. Wir betrachten den Händler als Vertragspartner, der Kunde kann hier steuern, mit wem er zusammenarbeiten möchte. So entsteht ein enges Dreiecksverhältnis.“

Ralf Markötter ergänzt, dass so eine engere Bindung an den Großkunden entstehen kann, was aber auch sehr gute Leistungen von Seiten des Autohauses erfordert. „Die Marke Volvo erweist sich als beratungsintensiver als beispielsweise deutsche Marken. Wir müssen näher an den Kunden sein. Unser Anspruch liegt darin, nicht nur den kurzfristigen Vertragsabschluss



vor Augen zu haben, sondern die Betreuung so gut zu gestalten, dass ein Anschlussvertrag für den Kunden in Frage kommt.“ Um diese gute Betreuungsqualität gewährleisten zu können, hat Ralf Markötter bereits 1995 Wert darauf gelegt, eine effektive EDV aufzubauen. Mithilfe der dort gespeicherten Informationen zu den Kunden kann standortübergreifend schnell

bestätigt Ulrich Wesolowski, Fuhrparkleiter der Flexicon AG in Halle / Westfalen. Der Fuhrpark von mehr als 20 Fahrzeugen besteht zum Großteil aus Volvo Modellen, die sowohl vom Außendienst als auch im Management genutzt werden. „Wir setzen auf Volvo, weil hier historisch eine gewisse Affinität existiert und zudem in Bezug auf die Fahrzeuge sämtliche Anforderungen an Qualität, Leistung, Wirtschaftlichkeit und Motivation stimmen. Seit 2002 hat sich die Zusammenarbeit mit dem Autohaus Markötter zu einem Vertrauensverhältnis entwickelt, und mit wachsendem Fuhrpark ist auch der Volvoanteil gestiegen. Herr Eggert spielt dabei eine entscheidende Rolle, denn er ist ein sehr kompetenter Ansprechpartner, und eine langjährige Beziehung vereinfacht vieles. Er setzt Vorgaben praktikabel um, unter anderem die, dass wir bei der Suche nach einem Leasinggeber unbedingt die Beschaffung und Abwicklung über das Autohaus Markötter beauftragen möchten. Ebenfalls findet er für viele unserer ‚Probleme‘ in Bezug auf die Flotte eine Lösung. Beispielsweise können wir Leasingrückgaben flexibel gestalten, wenn ein Fahrzeug über der vereinbarten Laufleistung und eines darunter liegt. In diesem Fall betrachtet das Autohaus Markötter dies pauschal und kommt uns hier entgegen. Ebenso konnten wir unbürokratisch Leasingverträge verlängern oder verkürzen, als Dienstwagenutzer auf den neuen Volvo V60 umsteigen wollten, denn schließlich zählt auch der Moti-

1. Fahrzeuge und Service auf rund 15.000 Quadratmeter Fläche
2. Ulrich Wesolowski und Hans-Jörg Eggert: Zusammenarbeit als Vertrauensverhältnis
3. Ralf Markötter ist bereits seit 1967 Volvo-Händler
4. Schnelle unbürokratische Problemlösung, auch in der Markötter Werkstatt
5. Der Volvo V60 als Plug In Hybrid hat Flottenrelevanz



Ulrich Wesolowski (Flexicon):

„Wir setzen auf Volvo, weil unter anderem sämtliche Anforderungen an Qualität, Leistung, Wirtschaftlichkeit und Motivation stimmen.“

und passend auf Anfragen reagiert werden. So hat es sich beispielsweise etabliert, dass Small Fleet-Kunden von den jeweiligen Verkäufern an den Standorten beraten werden. Sobald es sich um ein Großkundengeschäft handelt, rufen sie Hans-Jörg Eggert hinzu, der die Großkunden umfassend betreut.

Dass die Zusammenarbeit zwischen Firmenkunde und Autohaus erfolgreich funktioniert,

vationsgedanke. Hier kam der V60 zum richtigen Zeitpunkt.“

Hans-Jörg Eggert, Vertrieb Großkunden bei der Autohaus Markötter GmbH, erfüllt dabei nicht nur den Anspruch, Verkäufer zu sein, sondern vielmehr ein Berater. Da stehen bei Ulrich Wesolowski Themen wie Fahrzeugauswahl, Fahrzeugtechnik ebenso wie die passende Finanzierung auf der Anforderungsliste an ihn. Sie seien in ständigem Kontakt und planen rechtzeitig im Voraus, wenn Neuanschaffungen anstünden, berieten sich bei Sonderfällen wie Kurzzeitmiete oder Gehaltumwandlungsmodelle, bestätigen beide. Die Themen Leasing und Finanzierung würden generell wichtiger in der Kundenbeziehung allgemein, weiß Hans-Jörg Eggert, Kunden hätten vor allem Interesse an der Zusammenarbeit mit bestimmten Leasinggesellschaften. So steht er in engem Kontakt mit sämtlichen freien Leasinggesellschaften.





Mit einem anderen Beispiel verdeutlicht Hans-Jörg Eggert, wie man gemeinsam für die Dienstwagennutzer von Flexicon einen guten Kompromiss gefunden hat: „Im Fuhrpark sollte eine strukturelle Veränderung bei den Fahrzeugen durchgeführt werden, die bestehenden Volvo V50 mit 136 PS sollten auf die neuen und sparsamen DRIVE Diesel-Motoren mit 115 PS umgestellt werden. Herr Wesolowski ist gezielt auf uns zugegangen und hat um Hilfestellung gebeten: Um dem Wunsch nach einer wirtschaftlicheren Aufstellung im Fuhrpark nachzukommen, aber dennoch dem Wunsch des Nutzers nach einem Fahrzeug mit guter Leistung zu entsprechen, haben wir uns zusammengesetzt und überlegt, wie wir diese Diskrepanz verringern können. Letztlich konnten wir die Dienstwagennutzer davon überzeugen, dass die geringere Leistung sich nicht nachteilig im Fahrverhalten auswirkt.“



**Ralf Markötter
(Autohaus Markötter):**

„Eine enge Bindung an den Großkunden erfordert sehr gute Leistungen von Seiten des Autohauses.“

Auch für den Hersteller sei es sehr wichtig, kompetente Ansprechpartner in den Autohäusern zu haben, erläutert Rüdiger Hüttemann. „Eine wesentliche Eigenschaft ist die Fähigkeit zur Kommunikation. Volvo Cars Germany setzt sich mit vielen Maßnahmen ein, den Handel zu stärken und Großkunden-Vertriebsprofis

zu entwickeln. Wir bieten zum Beispiel großkundenspezifische Trainings und Coachings vor Ort an sowie Unterstützung bei Finanzdienstleistungen und Konditionsstrukturen unterteilt für Small, Mittel- und Großflotten. Darüber hinaus stellen wir ein Kontingent an Fahrzeugen zur Verfügung, welches für Testfahrten eingesetzt werden kann. Wir leben den Dienstleistungsaspekt von der Zentrale über den Außendienst und sind mit schnellen Reaktionen für unsere Kunden da, und mittelfristig sogar mit zusätzlichem Personal.“

Wenn es um die Professionalisierung von Volvo-Händlern geht, setzte Volvo Cars Germany nicht vorrangig auf die Vorgabe von Standards, die setzt der Fuhrparkkunde selbst, ergänzt Hüttemann. Ralf Markötter sagt dazu: „Wir passen uns dem individuellen Bedarf des Kunden an, uns liegt mehr an einer vernünftigen Umsetzung zum Wohl des Kunden, als nach draußen zum Beispiel mit Werkstattöffnungszeiten von 7 bis 20 Uhr montags bis samstags aufzutreten. Der Kunde weiß, dass er quasi jederzeit mit uns in Kontakt treten kann, wenn er ein Problem hat, wir finden eine Lösung. Auch hat ein Geschäftskunde wesentlich mehr Verständnis dafür als ein Privatkunde, dass wir bestimmte Leistungen kostenmäßig umlegen. Die Hauptsache ist, dass er das Problem vom Tisch bekommt. Schließlich liegt es ja auch in seinem Interesse, dass wir uns zukunftsorientiert ausrichten, dazu gehört ebenfalls, entsprechend der Kundenstruktur und schlank aufgestellt zu sein.“

Den Blick stets nach vorn richten beinhaltet auch, sich mit dem Thema Nachhaltigkeit und Elektromobilität auseinander zu setzen. Schon das Augenmerk auf die Betriebskosten weist den Weg. Die verbrauchseffizienten Volvo DRIVE Modelle finden mehr und mehr Absatz

v.l. Bernd Franke (Flottenmanagement), Ulrich Wesolowski (Flexicon), Rüdiger Hüttemann (Volvo), Ralf Markötter, Hans-Jörg Eggert (beide Autohaus Markötter), Julia Rose (Flottenmanagement) (o.)

in den Flotten, und auch die angekündigten Elektro- und Hybrid-Modelle wecken zusätzliches Interesse, wie auch Ulrich Wesolowski bekundet: „Wenn der V60 Plug-In Diesel-Hybrid mit einem Durchschnittsverbrauch von 1,9 Liter/100 km auskommt, könnte er für



**Hans-Jörg Eggert
(Autohaus Markötter):**

„Die Themen Leasing und Finanzierung werden generell wichtiger in der Kundenbeziehung allgemein.“

unsere Flotte durchaus in Frage kommen. Die Betriebskosten sind die eine Sache, die Praxistauglichkeit die andere. Da zählen für uns Aspekte wie Ladefähigkeit oder Schnelligkeit, um sie als adäquaten Ersatz unserer bisherigen Fahrzeuge anbieten zu können.“ Mit Ralf Markötter und seinem Team kann er auf Förderer und Unterstützer dieser neuen Antriebszukunft zählen. Sobald wie möglich wollen sie Testfahrzeuge nach Ostwestfalen holen, die Praxistauglichkeit selbst demonstrieren und von Kunden in Erfahrung bringen lassen. „Volvo ist nicht nur mit dabei, sondern kann sich als Sicherheitsvorreiter eine gute Stellung bei den Herstellern von Elektrofahrzeugen erarbeiten“, ist Markötter sich sicher.