



# „DIE MENSCHEN FAHREN **VORSICHTIGER**“

Von wegen Krise! Carplus ist auf Wachstumskurs, drauf und dran, die eigene Erwartung zu übertreffen. Das neue Management ortet interessante Trends am Markt.

INTERVIEW HANS-JÖRG BRUCKBERGER

Die Geschäftsführer Michael Schlögl (l.) und Peter Kirisics (r.) wollen die Digitalisierung vorantreiben, Vertriebsleiter Dominic Krb (Mitte) kann sich auf die volle Manpower der Wiener Städtischen im Außendienst verlassen.



© Hans-Jörg Bruckberger

Vor einem Jahr saß ich hier mit zwei anderen Personen. Was sind die Hintergründe des Managementwechsels bei Carplus?

**Peter Kirisics:** Mein Vorgänger Olaf Helfer hat es als einen Wechsel von analog zu digital bezeichnet. Tatsächlich befinden wir uns in einem Umstrukturierungsprozess: Die Online-Präsenz wird ausgebaut, die Verwaltung modernisiert, ein weiterer großer Schritt in Richtung Digitalisierung.

**Michael Schlögl:** Es ist sicher auch ein Generationensprung und zwar in der Geschäftsführung wie auch in der Vertriebsleitung. Und bei Sabine Berg gibt es einen erfreulichen Anlass: Ich darf sie während ihrer Karenz vertreten.

Apropos Vertrieb: Sind auch hier größere Umstrukturierungen geplant und wird durch die Digitalisierung Personal abgebaut?

**Dominic Krb:** Nein, im Gegenteil: Unser Konzern agiert antizyklisch und hat sogar Personal aufgestockt. Das ist unsere große Stärke: die regionale Präsenz. Wir haben in den Bundesländern unsere neun Landesleiter von Carplus und zusätzlich besteht vor Ort im Autohaus die Möglichkeit, knapp 2.000 Berater\*innen der Wiener Städtischen einzusetzen, um den hohen Serviceanspruch garantieren zu können. Das ist einzigartig!

**Peter Kirisics:** Ja, die regionale Präsenz, die Nähe zu den Autohäusern ist eine große Stärke von Carplus. Das hat eine andere Qualität, wenn beispielsweise ein Waldviertler Autoverkäufer mit einem Waldviertler Versicherungsbetreuer zusammenarbeitet und nicht mit einem, der beispielsweise aus Wien angereist kommt. Wir verstehen uns als Partner der Autohäuser, die Außendienstmitarbeiter\*innen können auch andere Versicherungsleistungen anbieten und Kund\*in-

nen etwa das Autohaus empfehlen. Und: Echte Partner stehen einander bei, in guten wie in schwierigen Zeiten.

Sie liefern damit gleich das nächste Stichwort: Wie läuft das Geschäft in Zeiten wie diesen?

**Michael Schlögl:** Es läuft angesichts der Rahmenbedingungen ehrlich gesagt überraschend gut!

**Dominic Krb:** Wir liegen aktuell über dem Vorjahr, über dem Markt und auch über unseren Erwartungen.

Wie kommt das?

**Michael Schlögl:** Wenn man bedenkt, dass das Volumen am Markt durch die Lieferengpässe schmilzt, so haben wir offensichtlich die Penetration erhöht. Wir haben diese Servicequalität vor Ort, sind auch bei E-Autos Vorreiter. Man braucht hier eigene Vertragsbausteine, andere Deckungen, etwa aufgrund der Brandgefahr. Darauf legen wir einen Fokus.

**Peter Kirisics:** Und unsere Partner meistern die schwierige Marktsituation proaktiv, sie preisen Versicherungsleistungen jetzt mehr an, zumal sie wissen, dass das Werkstattgeschäft davon später profitiert. Und es werden auch Zusatzprodukte stärker nachgefragt wie beispielsweise eine Insassenunfallversicherung. Kurzum, die Autohäuser wissen: Der Kuchen wird kleiner, jetzt muss man eben auch noch Schlagobers und die Kirsche obendrauf packen.

Gibt es sonst noch Trends, die Ihnen auffallen?

**Dominic Krb:** Der Trend zur Kaskoversicherung ist ungebrochen. Vollkasko wird verstärkt nachgefragt, um Reparaturkosten abzudecken, weil es ja im Fall des Falles sehr lange Wartezeiten bei Neuwagen gibt. Man kann schon sagen, dass Lieferengpässe, Teuerung und auch steigende Werkstattpreise das Kaskogeschäft befeuern.

**Peter Kirisics:** Und die Menschen fahren vorsichtiger, weil teilweise auch keine Ersatzteile verfügbar sind und die hohen Spritpreise zum langsameren Fahren animieren. Das ist jedenfalls mein Gefühl.

Macht sich das auch in der Schadenstatistik bemerkbar?

**Dominic Krb:** Kfz-Schäden sind während des ersten Lockdowns 2020 zurückgegangen, haben dann wieder zugenommen und sind etwa auf einem Vor-Corona-Niveau. Aber allgemein hat sich die Schadenssituation verbessert, auch aufgrund der angesprochenen geringeren Kilometerleistung, allerdings spüren wir bei der Schadenshöhe auch die Inflation.

Wie ist Ihre Prognose für die Zukunft?

**Michael Schlögl:** Ich denke, dass sich der Automarkt 2023 erholen wird. Wir bemerken punktuell schon jetzt gewisse Verbesserungen bei den Lieferzeiten. Aber vorerst wird die Situation insgesamt sicher noch eine Zeit lang herausfordernd bleiben.

## Verkaufsfit im Autohaus



Trotz neuer Herausforderungen ist kundenorientierte Beratung weiterhin das A und O im Kfz-Geschäft.

Es ist noch kein Meisterverkäufer vom Himmel gefallen. Wer die Absatzzahlen seiner Autos und Motorräder konstant hochhalten will, kommt heutzutage nicht um tiefere Beschäftigung mit dem Thema Verkauf herum. Lange Fahrzeug-Lieferzeiten aufgrund des weltweiten Chipmangels, kritischere und oft gut vorinformierte Kunden sowie stärker werdende Konkurrenz durch Onlineanbieter – angesichts einer Vielzahl an aktuellen Branchen-Herausforderungen ist für Kfz-Händler der Aufbau und Ausbau von Fachwissen wichtiger denn je.

Die Grundlage der meisten Fahrzeugkäufe ist weiterhin die Vor-Ort-Beratung im Autohaus. Kundenorientierung ist dabei das Um und Auf eines gelungenen Beratungsgesprächs, weiß der erfahrene Verkaufsexperte und Trainer der Santander Meisterklasse, Marc-Ulrich Lech: „Viele Autoverkäufer resignieren bei zögerlichen Kunden zu schnell und lassen sich dadurch ein potenzielles Geschäft entgehen. Bei Kundenbedenken ist es wichtig, im Gespräch zu bleiben. Durch lösungsorientierte Fragen kann ermittelt werden, welche Gründe vom Kauf abhalten, ohne dabei das Gefühl zu geben, sich rechtfertigen zu müssen.“ Zudem rät der Experte Kfz-Händlern, sich eine umfassende Argumentationslinie für einen Kauf in ihrem Autohaus zurechtzulegen, die über den bloßen Kaufpreis hinausgeht. Professionelle Services in der Werkstatt, gut geschultes und freundliches Personal sowie attraktive Finanzierungs- und Inzahlungnahme-Angebote können dabei den Unterschied ausmachen. Abschließend gibt Lech Verkäufern den Ratschlag: „Halten Sie Ihr Know-how in Sachen Verkaufsgesprächsführung up to date und seien Sie sattelfest bei Preisverhandlungen und Einwänden. Man kann nicht jeden Kunden beim Erstkontakt zum Abschluss bringen – man kann es aber zumindest versuchen.“

Die Santander Consumer Bank bietet ihren Partnern mit der „Santander Meisterklasse“ praxisnahe Trainings aus der Welt von Auto & Motorrad. Mehr Infos unter [www.autonline.at/meisterklasse](http://www.autonline.at/meisterklasse)

 **Santander**  
Consumer Bank