



FRAGEN AN DIE HÄNDLER

Fragen für Gruppenhändler:

- 1. Generelle Zufriedenheit
- 2. Gruppenkonzept und Zusammenarbeit
- 3. Kommunikation und Motivation
- 4. Zusammenarbeit mit der Toyota Deutschland GmbH
- 5. Leistungen des Gruppenhändlers
- 6. Marketing
- 7. Intranbrand
- 8. Statistik

Fragen für Partnerhändler:

→ wie bei Gruppenhändlern

- + Finanzielle Abwicklung
- + Vorführwagen
- + Verkaufsplanung und -unterstützung
- + Disposition

Toyota / Mit dem „Partnerschaftsspiegel“ will der japanische Importeur die Zusammenarbeit zwischen Gruppenhändlern und deren angeschlossenen Partnern verbessern.

Spieglein

VON DORIS PLATE



Wir wollen, dass unsere Händler erfolgreich sind.“ Das ist für Harald Schallenberg der Grund für die Befragung zum Toyota „Partnerschaftsspiegel“ (PSS 08). Für den Leiter Händlerqualität ist klar: „Je besser Gruppen- und Partnerhändler zusammenarbeiten, desto höher ist der Absatz.“ Deshalb gibt Toyota seinen Gruppen- und Partnerhändlern mit dem Fair Play-Katalog Richtlinien für ihre Zusammenarbeit in die Hand. Im Partnerschaftsspiegel wird gefragt, wo es noch Verbesserungsmöglichkeiten gibt. Drei Wochen lang hatten die 78 Gruppen-

und 340 Partnerhändler bis zum 10. September die Gelegenheit, online einen gemeinsam mit den Händlern völlig neu entwickelten Fragebogen zu beantworten.

„Die intensive und ehrliche Einbindung unserer Händler ist für mich mit Erfolgsergebnis entscheidend“, erläutert der Projektverantwortliche Timo Nührich und freut sich über die Rücklaufquote: 75 Prozent der Gruppen- und 60 Prozent der Partnerhändler haben die Gelegenheit genutzt, ihrem jeweiligen Partner und Toyota Deutschland ein Zeugnis auszustellen. Und das sehr detailliert (siehe Kasten).

Anonym oder konkret

Um sicherzustellen, dass Gruppen- und Partnerhändler auch anonym antworten können, wurde ein Dienstleister eingeschaltet. Das Kölner Marktforschungsunternehmen Skopos wertet die Befragung aus. Gewünscht ist aber eigentlich, dass die beiden „Parteien“ Farbe bekennen, damit Verbesserungspotenziale auch konkret angesprochen werden können. Dafür müssen die Antwortenden aber ihre ausdrückliche Erlaubnis geben.

Im vierten Quartal 2008 wird die Auswertung vorliegen. Dann will der Importeur auch auf Basis der Befragung Handlungsempfehlungen zur Verbesserung der Zusammenarbeit geben. Darüber hinaus bietet Skopos Workshops an, die allerdings kostenpflichtig sind. Der Toyota Außendienst steht hingegen kostenfrei zur Verfügung.

„Beim letzten PSS lag das Gesamtergebnis in Schulnoten gesprochen bei 2 –“, berichtet Schallenberg. Er ist gespannt, wie in dieser schweren Branchen- und Markensituation die Zusammenarbeit eingeschätzt wird. ■

Christian Werkmeister, Partnerbetreuer Gruppenhändler AHZ Automobil Handels Zentrum, Stuttgart: „Wir werden das Ergebnis des Partnerschaftsspiegels in unserer Zentrale sehr genau auswerten. Wir hoffen, dass es uns Verbesserungspotenziale in der Zusammenarbeit mit unseren Partnern eröffnet.“



Joachim Schober, Geschäftsführer Autohaus Schober, Velden: „Wir freuen uns über den motivierenden ‚Schulterschluss‘ des Importeurs vor allem auch wieder mit den kleineren Händlern, wofür die komplette Neuauflage des Partnerschaftsspiegels ein guter Beweis ist. Über den Partnerschaftsspiegel können wir unserem Gruppenhändler und Toyota Deutschland Tipps und Anregungen für Verbesserungen im Detail geben. Durch eine intensive Auseinandersetzung mit den konkreten Auswertungen der Befragung wird der Weg für eine fruchtbare Zusammenarbeit geebnet.“