

Wenn ein Unternehmen beinahe ein Fünftel seines Nettoumsatzes für Forschung und Entwicklung ausgibt, ist das selbst im technologieintensiven Geschäft mit Diagnosegeräten und Abgastestern bemerkenswert. AVL DiTest ist mit dieser Strategie seit beinahe elf Jahren erfolgreich. 2009 konnte das Grazer Unterneh-

Ob Geräteservice, Hotline oder Internetplattform: Für AVL DiTest ist die Kundenbetreuung mit dem Verkauf eines Diagnosegeräts noch lange nicht zu Ende.

Von Philipp Hayder

Service als Kernkompetenz

men, dessen Produkte mittlerweile in Kfz-Betrieben rund um den Erdball zu finden sind und hierzulande etwa ein Viertel der Werkstätten ausstatten, das Geschäftsvolumen trotz Wirtschaftskrise konstant halten. Eines der Erfolgsgeheimnisse sind die hochwertigen, im oberen Preis- und Leistungssegment positionierten Produkte: „Das elegante Design kehrt die inneren Werte nach außen“, sagt Vertriebs- und Marketingleiter Ingo Glatter. Ebenso wichtig sei aber die Betreuung nach dem Geräteverkauf. Dazu wurde am deutschen Standort Fürth ein eigenes Support Center eingerichtet.

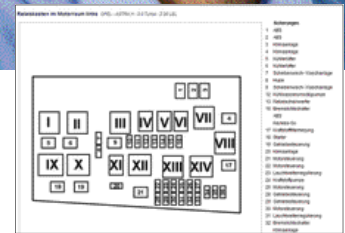
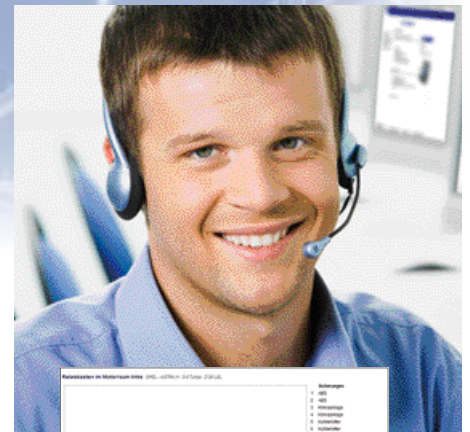
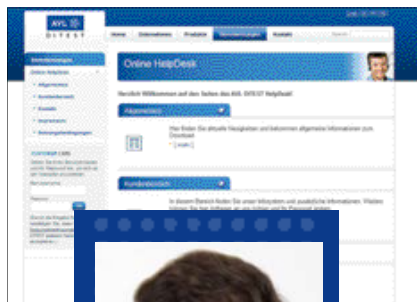
Logistische Meisterleistung

Anstatt dass Außendienstmitarbeiter versuchen, vor Ort defekte Geräte auf Reparaturmöglichkeiten zu untersuchen, geht AVL DiTest einen für die Kunden einfacheren Weg: Mit beachtlichem logistischem Aufwand erhalten die Betriebe ein Tauschgerät, während das bisher genutzte Produkt in Fürth gewartet, repariert oder – beispielsweise im Fall von Abgastestern – geeicht wird. Auf diese Weise werden pro Jahr über 16.000 Diagnosetester bearbeitet, Tendenz steigend.

Per Telefon und Internet

„Fürth ist für uns schon fast so etwas wie eine Servicefabrik“, lacht Dipl.-Ing. Harald Nikolaus. Er ist als Area Sales Manager für Österreich, Ungarn und Italien, aber auch für Australien und Südostasien zuständig. Neben manuellen Arbeiten, erklärt Nikolaus, sei der deutsche Standort aber auch für die telefonische Kundenbetreuung verantwortlich. Zu den Bürozeiten stehen sachkundige Ansprechpartner, allesamt gut ausgebildete Kfz-Meister mit Spezialisierung auf bestimmte Automarken, zur Verfügung. Besonderen Wert legt Nikolaus darauf, dass die Hotline zu keinem externen Dienstleister ausgelagert wurde: „Das kommt für uns nicht in Frage, denn Service ist eine Kernkompetenz.“

Darüber hinaus stehen die Vertriebspartner – in Österreich Kastner und Stahlgruber – den Werk-



Ingo Glatter



Harald Nikolaus

stätten mit Rat und Tat zur Seite. Abgerundet wird das Dienstleistungsprogramm von einer Wissensdatenbank im Internet, die rund um die Uhr erreichbar ist. Dabei handle es sich aber nicht um eine der berüchtigten, nichtssagenden Frage- und Antwortsammlungen, versichert Nikolaus: „Wir geben konkrete Hilfestellungen.“

Häufigere Aktualisierung

Zur Servicephilosophie gehört für AVL DiTest auch, dass die Software der Test- und Diagnosegeräte ab sofort in noch kürzeren Zeiträumen erneuert wird. Waren bisher zwei Updates pro Jahr üblich, erhöht sich die Frequenz heuer auf drei und 2011 auf vier Aktualisierungen. Auf diese Weise soll sichergestellt werden, dass auch freie Werkstätten den Anschluss an die immer kurzfristigeren Neuerungen der Fahrzeughersteller nicht verpassen.

„Natürlich ist uns bewusst, dass eine hundertprozentige Mehrmarkendiagnose niemals möglich ist“, sagt Nikolaus. Das hindert die Grazer aber nicht daran, nach bestmöglicher Abdeckung bei Pkw und Lkw zu streben: Für die Kfz-Betriebe eine überlebenswichtige Ambition. ● (HAY)