

# Konzentration auf die Branche

Die österreichische Niederlassung des Weltkonzerns Total hat eine Aufgabe: sich um die Bedürfnisse der Kfz-Betriebe zu kümmern.

**W**enn man Ruben Härtig nach seiner Geschäftsphilosophie fragt, ist die Antwort eindeutig. „Wir wollen der Partner der Werkstätten sein“, betont der gebürtige Deutsche, den die Liebe zu einer Grazerin und ein Engagement beim Ford-Importeur nach Österreich führte. Seit 2006 fungiert Härtig als Vertriebsleiter von Total Austria. Die Entwicklung, die das Unternehmen seither vorweisen kann, spricht für sich: Der Anteil am Schmierstoffmarkt wurde von 4 auf 8 Prozent verdoppelt, heuer gilt eine weitere Steigerung um 10 Prozent als realistisch. Auf lange Sicht werden zweistellige Marktanteile angestrebt.

## Gewerbe im Fokus

Diese Bilanz ist umso eindrucksvoller, als sich Total bewusst aus Geschäftsfeldern wie dem Großflächenvertrieb oder der Ausstattung von Schnellserviceketten zurückgezogen hat. Die 25 Mitarbeiter der heimischen Vertriebsgesellschaft konzentrieren sich ausschließlich auf die gut 2.000 Kunden aus dem Kfz-Gewerbe. Eine wichtige Rolle spielt dabei der sieben Personen umfassende Außendienst. „Viele unserer Kundenbetreuer sind seit 10, 15 oder gar 25 Jahren bei uns tätig“, erzählt Härtig. „Das macht sie zu echten Schmierstoffexperten.“

Versorgt werden die Betriebe aus dem Zentrallager in der Nähe der niederösterreichischen Stadt Neulengbach. Dort werden permanent über eine Million Liter Motoröl vorrätig gehalten. „Damit können wir so gut wie jede Pkw-Anforderung abdecken“, sagt Härtig.



Ruben Härtig ist seit 2006 für den Schmierstoffvertrieb von Total verantwortlich



## Vielfältiges Sortiment

Tatsächlich ist Total mittlerweile ein umfassend aufgestellter Anbieter. Historisch betrachtet, war der französische Konzern auf Autobauer aus der „Grande Nation“ spezialisiert. In der Markenpolitik wirkt das noch nach: Von Total kommen die Originalöle für den PSA-Konzern, von der im Jahr 2000 im Zuge einer Fusion hinzugekommenen Marke Elf die Schmierstoffe für Renault. Ebenfalls verfügbar wäre die vor allem in gewissen westeuropäischen Märkten präsenste Marke Fina, die in Österreich aber derzeit nicht verwendet wird.

In Sachen Originalschmierstoffe stehen Nissan, Mazda und Opel auf der Referenzliste des Konzerns. Seit dreieinhalb Jahren werden auch Motoröle für Honda produziert, was sich kürzlich in einer lokalen Empfehlung des österreichischen Importeurs niederschlug.

## „Eine große Chance“

Wie wird sich der Schmierstoffmarkt in den kommenden Jahren entwickeln? Härtig ist überzeugt, dass sich eine Zeitenwende abzeichnet: „In vielen Kfz-Betrieben finden Generationswechsel statt.“ Damit verbunden sei eine generelle Professionalisierung und ein Überprüfen tradierter, womöglich aber nicht mehr zeitgemäßer Lieferantenbeziehungen. Für Total sei das „vor allem bei Marken, bei denen wir nicht mit Originalprodukten aktiv sind, eine große Chance“.

Parallel vertraut der Konzern, auf seine technische Kompetenz. Diese hat zu zahlreichen Erfolgen im Motorsport geführt. „Sehr viel davon fließt unmittelbar in die Serienproduktion ein“, erklärt Härtig. Auf den Preiskampf am Schmierstoffmarkt antwortet er mit besonderen Serviceleistungen, die in einem „Mehrwertpaket“ zusammengefasst sind. Dazu zählt beispielsweise die Zusammenarbeit mit dem Entsorgungsunternehmen AVE. Der Hintergrund derartiger Angebote liegt für Härtig auf der Hand: „Wir verstehen uns als echter Dienstreister.“ ● (HAY)