



SCHAUF

## Große Optimierungs-Chancen auf dem Parkplatz Umfrage „Logistik im Autohaus 2014“

Das Führungspersonal in Autohäusern hat es nicht leicht: Kostendruck, Maßnahmen zur Effizienzsteigerung und die Schaffung gleichbleibend hoher Standards für die Kunden sind drängende Probleme. Viele Bereiche sind bereits nahezu perfekt optimiert, doch der hauseigene Parkplatz stand bisher kaum im Fokus. Mit der Studie „Logistik im Autohaus 2014 – Eine Branche zwischen Differenzierung und Standardisierung“ zeigt das Marktforschungsunternehmen DTO Research, dass hier viel Potenzial liegt. In Auftrag gegeben wurde die Studie von der Schauf GmbH aus Solingen, da die erfahrenen Spezialisten für Anzeige- und Leitsysteme jetzt die passende Lösung im Portfolio haben.

### Notwendige Differenzierung

„Die Studie zeigt deutlich, dass sich die Branche in einem Verdrängungswettbewerb befindet. Neue und innovative Systeme zur Steigerung der Kundenzufriedenheit und zur Prozessverbesserung

sind gefragt“, sagt Schauf-Geschäftsführer Bernd Udo Hagemann. In der qualitativen Umfrage wurden 20 Führungspersonen zur aktuellen Situation ihrer Betriebe und der Branche interviewt. „Nahezu alle sagten, dass es immer herausfordernder wird, die Erwartungen der Kunden zu erfüllen. Verbesserungspotenziale scheinen nahezu ausgeschöpft, aber die neue Wettbewerbssituation mit dem Onlinehandel macht eine Differenzierung immer notwendiger“, erklärt Christian Schmälting, Projektleiter bei Schauf. Vor allem der After Sales-Bereich ist für Autohäuser ein zentraler Schlüssel zum Erfolg. Auf die Idee, den eigenen Parkplatz als Mittel zur Kundenbegeisterung und Prozessoptimierung einzusetzen, waren bisher aber nur die wenigsten gekommen, zumal passende System bisher fehlten.

Der Studie zufolge wird der eigene Parkplatz durchaus als optimierbar angesehen. Erst durch die Umfrage – die auch eine kurze Erklärung dazu enthielt, was der Einsatz eines Parkplatzmanagementsys-

tems der Firma Schauf GmbH konkret bedeutet – kam jedoch heraus, dass fast alle ein solches System begrüßen würden. „Wir reden hier von einer sinnvollen Strukturierung des vorhandenen Parkraums, um den Autohausalltag effizienter zu gestalten“, sagt Schmälting.

### Kundenzufriedenheit steigern

Studienleiter Michael Di Figlia erklärt, die Studie habe klar gezeigt, dass „Vertrieb, Service und Prozesse gleichsam optimiert werden können und dass dabei ein einzigartiges Erlebnis für die Kunden geschaffen wird.“ Mit dem Einsatz eines Parkplatzmanagementsystems könnten sich Autohäuser im Wettbewerb differenzieren. Ganz nebenbei würden unproduktive Zeiten und Parkplatzmangel deutlich reduziert und die Kundenzufriedenheit gesteigert. Die komplette Studie und mögliche Lösungen hält die Schauf GmbH bereit. Ansprechpartner ist Christian Schmälting, erreichbar unter 0212/38 23 52 28 oder [c.schmaeling@schauf-gmbh.de](mailto:c.schmaeling@schauf-gmbh.de). ■