

Pilotprojekt „GeWinn“: Erste Ergebnisse

# Bestnoten für Mystery Shopping



Rudi Rohn (li.) ist Verkäufer im Porsche-Zentrum Schwarzwald-Baar. An seinem Arbeitsplatz im Showroom des Autohauses spricht er mit Klaus Wagner (re.) über den Gebrauchtwagenverkauf.

Die Wagner Beratungsgesellschaft ([www.wagner-beratung.de](http://www.wagner-beratung.de)) hat das Gebrauchtwagen-Qualitätsmanagement(QM)-System „GeWinn“ entwickelt und testet es gerade beim Porsche-Zentrum Schwarzwald-Baar in Villingen. Dessen Geschäftsführer Udo Pommerenke bewarb sich als Pilotbetrieb für das QM-System bei „Gebrauchtwagen Praxis“. Die Redaktion hatte „GeWinn“ im Februar vorgestellt und unterstützte Klaus Wagner bei der Suche nach einem ersten Anwender.

## Positive Ist-Analyse

Klaus Wagner und sein Mitarbeiter Michael Kexel führten in dem Porsche-Zentrum eine Ist-Analyse durch. Die Ergebnisse dieser Analyse sind auf der nächsten Seite zusammengefasst. Wagner und Kexel bezogen dabei nicht nur die Geschäftsleitung und den Gebrauchtwagenverkauf ein, sondern auch die Abteilungen Service und Neuwagenverkauf. Daran kann man erkennen, dass Qualitätsmanagement immer das gesamte Unternehmen betrifft. Denn jede Abteilung hat Schnittstellen zu an-



Udo Pommerenke (li.), Geschäftsführer des Porsche-Zentrums, wollte Pilotbetrieb für das QM-System „GeWinn“ sein. Zusammen mit Udo Winkler (Mitte), GW-Verantwortlicher im Autohaus, und Klaus Wagner, Wagner Beratungsgesellschaft, analysierte er in einem ersten Schritt das Gebrauchtwagengeschäft.

## ► PORSCHE-ZENTRUM SCHWARZWALD-BAAR

Porsche-Zentrum Schwarzwald-Baar  
Margarethe-Scherb-Straße 45  
78052 Villingen

**Tel:** 07721/92 92 88

**E-Mail:** [info@porsche-villingen.de](mailto:info@porsche-villingen.de)

**Internet:** [www.porsche-villingen.de](http://www.porsche-villingen.de)

**Geschäftsführer:** Udo Pommerenke

**GW-Verkauf:** Udo Winkler

**Verkaufte GW 2006:** 212

**Verkaufte NW 2006:** 82

**Umsatz 2006:** 16,5 Mio. Euro

**davon Umsatz GW-Geschäft 2006:** 6,4 Mio. Euro

deren Bereichen. Somit wirkt sich die Veränderung in einer Abteilung auf alle anderen aus.

Wie man anhand der Ist-Analyse erkennen kann, gibt es im Porsche-Zentrum Schwarzwald-Baar keine gravierenden Schwachpunkte. Die Ergebnisse des obligatorischen Mystery Shoppings im Rahmen der Ist-Analyse ergaben sogar jeweils die Note 1 für die Vereinbarung einer Probefahrt und das Erstellen eines Gebrauchtwagen-Angebots. Dennoch kann das Porsche-Zentrum an manchen Stellschrauben drehen.

## Die nächsten Schritte

Dazu gibt es noch im Herbst vier Workshops, in denen die Mitarbeiter des Autohauses unter Anleitung von Wagner und Kexel die internen Gebrauchtwagen-Prozesse optimieren. Die Workshopthemen lauten:

1. Kundenkommunikationsziele einschließlich Kommunikationsprozesse
2. Qualitätsmanagement - individuelle Ansätze
3. Effizienz und Flexibilität in den Prozessabläufen
4. Marktanalysen (z.B. Benchmarking) und Kennzahlen

Pommerenke und sein Team empfanden den kritischen Blick, mit dem Wagner und Kexel das Porsche-Zentrum analysierten als anregend: „Man gewöhnt sich schnell an Kompromisslösungen und überlegt gar nicht mehr, dass diese den Kunden stören könnten. Besonders in einer Umbauphase, in der wir uns gerade befinden. Insofern war es sehr wertvoll, dass man uns ein bißchen auf die Füße getreten ist.“

»Gebrauchtwagen Praxis« berichtet weiter über dieses Pilotprojekt. In einer der nächsten Ausgaben wird es um die Ergebnisse der Workshops gehen. Silvia Lulei ◀