



Terminvereinbarung  
und Werkstattpla-  
nung / Wie sie für einen  
optimalen Workflow in der  
Werkstatt sorgen und wel-  
chen Beitrag sie zur Kun-  
denzufriedenheit leisten

# Momente der Wahrheit

VON HANS JÖRG STRITT\*

Seit Kundenorientierung das oberste Gebot im Automobilhandel ist, kommt der Terminvereinbarung im Service eine viel größere Bedeutung zu. Es kann der Beginn einer langjährigen Beziehung zwischen Autohaus und Kunde sein – nennen wir es den Moment der Wahrheit. Da Qualität aus der Sicht des Kunden kein Differenzierungsmerkmal ist, sondern nur die Eintrittskarte zum Service, entscheidet die emotionale Intelligenz der Mitarbeiter, wo der als Kunde künftig sein Fahrzeug zum Service bringt.

Will man sich von anderen Autohäusern abheben, so geschieht dies nur durch eine optimale Kundenorientierung. „Wir dienen, um daran zu verdienen!“ Bei Deckungsgleichheit von Produkt und Leistung mit der Konkurrenz entscheidet letztendlich das Verhalten der Mitarbeiter im Service, ob der Kunde auch Kunde bleibt.

## Das Kreuz mit der Zeit

Alle kennen das „Leid“: Terminplanung, Terminverzerrung, unangemeldete Servicekunden, unpünktliche Kunden, pünktliche Kunden usw. Alle wollen sofort bedient werden – keiner will Zeit haben. Dazu kommt, dass auch die Mitarbeiter vermeintlich ständig unter Zeitdruck stehen. Der Spruch „Das Einzige, was stört, ist der Kunde“ ist in aller Munde (übernommen von Edgar K. Geffroy).

Zeitmanagement-Experten betonen immer wieder: In der Ruhe liegt die Kraft. Dann gibt es immer wieder neue Termingestaltungsprogramme, die per Knopfdruck vermeintlich alles managen. Richtig eingesetzt sind sie allemal ein gutes Werkzeug, um die Terminplanung zu steuern, aber im Allgemeinen sind sie nur bessere „Kunden-Kommlisten“ mit Verknüpfungsmöglichkeiten zu gewissen Stammdaten.

Wirtschaftlich betrachtet wird bei der Termingestaltung eine gewisse Kapazität vorgegeben. Diese wird, um Zeit zu haben für zusätzliche Kunden oder Überhänge vom Vortag oder für GW-Instandsetzung, auf rund 70 bis 80 Prozent limitiert! Aus meiner Sicht ein kapitaler Fehler, denn damit wird die mögliche Produktivität von vornherein eingeschränkt.

## Vom Termin zum Auftrag

Für eine erfolgreiche und wirksame Terminvereinbarung im Service braucht man emotionale, praktische und methodische Werkzeuge, die logisch und praktisch anwendbar sind:

### Emotionale Werkzeuge

- Das Mitarbeiterverhalten muss sich ganz auf die Kundenwünsche einstellen
- Der Kunde muss fühlen und erleben, dass er etwas Besonderes ist
- Der Wille zu bedienen muss im Vordergrund stehen

→ Der Funke, dass alle im Unternehmen im Sinne der günstigsten Lösung und des größtmöglichen Nutzens für den Kunden handeln, muss überspringen

→ Verlässlichkeit und Pünktlichkeit sind oberste Priorität

→ Das Preis-Werte-Gefühl muss transparent, glaubhaft und ehrlich vermittelt werden

### Praktische Werkzeuge

→ Annahme eines Anrufs nach max. 3 x klingeln (kann auch elektronisch sein)

→ Klar strukturierte Terminliste mit Zeitvorgabe-Leiste und Übersicht über mögliche verkaufbare Stunden/Pkw

→ Tafel im Servicebüro, auf der alle Kundentermine aufgeführt sind. Damit kann jeder Kunde seinen Termin überprüfen

→ Vorbereitete Unterlagen/Fahrzeug-Akte

→ Auftrag im PC, Infos zum Fahrzeug (TSI)

→ Teilverkommissionierung soweit bekannt und möglich

→ Deutliche Kennzeichnung der Serviceannahme (nicht zu verwechseln mit dem Direktannahme-Platz des Serviceberaters)



### Methodische Werkzeuge

→ Unsere Serviceberater sind die wichtigsten Leistungsverkäufer im Autohaus. Die Terminplanung für die Beratungsgespräche sollten diese Berater nicht selbst durchführen.

→ Jeder Kunde unseres Autohauses hat das Recht auf die ungeteilte Aufmerksamkeit unserer Berater. Alles, was diese Aufmerksamkeit gefährden könnte, wird deshalb an andere Mitarbeiter delegiert.

→ Jeder Servicetermin, der mit Kunden am Telefon vereinbart wird, muss mittels Alternativtechnik („Anbieten von Alternativen“) im Langzeitgedächtnis der Kunden verankert werden. Nur so ist eine zuverlässige Termineinhaltung des Kunden erreichbar. Sie fragen den Kunden nicht: „Wann möchten Sie kommen?“, sondern: „Möchten Sie am Montag oder Dienstag kommen?“

→ Planen Sie für jeden Servicemitarbeiter maximal 12 Termine pro Tag. Pro Stunde werden maximal zwei Kundengespräche geplant.

→ Der Serviceberater erhält für den nächsten Tag:

- die Terminliste als Tagesprotokoll
- alle vorgeschriebenen Aufträge
- alle Fahrzeugakten

### Werkstattplanung

Der Bereich Werkstattplanung befasst sich schon lange nicht mehr mit der reinen Auftragsverteilung an die Mechaniker, sondern besitzt einen enorm großen Einfluss auf den gesamten Serviceprozess. Eine zeitgemäße Werkstattplanung ist das Produkt aus Teamwork und einer funktionalen, professionellen Ablauforganisation und hat nichts mit der Terminplanung im Autohaus zu tun.

Terminplanung und Terminvereinbarung ist die Vorausplanung, dass der Kunde zu einem fest vereinbarten Termin ins Autohaus kommt. Werkstattplanung bedeutet Einsatzsteuerung von Personal und Auftrag nach erfolgter Diagnose am Fahrzeug. Hierbei müssen Mechaniker-Qualität, Material, Kundenwünsche und Zeit so in Einklang gebracht werden, dass daraus ein Workflow entsteht. Mitarbeiter-Orientierung, Kundenorientierung und Wirtschaftlichkeit sind dabei oberste Priorität!

Im Werkstattplaner (siehe Foto) ist jeder Mechaniker einzeln in einer Zeitleiste aufgeführt. Der Standort des Werkstattplaners

gehört in den Raum, in dem möglichst im Beisein der Kunden eine Diagnose am Fahrzeug und entsprechende Beratung stattfinden kann (Direkt- oder Dialogannahme etc.).

Ganz entscheidend ist auch, dass der Serviceberater und nicht der Werkstattmeister plant. Der Mitarbeiter, der die Beratungsleistung verkauft, plant. Der Werkstattmeister kann die Planung unterstützen, ist aber vor allem für die Qualität der Arbeit verantwortlich.

### Ablauf der Planung

Alle Monteure müssen morgens einen Auftrag in ihrer Zeitleiste vorfinden. Unter Umständen sind auch zwei Monteure an einer Aufgabe einzuplanen, damit kein Leerlauf produziert wird. Danach werden laut Terminliste die Wartekunden den Monteuren im Werkstattplaner zugeordnet.

Beispiel 1: Ein Kunde erteilt einen Auftrag über drei Stunden. Dieser soll um 14 Uhr abgearbeitet sein. Der Serviceberater plant, dass das Fahrzeug spätestens eine halbe Stunde vor Übergabe fertig gestellt sein muss. Er plant die drei Stunden rückwärts (beginnend mit 13.30 Uhr), berücksichtigt dabei eine halbstündige Mittagspause und disponiert den Auftrag auf 10 Uhr. So kann das Fahrzeug zum vereinbarten Termin, der durch den Serviceberater bei der Fahrzeugannahme festgelegt wird, tatsächlich an den Kunden übergeben werden. Alle folgenden Aufträge werden entsprechend diesem Schema geplant.

### Sollbruchstellen

Bei einer solchen Planung ergeben sich zwangsläufig Lücken zwischen den Aufträgen. Diese Zeitfenster sorgen für Flexibilität, wenn beispielsweise ein vorliegender Auftrag erweitert werden muss oder wenn eine Schnellreparatur hereinkommt. Wird eine Lücke nicht genutzt, können nachfolgende Aufträge vorgezogen werden. Ebenso wichtig ist es, eine Sollbruchstelle einzuplanen. Dieser Begriff bezeichnet einen geplanten Abbruch an einer kritischen Stelle. Pro

Im Werkstattplaner ist jeder Mechaniker in einer Zeitleiste aufgeführt

Tag und pro fünf Monteuren sollte eine Sollbruchstelle eingerichtet werden.

Beispiel 2: Bei einer telefonischen Annahme waren zwei bis drei Arbeitsstunden geplant. Bei der Direktannahme ergibt sich jedoch eine Planung von sieben Stunden. Der Kunde ist damit einverstanden, dass sein Fahrzeug erst am nächsten Tag fertig wird. Er bekommt ein Service-Leihfahrzeug.

Selbst wenn der Auftrag noch am gleichen Tag erledigt werden könnte, wird er nicht sofort bearbeitet, sondern ganz nach hinten gestellt. Der gesamte Auftrag wird als Soll-Bruch-Stelle am Ende der Zeitleiste eines Monteurs eingeplant. So wird ein Spielraum von sieben Stunden frei, der für unangemeldete Schnellreparaturen oder Auftragserweiterungen genutzt werden kann.

### Leihfahrzeuge

Eine Sollbruchstelle einzuplanen bedeutet immer, mit einer Überlastung zu planen. Allerdings garantiert diese Überlastung gleichzeitig, dass die Werkstatt voll ausgelastet ist. In der Regel handelt es sich bei den Fahrzeugen, die an einer Soll-Bruch-Stelle geplant werden, um ältere Fahrzeuge. Dabei ergibt sich noch ein interessanter Nebeneffekt: Mit einem sorgfältig ausgewählten Service-Leihfahrzeug kann dem Kunden Lust auf einen Fahrzeugwechsel gemacht werden. Und so wird aus der spröden Notwendigkeit der Terminplanung ein Verkaufsargument in doppelter Hinsicht: Sie sorgt für die richtige Werkstattauslastung und schlägt eine Brücke zum Verkauf. ■

\* Der Autor ist Geschäftsführer des Beratungsunternehmens *quantass Management-Lösungen*. *Praxishandbücher und Anleitungen zur Terminvereinbarung und zur Werkstattplanung können bestellt werden unter [www.quantass.de](http://www.quantass.de).*

