

Internationales Forschungsprojekt will Automobil- und Motorrad-Händler fit für die Zukunft machen

Neue Schlüsselqualifikationen erfordern Umdenken und Schulung von Händlern

In einem von der europäischen Union geförderten Projekt wurden die zukünftigen Herausforderungen und daraus resultierenden Schlüsselqualifikationen im Fahrzeug-Handel in Europa (Automobil und Motorrad) erhoben und mit der Sichtweise der Fahrzeughändler verglichen. Dabei kristallisierte sich eine große Diskrepanz in der Wahrnehmung zwischen Experten und den Händlern heraus.

Während die Händler noch am traditionellen Produktverkauf festhalten, sehen Experten die Zukunft im kunden- und serviceorientierten Verkauf (z.B. Mobilität als Dienstleistung) verbunden mit einer Professionalisierung des Managements. Das bedingt neue Fähigkeiten und Fertigkeiten der Händler und deren Verkaufspersonal. Aufbauend auf diesen Ergebnissen werden nun Trainingskonzepte für die Ausbildung zukünftiger Händler- und Verkäufergenerationen entwickelt bis hin zu passenden Lehrkonzepten und -materialien für Hochschulen.

ForscherInnen der Fachhochschule OÖ in Steyr arbeiten gemeinsam mit Partneruniversitäten aus Ancona (Italien), Danzig (Polen) und Mladá Boleslav (Tschechien), der KTM-Sportmotorcycle AG, Škoda Auto und dem Trainingsunternehmen Snap-On Business Solution daran, die Kfz-Händler fit für die Zukunft zu machen. Im ersten Schritt wurden 21 Experten, 152 Autohändler und 63 Motorradhändler aus Österreich, Deutschland, Italien, Polen und Tschechien, vor allem Klein- und Mittelbetriebe, über die künftigen Herausforderungen und Schlüsselqualifikationen im Automobil-Bereich befragt.

Neue Herausforderungen für Hersteller und Händler

Der Automobilmarkt steht vor großen Herausforderungen: sowohl Hersteller als auch Händler sind konfrontiert mit Mehr-Marken-Management, Online-Verkauf, restriktiveren Finanzierungsmöglichkeiten sowie dem Thema, Mobilität als Dienstleistung zu verstehen und handzuhaben. Es geht darum, sich vom klassischen Produktverkauf zum Service- und Lösungsanbieter weiter zu entwickeln. Den Händlern kommt damit eine Schlüsselrolle für einen erfolgreichen Automobil-Vertrieb zu. Sie sind sich der rasanten Änderungen der Märkte und Rahmenbedingungen jedoch meist nicht bewusst und kämpfen mit massiven Defiziten im Management und Vertrieb ihrer Marken und Produkte. Das spiegeln die Ergebnisse der aktuellen Expertenbefragung und der Händlerbefragung wider.

Händlern mangelt es an Kunden- und Zukunftsorientierung

In Zuge einer Händlerbefragung in Österreich, Deutschland, Italien, Polen und Tschechien wurde erhoben, wo die Händler Schulungsbedarf für ihre Verkaufsmannschaft sehen. Auto- und Motorradhändler gaben als wichtigste Qualifikation für ihr Verkaufsteam das Produktwissen an, gefolgt vom Know-how, Neu- und Gebrauchtfahrzeuge zu verkaufen, usw. (siehe Grafik). Erst weit hinter diesen eher produktionsorientierten Faktoren rangieren Wissen zum Finanzmanagement, Werbekenntnisse oder die Verwendung neuer/ sozialer Medien. Obwohl es leichte Länderunterschiede gibt und für italienische Händler z. B. der E-Commerce-Bereich stärker im Bewusstsein steht, halten die Fahrzeug-Händler generell eher an Faktoren fest, die in der Vergangenheit zum Erfolg geführt haben. Für die Zukunft und die sich rasant ändernden Märkte sind sie damit schlecht beraten.

Experten: Kunden und Mitarbeiter entscheiden im Wettbewerb

Die Experten aus Automobilindustrie, von Trainingsinstitutionen, Hochschulen und Medien orten einen großen Nachholbedarf, der Händler insbesondere bei Management-Fähigkeiten wie Planung, Neukundengewinnung, Kundenbeziehungsmanagement, der Fähigkeit, Kundenbedürfnisse zu verstehen und zu erfüllen, dem Einsatz neuer Medien und einer hohen Serviceorientierung. Eine Schlüsselrolle wird auch dem Einsatz qualifizierter und motivierter MitarbeiterInnen zukommen. Emotionen wie das Ausstrahlen von Begeisterung für die Marke werden beim Verkauf eine größere Rolle einnehmen. Das erfordert vom Verkaufspersonal - abgesehen vom Fach- und Produktwissen - ausgezeichnete kommunikative Fähigkeiten, eine hohe Motivation und das Eingehen auf Kundenbedürfnisse.

Neue Fähigkeiten erfordern neue Trainings- und Lehrkonzepte

Ausgehend von diesen Erkenntnissen wird im nächsten Schritt ein Online-Selbstevaluierungs-Instrument für die Händler entwickelt, um die eigenen Kenntnisse einschätzen, mit dem Durchschnitt der Branche vergleichen und Verbesserungspotenziale erkennen zu können.

Darauf können dann Trainingskonzepte und Lernmaterialien aufsetzen. Zu den Lehrmaterialien gehören unter anderem Best Practices, Case Studies, Videos und Literatur. Neben dem Ziel die Händler bestmöglich zu qualifizieren, werden für Hochschulen und Ausbildungsstätten ebenso Lehrkonzepte samt Lehrmaterialien entwickelt, um den Automobilbereich mit gut ausgebildetem Verkaufspersonal erfolgreich zu machen.

Alle Materialien und auch der Selbstevaluierungs-Test aus dem Projekt werden öffentlich verfügbar gemacht. Den Selbstevaluierungs-Test gibt es voraussichtlich ab April 2013.

Zum Projekt gibt es eine eigene Website: <http://www.new-distribution-skills.eu/>

Zum Projekt:

Das auf drei Jahre angelegte Projekt wird von der EU – der EACEA (Education, Audiovisual & Culture Executive Agency) – kofinanziert und sämtliche Lehrmaterialien und Instrumente werden öffentlich zugänglich gemacht. Langfristig sollen damit die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Wirtschaft gefördert und Arbeitsplätze erhalten werden.

Wesentliche Projektschritte:

- Intensive Analysephase, in der auch die Unterschiede in Europa aufgearbeitet wurden. Es wurden die wichtigsten zukünftigen Kompetenzfelder der Händler und HochschulabsolventInnen, die im automotiven Bereich Fuß fassen möchten, ermittelt.
- Entwicklung eines breiten Spektrums an praxisnahen Lehrmaterialien für die identifizierten zukünftigen Kompetenzfelder unter Nutzen neuer Medien.
- Erarbeitung von Trainingskonzepten und Design eines universitären Vertiefungsschwerpunktes.
- Entwicklung eines Instrumentariums zur Selbstevaluierung - für Händler und Studierende um eigene Verbesserungsmöglichkeiten identifizieren zu können. Aufbauend darauf können Händler und Studierende sich in den fehlenden Kompetenzfeldern weiterqualifizieren.
- Abschluss = internationale Konferenz in Ancona, wo Ergebnisse vorgestellt werden und andere Forschungs- und Trainingseinrichtungen eingeladen sind, Beiträge (wie Fallstudien) in den auszubildenden Kompetenzfeldern vorzustellen.

Projektpartner sind:

FH OÖ Studienbetriebs GmbH, Fakultät für Management Steyr
Università Politecnica delle Marche (Ancona, Italien)
Škoda Auto Universität (Mladá Boleslav, Tschechien)
University of Gdańsk (Danzig, Polen)
KTM-Sportmotorcycle AG (Österreich)
Snap-On Business Solutions (Großbritannien)

Bildtext_ Gruppenfoto: Das internationale Projektteam

Bildquelle: FH OÖ (Abdruck honorarfrei)

Nähere Informationen: christian.stadlmann@fh-steyr.at

What kind of training do you find crucial for sales personnel?

importance as index (0=not important at all, 100 = very important)

—▲— motorcycle retailers (n=63) —▲— car retailers (n=152)

