

# Ölgeschäft im Autohaus: So läuft's wie geschmiert

## Die Branche gratuliert

**Folge 5: Shell**  
Mit Shell hat TECHNO vor 20 Jahren einen innovativen Schmierstoff-Partner ins Boot geholt. So hat die Anders-Gruppe über die Kooperation ihr Schmierstoffprogramm bei Mercedes-Benz konsequent auf äußerst kraftstoff- und damit CO<sub>2</sub>-mindernde 0W-Öle umgestellt. Zugleich stärkt die Teilnahme an Verkaufswettbewerben das Geschäft mit Mitnahmeölen.



Von systematisch drapierten Literdosen auf der Theke in der Serviceannahme über Shell-Mitnahmeöle auf dem Ständer in der Dialogannahme bis hin zu Werbepylonen, dem Oldtimer-Lkw in Gelb-Rot und einer historischen Shell-Zapfsäule im Showroom: Im Autohaus Anders in Vechta sind Schmierstoffe und die Zusammenarbeit mit Shell für die Besucher stets präsent. Schließlich besteht die Allianz schon seit Gründung der Handelsgruppe im Jahr 1982. Seit 2009 ist Anders zudem Mitglied bei TECHNO und profitiert seither auch von den Vorteilen der Kooperation zwischen der

Einkaufsgemeinschaft und Shell. Über insgesamt 15 Standorte mit 760 Mitarbeitern und einem Absatz von rund 6.500 Neu- und Gebrauchtwagen bestellt Anders mit TECHNO und Shell ein Geschäftsfeld, das einen wesentlichen Beitrag zur Ertragskraft im Aftersales leistet. Damit das so bleibt, überprüft und justiert Geschäftsführer und Inhaber Hauke Anders mit Matthias Klintzsch, Verkaufsleiter Autohaus- und Werkstattgeschäft bei Shell Deutschland, sowie Jakob Kabis, Account Manager und Ansprechpartner für die Mitarbeiter der Anders-Gruppe, den Bereich immer wieder neu. Solche Neujustie-



Freuen sich über die erfolgreiche Zusammenarbeit (v.l.): Hauke Anders, Geschäftsführer der Anders Gruppe, Matthias Klintzsch, Verkaufsleiter Autohaus- und Werkstattgeschäft bei Shell Deutschland, Shell Account Manager Jakob Kabis sowie Andreas Gerken, Serviceberater bei Anders und Gewinner des Shell-Verkaufswettbewerbs 2017.



Der Erfolg der Anders Gruppe im Schmierstoffgeschäft beruht auch auf der prominenten Platzierung der Shell-Produkte in den Autohäusern (Fotos unten). Ein besonderer Blickfang für die Kunden ist der Oldtimer-Truck in Shell-Farben mit nostalgischer Zapfsäule.

rungen erfolgen übrigens auch zwischen TECHNO und Shell: „Wir stimmen uns auf allen Ebenen regelmäßig mit TECHNO ab, um den Partnern die bestmöglichen Leistungen bieten zu können“, so Matthias Klintzsch. „Die Zusammenarbeit funktioniert sehr gut.“

### EIN SCHMIERSTOFF FÜR ALLE FÄLLE

Die Innovationsbereitschaft von Anders und Shell zieht konkrete Maßnahmen nach sich. Jüngste Neuerung: Die Anders-Gruppe hat als eines der ersten Mercedes-Benz-Autohäuser im deutschen Markt ihr Angebot an Motorenölen vollständig auf die Shell PurePlus-Produkte der Viskosität 0W umgestellt. „Das hat viele Vorteile: Zum einen erreichen wir eine Sortenreduzierung und dadurch eine Vereinfachung im Handling“, so Hauke Anders. „Zum anderen handelt es sich um Kraftstoff und damit CO<sub>2</sub>-reduzierende Motorenöle, die es unseren Serviceberatern ermöglichen, den Umweltgedanken aufzugreifen. Das sind überzeugende Argumente für das Kundengespräch.“ Diese und weitere Argumente für Shell PurePlus erklärte Shell Account Manager Jakob Kabis den Serviceberatern und Teiledienstverantwortlichen in einer Schulungsrunde. Hierzu zählen insbesondere die Leichtlaufefigenschaften und der Vorteil, bei gleicher Fahrweise mit dem Öl bis zu drei Prozent Kraftstoff sparen zu können. Das wissen auch die Kunden zu schätzen.

### MITNAHMEÖLE AKTIV VERKAUFEN

Damit die direkten Ansprechpartner der Kunden im Aftersales die Potenziale des aktiven Verkaufs bei Mitnahmeölen heben können, führt Shell regelmäßig Verkaufstrai-

nings bei Anders durch. Die Trainings gehen aber darüber hinaus: Der Coach widmet sich allen Themen im Annahmehbereich und zeigt professionelle Vorgehensweisen zur Absatzsteigerung auf. Daneben steht Shell mit seiner Expertise im Kundendialog zur Seite, bei Anders beispielsweise mit Vorträgen auf Unternehmertagen mit Lkw-Flottenbetreibern oder mit Marketingmaterial bei Veranstaltungen. „Die Unterstützung, die verlässliche Belieferung, kurze Wege und schnelle Hilfe bei Fragen haben uns die Kooperation im Laufe der Jahre intensivieren lassen“, so Hauke Anders.

### WETTBEWERBE ALS ANSPORN

Einen weiteren Schub brachte die TECHNO-Mitgliedschaft von Anders, die seit 2009 besteht. Denn als Gesellschafter generiert die Autohausgruppe durch den jährlichen Öl-Bonus aus dem Ölgeschäft einen zusätzlichen Mehrwert. Zudem schärft Shell das Bewusstsein für Mitnahmeöle in den Autohäusern und bietet TECHNO-Partnern jedes Jahr Verkaufswettbewerbe mit attraktiven Prämien für die Teilnehmer an. Die Serviceberater von Anders sind hier seit Jahren immer vorne mit dabei. „Die Mitarbeiter haben die Bedeutung der Mitnahmeöle als Mittel zur Kundenbindung verinnerlicht“, sagt Anders. Matthias Klintzsch fügt hinzu: „Das Autohaus zeigt den Kunden, wie sie Vorsorge betreiben.“ Der Schlüssel dazu: den Nutzen des Mitnahmeöls konsequent kommunizieren. So gewann Andreas Gerken als Serviceberater der Anders-Gruppe im Jahr 2017 den Hauptpreis des Verkaufswettbewerbs, ein Formel-1-Wochenende in Monza.

**50 JAHRE TECHNO**  
DIE AUTOHAUS-KOOPERATION  
1968 – 2018

Die großen markengebundenen Autohausgruppen unter dem Dach von TECHNO sind Kernzielgruppe für Shell im deutschen Markt. Der Start der Zusammenarbeit vor 20 Jahren war folglich ein logischer Schritt, um Synergien zu heben und den TECHNO-Gesellschaftern neue Möglichkeiten im Ölgeschäft zu eröffnen. So hat die Partnerschaft dazu geführt, dass sich Shell schnell als Lieferant etabliert und bei den Mitgliedern von 2012 bis Ende 2017 eine Verdopplung des Liefervolumens erzielt hat.

### ÜBERZEUGENDE INNOVATIONEN

Das Wachstum speist sich aus den Shell PurePlus-Motorenölen, mit denen eine zukunftsweisende Technologie Einzug gehalten hat. Denn die Grundöle basieren seit 2013 auf Erdgas: die optimale Voraussetzung für dünnflüssige Motorenöle in niedrigster 0W-Viskositätsklasse. Diese dünneren und reibungsärmeren Öle können wiederum den Kraftstoffverbrauch senken. Und weniger Kraftstoffverbrauch heißt weniger CO<sub>2</sub>. Shell PurePlus-Motorenöle leisten damit einen Anteil, CO<sub>2</sub>-Emissionen zu reduzieren. Zugleich sorgen sie für OEM-Qualitätsstandard im Aftersales. Ein Effekt: Alle bei Shell kaufenden VW-Gesellschafter von TECHNO haben bereits 2014 auf 0W-30 Motorenöle umgestellt. Das Angebot und die daraus entstehenden Wettbewerbsvorteile kommunizieren sowohl der Shell- als auch der TECHNO-AuBendienst aktiv gegenüber den Gesellschaftern. Die Stärke der Kooperation liegt zudem in der regelmäßigen Abstimmung beider Partner, von der Management- bis zur operativen Ebene.

