

WILHELM MISSLER

SERVICETECHNIKER

BAND 2:

**MANAGEMENT UND
AUFTRAGSABWICKLUNG**



Ein Fachbuch von

auto
FACHMANN

Wilhelm Missler

Servicetechniker

Band 2: Management und Auftragsabwicklung

Wilhelm Missler

Servicetechniker

Band 2: Management und Auftragsabwicklung

Weitere Informationen:

www.autofachmann.de/buch

 www.facebook.com/kfzmeister.wissen

ISBN 978-3-8343-3415-2

1. Auflage. 2018

Alle Rechte, auch der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Hiervon sind die in §§ 53, 54 UrhG ausdrücklich genannten Ausnahmefälle nicht berührt.

Copyright 2018 by Vogel Communications Group GmbH & Co. KG, Würzburg

Vorwort

Was will dieses Buch? Es soll den Fachleuten im Kfz-Gewerbe auf ihrem Weg zum Kraftfahrzeug-Servicetechniker und zur Kraftfahrzeug-Servicetechnikerin ein Begleiter und Sparringspartner sein, der auf die Prüfung in den nicht-technischen Prüfungsfeldern vorbereitet. Darüber hinaus mag es in den ersten Berufsjahren als Handbuch zum Nachschlagen dienlich sein.

Ein Schwerpunkt der Prüfung zum Kraftfahrzeug-Servicetechniker und zur Kraftfahrzeug-Servicetechnikerin bildet die Auftragsabwicklung mit ihren wichtigsten Teilaufgaben. Das bedeutet, dass dieses Buch beispielsweise auch die Betreuung und Beratung der Kunden, das Abschätzen der Gesamtkosten sowie das Auswählen der Ersatz- und Zubehörteile mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis behandelt. Ein weiteres Kapitel widmet sich den Querschnittsthemen Information, Kommunikation und Kooperation.

Das Buch verzahnt das in der Praxis Gelebte und für die Praxis Erforderliche eng mit dem notwendigen theoretischen Rüstzeug. Zur Veranschaulichung dient der Werkstattbesuch des Stammkunden Georg Trumpf, der seinen Volkswagen Polo bei Auto Ostend warten und reparieren lässt und dort im Kundendienst von der Servicetechnikerin Claudia Neuser betreut wird. Der Aufbau dieses Buches folgt im ersten Kapitel nicht der klassischen Gliederung nach Sachgebieten, sondern stellt den Prozess der Auftragsabwicklung in den Mittelpunkt. Das bedeutet beispielsweise, dass die Themengebiete Information, Kommunikation und Kooperation zum einen situationsgerecht in die Besprechung des Auftragsabwicklungsprozesses eingeflochten und zum anderen in einem eigenen Kapitel noch vertiefend aufgearbeitet werden.

Eibelstadt

Wilhelm Missler

Geleitwort



Das Kraftfahrzeuggewerbe verändert sich rasant. Insgesamt wird Mobilität immer komplexer. Themen wie autonomes Fahren, Konnektivität, Fernwartung und -diagnose haben Auswirkungen auf die Aftersales-Welt. Das gilt für Werkstatt und Technik genauso wie für Management und Auftragsabwicklung.

Für Servicetechniker ergeben sich daraus neue Anforderungen an Wissen und Können, an Theorie und Praxis. Um Fahrzeuge auch in der Zukunft den Kundenbedürfnissen entsprechend reparieren zu können, benötigen sie als Mitarbeiter einer Werkstatt oder eines Reparaturbetriebs ein deutlich erweitertes Fachwissen. Der Serviceauftrag verändert sich: Rechtliche Aspekte werden wichtiger. Die Möglichkeiten, zeitwertgerechte Reparaturen zu berücksichtigen, gewinnen für die Kundenbindung an Bedeutung. Allein auf dem Weg vom Kunden- zum Werkstattauftrag kann man sehr viel falsch, aber eben auch richtig machen.

Auf der technischen Seite stellen immer umfangreichere Assistenzsysteme neue Anforderungen. Diagnosestrategien verändern sich. In zunehmend vernetzten Fahrzeugen wird die richtige Interpretation von Fehlern noch wichtiger. „Servicetechniker“ hilft Ihnen, neue Anforderungen einzuordnen und via Serviceorganisation und Management in geordnete Prozesse zu bringen. Neue Aspekte der Betriebsorganisation helfen gleichermaßen, Auftragsabwicklung technisch sauber und organisatorisch effektiv zu gestalten.

Daher ist dieses Buch sowohl für diejenigen gedacht, die bereits als Servicetechniker an der Front stehen und täglich unter Beweis stellen müssen, dass ihr Know-how dem Kunden weiterhilft, als auch für diejenigen, die noch auf dem Weg sind, Servicetechniker zu werden. Alles, was Sie für Ihre zukünftige Aufgabe als Problemlöser im Betrieb wissen müssen, finden Sie in den Bänden 1 und 2.

In diesem Sinne: Viel Spaß beim Lesen und einen hohen Wirkungsgrad beim Lernerfolg!

Freundlichst

Ihr Wilhelm Hülsdonk
Bundesinnungsmeister des Kfz-Handwerks und ZDK-Vizepräsident

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Geleitwort	7
1 Der Serviceauftrag	11
1.1 Terminvereinbarung mit dem Kunden – mehr als ein Datum	14
1.1.1 Telefonieren mit System	19
1.2 Auftragsvorbereitung	21
1.3 Reparaturannahme	23
1.3.1 Das Annahmegespräch	23
1.3.1.1 Der Werkvertrag	28
1.3.1.2 Schiedsstellen des Kfz-Gewerbes	28
1.3.2 Kostenvoranschlag	29
1.3.2.1 Rechtliche Aspekte des „Kostenanschlags“	29
1.3.2.2 Abgrenzung von Angebot und Kostenvoranschlag	31
1.3.3 Möglichkeiten zur zeitwertgerechten Reparatur	32
1.3.3.1 Reparieren statt Austauschen von Kunststoffteilen	32
1.3.3.2 Reparatur mit Austauschteilen	32
1.3.3.3 Reparatur mit qualitätsgleichen Teilen	32
1.3.3.4 Reparatur mit Nachbauteilen	33
1.3.3.5 Reparatur mit Gebrauchtteilen	33
1.3.4 Vom Kundenauftrag zum Werkstattauftrag	33
1.4 Auftragsdurchführung	36
1.4.1 Nachträgliche Auftragserweiterung	37
1.5 Endkontrolle	38
1.5.1 Technische Endkontrolle	38
1.5.2 Organisatorische Endkontrolle	42
1.6 Fahrzeugübergabe	43
1.6.1 Absicherung bei Herausgabe eines nicht verkehrssicheren Fahrzeugs	43
1.7 Auftragsnachbearbeitung	45
2 Serviceorganisation und -management	47
2.1 Betriebsorganisation	47
2.1.1 Aufbauorganisation	49
2.1.1.1 Arten der Aufbauorganisation	51
2.1.2 Ablauforganisation	53
2.2 Qualifikation und Qualifizierungsbedarf	54
2.2.1 Innerbetriebliche Schulung	56
2.2.1.1 Schulung größerer Gruppen	58
2.3 Kommunikation – Transmissionsriemen der Kooperation	61
2.3.1 Innerbetriebliche Kommunikation	62
2.3.1.1 Formelle interne Kommunikation	62
2.3.1.2 Informelle interne Kommunikation	63
2.4 Kommunikation und Motivation	63
2.4.1 Motivation: Was uns antreibt	65
2.4.2 Die Psychologie der Kommunikation	67

2.4.2.1	Die Beschwerde als Chance	70
2.5	Information und Dokumentation	74
2.5.1	Information und Dokumentation in der Werkstatt	76
2.5.1.1	Dokumentar oder Nutzer?	77
2.5.2	Fünf Gründe für gut geführte Dokumentation	78
2.5.3	Abgrenzung: Archiv, Bibliothek, Dokumentation	83
2.6	Qualitätsmanagement (QM)	83
2.6.1	Qualitätspolitik	84
2.6.2	Die acht Grundsätze im QM	86
3	Servicerecht	89
3.1	Das Bürgerliche Gesetzbuch (BGB)	89
3.1.1	Vertragsrecht	89
3.1.2	Schuldrecht	90
3.1.2.1	Rechtsfolgen mangelhafter Lieferung oder Werkstattleistung	92
3.1.3	Abgrenzung: Sachmängelhaftung, Garantie und Kulanz	93
3.1.4	Abgrenzung von Verschleiß und Mangel	95
3.2	Wettbewerbsrecht	96
3.2.1	Die wichtigsten Regelungen für den Servicemarkt	96
3.3	Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB-Gesetz)	98
3.3.1	Reparaturbedingungen	99
3.4	Arbeitsschutz	100
3.4.1	Arbeitsschutz in der Werkstattpraxis	101
3.4.1.1	Erste Hilfe	108
3.4.2	Wichtige Gesetze und Verordnungen	111
3.4.2.1	Arbeitsschutzgesetz (ArbSchG)	111
3.4.2.2	Arbeitszeitgesetz (ArbZG)	111
3.4.2.3	Arbeitsstättenverordnung (ArbStättV)	112
3.4.2.4	Betriebssicherheitsverordnung (BetrSichV)	112
3.4.2.5	Gefahrstoffverordnung (GefStoffV)	113
3.4.2.6	Unfallverhütungsvorschriften	113
3.4.2.7	Jugendarbeitsschutzgesetz (JArbSchG)	115
3.4.2.8	Mutterschutzgesetz (MuSchG)	116
3.4.3	Betriebliche Unterweisung	117
3.4.3.1	Unterweisung – Einweisung – Betriebsanweisung – Arbeitsanweisung	122
3.5	Umweltschutz	124
3.5.1	Kreislaufwirtschaftsgesetz (KrWG)	125
3.5.1.1	Altfahrzeug-Verordnung (AltfahrzeugV)	127
3.5.1.2	Altölverordnung (AltöIV)	129
3.5.1.3	Gefährlicher und nicht gefährlicher Abfall	130
Anhang	131
A.1	Kfz-Reparaturbedingungen	131
A.2	Verordnung über die Prüfung zum anerkannten Abschluss „Geprüfter Kraftfahrzeug-Servicetechniker/Geprüfte Kraftfahrzeug-Servicetechnikerin“	136
Literaturverzeichnis	145
Quellenverzeichnis	147
Stichwortverzeichnis	149

1 Der Serviceauftrag

Die Auftragsabwicklung im Kundendienst ist der komplexeste Prozess, der in einem Autohaus oder einer Freien Werkstatt vorkommt. Dabei spielt es inhaltlich keine Rolle, wie groß der Betrieb ist. Der Ablauf in großen Häusern unterscheidet sich von dem in kleineren nur dadurch, dass die Großbetriebe die einzelnen Aufgaben auf mehr Stellen verteilen (stärkere Arbeitsteilung; vgl. Abschnitt 2.1), indem sie beispielsweise eine nur für den Kundendienst zuständige Rechnungsabteilung unterhalten oder den Reparaturannehmern eine Serviceassistenz zur Seite stellen.

Die Komplexität rührt daher, dass – abgesehen von Kleinbetrieben – in eine Auftragsabwicklung immer mehrere Mitarbeiter involviert sind: der Reparaturannehmer, der Mechatroniker, evtl. der Werkstattmeister, außerdem derjenige, der die Rechnung schreibt, und schließlich derjenige, der dem Kunden das Fahrzeug wieder übergibt (sofern das nicht der Reparaturannehmer selbst übernehmen kann). Fast immer beinhaltet ein Wartungs- oder Reparaturauftrag, dass Ersatzteile verbaut werden; in diesem Fall kommen Mitarbeiter aus einer weiteren Abteilung ins Spiel. Können Teile des Auftragsumfangs nicht im eigenen Haus durchgeführt werden – z.B. Lackierarbeiten –, müssen sogenannte Fremdleistungen in den Gesamtprozess eingebunden werden. Das Gleiche gilt, wenn externe Prüfer im Kfz-Betrieb die Hauptuntersuchung (HU) durchführen. Auch in den beiden letztgenannten Fällen bleibt gegenüber dem Kunden der Kfz-Betrieb für das Arbeitsergebnis und die Einhaltung des Fertigstellungstermins verantwortlich.

Sieben Schritte für eine professionelle Auftragsabwicklung

Eine Auftragsabwicklung besteht aus mindestens vier Schritten (Auftragsannahme bis Fahrzeugübergabe). Bei intensiver Vor- und Nachbereitung können daraus sieben Schritte – im Grunde sind es **Teilprozesse** – werden:

1. Terminvereinbarung:
Die erste Kontaktaufnahme zwischen Kunde und Reparaturannahme wird verkürzt als „Terminvereinbarung“ bezeichnet. Doch dabei passiert sehr viel mehr!
2. Auftragsvorbereitung:
Wenn der Reparaturannehmer im ersten Schritt gut gearbeitet hat, kann er sich auf den Besuch des Kunden optimal vorbereiten – und sollte das auch tun.
3. Reparaturannahme:
Der Begriff ist noch ein Relikt aus jener Zeit, als die Kunden ihrem Auto gerne auch mal einen Ölwechsel außer der Reihe gegönnt haben und froh waren, wenn sie auf den Werkstatttermin nicht wochenlang warten mussten. Der im heutigen Wettbewerbsumfeld richtige Ansatz lautet „Kunden-Dienst“. Dieser Begriff beschreibt weniger eine Tätigkeit als vielmehr eine innere Haltung. Das selbstgefällige, gönnerhafte Entgegennehmen eines Reparaturauftrags war vorgestern. Heute geht es um Beratung und aktives Anbieten von Leistungen. Der Reparaturannehmer muss sich darüber im Klaren sein, dass er den Kunden in Sachen Autotechnik beraten **darf**. Wenn er das so macht, wie es sich der Kunde vorstellt, wird dieser geneigt sein, Werkstattleistungen in Anspruch zu nehmen und einen entsprechenden Auftrag zu erteilen.

4. Instandsetzung/Auftragsbearbeitung:
Das Abarbeiten einer Inspektion oder Reparatur stellt den eigentlichen, Wert schöpfenden Schritt in der Auftragsabwicklung dar.
5. Endkontrolle:
Man könnte sich zu der Annahme verleiten lassen, dass in einer absolut prozesssicher organisierten Werkstatt mit bestausgebildeten Mechatronikern und Servicetechnikern eine Endkontrolle verzichtbar wäre. Doch das wäre ein Trugschluss. Zunächst einmal: Einen dauerhaften Null-Fehler-Prozess gibt es nicht – schon deshalb nicht, weil Menschen involviert sind. Auch bei den Diszipliniertesten schwankt über einen längeren Zeitraum hinweg die Leistungsfähigkeit – weil der eine mal gesundheitlich angeschlagen ist und der andere belastende Ereignisse aus dem privaten Umfeld zu verkraften hat. Und: Eine Endkontrolle ist nicht dazu da, um beispielsweise einem Mechatroniker einen Fehler nachzuweisen, und auch nicht, um Nacharbeiten auszuführen. Sie ist vielmehr eine routinemäßige Prüfung der Werkstattarbeit, um aufzudecken, an welcher Stelle im vorgelagerten Prozess das Arbeitsergebnis vom Soll abweicht und warum dies der Fall ist. Aus dieser Analyse gilt es dann, Verbesserungsmaßnahmen abzuleiten.
6. Fahrzeugübergabe:
Die Bedeutung einer professionellen Fahrzeugübergabe an den Kunden wird häufig unterschätzt. Außer Frage steht ohnehin, dass das Kundenfahrzeug weder außen noch innen Reste von „Kampfspuren“ aufweisen darf. In der Regel wird es gewaschen übergeben. Im Rahmen der Auftragsabwicklung ist die Fahrzeugübergabe die letzte Chance, auf die Kundenzufriedenheit Einfluss zu nehmen. Dazu trägt beispielsweise bei, wenn derjenige, der das Beratungsgespräch geführt hat, das Auto auch wieder aushändigt; wenn der Fachmann oder die Fachfrau aus dem Kundendienst dem Kunden bestätigt, dass dessen Entscheidung für die fragliche Reparatur absolut richtig war.
7. Auftragsnachbearbeitung:
Dieser letzte Schritt dient im Wesentlichen dazu, die vom Kunden **wahrgenommene** Qualität zu erfassen. Dass die technische Ausführung des Reparaturauftrags einwandfrei ist, erwartet der Kunde von einem Fachbetrieb schlicht und einfach. Alles andere führt zu Enttäuschung. Ein Kunde, der nicht enttäuscht ist, ist aber noch lange nicht völlig zufrieden, geschweige denn begeistert. Die Bande zwischen einem Kunden und dem Kfz-Betrieb werden jedoch nur enger, wenn der Kunde das Gefühl hat, in diesem Betrieb rundum gut bedient zu werden. Ob das der Fall ist, soll eine Befragung des Kunden klären. Aus dessen Antworten lassen sich u.U. Möglichkeiten ableiten, wie die Servicequalität weiter verbessert werden kann.

Alles oder nichts

Das Tückische am Auftragsabwicklungsprozess im Kundendienst ist, dass jeder einzelne der sieben Schritte das Potenzial hat, die Wahrnehmung einer ansonsten tadellosen Leistung auf den sechs anderen Feldern zunichte zu machen. Der Klassiker: Die Reparatur wurde technisch einwandfrei ausgeführt, war schneller fertig als geplant und blieb auch noch deutlich unter der Kostenschätzung. Doch leider hat der Mechatroniker einen dicken schwarzen Schuhabdruck auf der Fußmatte hinterlassen!

Es geht eben um alles oder (fast) nichts: Der hohe Aufwand, der in einem wie oben skizzierten Auftragsabwicklungsprozess steckt, ist auf Dauer nur finanzierbar, wenn er Früchte in Form von höherer Kundenbindung trägt, die sich wiederum in wachsenden oder mindestens auf hohem Niveau gleichbleibenden Werkstatt- und Teileumsätzen nieder-

schlägt. Deshalb sind sechs Siebtel an Zielerfüllung – immerhin über 85 Prozent! – am Ende nicht einmal die Hälfte wert.

Nur der Wunsch der eigenen Kunden zählt

Jeder Betrieb kann seine Prozesse definieren, wie er sie für richtig hält und z.B. festlegen, was zu einem bestimmten Arbeitsschritt gehört und was nicht – oder einen Teilprozess ganz weglassen. So beginnen viele Unternehmen mit der Auftragsvorbereitung, wenn der Kunde schon in der Reparaturannahme steht. Faktisch fällt sie also aus. Oder Stichwort Reparaturannahme: Für diesen Teilprozess hat sich die „Direktannahme“ oder auch „Dialogannahme“ vielerorts etabliert. Manche Betriebe wollen trotzdem keine. Und eine nennenswerte Zahl von Betrieben verzichtet auf die Auftragsnachbearbeitung.

Jedwede Entscheidung ist so lange in Ordnung, wie sie dem Wunsch der weit überwiegenden Zahl der **eigenen** Kunden entspricht. Was die anderen Betriebe machen und für sinnvoll halten, ist irrelevant. Es kommt auf die eigenen Kunden an. So kann sich ein auf Rolls-Royce und Bentley spezialisierter Händler eine Dialogannahme sparen: Nicht der Chauffeur und schon gar nicht der Eigner werden sich unter ein nasses Auto stellen und sich Dinge anschauen, die sie nicht interessieren. Bei dieser Kundengruppe ist alles unterhalb des Rundum-Sorglos-Pakets inakzeptabel. Der Preis spielt keine Rolle.

Bei den restlichen 98 Prozent – den Fahrern von Volumenmodellen und den allermeisten Modellen der sogenannten Premium-Anbieter – spielt der Preis allerdings schon eine Rolle; genauer ausgedrückt: Es kommt auf das Preis-Leistungs-Verhältnis an. Der Kunde will sicher sein, dass er sein Auto genau diesem Kfz-Betrieb und genau diesem Kundendienstberater mit seiner Werkstattmannschaft anvertrauen kann und sein Geld in die vorgeschlagene Reparatur gut angelegt ist. In einem solchen Umfeld ist die Möglichkeit zur Dialogannahme natürlich sinnvoll. Man sollte allerdings nie einen Kunden dazu nötigen.

Dieses Buch beschreibt eine Auftragsabwicklung, wie sie von der großen Mehrheit der Kunden als professionell und vertrauensbildend wahrgenommen werden dürfte. Dem hier vorgestellten Prozess liegen die oben aufgeführten sieben Schritte zugrunde. Sie alle sind heute IT-gestützt und vernetzt, in manchen Werkstätten sogar bis hin zum Arbeitsplatz des Mechatronikers. Die Ausführungen greifen aber bewusst allenfalls ausnahmsweise den letzten Stand der Vernetzungstechnik auf, weil dieser Stand in voller Anwendung in der Praxis nicht flächendeckend anzutreffen ist. Mancher digitalisierte Ablauf wird auch erst richtig transparent, wenn man weiß, welche manuelle Tätigkeit oder welcher physische Beleglauf einmal dahinterstand.

Dieses Kapitel ist folgerichtig ablauforientiert, also prozessorientiert, aufgebaut. Deshalb werden alle Aufgaben – ob notwendig oder nur wünschenswert – genau an der Stelle angesprochen, an der sie sinnvollerweise erledigt werden. Ziel ist, dass am Ende ein vollständiges Bild über den Ablauf einer kundenorientierten Auftragsabwicklung entstanden ist. Die Stellenbeschreibungen der davon berührten Arbeitsplätze sind in diesem Zusammenhang zweitrangig.

Der „Reparaturannehmer“

An verschiedenen Stellen im Buch ist vom „Reparaturannehmer“ die Rede. Die völlig aus der Zeit gefallene Bezeichnung (vgl. Schritt 3, Reparaturannahme) ist dem Umstand geschuldet, dass der „Serviceberater“ und die „Serviceberaterin“ das Ergebnis einer (in der Regel zertifizierten) Qualifizierungsmaßnahme sind. Der „Kraftfahrzeug-Service techni-

ker“ und die „Kraftfahrzeug-Servicetechnikerin“ dagegen stehen für eine staatlich anerkannte Berufsausbildung. Die Verwendung des Begriffs „Serviceberater“ könnte hier zu dem Missverständnis führen, dass er als Qualifizierungsbezeichnung verstanden wird, obwohl eigentlich die Tätigkeit der Serviceberatung gemeint ist. Selbstverständlich werden Kraftfahrzeug-Servicetechniker und Servicetechnikerinnen, die in der Reparaturannahme arbeiten, nicht als „Annehmer“ alter Prägung auftreten, sondern im Dienst am Kunden die Beratung und Betreuung in den Mittelpunkt ihrer Arbeit stellen.

Damit im Folgenden nicht immer wieder Klarstellungen darüber erforderlich werden, was im Einzelfall gerade gemeint ist, begleitet den Leser ein Fallbeispiel in Person der Servicetechnikerin Claudia Neuser durch dieses Buch. Sie arbeitet beispielhaft in der Serviceberatung mit Direktannahme bei Auto Ostend. Der Kfz-Betrieb ist als Freie Werkstatt positioniert, die mit Gebrauchtwagen handelt und darüber hinaus neue Wohnmobile und Wohnwagen verschiedener Fabrikate anbietet.

1.1 Terminvereinbarung mit dem Kunden – mehr als ein Datum

Drei Viertel aller Terminvereinbarungen mit der Werkstatt werden noch immer telefonisch getroffen. Dabei können Kfz-Betriebe heute gleich mehrere Kanäle anbieten, über die die Kunden in Kontakt zum Unternehmen kommen. Die Losung „Je mehr, desto besser“ ist aber nur sinnvoll, wenn der Betrieb auch in der Lage ist, jeden Kanal so zu bedienen, wie es aus der Sicht der Nutzer üblich ist. So erwartet ein E-Mail-Absender spätestens nach 24 Stunden eine Antwort [1], bei den Sozialen Medien liegen die erwarteten Reaktionszeiten einer Untersuchung der Allianz zufolge im Mittel bei gerade einmal zwei Stunden (Bild 1.1). Wer das nicht leisten kann und die Kanäle trotzdem anbietet, riskiert, dass der Interessent von diesem (Fehl-)Verhalten auf die Leistungsfähigkeit des Betriebs schließt und den Kontakt abbricht.

Aus diesem Wissen heraus hat Servicetechnikerin Claudia Neuser von Auto Ostend schon nach einer halben Stunde auf die morgendliche E-Mail von Georg Trumpf reagiert. Auf flapsige Ansprache („Hi Herr Trumpf“) oder Redewendungen („alles paletti?“) hat sie dabei selbstverständlich verzichtet. Eine Handelsstudie hat darüber hinaus gezeigt, dass die Kunden auch auf korrekte Rechtschreibung Wert legen [1].

Herr Trumpf ist Stammkunde, deshalb sind alle relevanten Fahrzeugdaten im System gespeichert. Er wünscht für seinen VW Polo GTI einen Inspektionstermin und hat in seiner Mail eine Telefonnummer angegeben. Die Servicetechnikerin nutzt die Chance zum Wechsel auf das persönlichere Medium „Telefon“ und kündigt in ihrer Antwortmail einen Rückruf für den frühen Nachmittag des gleichen Tages an.

Selbstverständlich bereitet sich Frau Neuser auf dieses Gespräch entsprechend vor. Dazu gehört noch einmal ein Blick in die E-Mail des Kunden – enthält sie vielleicht Informationen, die beim ersten Lesen übersehen wurden? –, sodann in die (elektronische) Fahrzeugakte und schließlich in die Übersicht über die Werkstattauslastung der kommenden Tage. Tipps zum zielführenden Telefonieren gibt Abschnitt 1.1.1.

Mit welchem Arbeitsumfang ist zu rechnen?

Bei der „Terminvereinbarung“ als erstem Prozessschritt der Auftragsabwicklung gilt es zunächst, möglichst detaillierte Auskunft über den Status des Fahrzeugs (z.B. Kilometerstand)

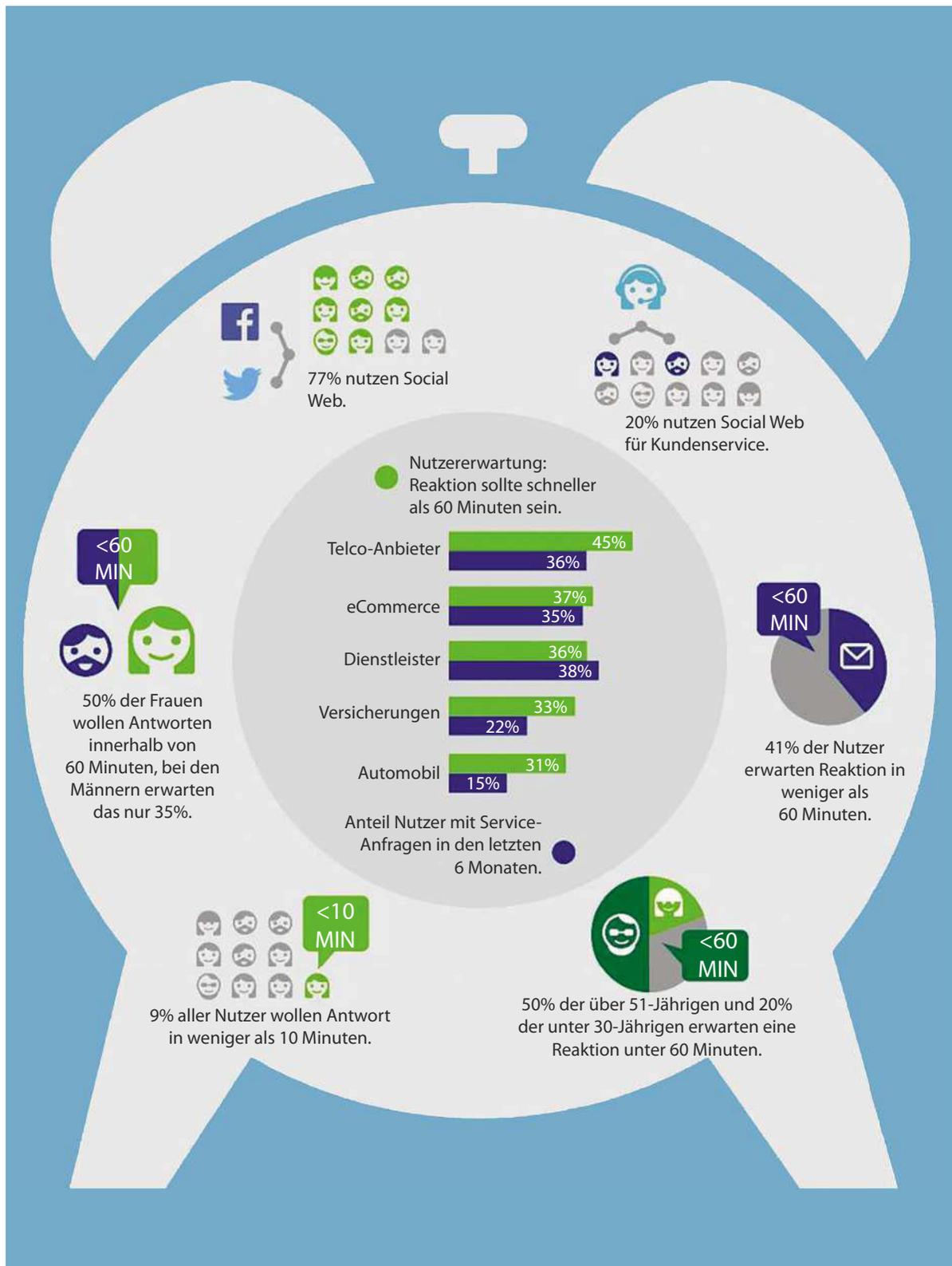


Bild 1.1 Erwartete Reaktionszeiten im Netz [Quelle: Allianz Deutschland AG 2014]

und das Anliegen des Kunden zu bekommen. Denn nur dann kann die bedarfsgerechte Werkstattkapazität vorgehalten werden. Vermerke wie „Inspektion“ auf dem Wandkalender sind praktisch wertlos. Aus dem Telefonat mit ihrem Kunden erfährt Frau Neuser, dass die Fahrleistung des Fahrzeugs bei etwa 15 000 Kilometer liegt. Die Fahrzeugakte zeigt, dass das Auto zwei Jahre alt ist, so dass nicht der kleine Service, sondern die Zwei-Jahres-Inspektion ansteht. Frau Neuser will es genauer wissen und hakt nach: „Können wir außer der Inspektion noch etwas tun für Sie? Ist Ihnen vielleicht am Fahrverhalten etwas aufgefallen?“ Durch die letzte Frage ruft sie beim Kunden ins Gedächtnis, dass beim Einlegen des Rückwärtsgangs ein Dauerton zu hören ist. Aus den weiteren Beschreibungen des Kunden kann sie den Schluss ziehen, dass die Fehlermeldung von der Einparkhilfe kommt. Ohne die Anmerkung von Frau Neuser hätte Herr Trumpf womöglich erst wieder während des Reparaturannahmegesprächs an die Fehlfunktion gedacht. Da in diesem Fall die für die Instandsetzung erforderliche Zeit nicht eingeplant gewesen wäre, hätte es passieren können, dass ein weiterer Werkstattaufenthalt notwendig geworden wäre. Ärgerlich. So aber kann Frau Neuser den Zeitbedarf schätzen und einen entsprechenden Puffer im Werkstattterminplaner vorsehen (Bild 1.2). Gleichzeitig weiß sie damit auch, dass sie für die Reparaturannahme selbst mehr Zeit benötigen wird, als wenn nur eine Routineaufgabe angestanden hätte. Der Sinn der Direktannahme besteht ja u.a. darin, der Besprechung des Reparaturauftrags zumindest eine vorläufige Diagnose der Fehlermeldung zugrunde legen zu können.

Ob dieser Terminplaner IT-gestützt geführt wird oder manuell, ist eine Frage der Wirtschaftlichkeit. Die Hauptsache ist, dass er so viel aussagt, dass später der Serviceauftrag

The screenshot displays the Loco-Soft L266PR: Werkstatt-Termin-Planer / Miet- und Ersatzfahrzeuge software. The main window shows a calendar view for Monday, 27.11.17, with a grid of time slots from 07:00 to 12:00. A specific appointment is highlighted for 09:00-09:59, involving a customer named Trumpf, Georg, for a two-year inspection of a VW POLO GTI. The appointment details include a 7.0-hour duration, a 1.00-hour arrival time, and a 16:00 departure time. The car is identified as GM-AS 1092. The interface also shows a summary bar at the bottom with various settings and controls.

Zeit-leiste	Termin-Zeit	Kunde	Merker	Textauszug	Mont	Station	Grp.	Standort/Status	verf. Mont.
07:00									
08:00									8.0
09:00	09:00-09:59 (1.00)	Trumpf, Georg WÜ N8433 VW POLO GTI		42.1 W Zwei-Jahres-Inspektion mit Motoröl 42.2 W Kostenvorschlag über die Instan bringt:09:00; holt:16:00				GM-AS 1092	7.0
10:00									6.3
11:00									8.0
12:00									3.8

Summary bar at the bottom:

- Hauptarbeiten
- Tätigkeiten
- 60 30 15 5
- übereinander
- nebeneinander
- gleiche Startzeit
- laut Zeitleiste
- unbestimmte überlappende Termine
- Annahme/Rückgabe-Zeiten
- ja
- nein
- nur

Buttons: OK (Enter), Neu (F3), Löschen (F4), Ändern (F5)

Bild 1.2 Aus dem vernetzten Terminplaner sind die veranschlagte Reparaturdauer, Bring- und Abholzeit sowie die Reservierung des Leihwagens ersichtlich. [Screenshot: Loco-Soft]

reibungslos ablaufen kann. In kleinen Betrieben wird man noch ein klassisches Auftragsbuch vorfinden. Je mehr Werkstattdurchgänge täglich zu bewältigen sind, desto sinnvoller ist die elektronische Variante. Letztlich unverzichtbar ist letztere, wenn mehrere Mitarbeiter in der Reparaturannahme tätig sind. Für die Gestaltung der nachfolgenden Prozessschritte ist es im Grunde jedoch unerheblich, auf welche Art die Werkstattbelegung geplant wird.

Wenn über das Fahrzeug des Kunden noch keine Akte vorliegt bzw. es noch nicht im Dealer Management System gespeichert ist, helfen in der Regel wenige Fragen, um Typ, Ausführung und Motorisierung zu bestimmen. Damit könnte für den oben beschriebenen Werkstattauftrag zumindest die zutreffende Richtzeit für die Inspektion ermittelt werden – entweder wieder aus dem eigenen IT-System oder von Reparaturdatenlieferanten wie Autodata, Alldata, DAT u.a. Noch genauer ist die Fahrzeugidentifikation, wenn der Kunde vorab eine Kopie des Fahrzeugscheins übermittelt. Dann lassen sich auch die Ersatzteile genau bestimmen. Spätestens für die Instandsetzung selbst werden die genauen Fahrzeugdaten ohnehin gebraucht.

Ersatzmobilität gewährleisten

Aus vielen Befragungen weiß man, dass den meisten Kunden nicht wichtig ist, an welchem Wochentag und zu welcher Tageszeit sie ihr Auto in die Werkstatt bringen können. Wohl aber ist ihnen wichtig, dass sie dann noch weiter mobil sind oder wenigstens z.B. zur Arbeit gelangen und von dort wieder zum Kfz-Betrieb. Deshalb muss noch vor der eigentlichen Terminvereinbarung geklärt werden, ob ein Hol- und Bringdienst oder ein Ersatzwagen gewünscht sind. Darauf muss der Werkstatttermin natürlich abgestimmt werden. Herr Trumpf wünscht einen Leihwagen. Bei der Terminvergabe wird Frau Neuser auch gleich die Reservierung eines Fahrzeugs im Leihwagen-Kalender oder IT-System hinterlegen. Es wirkt doch recht amateurhaft, wenn die ganze Kundendienstannahme in Hektik ausbricht, weil sie feststellt, dass „völlig überraschend“ ein Leihwagen gebraucht wird; prompt ist natürlich gerade keiner verfügbar.

Kundenwunsch und Kapazitäten in Einklang bringen

Jetzt, da alle wichtigen Punkte geklärt sind, lenkt Frau Neuser das Gespräch auf die eigentliche Terminvereinbarung. Aus dem IT-System (Dealer Management System) greift sie die Arbeitswertnummer für die Inspektion und bekommt damit den Zeitbedarf von 1 Stunde angezeigt. Für die Instandsetzung der Einparkhilfe veranschlagt sie eine weitere Stunde. Ihr Terminplaner zeigt ihr an, an welchen Tagen der gesamte veranschlagte Zeitbedarf von 2,0 Stunden noch unterzubringen ist. Die Servicetechnikerin macht daher ihrem Kunden rhetorisch geschickt zunächst einmal zwei Vorschläge. Zum Beispiel: „Ich kann Ihnen anbieten übermorgen um 14.00 Uhr oder am kommenden Montag morgens um 9.00 Uhr.“ Herr Trumpf wählt den Montagmorgen und möchte sein Auto um 16.00 Uhr wieder abholen. Er hat jetzt das gute Gefühl, dass seine Bedürfnisse berücksichtigt sind, und Frau Neuser hat auf diese Weise sowohl die Werkstatt als auch ihre eigene Kapazität gleichmäßig auslasten können. Die vereinbarte Abholzeit erlaubt außerdem, dass zur Fahrzeugübergabe die Rechnung vorliegt. Nur wenn diese Auswahl nicht in den Zeitplan von Herrn Trumpf gepasst hätte, hätte Frau Neuser mit weiteren Angeboten nachgelegt.

Wichtig bei der Terminsteuerung ist außerdem, dass

- sie der Bildung von Stoßzeiten aktiv entgegen gewirkt,
- erforderliche Diagnosegeräte oder Spezialwerkzeuge nicht doppelt belegt werden,

- für das Beratungsgespräch bei der eigentlichen Reparaturannahme genügend Zeit zur Verfügung steht,
- zwischen geplantem Abschluss der Werkstattarbeiten und Abholung ein Puffer von mindestens 30 Minuten liegt (zur Fertigstellung der Rechnung),
- der Termin ggf. auch bei dem Betrieb unverzüglich eingesteuert wird, der einen Fremdleistungsauftrag durchführen soll.

Das Ende des Gesprächs ist überdies der richtige Zeitpunkt, den Kunden daran zu erinnern, alle Papiere mitzubringen, die zur Durchführung des Serviceauftrags gebraucht werden – beispielsweise der Fahrzeugschein (Zulassungsbescheinigung Teil 1), wenn die Hauptuntersuchung („TÜV“) fällig ist. Oder: Sofern der Kunde einen Ersatzwagen wünscht – wie Herr Trumpf –, muss sich der Kfz-Betrieb den Führerschein vorlegen lassen.

Kunden-„Dienst“ steigert Kundenzufriedenheit

Apropos Hauptuntersuchung: Fahrzeugbesitzer vergessen diesen Termin gern. Der Blick in die Fahrzeugakte könnte zutage fördern, dass beim Kundenfahrzeug just in dem Monat die Hauptuntersuchung fällig ist, da die Inspektion oder Reparatur geplant ist. Viele Kfz-Betriebe bieten die HU-Vorführung als Service an. Der Kunde wird es dem Serviceberater danken, wenn dieser den Werkstatttermin so legt, dass der Prüfer im Haus ist und das Fahrzeug am selben Tag noch abnehmen kann.

Die Automobilhersteller und -importeure wickeln ihre Rückruf- oder Serviceaktionen über ihre markengebundenen Autohäuser oder autorisierten Werkstätten ab. Diese Betriebe sollten daher schon bei der Terminvereinbarung prüfen, ob das Kundenfahrzeug unter eine solche Aktion fällt, und diese Arbeiten nach Möglichkeit bei der Terminvergabe berücksichtigen.

Checkliste Terminvereinbarung

- Fahrzeug-Kennzeichen?
- Wenn keine Fahrzeugakte vorhanden: genaue Modellbezeichnung und Erstzulassungsdatum abfragen
- Kilometerstand?
- Was ist zu tun (Kundenwunsch)?
- Zusatzangebote machen:
 - Fehlfunktionen?
 - Je nach Saison: Winterreifen/Sommerreifen montiert?
 - Ist das Fahrzeug von einer Rückruf- oder Serviceaktion betroffen?
 - TÜV-Fälligkeit?
- Spezialwerkzeug/Tester erforderlich?
- Ersatzmobilität klären
- Werden zusätzliche Unterlagen gebraucht?
 - Fahrzeugschein
 - Führerschein
 - Allgemeine Betriebserlaubnis/Teilegutachten usw.

Kommunikation mit anderen Abteilungen

Stichwort Information von und Kommunikation mit Kollegen: In manchen Betrieben, insbesondere Fabrikatsvertretungen, sind die Serviceberater angewiesen, den zuständigen Neu- oder Gebrauchtwagenverkäufer darüber zu informieren, wann und warum der Kunde in die Werkstatt kommt. Angesichts langer Serviceintervalle gibt es kaum eine bessere Gelegenheit, den persönlichen Kontakt zum Kunden zu pflegen – und ihm einen Neuwagen oder jüngeren Gebrauchtwagen anzubieten. Mit modernen Dealer-Management-Systemen lässt sich das mit nur wenigen Eingaben bewerkstelligen.

1.1.1 Telefonieren mit System

Telefongespräche sind die häufigsten Geschäftskontakte überhaupt. Allerdings erfolgt die Kommunikation am Telefon unter erschwerten Bedingungen. Denn anders als im persönlichen Gespräch sind einige der wichtigsten Kommunikationswerkzeuge praktisch wertlos: Gestik, Mimik, Blickkontakt. Obwohl Frau Neuser Herrn Trumpf nicht sehen kann: Sie lächelt trotzdem! Denn ihr Gesprächspartner erkennt an ihrer Stimmlage, ob sie gehetzt ist oder entspannt, ob sie die Zeit für das Telefonat ganz ihm widmet oder die Konversation möglichst schnell hinter sich bringen will. Wie im persönlichen Gespräch entscheiden auch im Telefonat die ersten Sekunden über Sympathie oder Antipathie.

Kein Anruf ohne klares Ziel

Frau Neuser nutzt den Vorteil, dass sie das Gespräch mit Herrn Trumpf selbst initiieren wird. So legt sie ihren Rückruf in einen Zeitraum geringerer Betriebsamkeit und wird erst zum Hörer greifen, wenn sie sich das Ziel des Anrufs noch einmal vor Augen geführt hat. Daraus ergibt sich beispielsweise, welche Unterlagen benötigt werden (z.B. Fahrzeugakte, Werkstattterminplaner) und welche Informationen erfragt werden müssen. Einige wichtige Notizen im Vorfeld des Gesprächs sind gemacht, und jetzt steht dem Griff zum Hörer nichts mehr im Weg.

Eine Gesprächseröffnung könnte so aussehen: „Guten Tag, Herr Trumpf, hier ist Auto Ostend in Osterholz. Mein Name ist ... (kurze Pause) Claudia Neuser. Ich rufe Sie an aufgrund Ihrer E-Mail. Darin hatten Sie den Wunsch nach einem Inspektionstermin geäußert. Vielen Dank dafür! Was ist in etwa denn der Kilometerstand?“

Bei einem eingehenden Gespräch lautet die Regel: „Erst zuhören, dann antworten.“ Frau Neuser würde ihren Gesprächspartner auch dann nicht unterbrechen, wenn es sich um eine Routineangelegenheit handelte und sie schon nach den ersten Sätzen zu wissen glaubte, was ihr Gesprächspartner wünscht.

Den Kunden immer mit Namen ansprechen

Wichtig ist, die Phase der Anonymität schnell zu überwinden. Deshalb ist es von größter Bedeutung, den Gesprächspartner wann immer möglich mit seinem Namen anzusprechen. Das signalisiert ihm, dass er wertgeschätzt wird. Auf dieser Grundlage kommen immer die besseren Ergebnisse zustande. Die Sprache muss stets deutlich und verständlich bleiben, ein lokaler Akzent ist dabei ausdrücklich erlaubt.

Fragen, Fragen, Fragen

Die richtige Frage zur richtigen Zeit hilft, das Wissen zu beschaffen, das für eine auf den Kunden zugeschnittene Beratung gebraucht wird. Dabei geht es vor allem um Sachfragen, zum Beispiel: „Wie hoch ist der Kilometerstand?“ Offene Fragen wie diese haben den Vorteil, dass sie nicht mit Ja oder Nein zu beantworten sind und deshalb zwangsläufig mehr Informationen liefern als geschlossene Fragen. Letztere sind gut geeignet, um den Gesprächsverlauf zu steuern. Ein weiteres Hilfsmittel sind sogenannte Aktivierungsfragen: „Was halten Sie von einem Termin Anfang nächste Woche?“ Dadurch wird der Gesprächspartner gebeten, Stellung zu beziehen. Die Antwort hilft, einen Entscheidungsprozess einzuleiten. Noch lösungsorientierter sind Alternativfragen: „Passt Ihnen dieser Donnerstag besser oder der kommende Montag?“

Immer positiv formulieren

Während des Gesprächs achtet Frau Neuser darauf, möglichst viele positive Formulierungen zu verwenden. Sie vermeidet also Negativ-Wörter wie „nein“, „nicht“ und „nie“. Beispiel: Statt „Heute wird das aber nichts mehr“, sagt Frau Neuser: „Wir können uns gleich Anfang nächster Woche darum kümmern.“ Ebenfalls nicht tauglich sind „Ja-aber-Argumente“, da sie den Gesprächspartner oft auf Konfrontationskurs bringen.

Reden ist Silber, Zuhören ist Gold

Noch wichtiger als rhetorisch gute Formulierungen ist das Zuhören, besser noch das „aktive“ Zuhören. „Aktiv“ deshalb, weil der Gesprächspartner Rückmeldung bekommt, ohne dass er in seinen Ausführungen unterbrochen wird. Das geschieht beispielsweise durch das Wiederholen wichtiger Aussagen des Gegenübers oder durch Aufmerksamkeitsbekundungen wie „aha“, „interessant“ usw. Aktives Zuhören zeigt dem Sprecher, dass ihm sein Gesprächspartner aufmerksam folgt und sein Anliegen ernstnimmt. Nur wer gut zuhört, erkennt auch in spärlichen Reaktionen des Kunden, ob das Servicegespräch noch auf einem guten Weg ist oder ob ein Punkt nachjustiert werden muss.

Vor der höflichen Verabschiedung („Vielen Dank, Herr Trumpf, für das Gespräch. Auf Wiederhören.“) folgt eine kurze Zusammenfassung der wichtigsten Punkte aus dem Telefongespräch. Das stärkt die weitere Kundenbindung und minimiert die Gefahr von Missverständnissen.

Checkliste zum richtigen Telefonieren

- **Zeitpunkt:** hektische Tageszeiten sowie Pausenzeiten vermeiden
- **Ton:** klar und deutlich. Freundlich und nicht zu schnell sprechen
- **Eröffnung:** Gruß und Vorstellung; die ersten 30 Sekunden entscheiden, ob das Gespräch fortgesetzt wird oder nicht
- **Gesprächsführung:** schnell zum Thema kommen, möglichst kurz fassen
- **Ende:** kurz zusammenfassen und Gelegenheit zu Korrekturen geben
- **Freundlichkeit:** lächeln; Lächeln gibt der Stimme einen sympathischen Klang
- **Organisation Arbeitsplatz:** Gespräch vorbereiten; Gesprächsziel formulieren
- **Aktiv zuhören:** auch auf die Botschaften zwischen den Zeilen
- **Notizen:** Wichtige Aussagen, Daten und Fakten notieren und anschließend ausarbeiten

1.2 Auftragsvorbereitung

Der Prozessschritt „Auftragsvorbereitung“ soll insbesondere sicherstellen, dass die reibungslose Durchführung von bereits besprochenen Arbeiten nicht vereitelt wird, bloß weil z.B. die richtigen Ersatzteile nicht vorrätig sind, Reparaturanleitungen nicht auffindbar sind oder Spezialwerkzeug fehlt – alles Dinge, die im Vorfeld abgeprüft werden können. Und alles Versäumnisse, die die Rentabilität der Werkstatt beeinträchtigen und beim Kunden den Eindruck von mangelnder Professionalität hinterlassen – spätestens dann, wenn deshalb der Fertigstellungstermin nicht gehalten werden kann.

Theoretisch gesehen, hat Claudia Neuser drei Möglichkeiten, die Auftragsvorbereitung im Auftragsabwicklungsprozess zeitlich zu positionieren: direkt nach der Terminvereinbarung, zwischen der Terminvereinbarung und der Reparaturannahme oder als „Nebearbeit“ zum Annahmegespräch. Der letztgenannte Fall kommt in der Praxis recht häufig vor, ist aber dennoch keine wirklich gute Lösung. Kein Kunde dürfte Gefallen daran finden, einem Reparaturannehmer beim Durchwursteln durch die verschiedenen Programmebenen im Dealer Management System Gesellschaft zu leisten. Als Gast wäre man ja auch einigermaßen irritiert, wenn der Gastgeber erst mit Kochen begänne, nachdem alle schon am Tisch Platz genommen haben. Option Nummer Zwei vermeidet diese Art von Leerlauf, verhindert aber nicht, dass einige Eingaben, z.B. der Aufruf der Fahrzeugakte, doppelt gemacht werden müssen. Ganz abgesehen davon ist der Reparaturannehmer längst wieder aus seinen Gedanken gerissen und muss sich mit dem Vorgang wieder von vorne befassen. Unter dem Gesichtspunkt der Arbeitseffizienz ist dies nur die zweitbeste Alternative.

Claudia Neuser beginnt deshalb mit der Auftragsvorbereitung unmittelbar nach dem Terminvereinbarungsgespräch. Das ist fraglos der effektivste Zeitpunkt, weil alle Daten noch auf dem Bildschirm und ihr selbst die Einzelheiten des Telefonats noch bestens erinnerlich sind. Die Servicetechnikerin überführt dabei die Daten aus dem Werkstattterminplaner schon jetzt in einen Auftrag. Damit sind die Stammdaten sowohl des Kunden als auch des Fahrzeugs, die Zwei-Jahres-Inspektion mit Richtzeit-Code und Zahl der Arbeitswerte sowie die Position bezüglich der Fehlermeldung von der Einparkhilfe erfasst (Bild 1.3).

Zur Auftragsvorbereitung gehört für Frau Neuser auch, eine (standardisierte) Nachricht an den Lageristen abzusetzen (vgl. Bild 1.4). Dadurch weiß dieser, dass und wann er für die besagte Inspektion am Auto von Herrn Trumpf die entsprechenden Teile vorrätig haben muss. Zeitnah wird er die Teile dem Auftrag zuordnen; sie gehören damit nicht mehr zum verfügbaren Bestand. Rechtzeitig vor Beginn der Arbeiten werden die Teile kommissioniert, das heißt in einem auftragsbezogenen Warenkorb zusammengestellt. Ob aus der Fehleranalyse der Einparkhilfe ein Teilebedarf resultiert, ist vor der endgültigen Diagnose natürlich noch nicht erkennbar.

In Betrieben mit einem offenen Lager (ohne verantwortlichen Lagerleiter) – das ist bei vielen Freien Werkstätten der Fall – kümmert sich der Reparaturannehmer auch um die Teilebestellung und -kommissionierung. Das ist vom Prozessgedanken her sogar optimal, weil damit eine nicht zwingend notwendige Schnittstelle (zwischen Reparaturannahme und Teiledienst) eliminiert wird. Keiner kennt im Zweifel den Kundenwunsch einerseits und die daraus folgenden technischen Notwendigkeiten andererseits besser als der Reparaturannehmer. Vereinzelt haben sich deshalb auch schon Autohäuser mit größeren Serviceteams und geschlossenem Lager so organisiert. Der Reparaturannehmer kann außerdem am besten beurteilen, ob im konkreten Fall die Verwendung eines Originalteils

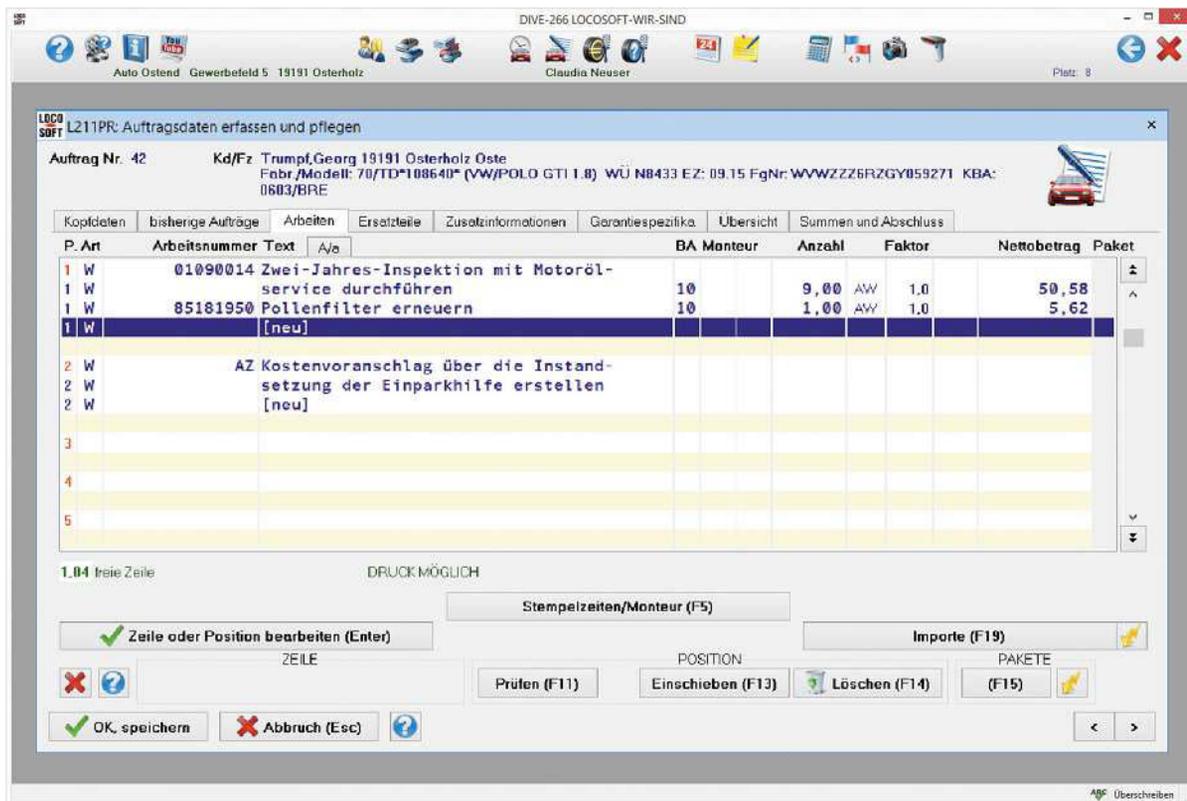


Bild 1.3 Bei der Auftragsvorbereitung werden alle Fahrzeug- und Kundendaten sowie die vorab bekannten Arbeitspositionen erfasst. [Screenshot: Loco-Soft]

oder eines qualitätsgleichen Teils vom freien Markt (früher: Identteil) die richtige Wahl ist. Freie Werkstätten verwenden überwiegend letztere. Aber auch für Autohäuser und autorisierte Werkstätten kann dies aus Wettbewerbsgründen sinnvoll sein (s. auch Abschnitt 1.3.3.3). Anbieter dafür sind beispielsweise Coparts, Carat, Stahlgruber, Trost, WM-Gruppe und einige mehr.

Eine ausführliche Auftragsvorbereitung kostet fraglos Zeit. Aber: Die Arbeitsinhalte müssen so oder so erledigt werden – nur mit dem Vorteil, dass die vorgezogene Beschäftigung mit den organisatorischen Elementen des Kundenauftrags das Serviceberatungsgespräch entschlackt. Frau Neuser hat so mehr Zeit, sich bei der Reparaturannahme mit dem Wichtigsten zu beschäftigen: ihrem Kunden! In welcher Stimmung ist er, was ist ihm in Bezug auf sein Auto und die anstehende Wartung wichtig, wie zufrieden ist er mit seinem Auto – die Botschaften eben, die zwischen den Zeilen stehen. Nicht zuletzt kann die Servicetechnikerin dann noch konzentrierter der Fehlermeldung aus dem Assistenzsystem auf den Grund gehen.

Diese Arbeitsweise wirkt in zwei Richtungen: Der Kunde nimmt eine bessere Servicequalität wahr, und das intensivere Gespräch erhöht die Chance auf steigende Umsätze pro Serviceauftrag. Das rechtzeitige Sicherstellen der Teileverfügbarkeit dient ebenfalls nicht nur der Kundenzufriedenheit, es ermöglicht auch ein gleichmäßigeres Arbeiten im Teiledienst. Darüber hinaus lassen sich dadurch schlechter rabattierte Express-Bestellungen reduzieren.

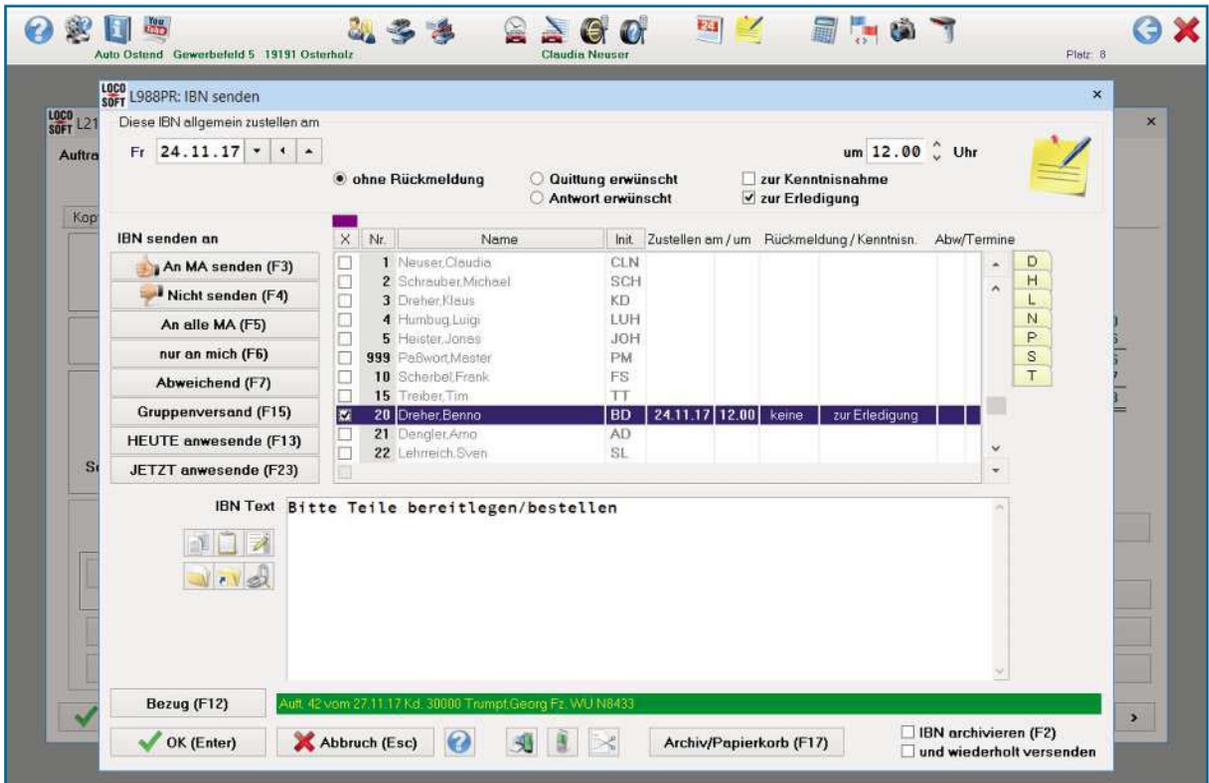


Bild 1.4 Im Zug der Auftragsvorbereitung bekommt das Lager die Mitteilung, für welchen Auftrag (grüne Leiste unten) die erforderlichen Teile bereitgehalten werden müssen. [Screenshot: Loco-Soft]

1.3 Reparaturannahme

1.3.1 Das Annahmegespräch

Eine intensive Auftragsvorbereitung zahlt sich in dem Moment aus, wenn der Kunde in die Reparaturannahme kommt, um die telefonisch avisierten Arbeiten tatsächlich in Auftrag zu geben. Frau Neuser ist bestens vorbereitet und hat deshalb die Stammdaten ihres Kunden und dessen Fahrzeug sowie die bislang besprochenen Arbeiten mit wenigen Eingaben auf dem Bildschirm. Sie erwartet Herrn Trumpf mit einem freundlichen Lächeln an ihrem Arbeitsplatz, der hell und sauber ist und so zum Gespräch mit dem Kunden einlädt.

Daraus eröffnet sie den Auftrag und vergewissert sich zunächst, ob alle ihr vorliegenden Kontaktdaten (Festnetz- und Mobilnummer, E-Mail-Adresse) noch aktuell sind; nur dann ist sichergestellt, dass der Kunde bei Unvorhergesehenem erreichbar ist. Jetzt rückt Frau Neuser das Anliegen des Kunden in den Mittelpunkt: „Ich sehe, das Auto ist zwei Jahre alt und hat doch erst 14 326 Kilometer auf dem Tacho. Das heißt, wir machen heute die Zwei-Jahres-Inspektion?! Diese Inspektion umfasst aufgrund Ihres Fahrprofils etwas mehr als die 15000-Kilometer-Inspektion.“ Sie erläutert Herrn Trumpf den Arbeitsinhalt und bietet an, statt der Originalteile sogenannte qualitätsgleiche Teile vom freien Teilemarkt zu verwenden (s. Abschnitt 1.3.3.3). Diese Ersatzteile erfüllen die gleichen Qualitätsansprüche wie die Originalersatzteile, sind gelegentlich jedoch nennenswert günstiger. Nach der aktuellen

Gruppenfreistellungsordnung wäre die Verwendung solcher Teile auch dann möglich, wenn das Fahrzeug noch in der Garantie wäre. Der Garantieanspruch würde deswegen nicht erlöschen (vgl. Abschnitt 3.2.1). Herr Trumpf entscheidet sich aber für Originalteile.

Im weiteren Gesprächsverlauf bringt die Servicetechnikerin die Notiz „Fehlermeldung der Einparkhilfe diagnostizieren“ aus der Auftragsvorbereitung zur Sprache und fragt nach: „Wann oder bei welcher Gelegenheit ist der Ton zum ersten Mal aufgetreten?“ Herr Trumpf schildert, dass er sein Auto in der Innenstadt auf einem Parkplatz abgestellt habe, um ein paar Besorgungen zu erledigen. Als er den Rückwärtsgang eingelegt habe, sei der Ton aufgetreten und beim Losfahren wieder ausgegangen. Daraufhin inspiziert die Servicetechnikerin die Stoßfänger besonders genau. Hinten rechts sind ganz leichte Kratzspuren zu erkennen, allerdings ohne dass der Stoßfänger beschädigt wäre. Deshalb schließt Frau Neuser in der Dialogannahme den Fahrzeugtester an und liest den Fehlercode aus; dieser zeigt in der Tat eine Fehlfunktion des hinteren rechten Ultraschallsensors an. Ob der Sensor defekt ist oder nur neu positioniert und befestigt werden muss, lässt sich daraus allerdings noch nicht bestimmen. „Die Elektronik erkennt einen Fehler, aber nicht, warum er auftritt. Dazu müssen wir den Stoßfänger ausbauen“, erläutert sie Herrn Trumpf den Befund und registriert, dass ihr Kunde unschlüssig ist, was er jetzt vernünftigerweise tun sollte. Frau Neuser bemerkt die Verunsicherung schon an seiner Körpersprache (vgl. Abschnitt 2.4.2) und skizziert deshalb die Optionen: „Die Einparkhilfe ist keine sicherheitsrelevante Funktion. Sie kann abgeschaltet werden, eine Reparatur ist insofern weder jetzt noch später zwingend notwendig. Was bleibt ist eine Komforteinbuße. Sie haben dann aber Geld für eine Sonderausstattung ausgegeben, die Sie nicht mehr nutzen können.“ Frau Neuser argumentiert dabei mit dem Unterton der Erklärung, Beratung und Empfehlung, aber ohne Belehrung und ohne Verkaufsdruck. Sie macht ihrem Kunden stattdessen diesen Vorschlag: „Was halten Sie davon, wenn ich Ihnen einen Kostenvoranschlag erstelle (vgl. Abschnitt 1.3.2), der Ihnen noch heute Vormittag per Mail zugeht und alle Eventualitäten berücksichtigt?“ Herr Trumpf nimmt dieses Angebot gerne an, denn nun hat er das gute Gefühl, dass auf ihn keine Zahlungen zukommen können, mit denen er nicht gerechnet hat.

Auftrag präzise formulieren

Das Reparaturauftragsformular enthält zum Ende des Beratungsgesprächs diese drei Positionen:

1. Zwei-Jahres-Inspektion mit Motorenölservice durchführen
2. Pollenfilter erneuern
3. Kostenvoranschlag über die Instandsetzung der Einparkhilfe erstellen

Ein genau formulierter Auftrag ist unabdingbar. Zum einen muss der Mechatroniker möglichst präzise instruiert werden, was zu tun ist. Und zum anderen: Nur ein inhaltlich klarer Auftrag schafft die Voraussetzungen für einen Zahlungsanspruch. Formulierungen wie „Fahrzeug TÜV-fertig machen“ sind als Grundlage einer Beauftragung untauglich – insbesondere, wenn kein Kostenlimit genannt ist.

Auftragsformular vollständig ausfüllen

Zu den Stammdaten hinzuzufügen sind spätestens jetzt der aktuelle Kilometerstand und das Auftragsdatum. Die beiden Angaben dürfen auf keinen Fall fehlen. Denn im Fall einer

Reklamation muss geprüft werden können, ob der Kunde einen Gewährleistungsanspruch hat. Und noch Jahre später könnte von Belang werden, wann und bei welchem Kilometerstand die vom Hersteller vorgegebene Inspektion durchgeführt wurde – etwa dann, wenn der Kunde einen Kulanzantrag stellt. Die Hersteller sind eher bereit, diesem zu entsprechen, wenn die Servicehistorie lückenlos dokumentiert ist. Diese Dokumentation stützt im Übrigen auch den Gebrauchtwagenwert („Scheckheft-gepflegt“).

Wenn das Fahrzeug nicht im IT-System hinterlegt ist, muss es bei der Reparaturannahme neu angelegt werden, mindestens aber müssen auf dem Reparaturauftrag der Fahrzeugtyp, das Kennzeichen, das Erstzulassungsdatum und vor allem die Fahrzeug-Identifizierungsnummer (VIN) notiert sein. Ohne die VIN ist ein Fahrzeug nicht eindeutig zu identifizieren. Das aber ist notwendig, um z.B. die richtige Reparaturanleitung, die zutreffenden Einstellwerte oder das passende Ersatzteil herauszusuchen. Dabei spielt es keine Rolle, ob die technische Dokumentation (vgl. Abschnitt 2.5) als Katalog, Microfiche, auf CD oder in der Cloud vorliegt. Fahrzeugtyp und Kennzeichen werden in diesem Bezug zwar nicht gebraucht, doch der Mechatroniker muss das Fahrzeug auf dem Betriebsgelände ja auch erkennen können, wenn er das Auto in die Werkstatt fahren will. Außerdem ist gerade mit nicht registrierten Kunden unbedingt zu klären, wie sie bei Rückfragen zu erreichen sind.

Zu einem vollständig erfassten Auftrag gehört auch ein Fertigstellungstermin. Im Terminplaner notiert ist 16.00 Uhr. Frau Neuser klärt sicherheitshalber mit Herrn Trumpf noch einmal, ob es dabei bleiben soll. Sie wird alles daransetzen, den Termin zu halten, obwohl der Kfz-Betrieb den Reparaturbedingungen zufolge dazu nicht zwingend verpflichtet ist. Denn selbst bei einem **verbindlichen** Fertigstellungstermin – die meisten werden **unverbindlich** festgelegt – hat die Werkstatt rechtlich einen Spielraum von 24 Stunden. Termintreue ist jedoch aus Kundensicht äußerst wichtig und deshalb ein hartes Kriterium für die Kundenzufriedenheit. Nur wenn auch für den Kunden unmittelbar einsichtig ist, dass eine Terminzusage objektiv nicht aufrecht erhalten werden kann, sollte der Kfz-Betrieb von diesem Recht auch Gebrauch machen.

Individuelle Vereinbarungen

Auf dem Auftrag wird außerdem vermerkt, ob der Kunde die Altteile ausgehändigt bekommen will und welche Zahlungsart (bar, EC- oder Kreditkarte) er wünscht. Auch handschriftliche Vermerke auf dem bereits ausgedruckten Formular sind gültig, solange sie **vor** der Unterschrift des Kunden gemacht wurden.

Auto Ostend verfolgt konsequent das Ziel: Auto fertig ist gleich Rechnung fertig und Zahlung bei Abholung. Dieses Ziel zum Grundsatz zu machen, ist mehr als empfehlenswert, weil sich dadurch die Außenstände drastisch senken lassen und Inkasso-Streitigkeiten der Boden entzogen wird. Ärger kann auch drohen, wenn Uneinigkeit darüber besteht, ob z.B. ein Kratzer auf der Motorhaube während des Werkstattaufenthalts entstanden ist oder schon vorher. Deshalb sollten in kritischen Fällen Beschädigungen auf dem Auftrag vermerkt werden.

Auftrag und Auftragsweiterung nur mit Unterschrift

Mit der Unterschrift von Herrn Trumpf wird aus dem unverbindlichen Auftragsformular ein Werkvertrag (§§ 631 ff BGB; vgl. Abschnitt 3.1.1). Gleichzeitig gelten dadurch für diesen Auftrag die „Kfz-Reparaturbedingungen“ (vgl. Abschnitt 3.3.1), wie sie unter anderem der Zentralverband des Deutschen Kraftfahrzeuggewerbes (ZDK) empfiehlt; sie schaffen einen

verlässlichen Rahmen dafür, welche Bedingungen bei Vertragsschluss gelten sollen und was eine Vertragsverletzung nach sich zieht. Wie Herr Trumpf erhält jeder Kunde (immer!) eine Kopie seines Auftrags.

Wichtig ist das klare Verständnis darüber, dass der Werkvertrag nur über den Inhalt zustande gekommen ist, der genannt ist – in diesem Fall zwei Arbeitspositionen plus Kostenvoranschlag (vgl. Bild 1.5). Deshalb sollte der Auftrag – noch **vor** der Unterschrift des Kunden – den Vermerk darüber enthalten, ob der vorliegende Auftragsumfang ohne Rücksprache erweitert werden darf, sofern das aus einem wichtigen Grund (z.B. Verkehrssicherheit ist nicht gewährleistet) notwendig sein sollte. Und wenn ja, bis zu welchem Betrag. Arbeiten und Ersatzteile, deren Ausführung bzw. Austausch der Kunde nicht in Auftrag gegeben hat, muss er nicht bezahlen (vgl. Abschnitt 1.3.1.1).

Auch die Ersatzmobilität dokumentieren

Herr Trumpf hatte schon bei der Terminvereinbarung angegeben, dass er mobil sein möchte, solange sein Auto in der Werkstatt ist. Weil er Stammkunde ist, bekommt er den Ersatzwagen kostenlos. Ohne Vertrag sollte das Auto dennoch nicht herausgegeben werden; Frau Neuser hält die wichtigsten Daten in einem Leihvertrag fest. Dazu gehören Datum und Uhrzeit der Übergabe an den Kunden, der Kilometerstand bei Übergabe sowie ein Zustandsbericht über das Fahrzeug, in dem nicht jeder Steinschlag, aber doch größere Beschädigungen festgehalten sind. Bei der Rückgabe – wieder mit Vermerk von Datum und Uhrzeit – wird der Ist-Zustand des Fahrzeugs mit den Angaben im Zustandsbericht abgeglichen. Um im Fall eines Unfalls den Versicherungsschutz nicht zu riskieren, lässt sich Frau Neuser von Herrn Trumpf auch den Führerschein zeigen und notiert dessen Nummer und Ausstellungsdatum. So sind Querelen – mit der Versicherung wie mit dem Kunden – am besten zu vermeiden.

Checkliste Dialog-Auftragsannahme

- Sichtprüfung
 - Oben: Öl, Wasser, Licht, Reifen, Frontscheibe, Wischerblätter
 - Unten: Bremsen, Achsmanschetten, Abgasanlage, Leitungen, Ölaustritt
- Wechsel der Bremsflüssigkeit fällig?
- On-board-Diagnose auslesen
- TÜV fällig? Wenn ja: Fahrzeugschein!
- Liegt ein Kostenvoranschlag vor?
- Auftragsformular:
 - Aktueller Kilometerstand?
 - VIN eingetragen?
 - Altteile entsorgen?– Klar formuliert?
 - Fertigstellungstermin geklärt?
 - Erreichbarkeit des Kunden gesichert?
 - Zahlungsart vereinbart?
- Serviceheft aktualisieren?
- Leihwagenvertrag nötig? Führerschein!
- Nennenswerte Vorschäden an Karosserie und Felgen?

Herrn
Georg Trumpf
Osterfeldstr. 30
19191 Osterholz

AUTO OSTEND GmbH
Ostendstraße 99
19191 Osterholz
Tel.: +49-999-9999-0
service@auto-ostend.de
www.auto-ostend.de

Werkstatt - Auftrag Nr. 42
Kd.Nr.: 30000

Datum: 27.11.17 - 09:00 Uhr
Seite: 1

Berater: Claudia Neuser

unv. Bringtermin: 27.11.17 um 09:00 Uhr , unv. Abholtermin: 27.11.17 um 16:00 Uhr

VW	POLO GTI 1.8	Farbe:	km-Stand: 14326
WÜ N8433	Fg-Nr: WWWZZZ6RZGY059271	Erstzul.: 11.09.2015	MC: TD*108640*
Termin:	nä.Insp.: 09/17	Hub: 1798 / kW: 141	
Emis.-Code: _____	KBA-Nr: 0603/BRE	F.PI.: _____	

Pos Arb/ET-Nr.	Dienstleistung/Benennung	A	Anz/Mng*
1.W 01090014	Zwei-Jahres-Inspektion mit Motoröl- service durchführen	10	9,0
85181950	Pollenfilter erneuern	10	1,0
06L103801	ABLAUFSCHRAUBE	10	1,0
06L115562	ÖLFILTER	10	1,0
6R0819653	POLLENFILTER	10	1,0
	MOTORÖL	10	5,2
2.W AZ	Kostenvoranschlag über die Instand- setzung der Einparkhilfe erstellen		

Altteile entsorgen

Der Auftrag wird unter Anerkennung der Kfz.-Rep.-Bedingungen, die in der Auftragsannahme zu Ihrer Einsichtnahme aushängen bzw. ausgehändigt wurden, erteilt und durchgeführt. Für eventuelle Rückfragen steht Ihnen Claudia Neuser gerne zur Verfügung
Unterschrift Auftraggeber: _____

Bild 1.5 Jeder Werkstattauftrag muss präzise Reparaturanweisungen enthalten und sollte vom Kunden unterschrieben sein. Handschriftliche Vermerke vor der Unterschrift des Kunden sind rechtsgültig.

1.3.1.1 Der Werkvertrag

Der Werkvertrag ist ein privatrechtlicher Vertrag über den gegenseitigen Austausch von Leistungen (vgl. 3.1.1): Der eine Vertragspartner (Werkstatt) verpflichtet sich, ein „Werk“ herzustellen, den anderen (Kunde) trifft daraus die Verpflichtung, für das Werk zu bezahlen. Der Begriff „Werk“ ist dabei sehr weit gefasst und meint z.B. auch Reparaturarbeiten.

Immer wieder kommt es im Zuge von Kundenaufträgen zu divergierenden Auffassungen bis hin zu gerichtlichen Auseinandersetzungen über den Zahlungsanspruch der Werkstatt für Leistungen, die im Auftragsformular nicht präzise aufgeführt waren. Deshalb sollte kein Auftrag in die Werkstatt gehen, der die Arbeiten nicht genau benennt und vom Kunden nicht unterschrieben wurde. Rein rechtlich kann ein Werkvertrag zwar auch mündlich geschlossen werden, er ist dann aber insbesondere in seinen Einzelheiten nur schwer zu beweisen und deshalb nicht gerichtsfest. Vor allem Auftragserweiterungen erfolgen häufig mündlich. Das ist aus der Sicht der täglichen Praxis verständlich, allenfalls aber bei Stammkunden akzeptabel und sonst tunlichst zu vermeiden. Bei den heutigen Möglichkeiten der Kommunikation ist einem Kunden eine schriftliche Reaktion, z.B. per E-Mail, immer möglich und auch zumutbar. Die Konsequenz aus Werkstattarbeiten, deren Beauftragung nicht absolut schlüssig dargelegt werden kann, ist nämlich oft, dass ein Gericht dem Kfz-Betrieb den Anspruch auf Vergütung aberkennt.

Außerdem ist ratsam, erkennbare Vorschäden an Karosserie und Rädern auf dem Auftrag noch vor der Unterschrift des Kunden zu vermerken, um jeglichen „Missverständnissen“ bei der Fahrzeugrückgabe vorzubeugen. Manche Hersteller empfehlen ihren Werkstätten sogar, den Stand der Tankanzeige schriftlich festzuhalten.

1.3.1.2 Schiedsstellen des Kfz-Gewerbes

Die Schiedsstelle des Kfz-Gewerbes ist eine freiwillige und branchenspezifische Institution des Kfz-Gewerbes für den Verbraucherschutz und als solche eine anerkannte Einrichtung der Schiedsgerichtsbarkeit. Ihr Ziel ist es, Beschwerden von oder gegenüber Kfz-Meisterbetrieben unter Vermeidung einer gerichtlichen Auseinandersetzung beizulegen. Die Verfahren sind schnell (in der Regel unter drei Monate) und unbürokratisch.

Die bundesweit rund 100 Schiedsstellen sind zuständig für die Schlichtung von Streitigkeiten zwischen Servicekunden oder Gebrauchtwagenkäufern und den der Innung angeschlossenen Kfz-Betrieben. Inhaltlich geht es dabei zum Beispiel um

- die Notwendigkeit von Reparaturen,
- die ordnungsgemäße Durchführung von Werkstattleistungen,
- die Angemessenheit von Reparaturen,
- die Angemessenheit von gestellten Rechnungen,
- Streitigkeiten aus Kaufverträgen über gebrauchte Fahrzeuge mit einem zulässigen Gesamtgewicht bis einschl. 3,5 Tonnen,
- Streitigkeiten bezüglich Mängel an Fahrzeugen.

Zur Schiedskommission gehören Vertreter des Kfz-Gewerbes und des ADAC sowie ein öffentlich bestellter und vereidigter Kfz-Sachverständiger der Deutschen Automobil Treuhand (DAT). Geht es um Reparaturaufträge, ergänzt ein Sachverständiger einer anerkannten Prüforganisation das Team. Die Leitung übernimmt ein zum Richteramt befähigter Vorsitzender.

Für den Kunden ist ein Schiedsverfahren kostenlos. Sollte dieser mit dem Schiedsspruch nicht zufrieden sein, kann er gleichwohl noch ein Gericht anrufen. Damit er durch die Einbindung einer Schiedsstelle keine rechtlichen Nachteile erleidet, wird mit dem Einreichen des Antrags auf ein Schiedsverfahren die Verjährung seiner Ansprüche für die Dauer des Verfahrens ausgesetzt.

Im Gegensatz zur Allgemeinen Verbraucherschlichtungsstelle können sich beide Parteien, also auch die Kfz-Meisterbetriebe, an eine Kfz-Schiedsstelle wenden.

1.3.2 Kostenvoranschlag

Die Kunden verlangen nach einem Kostenvoranschlag – entweder, weil sie prüfen wollen, ob die Kosten im Rahmen ihrer finanziellen Möglichkeiten liegen, oder weil sie verschiedene Anbieter vergleichen wollen. Im Falle von Herrn Trumpf ging die Initiative dazu von Servicetechnikerin Neuser aus. Das ändert aber nichts am Grundsätzlichen: In einem Kostenvoranschlag stellt der Kfz-Betrieb den voraussichtlichen Umfang der Arbeiten zusammen, die dafür erforderlichen Teile sowie ggf. die Schmierstoffe und ermittelt daraus die Gesamtkosten zuzüglich Umsatzsteuer. Der Kostenvoranschlag ist praktisch aufgebaut wie eine Rechnung zu einem fiktiven Auftrag (vgl. Bild 1.6). Wichtig ist, dass der Kostenvoranschlag sich auf ein genau bestimmtes Fahrzeug (Kennzeichen und VIN), auf einen bestimmten Zeitpunkt (Datum) und auf einen bestimmten Zustand (z.B. verunfallt, Angabe des Kilometerstands usw.) bezieht und die Arbeiten, Ersatzteile und Schmierstoffe ganz genau benennt, die inbegriffen sein sollen. Rechtsansprüche leiten sich aus einem Kostenvoranschlag noch nicht ab: Weder ist der Kunde verpflichtet, die Arbeiten in Auftrag zu geben, noch ist die Werkstatt verpflichtet, die Arbeiten auszuführen. Deshalb löst ein Kostenvoranschlag auch keine Buchungen aus, z.B. werden die aufgeführten Teile im Teilebestand nicht als „reserviert“ geführt. Vertragsrechtlich anders zu beurteilen ist ein nicht als „freibleibend“ deklariertes „Angebot“ (vgl. Abschnitt 1.3.2.2).

1.3.2.1 Rechtliche Aspekte des „Kostenanschlags“

Der Kostenvoranschlag ist im Bürgerlichen Gesetzbuch als „Kostenanschlag“ geregelt. Dabei ist der verbindliche vom unverbindlichen Kostenvoranschlag zu unterscheiden.

An den verbindlichen Kostenvoranschlag ist der Kfz-Betrieb gebunden. Deshalb kommt dieser in der Praxis kaum vor. Beim unverbindlichen Kostenvoranschlag dagegen bindet sich der Kfz-Betrieb nicht, jedenfalls nicht in engem Rahmen. Die Handwerkskammer Heilbronn-Franken z.B. rät den Betrieben bei der Ausarbeitung eines Kostenvoranschlags, klar und deutlich zum Ausdruck zu bringen, dass kein fester Endpreis wie z.B. bei einem Pauschalpreisvertrag oder verbindlichen Angebot gemeint ist. Eine geeignete Formulierung dafür wäre beispielsweise der Vermerk: „Dieser Kostenvoranschlag ist unverbindlich.“ Eine zweite Möglichkeit ist, alle Preise mit „ca.“ zu versehen. Auf Nummer sicher geht, wer beide Möglichkeiten kombiniert. Wenn z.B. ein Werkstattmeister ausdrücklich nur eine Schätzung „über den Daumen“ abgegeben hat, handelt es sich weder um einen verbindlichen noch um einen unverbindlichen Kostenvoranschlag.

Überschreitung des Kostenvoranschlags

Oft wird auch ein unverbindlicher Kostenvoranschlag Vertragsgrundlage für einen Reparaturauftrag. In diesem Fall ist der Kfz-Betrieb nicht eng an den Endpreis gebunden.

Herrn
Georg Trumpf
Osterfeldstr. 30
19191 Osterholz

AUTO OSTEND GmbH
Ostendstraße 99
19191 Osterholz
Tel.: +49-999-9999-0
service@auto-ostend.de
www.auto-ostend.de

Kostenvoranschlag-Nr.: 30000 - 920003

zu Auftrag: 42 vom : 27.11.17

Datum: 24.11.17

Berater: Claudia Neuser

Seite: 1 MA: 1

VW		POLO GTI 1.8	Farbe:			
WÜ N8433		Fg-Nr: WVWZZZ6RZGY059271	Erstzul.: 11.09.2015		MC: TD*108640*	
P. Arb/ET-Nr.	Dienstleistung/Benennung	A	Anz/Mng*	Stückpr.	EUR	
1. 01500000	Fehlerspeicher auslesen	10	2		11,24	
63691550	Stoßfänger hi. aus-/einbauen	10	3		16,86	
94312000	Beide Schlussleuchten aus-/einbauen	10	3		16,86	
91751950	Parksensor hi. re. aus-/einbauen	10	1		5,62	
63694153	Halter für Parksensor neu kleben	10	1		5,62	
Zwischensumme Position 1					56,20	
2.	Optional zusätzlich:					
91756100	Ausgebauten Sensor ern.	10	1		5,62	
	Sensor in Wagenfarbe lack. pauschal	30			15,00	
Ob der Sensor erneuert werden muss, kann abschließend erst nach Demontage beurteilt werden.						
6C0919491A	SENSORHALTER HI. RE. INNEN		1	5,50	5,50	
1S0919275 C	SENSOR HI. RE. INNEN		1	69,30	69,30	
Zwischensumme Position 2					95,42	
Summe netto				EUR	151,62	
+ 19,0 % MwSt. von				EUR	151,62	28,81
Summe einschl. MwSt. EUR				180,43		

Leistungen sind sofort zahlbar ohne Abzug.

Dieser Kostenvoranschlag ist unverbindlich. Die tatsächlich in Rechnung zu stellenden Arbeiten und Ersatzteile können von den hier aufgeführten abweichen.