

Interview mit Jörg Perseke, Geschäftsführer und Gesellschafter der Powerhouse Tuning Products GmbH

Seit über 16 Jahren ist die Powerhouse Tuning Products GmbH – Hersteller von Diesel- und Benzinleistungssteigerungen – unter dem Markennamen Chiptronic auf dem internationalen Markt. Im Interview spricht der Geschäftsführer Jörg Perseke über die Marktsituation, die Zukunft und warum in Deutschland erneut ein so grosser Boom für mehr Motorleistungssteigerung einsetzt.

Sie sind jetzt seit rund 16 Jahren auf dem Markt. Wie würden Sie den Werkstattmarkt in wenigen Worten beschreiben?

Der Deutsche Werkstattmarkt unterliegt einem enorm hohen Konkurrenz- und Ertragsdruck. Das heisst der Margen druck bei den Kerngeschäften wächst jedes Jahr weiter an und schmälert weiterhin die Ertragslage. Das Kundenvertrauen ist ungenügend und durch eine sehr hohe Preissensibilität geprägt. Somit haben die Finanzstrukturen in den vergangenen Jahren sehr gelitten und die Betriebe erheblich geschwächt.

Überall in den Werkstätten wird geklagt. Das Volumen im Werkstattauftrag sinke und die Kunden würden keine Kundentreue mehr aufweisen.

Aber das liegt doch auf der Hand. Die Technik hat sich weiterentwickelt, die Fahrzeuge sind zuverlässiger und wartungsarmer geworden. Gleichzeitig können die Kunden heute im Internet die Angebote und Leistungen Ihrer Werkstätten vergleichen und sind somit in der Urteilskraft wesentlich stärker geworden. Die Betriebe müssen umdenken! Zusatzgeschäfte und eine deutlich gesteigerte Kundenbindung sind die grossen Themen.

Aber darüber wird doch an allen Tagungen geredet und die Schulungen der Fahrzeugimporteure nehmen sich gerade dem Thema Kundenbindung seit Jahren an.

Dass ist völlig richtig und das nicht erst seit gestern. Der Kostendruck in den Werkstätten ist kaum noch zu steigern, überall müsste unmittelbar und sofort reagiert werden. Denn wer sich heute nicht mit der verschärften Marktsituation und den Wettbewerbsdruck auseinandersetzt und danach handelt wird schon in wenigen Jahren nicht mehr existieren.

Ist die Zukunftsaussicht eher eine Chance oder eine Strafe für den heutigen Werkstattbetrieb?

Ein wachsamer Unternehmer muss jederzeit mit Veränderungen umgehen können. Frühzeitig nach Trends und Geschäftsfelder Ausschau halten ist eine Grundvoraussetzung für den Wachstum und Erfolg. Für mich ist es oftmals schwer nachzuvollziehen wie träge einzelne Betriebe und deren Führungskräfte reagieren. Schnelligkeit und eine hohe Innovationsbereitschaft sind immer mehr die tragenden Unternehmenssäulen.

Was ist denn Ihre Prognose bzw. auf was soll heute ein Werkstattbetrieb sein Augenmerk für die Zukunft richten?

Wenn die Betriebsführung die verschiedenen Angebote der Importeure, Werkstattkonzeptpartner und Fachverlage selektiv verfolgt und auswertet so kann sich jede Werkstatt optimal und mit gleichen Chancen auf die Markveränderungen vorbereiten. Im Grunde unterliegt der Markt immer laufenden Veränderungen nur heute und auch zukünftig wird das Tempo weiter zunehmen und letztendlich über den Gesamterfolg entscheiden.

Wie meinen Sie das im Detail?

Die Kerngeschäfte nehmen kontinuierlich im Volumen und oder Ertrag ab. Das heisst beim Reifengeschäft steigt der Kostendruck weiter erheblich an. Die Marge ist eigentlich schon heute am Tiefpunkt angelangt und man muss es schon sehr optimistisch bewerten wenn man dann noch von „Erträgen“ redet. Das Servicegeschäft bleibt bestehen nimmt aber durch die veränderten Garantieleistungen der Hersteller weiter als Ertragsfaktor ab. Immer mehr Werkstattarbeit unterliegt fixierten Kostenvorgaben die den Spielraum für die Werkstatt stark einschränken. Das Neuwagengeschäft ist in Bezug auf die Produktpräsentation und das veränderte Kundenverhalten durch das Internet immer kostenintensiver und gleichzeitig ist ein kostengünstiger Kaufpreis ein immer wichtigeres Kaufkriterium. Somit haben wir drei Geschäftsfelder, die Hauptsäulen der Werkstattbetriebe, die einem immer noch grösser werdenden Druck ausgesetzt sind.

Es scheint als hätten Sie die Gesamtlösung längstens erkannt? Gibt es die überhaupt?

Ich denke die Gesamtlösung haben schon viele vor mir erkannt und die meisten wissen wohin es führen sollte. In vielen Gesprächen mit Werkstattbesitzern merke ich wie sehr diese genau wissen was sie eigentlich tun sollten. Die Strukturen der Betriebe erlauben aber nur beschränkt ein kurzfristiges Umdenken. Vielmehr müssen Prozesse in Gang gebracht werden die schon bei der Personalauswahl stattfinden sollten. Diverse Positionen im Betrieb, gerade im Kundenbereich sind heute falsch besetzt. Das Zusatzgeschäft wird zudem noch immer viel zu sehr vernachlässigt. Erfreulicherweise gibt es schon heute viele Betriebe die es uns allen vor machen was es heisst für den Automarktmarkt der Zukunft gerüstet zu sein.

Ihr Produkt, Motorleistungssteigerung ist im Bereich Zusatzgeschäft an zu siedeln. Somit müsste die Zukunft Ihrer Unternehmen rosig aussehen?

Wir gehen tatsächlich von einem stetigen Wachstum und weiterhin positiven Betriebsergebnissen aus. Dennoch setzt auch unser Expansionswillen alle Faktoren voraus die im Markt zu einem nachhaltigen bestehen führen. Insbesondere wird unsere Herausforderung sein, dass die Werkstattbetriebe selber erkennen wie entscheidend ein Margen trächtiges Zusatzgeschäft ist. Zurzeit müssen wir sehr viele Ressourcen aufwenden um die Werkstattbetriebe einerseits zu motivieren und andererseits die positive Kostenrechnung auf zu zeigen. Neue Produkte, rund ums Auto, bieten zudem die Möglichkeit für die Werkstätten sich vom Wettbewerb abzusetzen. In einem neuen Markt der durch das Internet völlig transparent geworden ist, ein deutlicher Vorteil. Gerade die Motorleistungssteigerung ist ein extrem Margen starkes Zusatzgeschäft, bindet den Kunden und ist unkompliziert im Werkstattalltag umzusetzen.

Worauf richten Sie und Ihr Team das Hauptaugenmerk?

Wie schon erwähnt sind wir fest überzeugt, dass gerade unser Erfolg mit unserem enorm hohen Tempo im gesamten Betrieb zu tun haben. Qualität, Kundenbetreuung und ein einwandfreies Produkt sind heute keine Massstäbe mehr. Gemessen werden wir heute als Lieferant an der Auftragsbearbeitung, den Lieferzeiten und unserem Innovationsgehalt.

Herr Perseke, fahren Sie privat mit einer Leistungssteigerung?

Selbstverständlich! Bei uns fährt jeder Mitarbeiter mit einem Chiptronic Modul. Meine Meinung ist dazu ganz klar, nur wer sein eigenes Produkt auch selber anwendet und von seiner Wirkung und dem Nutzen überzeugt ist, kann es auch vertreiben! Wir bei Powerhouse betreiben unser tägliches Geschäft aus Überzeugung.

Ich danke Ihnen fürs Gespräch