

# Das Geheimnis des Erfolgs 1a-autoservice spielt auf Sieg

— Mit drei Siegern hat 1a-autoservice in diesem Jahr beim Wettbewerb „Werkstatt des Jahres“ gezeigt, was möglich ist. Ist ein solch gutes Abschneiden einfach Glück? Oder liegt es am Ende an der Unterstützung aus der Karlsruher Systemzentrale?

**K**laus Zick und sein Team von der 1a-Systemzentrale sind selbstbewusst. Sie strahlen etwas aus, was man auch den Verantwortlichen in den preisgekrönten Werkstätten ansieht, nämlich Zufriedenheit. Sie sind überzeugt davon, das Richtige zu tun. Und das ist sicher einer der Schlüssel des Erfolgs von 1a-autoservice.

nen kündigen muss, um die eigenen Standards zu halten, so ist das bei 1a heute ein Thema, das man offensiv angeht. „Wir beenden auch Partnerschaften“, sagt Systemleiter Zick auf Nachfrage. Denn er findet, dass es auch Werkstätten gibt, die inzwischen nicht mehr unbedingt den hohen Qualitätsanforderungen der Systemzentrale entsprechen. Die Trennung erfolgt dann

rater erledigt wird, die bei den Gesellschaftern der Centro angestellt sind. Sie pflegen einen intensiven Austausch mit der Systemzentrale und betreuen die Partner vor Ort. In der Zentrale arbeitet man vorrangig am Marketing und der permanenten Weiterentwicklung des gesamten Systems.

## Persönlich ist Trumpf

Und das heißt nicht, dass sie nicht ganz genau wissen, wo die Partner der Schuh drückt. Denn auch wenn sie eher selten vor Ort in den Werkstätten unterwegs sind, halten sie doch mit verschiedenen Medien Kontakt zu ihren Partnern. Und wie in allen Systemen gibt es welche, die man sehr gut kennt, weil sie aktiv sind. Und andere, deren Namen man kaum weiß, weil sie sich weniger hervortun.

Zick fasst das so zusammen: „Etwa ein Drittel unserer Partner ist sehr aktiv, die Hälfte sehr ordentlich und etwa ein Fünftel weniger aktiv.“ Persönlich kann man die nicht alle kennen. Deshalb haben die 1a-Profis in Karlsruhe eine ausgeklügelte Datenbank, in der sie auch Fotos der Betriebe hinterlegen. So können sie sich bei einem Anruf wenigstens am Bildschirm einen ungefähren Eindruck des Unternehmens in Erinnerung rufen.

## Marke hat Priorität

Sehr genau achten die Mitarbeiter der Systemzentrale darauf, dass alle Betriebe ein perfektes und vor allem markengerechtes Auftreten am Markt praktizieren.

Das ist nicht immer leicht. Denn für manch einen ist Karlsruhe weit weg und schnell eine Anzeige gestaltet, die nicht dem Corporate Design entspricht. Dass diese in der Systemzentrale dennoch bemerkt wird, ist nicht immer jedem Partner bewusst.

Zick und sein Team leisten jeden Tag eine Menge gelb-schwarze Überzeugungsarbeit. Das tun sie deshalb, weil sie mit ganzem Herzen hinter ihrer Marke stehen. Auch sie leben – ganz wie ihre Partner vor Ort – das System 1a-autoservice. Sie sind überzeugt davon, dass es sich lohnt, konsequent am



Die Mitarbeiter der 1a-autoservice Systemzentrale sind mit Feuer und Flamme bei der Arbeit. Das wirkt sich positiv auf ihre Partner aus.

Fotos: Weber

Aber natürlich liegt es nicht nur daran. Die Mitarbeiter der Systemzentrale sind am Ende auch immer nur so gut wie die Partner, die draußen die gelb-schwarze Fahne hochhalten. Das sind derzeit knapp 1500 Betriebe. Zu- und Abgänge halten sich im System mehr oder weniger die Waage, so dass kein wirkliches Wachstum zu verzeichnen ist. Insgesamt scheint der Markt der Werkstattssysteme ohnehin mehr oder weniger aufgeteilt zu sein.

Und wenn vor Jahren kaum ein Systemgeber offen darüber sprechen wollte, dass man manchmal auch Part-

nein meist im gegenseitigen Einvernehmen. Der Hauptgrund für einen solchen Abschied ist übrigens laut Zick fehlende Systemtreue.

## Es gibt auch Trennungen

Doch Trennung ist nicht das vorherrschende Thema im System. Eher geht es darum, die Partner ständig bei ihrem Geschäft zu unterstützen. Die Karlsruher haben sehr schlanke Strukturen. Gerade einmal vier Mitarbeiter arbeiten in der Zentrale. Das liegt daran, dass die Vor-Ort-Betreuung durch Systembe-

## DIE KÖPFE

### 1a-Systemzentrale



Klaus Zick ist Systemverantwortlicher bei 1a-autoservice. Der gelernte Industrie- und Marketingkaufmann ist seit 1999 dabei. Er ist für Konzeptinhalte, die Weiterentwicklung des Systems und die Qualität verantwortlich.



Birgit Winnemuth-Schaub ist Assistentin Marketing und hat Jura studiert. Außerdem ist sie gelernte Industriekauffrau. Bei der 1a-Systemzentrale arbeitet sie seit Juni 2000. Sie kümmert sich um Auswahl und Aktionen rund um die Werbemittel für die 1a-Partner, Schulungen, Schulungsthemen, Jahresplanungen und Koordination, Berufsbekleidung. Außerdem verantwortet sie die Prüfung und Abwicklung der Werkstatttests, Planung und Organisation von Veranstaltungen sowie Service-Prozessanalyse der Plus-Partner.



Marketing-Assistentin Christa Burkart ist gelernte Industriekauffrau und hat eine Weiterbildung zur Marketing-Fachkauffrau absolviert. Bei der 1a-Systemzentrale ist sie seit Januar 2000. Sie ist zuständig für die 1a-autoservice Startpakete, das heißt im einzelnen Bearbeitung und Abwicklung von Verträgen, Druckdaten, Signalisationselemente, Webmodule. Außerdem bearbeitet sie Mobilitätsgarantien und widmet sich verschiedenen Sonderaufgaben.



Carsten Hepp ist Assistent des Marketingleiters. Der Diplom-Betriebswirt Fachrichtung Handelsmarketing arbeitet seit Juni 2001 für die 1a-Systemzentrale. Er kümmert sich um den Internetauftritt von 1a-autoservice, ebenfalls um die Auftritte der angeschlossenen Partner. Außerdem ist er für die interne Kommunikation zu den Partnern, inhaltliche Gestaltung des Werbegenerators, Signalisationsentwürfe bestehender und zukünftiger Partner und die 1a-Endverbraucher-Prospekte zuständig.

professionellen Auftritt des Systems zu arbeiten und wollen ihre Partner nach Kräften dabei unterstützen, die Ideen gut umzusetzen. Sie sehen auch, dass diejenigen, die hierbei besonders eifrig zu Werke gehen, eine Menge Erfolge feiern können.

### Nette Gesten

Ein besonderes Augenmerk verdient die Tatsache, dass man bei 1a-autoservice sehr genau darauf achtet, die Partner ständig durch kleine Gesten zu motivieren. Dazu gehören sympathische Botschaften zu Ostern oder Weihnachten genauso wie gezielte Aktionen mit einem Grill-Paket zur Fußball-WM. Der Stil, den man pflegt, ist sehr persönlich und herzlich. Dabei gehen sie natürlich in puncto Design mit gutem Beispiel voran. Das gelb-schwarze Logo ist auch an den Arbeitsplätzen in der Systemzentrale allgegenwärtig und sämtliche Kommunikation kommt ganz selbstverständlich in den Hausfarben daher.

Vielleicht ist es einfach die konsequente Umsetzung der Corporate Identity, die den Erfolg der 1a-Profis ausmacht. Denn Corporate Identity heißt viel mehr als nur das Anwenden bestimmter Farben und Designs. Es ist auch die Art und Weise, bestimmte Dinge anzugehen und umzusetzen, die eine Marke mit Leben und Sympathie erfüllt. In der 1a-Systemzentrale merkt man, dass der Geist stimmt. Und das überträgt sich ganz natürlich auch auf die Partner, die offenbar ganz ähnlich ticken wie die Stuttgarter Profis. Alle wollen vor allem eines: gemeinsam gute Geschäfte machen.

Dr. Frauke Weber



Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft. Und die sind im Hause 1a-autoservice besonders pfiffig.

## Der Ideale Ersatz



Hervorragende Fertigungsqualität

Ausgezeichnete Wischeigenschaften

Einfache Montage

Breites Spektrum

Einzelblatt-Packungen

**TRICO**  
SEE THINGS CLEARLY

[www.trico.eu.com](http://www.trico.eu.com)