



Die Resolution mit Forderungen an Rüsselsheim verabschiedeten die Igedos-Mitglieder in Kassel ohne Gegenstimme.

## OPEL-SERVICEPARTNER

# Kritik an Komplettpreisen

Grundsätzlich nutzt die Opel-„Komplettpreisoffensive“ auch den kleineren Servicepartnern. Aber die Gewinneinbußen sind nicht mehr akzeptabel. Der Igedos-Verband fordert nun vom Hersteller, das Programm anzupassen.

Viele Opel-Vermittler und -Servicepartner haben ein akutes Renditeproblem. Auf ihrer Mitgliederversammlung in Kassel haben die Mitglieder der Interessengemeinschaft der Opel-Spezialisten (Igedos) deshalb eine Resolution verabschiedet, in der der Rüsselsheimer Hersteller aufgefordert wird, die besonders in der Kritik stehende Komplettpreisoffensive in vier Punkten anzupassen. „Wir suchen den Dialog und versuchen, die Verantwortlichen zu einem Umparken im Kopf zu bewegen“, sagte Igedos-Sprecher Rolf Höschele in Anspielung auf die aktuelle Opel-Imagekampagne. Trotzdem helfe die Initiative auch den kleineren Servicepartnern wirksam, Kunden mit älteren Fahrzeugen in der Werkstatt zu halten.

Die Opel-Partner beschlossen einstimmig die Forderung, die Auszahlung des A-Teile-Bonus nicht mehr länger von der Teilnahme an dem Komplettpreisprogramm abhängig zu machen. Die Igedos-Mitglieder sind sich zudem einig, dass die Komplettpreise generell zu niedrig sind – sie fordern eine deutliche Anhebung. „Es besteht überhaupt keine Notwendigkeit, unbedingt A.T.U zu unterbieten“, sagte ein Teilnehmer bei der Diskussi-

on zur Resolution. Die im Rahmen des Komplettpreisprogramms erforderlichen Teile sollen zudem schneller verfügbar gemacht werden, eine entsprechend umfangreiche Lagerhaltung könne nicht vorausgesetzt werden. Die vierte Forderung betrifft die deutschlandweite Einheitlichkeit der Komplettpreise. Die Igedos-Partner wollen diese flächendeckende Festschreibung nur für die in der Werbung besonders hervorgehobenen Fokusangebote akzeptieren. Ein standortunabhängiger Festpreis für alle Angebote benachteilige viele Servicepartner jedoch stark.

Der Verbandssprecher sprach sich außerdem entschieden für eine gerechte Verteilung der Werbekostenzuschüsse aus. „Es kann nicht angehen, dass die Vertragshändler von Opel unterstützt werden, wenn sie für die Komplettpreisoffensive Werbung machen, und wir gehen völlig leer aus.“

Als nicht akzeptabel bezeichnete Höschele zudem die aktuelle CI-Politik in Rüsselsheim. Die derzeit eingeforderten Standards seien überzogen. Zwar räumte der Sprecher einen „Renovierungsstau“ bei den Vermittlern und Servicepartnern durchaus ein, das rechtfertige aber nicht eine Fristset-

zung für eine Investition über bis zu 30.000 Euro. Zumal Opel die Vermittler und Servicepartner dabei im Gegensatz zu den Vertragshändlern bislang finanziell nicht unterstützen wolle. Insgesamt trage Opel bei den A-Händlern bis zu 50 Prozent der direkten Umstellungskosten.

Völlig unverständlich sei zudem, dass jeder Partner vor der Umstellung eine kostenpflichtige Beratung in Anspruch nehmen müsse, bei der der Dienstleister Aufmaß nehme. „In vielen Fällen ist völlig klar, was wo hingestellt werden muss“, sagt Höschele.

Trotz aller Baustellen richtete der Igedos-Vorstand aber auch Lob an den Hersteller, vor allem in Sachen Außenwirkung. Gerade die jüngsten zentralen Werbekampagnen zeigten bei den Konsumenten spürbare Wirkung. Sehr positiv wurde zudem die Einsetzung von Jürgen Keller als Vertriebschef für Deutschland aufgenommen.

Jürgen Keller wiederum ließ es sich nicht nehmen, den Igedos-Mitgliedern zum 20-jährigen Verbandsjubiläum zu gratulieren und ihnen für ihr Engagement zu danken. In Bezug auf die vom Verband formulierten Kritikpunkte signalisierte er Gesprächsbereitschaft.

JENS REHBERG