



PROTOKOLL

OTC OPEL TEAM COMMITTEE

Dienstag, 15. Mai 2018

Rest. Eintracht, 4703 Kestenholz

Teilnehmer: Händler:	H. Waeber (Sprecher), P. Germann, R. Peier, M. Della Santa, F. Henry
Opel Suisse SA:	A. Altmiks, F. Hefti, S. Dendena, R. Guerdi, F. Daniels, M. Schwering
GM Financial:	G. Mollard
Entschuldigt:	Ch. Mettler (Händler)
Gäste:	
Protokoll:	M. Bächtold

F. Hefti und H. Waeber begrüßen die Teilnehmer und eröffnen die Sitzung um 09.45 Uhr.
Die gezeigte PPT-Präsentation ist teilweise integrierter Bestandteil dieses Protokolls.

1. Meeting Organisation

1.1. Absenzen / Entschuldigungen / Gäste

Siehe oben.

1.2. Traktanden 15. Mai 2018

Die Traktandenliste wird genehmigt und um den Punkt 5.2 Bonusplan T&Z ergänzt.

1.3. Protokoll der Sitzung vom 17. April 2018

Das Protokoll wird verdankt und genehmigt.

2. Einleitung

Der neue MD, A. Altmiks, begrüsst die Teilnehmer und erklärt, dass das Geschäftsumfeld im Moment sehr schnell ändert und teilweise schwierig ist im Zusammenhang mit dem Übergang in die PSA-Gruppe.

3. Verkauf

3.1. Resultate Januar - April

Siehe PDF-Präsentation (Seite 2-20)

OS zeigt die Resultate bis Ende April. Der Gesamtmarkt bewegt sich auf dem Niveau des Vorjahres. Opel ist kumuliert auf Rang 9.

Das Mokka-Portefeuille ist tiefer als im Vorjahr und auch die Vertragseingänge sind leicht rückläufig.

Bei den Nutzfahrzeugen ist vor allem der L2H2 schwierig, da er preislich schlecht positioniert ist.

Corsa und Astra haben deutlich verloren.

3.2. Status Aktivitäten

Händler: Die Sondermodelle 'Swiss Edition' funktionieren nicht, wenn sie von Opel im Alleingang konzipiert werden. Die Zusammenarbeit muss diesbezüglich schneller und besser werden. Auch Opel anerkennt dieses Votum und ist der gleichen Meinung.

Alt-lagersituation: 3.5% der Lagerautos sind älter als 270 Tage. Man ist auf Zielkurs, aber die Händlerlager sind nun zu tief. Fahrzeugabtäusche von älteren Lagerfahrzeugen unter den Händlern müssen gelöst werden. Oft bleiben die Lancierungsfahrzeuge stehen am Händlerlager.

Ampera e werden nun aktiv von OS vermarktet und Grandland-Lieferfristen sind bei mindestens 8-10 Wochen. Die Verfügbarkeit ist generell gering und Opel bittet die Händler, ihre eigenen Lager ebenfalls etwas aufzustocken. Die Händler erwarten, dass sie bei einer späteren Einführung eines Bestellbonus bestraft werden, wenn sie jetzt die Lager aufstocken.

3.3 Fleet – Einführung Flottenmatrix (Händler)

Die Einführung der neuen Flottenmatrix ist auf Q3 geplant.

OPP bleibt. Die Einstufung des Mokkas kann aber aus Budgetgründen nicht geändert werden. OPP wächst im Moment überdurchschnittlich. Mit der Einführung der neuen Matrix verschlechtern sich aber die OPP-Konditionen um 2%, beim Volumenmodell Mokka sogar um 4%. OS überprüft die Situation für dieses Modell und kommt auf das Gremium zurück.

Alle Opel-Partner sind auf der Liste für OPP-berechtigte Firmen, können aber nicht als OPP-Partner eröffnet werden. Händlermitarbeiter sind bei Leasing schlechter gestellt als Mitarbeiter von Flottenkunden. OS nimmt den Input entgegen.

In der Flottenmatrix ist ein Flottenkunde Kategorie D, sein Mitarbeiter ist in Kategorie C. OS bestätigt das. Die Kunden werden aber anders informiert. Danach hätte der Mitarbeiter die gleichen Konditionen wie ein Firmenfahrzeug. Die Händler bitten OS, den Sachverhalt intern richtig zu stellen.

Flottenkunden werden immer noch besucht, ohne die verantwortlichen Händler zu informieren. Das wurde von Händlerseite bereits mehrfach kritisiert.

4. Marketing

4.1. Update MARKOM

Siehe PDF-Präsentation (Seite 2128)

OS orientiert über die aktuell laufende Kampagne Black Edition: Bisher wurden etwa 100 Leads kreiert. Die geplante Strategie wird gezeigt. Es wird in Zukunft enger mit PR zusammengearbeitet und die Händler sollen ebenfalls ihre Aktivitäten und Marketingpläne darauf abstimmen.

Händler: Bei der taktischen Werbung sollte es auf Händlersebene möglich sein, das Sujet noch anzupassen, z.B. 'Jetzt Lagerprämie!'.

OS nimmt den Input entgegen und wird mit Hahn Media sprechen, um in gewissem Rahmen Möglichkeiten zu geben.

Die Marketingaktivitäten sollen zwischen Marketing und Aftersales besser abgestimmt werden. OS gibt einige Beispiele dazu (myOpel, Marketing Portal, etc.)

OS zeigt eine erste Version des Leistungspaketes für das Programm 'Opel Occasion'.

4.2. Spielraum für individuelle Werbung über coop-Budget

Wurde unter 4.1 besprochen.

4.3. 0%-Leasing versus höhere Flexprämie

Nach Ansicht der Händler funktioniert auch ein 0.9%- oder ein 1.9%-Leasing.

OS: Easy-Leasing wird als Kampagne bleiben, aber die Konditionen werden ändern. Es war eine gute Aktion, sie ist aber nach 20 Monaten Laufzeit kein Highlight mehr. Eventuell 0%-Leasing für ein bestimmtes Aktionsmodell, aber generelle Konditionen für die Palette.

Händler: Stellen noch einmal klar, dass die Marge Vertragsbestandteil ist. Eine Margenbeteiligung der Händler muss im OTC genehmigt werden.

4.4. Attraktivität von Opel Showroom-Traffic (Händler)

OS fragt, welche Ideen da sind, um Showroom-Traffic zu generieren.

Eine frühere Aktion 'Turbo Charge' mit kleinen Give Aways hat damals Showroom-Traffic generiert und dem Händler Möglichkeiten für Kontakte gegeben. Als Give Away könnten Joint Ventures mit bekannten Marken gesucht werden (z.B. Sigg-Getränkeflasche für den Sommer). Sondermodelle mit lokaler Bewerbung und Autos im Showroom werden ebenfalls genannt.

Die SUV-Werbekampagne für Q3 wird gezeigt. Was sollte der taktische Aufhänger sein? Leasing (Equity) bleibt wichtig. Die taktische Aussage der Werbung ist "Wann steigst Du ein?". Das sollte weiterverwendet werden als Aufruf zur Probefahrt. OS nimmt die Inputs entgegen und kommt auf die Marketingkommission zurück.

4.5. Modellpolitik kurz- und mittelfristig (Händler)

Aktuell können keine konkreten Informationen gegeben werden. Die Umstellung auf das neue MY laufen im Moment und alle Modelle sind normal bestellbar. OS wird eine Information ans Händlernetz (bis Mitte Juni) herausgeben.

OS appelliert noch einmal an die Händler, dass die Lager aufgestockt werden, um genügend Verfügbarkeit im Q3 zu haben.

5. Aftersales

5.1. FlexCare Service Rabatt für Privatkunden

OS macht eine Kurzanalyse betreffend der A/S-Umsätze. Der April war generell sehr gut.

Per 01.07.18 sollten die neue Preise für FlexCare aktiv sein. Für Retailkunden kein Rabatt (auf Arbeit und ET) und bei Flottenkunden 10% (auf Arbeit und ET).

Die Handlingfee bei Garantiereparaturen liegt bei 4%. Bei FlexCare-Fahrzeugen gelten nach wie vor 15% Handlingfee auf ET für das 3. und 4. Jahr.

DMS-Umstellungen für FlexCare haben Kostenfolgen für die Händler. Es müssen neue Debitoren eröffnet werden. Mit endorsed Systemen sollten dafür keine Kosten entstehen. OS nimmt das Votum entgegen und wird mit Lösungsvorschlägen für die Finanzierung auf die Händler zugehen.

Händler: FlexCare kann bei Ex-Service Fahrzeugen nicht mehr aktiviert werden, wenn das Auto länger beim Händler am Lager steht. OS: Die Händler sollen mit Einzelfällen auf den Aussendienst zugehen.

5.2. Bonusplan T&Z

Siehe PDF-Präsentation (Seite x-y)

Bonuspläne für inaktive Kunden gibt 1% Bonus, wenn die Kriterien (75% kontaktiert) erreicht werden. Ein Händler hat die Datenqualität der Kundenlisten kontrolliert und festgestellt, dass die Kriterien gar nicht erfüllt werden können. Händler mit Filialen fallen durch, wenn der Kunde im Hauptbetrieb kauft und in der eigenen Filiale den Service macht.

Bonusplan für Servicere retention 2-6Jahre >75%, dann 1% Bonus. Überprüfung beim Händler hat gezeigt, dass infolge guter VL (viele Outsales oder Verkauf an andere Garage), diese Rate nicht erreichbar ist. OS nimmt die Analyse entgegen und will Anregungen für die Programmierung machen.

6. Händlernetzwerk

6.1. Update Netzwerkstrategie

OS gibt einen Zwischenstand über die Situation bei den Verträgen. Die Schweizer Version des Vertrages wird zeitversetzt zu den europäischen Verträgen erstellt. Das ERB soll in 2 Arbeitsmeetings noch weiter über den Vertrag diskutieren. Dadurch gibt es etwa 4 Wochen Verzögerung gegenüber dem Zeitplan. Für die Schweiz sollte es keine grossen Verzögerungen geben.

Nach Ansicht von OS haben die Kündigungen keine grösseren Reaktionen hervorgerufen.

7. BPI und Country Plan

7.1. BPI-Resultate Q1 – 2018

Siehe PDF-Präsentation (Seite 29-40)

Das 1. Quartal war sehr schwierig. Die Händlerrentabilität per Ende März 2018 lag bei -1.5%. Ein negativer Start ist in der Schweiz nichts Aussergewöhnliches, aber in diesem Jahr doch deutlich schlechter als in den Vorjahren. Insbesondere im Verkauf (weniger Volumen, weniger Zielerreichung und tiefere Bonusplanausschüttungen) und auf der anderen Seite im Bereich der indirekten Kosten hat sich die Situation gegenüber dem Vorjahr deutlich verschlechtert. Ein Country Plan mit Massnahmen wird gezeigt, um die Rentabilität der Händler günstig zu beeinflussen.

8. Opel Financial Services

Siehe PDF-Präsentation (Seite 41-46)

8.1. Geschäfts-Update OFS

OFS orientiert über die angefragten Leasings und die gekauften Verträge per 30.04.18. Insgesamt waren Leasings und Finanzierungen um 5.3% tiefer als im Vorjahr. Die Penetration liegt bei 36.5%.

8.2. Konditionen 2018

Die aktuellen Zinssätze und die laufenden Versicherungsaktionen werden zusammenfassend gezeigt. Der Basic-Zinssatz konnte bei 4.89% belassen werden und ist marktüblich.

Versicherungen: Die Prämien sind attraktiv. Hauptproblem ist nach wie vor der mangelnde fachliche Support am Verkaufsort.

Zur Erinnerung: Die Autoversicherung ist auch ohne Leasing möglich.

8.3. Laufende Aktivitäten

Die Easy-Leasing-Konditionen sind in Überarbeitung. Die meisten Händler nutzen die Lagerlinien für Re-marketing-Fahrzeuge.

Equity Leads: Erste Systemtests auf Händlerebene laufen. Für Servicepartner und ausscheidende Händler muss der Ablauf noch juristisch abgeklärt werden, da die Rücknahmepflicht für laufende Verträge bei diesen Händlern liegt.

9. Round Table

- Telefon- und Adressliste Opel Suisse ist dringend
- Datenschutzgesetz: Kundendaten dürfen gemäss den aktuellen AGBs nicht an PSA geliefert werden. Wenn OS nicht rechtzeitig bereit ist, müssten die Händler eigentlich SADE abstellen. Die Händler und OS tauschen die AGBs für Verkauf und A/S aus und werden sie aktualisieren. Sie werden anschliessend über Eurotax und Auto-i bei den Händlern in die entsprechenden Systeme eingespielen.
- Preisschutzvergütungen von Opel sind alle falsch (manchmal zu wenig, manchmal zu viel). Die Prozesse sollen jedoch geändert werden.
- Flotten-/Finanzabteilung: Abgetauschte Fahrzeuge mit Salesmaker sollten mit dem Abmeldehändler abgerechnet werden. Im Moment funktionieren die Prozesse nicht.

Nächstes OTC-Meeting: Dienstag, 21. August 2018

Schluss der Sitzung um 14.50 Uhr.

Der Protokollführer:



Martin Bächtold

Kestenholz, 15. Mai 2018