

Das Aussendienst-Team v. l.: Stéphane Ghizzo, Roberto Di Bernardino, Angelo Grasso, Ricky Van Hassel, Generoso Braem, Marc Kessler, Elias Kaiser, Marcus Poisson, Patrick Berger, Jonas Rüegg. Fotos: Quality1



Quality1 ungeschminkt

Was Sie vom Marktführer noch wissen sollten

Das im Jahr 2002 gegründete KMU aus dem Zürcher Oberland hat seine Vision förmlich im Firmennamen verankert – mit Fahrzeuggarantien höchster Qualität den Schweizer Markt als Nummer 1 anführen. Wer die Branche kennt, kennt Quality1. Grund genug, die bekannten Geschichten des Unternehmens mal beiseitezuschieben und Sie auf einen Blick hinter die Kulissen einzuladen.

Wer kennt es nicht: Die Kerzen auf der Geburtstagstorte sind ausgeblasen, die ersten Stückchen verteilt. Wie für ein rundes Wiegenfest üblich, sitzt man gemütlich beisammen und lässt die vergangenen Jahre Revue passieren. Häufig ertönen nun die allseits bekannten Erzählungen. Würde das Geburtstagskind Quality1 es so handhaben, dann wären in diesem Artikel wohl Sätze zu lesen wie: «Wir wurden vor 20 Jahren in Bubikon gegründet und feiern dieses Jahr stolz unser Firmenjubiläum.» «Wir sind eine 100-Prozent-Tochtergesellschaft der Allianz Suisse, was unserem Unternehmen eine bemerkenswerte Stabilität verleiht.» «Wir dürfen uns schweizweit führende Anbieterin für Fahrzeuggarantien in den Bereichen Auto, Motorrad, Boot und Landmaschinen nennen – der Marktanteil von etwa 50 Prozent macht's möglich.»

Das mag zwar sehr gut klingen und lässt sich vermutlich auch öffentlichkeitswirksam verpacken, doch wenn es nach dem Chief Sales und Marketing Officer Generoso Braem geht, sollen die geläufigen «Firmen-Phrasen» nicht allzu häufig Erwähnung finden. Deshalb möchte der Marktführer einmal mehr einen alternativen Weg einschlagen und über die DNA des Unternehmens berichten.

Ein Team mit vielen Spielführern

Wer sich dem Headquarter nähert, erkennt es meist schon aus der Distanz. Denn ein Aussendienstwagen in Q1-Design parkiert ab und zu auf den Stellplätzen vor dem Bürokomplex. Zwar gehören die Repräsentanten des Unternehmens vornehmlich auf die Strassen der Schweiz, aber für eine gute Durchmischung des Teams steuern sie auch regelmässig das Ziel Bubikon an. Denn der Leitsatz von Geschäftsführer Marc Kessler, «Mensch trifft Mensch, um gemeinsame Ziele zu erreichen», fördert den permanenten abteilungsübergreifenden Austausch. Nur so funktioniert der Q1-Mix, bestehend aus Lernenden, Quereinsteigenden, Branchenprofis, Voll- und Teilzeitkräften.

Wer sich «höchste und schnellste Abwicklungsqualität im Schadenfall» auf die Fahne schreibt, muss ein kompetentes Team an Fachfrauen und -männern bereitstellen – durchweg dreisprachig, versteht sich. Nur so kann Quality1 ihre hohe Erreichbarkeit im Kundendienst sowie in der Schadenabteilung gewährleisten. Im Schnitt werden Anrufe in unter 20 Sekunden entgegengenommen, Mails in weniger als 45 Minuten beantwortet und eine Schadenfreigabe innert 15 Minuten erteilt – das freut vor allem die Garagen, welche so ihre Werkstattauslastung effizienter gestalten können.

Geht es nach Giuseppe Chiarello, COO der Quality1, dann ist diese rasche Umsetzung nur aufgrund der kurzen Entscheidungswege, flacher Hierarchien innerhalb der Teams und des Erfahrungsschatzes langjähriger Mitarbeitender möglich. In Bubikon gibt es zwar definierte Verantwortlichkeiten, aber keine allein herrschenden Königreiche. Es werden unabhängig von Position oder Unternehmenszugehörigkeit alle Meinungen und Einwände gehört, sodass sich neue Ideen entwickeln können. Die Lernenden duzen die Führungskräfte, die Neuen fordern die Alten am Töggelikasten heraus und bei den regelmässigen Mitarbeiteranlässen weichen die geschäftlichen Themen auch sehr gerne den privaten. Familiäres Umfeld, Begegnung auf Augenhöhe und ein ausgezeichnetes Arbeitsklima stehen heutzutage nicht selten in den Firmenphilosophien, genauso wie eine Tischtennisplatte im Pausenraum. Bei Quality1 wird jedoch tagtäglich daran gefeilt, diese Ziele nicht nur zu formulieren, sondern sie auch aktiv zu leben. Denn nur so kann motiviertes, lösungsorientiertes und effizientes Arbeiten ermöglicht werden. Fun Fact: Die berühmte Tischtennisplatte im Pausenraum haben sie trotzdem.

On the Road Again

Wenn die ADMs, wie die Mitarbeiter im Aussendienst gerne genannt werden, nicht gerade ein Meeting oder einen gemeinsamen Lunch im Gewerbegebiet Schwarz in Bubikon haben, sind sie auf den Strassen der ganzen Schweiz unterwegs – nah an den Garagisten und Händlern zu sein, lautet die Devise. Denn wer die Bedürfnisse der Kundschaft spüren möchte, muss ihr gegenüberstehen. Deshalb spannt sich das Netz der Quality1 vom Tessin über das Wallis bis hin zum Bodensee durch das ganze Land. Rund 10 000 Kundenbesuche verzeichnen die acht ADMs Jahr für Jahr. Der rege Austausch unterstützt das Unternehmen, neue Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, die sich massgeschneidert an die Kundenwünsche anschmiegen.



Das Quality1-Team.

Ricky Van Hassel, dienstältester ADM der Quality1 und Identifikationsfigur für die Jüngeren im Team, erkennt aber auch, dass die Zielerreichung nur im Zusammenspiel entstehen kann. Seit jeher sind er und seine Kollegen auf ein innovatives Produktmanagement und einen zuvorkommenden Kundendienst angewiesen, denn nur so kommen jährlich etwa 87 000 abgeschlossene Policen zustande. Für 30 000 bearbeitete Schadenfälle pro Jahr braucht es die bereits erwähnten multilingualen Spezialisten in der Schadenabteilung. Hinzu kommt, dass gerade für die neue Modularisierung der Produktpalette eine ausgeklügelte Applikationsumgebung entwickelt werden muss – ohne die Tools der hauseigenen IT unvorstellbar. Am Ende ist es die Geschäftsleitung, welche die Zahnräder wohlndolisiert ölt, damit ein reibungsloses Ineinandergreifen der 42 Mitarbeitenden entstehen kann.

Giuseppe Chiarello – Ein Beispiel für bemerkenswerte Loyalität

Beobachtet man Giuseppe «Giusi» Chiarello bei einem seiner Rundgänge durch die Büroräume der Quality1, dann kann man seinen Werdegang förmlich bildlich nachvollziehen. Denn auch in seiner 18-jährigen Laufbahn hat er fast alle Abteilungen durchlaufen. 2004 in der Schadenabteilung gestartet, sammelte er weitere Erfahrungen im Kundendienst und im Produktmanagement. Ehe er 2011 als Chief Operating Officer eben für diese Abteilungen die Verantwortung übernahm und Teil der Geschäftsleitung wurde. In seinen ganzen Jahren im Unternehmen war «Giusi» an unzähligen strategischen Neuausrichtungen beteiligt und hat einen wesentlichen Anteil an der Entwicklung zum Marktführer.

Jedoch sind es nicht nur seine herausragenden analytischen Fähigkeiten, welche ihn auszeichnen, sondern vielmehr auch sein menschlicher Führungsstil. Wäre dieser Begriff kein Substantiv, würde ihn der COO vermutlich aber lieber kleinschreiben. Denn auch für ihn gilt: «Alte Führungsgrundsätze funktionieren in unserem Unternehmen nicht.» Wer den Anspruch hat, regel-



Giuseppe Chiarello, Mitglied der Geschäftsleitung.

Fortsetzung Seite 42

Die Geschäftsleitung v. l. n. r.:
 Marc Kessler, Giuseppe Chiarello,
 Generoso Braem.



mässig die Prozesse zu hinterfragen und Abläufe zu optimieren, muss den Mitarbeitenden Gehör schenken. Deshalb trifft man Giuseppe Chiarello auch gerne mal an der viel zitierten Tischtennisplatte, mit einem offenen Ohr an den Kaffeemaschinen des Hauses oder eben an den Arbeitsplätzen sämtlicher Abteilungen. Für seine Leidenschaft für Autos und seine alte Vespa ist er mindestens genauso bekannt wie für sein Credo «die Kunden stehen immer im Mittelpunkt». Im Schadenfall liegt laut ihm die Wahrheit, denn nur dann zeigt sich, ob das Produkt gut ist, der Service stimmt und der Kunde zufrieden ist.

Ein Blick in die Zukunft

CEO Marc Kessler ist sich sicher: «Neue Technologien werden die Produktgestaltung sowie die Schadensbilder beeinflussen. Elektrifizierte Fahrzeuge haben einige Teile des Verbrenners nicht verbaut, was neue Herausforderungen birgt. Das Hauptvolumen im Fahrzeugbestand wird noch einige Jahre von Verbrennern dominiert, deshalb darf Quality1 – vor allem im Aftersales – den Bestand nicht vernachlässigen und zeitgleich aber die neue Technologie nicht unterschätzen.» Deshalb investiert der Marktführer stark in IT sowie Produktmanagement und setzt schon heute auf modulare Produkte und smarte Systeme.

In eben dieser dynamischen und herausfordernden Marktentwicklung erkennt Generoso Braem, Mitglied der Geschäftsleitung, aber auch den Reiz, in dieser Branche tätig sein zu dürfen. Der Marketing- und Verkaufsleiter möchte künftig noch stärker den Fokus auf Digital Marketing legen, um noch intensiver mit den Zielgruppen in Kontakt treten zu können. Des Weiteren ist es ihm ein Anliegen,

dass das Bedürfnis nach Absicherung in der Mobilität in Zukunft noch enger mit Quality1 konnotiert wird. Einen wichtigen Schritt in die richtige Richtung erkennt auch er in der Q1-Modularisierung, denn das Verlangen nach individuell angepassten Produkten wird immer grösser. Dank dieser Marktneuheit lassen sich schon heute die Versicherungsleistungen eigenständig und nach persönlichem Gusto konfigurieren.

Auch wenn noch nicht alle Veränderungen in der Branche absehbar sind, viele Entwicklungen sich nur im Ansatz andeuten und einiges ungewiss scheint, wird Quality1 auch künftig agil und innovativ auf die sich wandelnden Bedürfnisse reagieren.

Die Mischung aus Anpassungsfähigkeit und dem Know-how der letzten 20 Jahre sowie der kollegialen Unternehmenskultur lässt den Marktführer äusserst zuversichtlich in die Zukunft blicken. Und wer noch an den flachen Hierarchien sowie der interdisziplinären Zusammenarbeit bei Quality1 zweifelt, hier ein weiterer Beweis: Dieser Artikel wurde vom eigenen Buchhalter verfasst. <

Weitere Infos unter:
quality1.ch 

