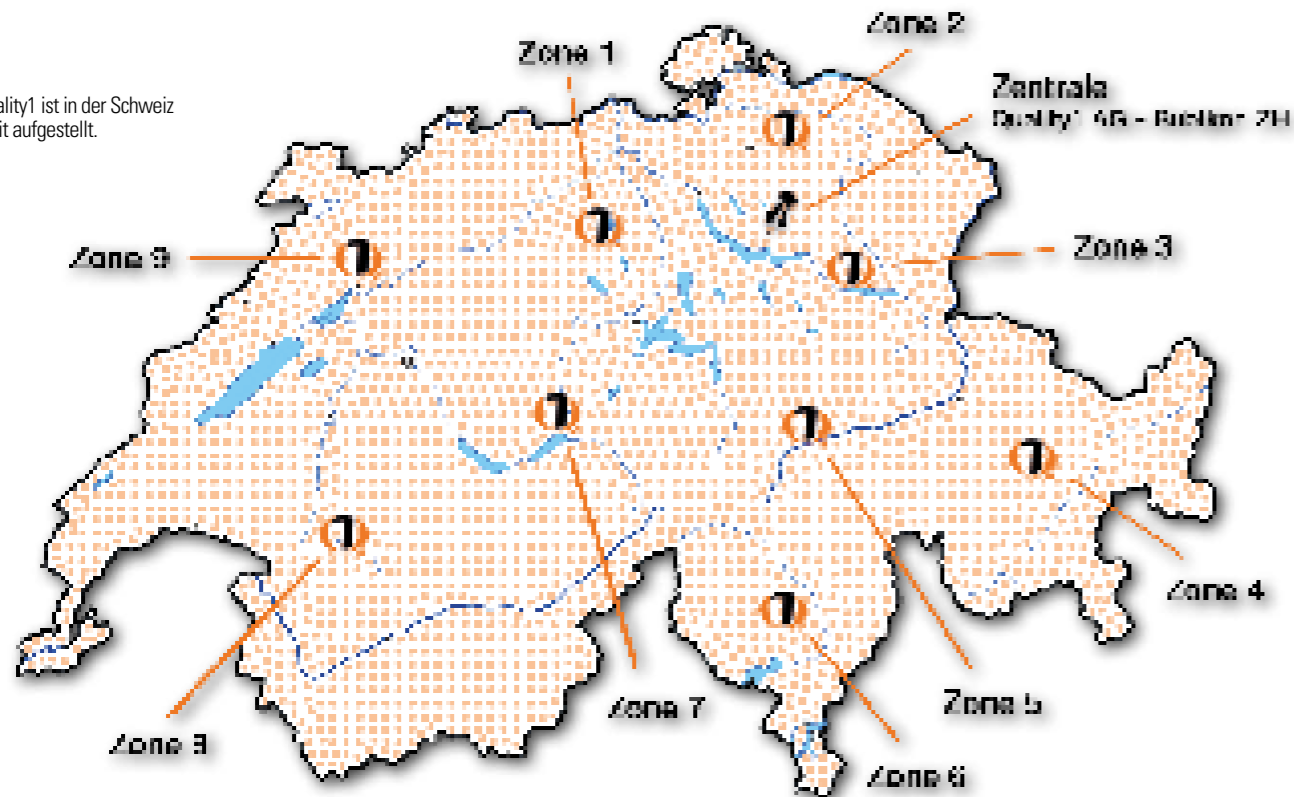


## QUALITY1

Quality1 ist in der Schweiz breit aufgestellt.



## «WIR SIND NICHT NUR SCHNELL, SONDERN AUCH UNKOMPLIZIERT UND PROFESSIONELL»

Die Quality1 AG mit Sitz in Bubikon ZH ist der Schweizer Marktführer unter den Garantieanbietern. Obwohl die Marktbedingungen nicht ideal waren, konnte Quality1 weiteres Wachstum verzeichnen. Weshalb das so ist, welche neuen Produkte lanciert wurden und wie sich die Service- und Wartungsdienstleistung «Service Pack+» entwickelt hat, erklärt Geschäftsführer Marc Kessler im Interview.

Interview: Lukas Hasselberg

### AUTO&Wirtschaft: Wie ist das Garantiegeschäft 2015 und in den ersten Monaten 2016 verlaufen?

Marc Kessler: Trotz schwieriger Marktbedingungen wurde das Ziel um zwei Prozent übertroffen und trotz grossem Konkurrenzdruck wächst unser Kundenstamm jährlich. Auch dieses Jahr konnten wir fünf Prozent Neukunden gewinnen und an dem guten Wachstum von 2015 anknüpfen – trotz des hohen Levels, den wir bereits kundenseitig haben. Dies ist unter anderem auf die positive Neukundengewinnung zurückzuführen. Im ersten Quartal 2016 setzte sich das Wachstum fort, es wurde erneut über Budgetplan abgeschlossen. Allgemein kann man sagen, dass der Occasionsmarkt sich erholt hat und nun

wieder besser performt und dass man weiterhin ein kontinuierliches Wachstum erwarten kann. Abgesehen davon zeigt das, dass wir das Wachstum nicht mit den tiefsten Preisen generieren, sondern akzeptiert sind vom Markt. Viele Neukunden wollen mit uns zusammenarbeiten, weil man uns gut kennt und wir attraktive Produkte anbieten. Jede Woche werden wir von Garagisten kontaktiert, die direkt mit uns zusammenarbeiten wollen.

### Ist das Garantiegeschäft eher abnehmend oder zunehmend? Wünschen sich die Autokäufer mehr Sicherheit?

Die Sicherheitsbedürfnisse spielen bei den Autofahrern nach wie vor eine sehr wichtige Rolle, was auch unsere Umfrage an der letztjährigen Auto

Zürich Car Show bestätigt hat. Über 60 Prozent der Endkunden haben angegeben, dass sie eine Garantie von Quality 1 haben, unabhängig von der Marke. Das zeigt, dass die Investitionen in unseren Brand angekommen sind beim Endkunden. Man kennt uns und eine Garantie ist für Endkunden wichtig. Auch bei den Fahrzeugen gibt es keine grossen

Unterschiede, sowohl junge als auch ältere werden versichert.

### Wie hat sich die Schadenstatistik entwickelt? Gab es Veränderungen bei den Baugruppen?

Die Schadenfrequenz stagniert, auffällig ist jedoch der steigende Prozent-Schaden. Vor vier Jahren lag der durchschnittliche Schaden noch bei 1000 Franken, jetzt bei 1300 Franken. Nicht die Schadenfälle sind besser geworden, sondern die Fahrzeuge sind besser geworden. Die optimierten Deckungen haben Volumen gebracht, sie bringen aber auch Schäden. Deswegen sind wir mit Günstig-Angeboten zurückhaltend.

Aus unserer Sicht ist die Entwicklung gut, sonst haben wir keine Daseinsberechtigung. Da wir viel auszahlen, ist das auch gut für den Händler. Bei den Baugruppen hat sich jedoch nichts verändert, Motor und Getriebe weisen weiterhin die höchste Schadenfrequenz auf.

### Wie hat sich das Service-Angebot «Service Pack+» entwickelt?

In den drei Jahren seit der Lancierung konnten wir viele Erfahrungen sammeln, welche uns nun ermöglicht haben, das Produkt den Bedürfnissen entsprechend anzupassen. Das Handling für die Garage wurde um einiges vereinfacht und es gibt nun fixe Tarife nach Marke und Hubraum. Der Kunde hat die Wahl zwischen vier möglichen Paketen. Eines davon ist der erste Service, was einem Kunden z.B. wunderbar anstelle eines allfälligen Rabattes mitgegeben werden kann. Bei der Entwicklung des neuen Systems haben wir 25 Händler miteinbezogen und sind damit auf die Wünsche unserer Kunden eingegangen. Wir starten im Juni mit entsprechenden Lancierungsaktionen für das überarbeitete Service Pack+. Unsere Zielgruppen sind Kleinflotten und Endkunden. Wir entlohnen den Garagisten zu 100 Prozent. Dadurch gewährleisten wir ihm höchste Rentabilität.

Dieses Produkt ist eine Dienstleistung und keine Versicherung. Man kann es auch in die Leasingrate integrieren. Wir sind mit allen Leasingunternehmen im Gespräch für eine Zusammenarbeit.

### Gibt es weitere Produkte, die lanciert oder ausgebaut wurden?

Unser Produkt Management ist laufend dran, Garantien zu optimieren. Kürzlich wurde die Garantie für alternative

Antriebe an die Marktbedürfnisse ausgerichtet. Wir haben gemerkt, dass es bei Importeuren und Händlern gefragt wird, ein spezifisches Produkt anbieten zu können. Zum Beispiel bei BMW eine i-Versicherung. Das fängt beim Flyer an und ist komplett auf den jeweiligen Antrieb ausgerichtet.

Mit Hyundai wurde zusammen ein neues Garantieprodukt entwickelt. Zudem sind wir eine neue Kooperation mit der AMAG-Gruppe für das Garagenkonzept stop+go eingegangen. Abgesehen davon ist Quality 1 bei fast allen Verbänden der offizielle Kooperationspartner.

Im Herbst vergangenen Jahres wurde die Agrar Garantie für Landtechnik-Fahrzeuge lanciert, welche eine positive Entwicklung aufweist. Seit dem 1. Mai 2016 haben wir die Boat Garantie für Wasserfahrzeuge lanciert. Auch hier konnten wir bereits erste Abschlüsse erzielen und das Feedback der Händlerschaft ist bisher sehr erfreulich.

Unser Ziel ist, dass wir alles was motorisiert ist, mit einer Garantie abdecken können. Der automotiv Sektor ist unser Hauptgeschäft. Ergänzend dazu gibt es aber viele interessante Geschäftsfelder, die wir laufend prüfen. Besonders erfreulich ist, dass wir das Volumen im Motorradbereich verdoppeln konnten. Das hängt nicht zuletzt auch mit unserer angepassten Motorradgarantie zusammen. Neu bieten wir tiefere Hubraumstufen an und haben die Deckung und die Preise angepasst.

### Was gibt es Neues bei Quality 1?

Wir haben letztes Jahr mit dem neuen Vertriebsleiter André Sigrist die Geschäftsleitung erweitert. Damit sind wir breiter abgestützt. In dieser Grösse hinsichtlich Anzahl Kunden und Marktabdeckung haben wir für neue Geschäftsfelder zudem die Produkt-Management-Abteilung verstärkt. Personell haben wir die Mitarbeiter nicht abgebaut, sondern aufgebaut. Ob in der Geschäftsleistung, dem Produkt

Management oder in der IT, für die wir einen neuen Leiter eingestellt haben: 2015/2016 haben wir insgesamt vier neue Stellen geschaffen und verfügen nun über 37 Mitarbeiter in Bubikon ZH.

### Was sind die Alleinstellungsmerkmale von Quality 1?

Quality 1 arbeitet als eigenständige KMU und geniesst als Tochtergesellschaft der Allianz Suisse grosse Entscheidungsfreiheit, was dazu beiträgt, dass Projekte schnell realisiert werden können.

Zu den Alleinstellungsmerkmalen gehören ganz klar die Schnelligkeit, Professionalität und Marktnähe. Der Kunde steht stets im Zentrum und Prozesse richten sich an die Kundenzufriedenheit. Deshalb ist auch die stetige Weiterentwicklung des Produktportfolios unsere Stärke. So haben wir unsere an der Auto Zürich lancierte App einfacher gestaltet, neue Schnittstellen entwickelt, mehr Nutzen auf unserer Homepage generiert und unsere Datenbanken überarbeitet. Wir können unseren Kunden schnelle Lösungen anbieten. Wir sind nicht nur schnell, sondern auch unkompliziert und professionell. Wir sind nicht der Günstigste, aber der Beste.

Als einziges Garantieunternehmen funktionieren wir wie ein KMU, machen alles in Bubikon und haben keine Abhängigkeiten. Gerade 2015 haben wir schnell reagiert und konnten unseren Kunden attraktive Flottenangebote bieten. Wir reden von Unternehmer zu Unternehmer. Das hilft für das Verständnis.

### Was erwarten Sie vom 2016?

Der Occasionsmarkt wird weiter stabil performen, unser Service soll kontinuierlich weiter angehoben werden. Ziel im 2016 ist ein erneutes Kundenwachstum, sodass jeder zweite Garagist in der Schweiz aktiv mit Quality 1 arbeitet. Mit den Kooperationsverträgen decken wir mehr als 50 Prozent der Garagisten ab, wir wollen aber auch die aktiven von 40 auf 50 Prozent bringen, damit wir den Markt weiter abdecken können. Im Herbst werden wir zudem unsere Standardprodukte überarbeiten. Damit werden wir die Welt nicht verändern, da schon alles positiv ist, aber gewisse Parameter positiv gestalten. ■

Marc Kessler (r.), Geschäftsführer, und André Sigrist, seit Juli 2015 neuer Vertriebsleiter Quality1 AG.

[www.quality1.ch](http://www.quality1.ch)