

Interview mit Marc Kessler, CEO der Quality1 AG

«Ein Schadenfall stellt das Vertrauen auf die Probe»

«Vertrauenssache. Der Garagist als Mobilitätspartner.» So lautet das Motto des «Tag der Schweizer Garagisten» am 15. Januar. Vertrauen ist auch ein wichtiges Thema für Marc Kessler. Der CEO von Hauptsponsor Quality1 AG im Gespräch über Proben des Vertrauens zwischen Garagist und Kunde, über die Einflüsse von neuen Technologien auf das Geschäft als Garantianbieter und über die Gründe für sein Engagement an der Tagung in Bern. **Sandro Compagno**

Herr Kessler, das Motto des «Tag der Schweizer Garagisten» 2019 lautet «Vertrauenssache. Der Garagist als Mobilitätspartner». Wie stärkt die Quality1 AG das Vertrauen des Automobilisten in seinen Garagisten?

Marc Kessler, CEO Quality1 AG: Der Kauf eines Autos hat sehr viel mit Vertrauen zu tun und eine Reparaturkostenversicherung stärkt das Vertrauen in die Technik, das Fahrzeug sowie die Verkaufsgarage. Ein Schadenfall am Auto stellt das Vertrauen in das Fahrzeug und zum Garagisten auf die Probe – genau da greift die Garantie. Auch für uns als Garantianbieter ist Vertrauen wichtig: Der Garagist muss sich darauf verlassen können, dass wir im Schadenfall zur Stelle sind, den Fall schnell abwickeln und das Geld schnell sprechen. Damit unterstützen wir auch die Beziehung und das Vertrauen des Kunden zum Garagisten.

Sie stehen als Garantianbieter quasi zwischen dem Garagisten und seinem Endkunden. Wie definieren Sie die Rolle der Quality1 AG in der Schweizer Autobranche?

Unsere klassischen Produkte wie Garantie und Service Pack Plus stärken die Beziehung zwischen Kunde und Garagist nachweislich. Wir unterstützen den Garagisten dadurch im Verkauf sowie in der Kundenbindung und -pflege. Auch in diesem Kontext ist der «Tag der Schweizer Garagisten» für uns spannend: Hier können wir aus erster Hand erfahren, welche Bedürfnisse bestehen, um den Garagisten und dessen Kunden noch besser zu bedienen.

Die Digitalisierung beeinflusst das Geschäft der Schweizer Garagisten: Auch Sie bieten dem Endkunden Ihre Dienstleistungen direkt und online an. Wie wichtig ist der Garagist für das Geschäftsmodell der Quality1 AG?

Das B2B-Geschäft, das Geschäft über unsere Kooperationspartner, ist unser wichtigstes Geschäftsfeld. Das wird auch so bleiben. Der Triggerpunkt für eine Garantie ist ganz klar der Fahrzeugverkauf via Garage. Das B2C-Geschäft rundet unser Geschäftsmodell lediglich ab und ist nicht als Konkurrenz zum Garantiegeschäft beim Garagisten zu verstehen. Im Gegenteil: Wir binden den Garagisten in den Prozess ein, indem wir den Fahrzeughalter im Schadenfall in unser Netz an Kooperationspartner steuern. Dadurch sind in der Vergangenheit auch viele Leads beziehungsweise Neukunden für die Garagisten entstanden.

Eine Garantie ist ein komplexes Produkt: Ist ein Automobilist nicht schnell überfordert, wenn er online das für ihn passende Produkt aus den zahlreichen Modulen zusammenstellen muss?

Es geht um eine technische Reparaturkostenversicherung, eine gewisse Komplexität liegt dabei in der Natur des Sache. Und da wir nicht alle so technisch versiert sind wie ein Automobil-Mechatroniker, sind wir natürlich bestrebt, die Produkte so einfach wie möglich zu gestalten. Wir arbeiten online mit drei einfachen Produkten: ein günstiges, um nicht zu sagen rudimentäres Angebot, eines im mittleren Segment und ein Premiumprodukt, das eine Art «Sorglos-Paket» darstellt. Je mehr Deckung und Leistung ein Produkt bietet, desto weniger Schäden sind ausgeschlossen beziehungsweise mehr Kosten werden übernommen – und desto weniger komplex ist es im Endeffekt.

Was sagen die Garagisten zu diesem B2C-Ansatz?

Wir bieten den Fahrzeughaltern nicht alle Optionen an, die dem Garagisten offenstehen, und wir nehmen diesen mit ins Boot. Ein Beispiel: Wenn ein Fahrzeug nicht mehr durch die Werksgarantie gedeckt ist und über 80000 Kilometer auf dem Tacho hat, dann braucht es für das Premiumprodukt zwingend eine Fahrzeugprüfung durch einen Garagisten, damit

wir das Auto überhaupt versichern. So machen wir den Prozess nicht einfacher und den Abschluss nicht unbedingt sexy. Aber für den Garagisten ist das eine Chance: Er lernt einen neuen Kunden und seine Bedürfnisse kennen. Vielleicht braucht der Kunde gar keine Garantie mehr, weil ihm der Garagist ein neues Auto verkaufen kann.

Werfen wir einen Blick aufs neue Jahr: Welche neuen, für den Garagisten interessanten Produkte und Services wird die Quality1 AG auf den Schweizer Markt bringen?

Wir entwickeln unser Angebot laufend weiter. Wenn wir über neue Produkte, Services oder gar Geschäftsfelder sprechen, über die Digitalisierung und Automatisierung, dann ist es sehr wichtig, zunächst die eigenen Prozesse zu hinterfragen – auch und gerade als Marktleader. Wir haben 2018 unsere ganze Infrastruktur in den Bereichen IT und Hardware erneuert; jetzt beginnen wir, unsere Software und unsere Prozesse zu optimieren. Die Wahrheit liegt für uns als Garantianbieter immer im Schadenfall: Das Produkt kann

«Wir leben in einer spannenden Zeit, können neues Wissen aufbauen und neue Produkte gestalten.»
