

Michael Schläfer wird mit seinem Team in diesem Jahr 1.100 Hyundai-Neuwagen verkaufen. Los ging es in Grünstadt.



AUTOHAUS SCHLÄFER

»Autokauf ist Vertrauenssache«

Was haben Schorle und 2.000 Putzeimer mit einem erfolgreichen Autohandel zu tun? Das bekannte Weinmischgetränk zeigt regionale Verbundenheit, der profane Plastikbehälter demonstriert Einfallsreichtum. Mit diesen Tugenden hat es Michael Schläfer innerhalb von nur sechs Jahren an die Spitze der deutschen Hyundai-Händler geschafft.

Das Autogeschäft ist in den vergangenen Jahren nicht nur komplexer geworden. Abgasskandal, angedrohte Dieselfahrverbote und die CO₂-Diskussion wirken sich häufig negativ auf die Motivation aus. Die aktuellen Renditen im Neuwagenverkauf tragen zusätzlich nicht gerade dazu bei, die Investitionsbereitschaft zu heben oder einen geeigneten Nachfolger zu finden.

Es gibt aber auch positive Beispiele, wie man den Autohandel äußerst erfolgreich betreiben kann und zusätzlich Freude an der Arbeit haben kann. Michael Schläfer wird mit seinem Team in diesem Jahr 1.100 Hyundai-Neuwagen verkaufen. Inzwischen betreibt der findige Unternehmer von der Weinstraße in Grünstadt, Bad Dürkheim und im hessischen Bürstadt drei exklusive Autohäuser des koreanischen Fabrikats

und eine Aral Tankstelle. 78 Mitarbeiter werden inzwischen beschäftigt. Die beiden Betriebe in Bad Dürkheim und Bürstadt kamen erst 2018 durch Kauf und Pachtung dazu. Obwohl beide Häuser erst kurzzeitig am Netz sind, belegen die Aus-

KURZFASSUNG

Michael Schläfer wird mit seinem Team in diesem Jahr 1.100 Hyundai-Neuwagen verkaufen. Inzwischen betreibt der findige Unternehmer von der Weinstraße in Grünstadt, Bad Dürkheim und im hessischen Bürstadt drei exklusive Autohäuser des koreanischen Fabrikats und eine Aral Tankstelle. Die wichtigste Stellgröße für das Erreichen der Unternehmensziele ist für Schläfer das Engagement seiner Mitarbeiter: „Drei Autohäuser – ein Team“.

lastungszahlen, dass die Performance in Verkauf und Service bereits nach so kurzer Zeit stimmt. Es ist klar, dass nur ein langfristiger Erfolg letztlich über das wirtschaftliche Schicksal entscheidet, die Voraussetzungen sind für die junge pfälzische Autohaus-Gruppe aber äußerst günstig.

Start als Fiat-Händler

Selbstständig gemacht hat sich Michael Schläfer 2006 als Fiat-B-Händler in Grünstadt. Zuvor war er als Filialleiter im gleichen Betrieb tätig. Schon damals wusste der Unternehmer, wie man erfolgreich Autos verkauft. 350 Neuwagen in Grünstadt mit fünf Leuten an die Frau oder den Mann zu bringen, ist auch in Verbindung mit der Verschrottungsprämie von 2008 eine starke Leistung. „Leider wollte mich Fiat nicht als Haupthändler einsetzen“.



Michael Schläfer (2.v.l.) mit Verkaufsleiter Marcel Gumm (l.), Sophia Weißkopf (Marketing) und Serviceleiter Timo Jörg (r.)

zen, Hyundai war frei und die Entscheidung für die aufstrebende Marke fiel uns leicht. Die attraktiven Modelle mit der Fünfjahresgarantie haben mich schnell überzeugt“, erzählt der Unternehmer seine Geschichte.

Nachdem man zunächst aus der alten Filiale mit damals zwölf Mitarbeitern ausgezogen ist und in einem ehemaligen Opel-Autohaus ein neues Domizil gefunden hat, ging es mit Hyundai mit durchschlagendem Erfolg in Grünstadt los. Inzwischen erreicht Hyundai dort einen Marktanteil von 16 Prozent. Beide Seiten dürften also mit der Entscheidung zur Partnerschaft sehr zufrieden sein.

Drei Autohäuser – ein Team

Die wichtigste Stellgröße für das Erreichen der Unternehmensziele ist für den Unternehmer das Engagement seiner Mitarbeiter. „Drei Autohäuser – ein Team“ lautet die Antwort, die man von Schläfer erhält, wenn man nach den Gründen seines erfolgreichen Geschäfts fragt. „Wir haben gute Leute, die für die Marke brennen und die damit nah am Kunden sind“, erklärt der Autohändler sein Erfolgsrezept. „Ich lasse den Leuten viele Freiheiten, damit sie eigene Entscheidungen treffen, die in der Regel auch immer pro Kunde ausfallen. Die Mitarbeiter müssen Spaß an ihrer Arbeit haben, und es geht in der Re-

gel nicht ums Geld, sondern um die Wertschätzung. Dafür stelle ich mir die Situation immer aus Kunden- oder Mitarbeiter-sicht vor, bevor ich Entscheidungen treffe“, sagt der Unternehmer zu seiner Personalpolitik, die allerdings beim Chef eine sehr positive Einstellung, Toleranz und Empathie voraussetzt. Dinge, über die Michael Schläfer zweifellos verfügt.

Ungewöhnliches Marketing

Auch wenn man in einer Region als neuer Autohändler startet, die von einer guten Kaufkraft und niedriger Arbeitslosigkeit geprägt ist, rennen einen die Leute nicht gleich die Bude ein, besonders wenn die Marke über einen noch nicht so großen Bekanntheitsgrad verfügt. Das war Schläfer von Anfang an klar.

„Um auf Hyundai und uns aufmerksam zu machen, mussten wir neue Wege im Marketing gehen. Dabei geht es vor allem darum, dranzubleiben und die Leute kontinuierlich zum Besuch in eines unserer Autohäuser zu bewegen“, erklärt Schläfer. Zunächst habe er sich an den großen halb- und ganzseitigen Verkaufsanzeigen in den Tageszeitungen orientiert, die erfolgreiche Hyundai-Händler in anderen Gebieten geschaltet haben. Daran hält das Autohaus auch regelmäßig weiterhin fest.

Allerdings will Schläfer seine Autos vor allem um den eigenen Kirchturm verkau-



fen, um so die Serviceauslastung zu sichern. „Pfälzer feiern gerne, daher gibt es bald jedes Wochenende kleinere, aber auch größere (Wein-)Feste, wie etwa den bekannten Wurstmarkt in Bad Dürkheim, auf denen wir mit einer Verlosung eines i10 oder auch einer kleinen Autoausstellung präsent sind. Dazu gehört aber auch die Aktivität im Gewerbeverband“, nennt der Händler Beispiele. Gleichzeitig würden die Sportvereine der Region in Form von Trikotwerbung unterstützt werden. „Autokauf ist Vertrauenssache und dieses Vertrauen muss man sich zunächst erwerben“, begründet der Unternehmer seine vielfältigen Aktivitäten.

Popup-Store für Hyundai

Um Servicekunden auch anderer Marken zu gewinnen, kann man als Neukunde in den drei Filialen entweder einmalig zehn Prozent Rabatt auf die nächste Serviceleistung erhalten oder die Reifen werden für eine Saison kostenlos eingelagert. Zur Marketingklaviatur des Hauses gehört aber auch das Betreiben eines Pop-up-Stores, der in einem Globus Markt in Bobenheim-Roxheim für ein Jahr integriert wurde. „Für die Kundenakquise sind dort unsere Lehrlinge stundenweise aktiv“, sagt Schläfer. In der neubezogenen Filiale in Bad Dürkheim (vorher Opel) hat man im ersten Stock für gewerbliche Kunden eine spezielle Ausstellung als „Zentrum für alternative Antriebe“ installiert, das von einer Verkäuferin betreut wird. Hier können sich die Kunden nicht nur über die Elektroautos und Hybrids von Hyun-



» Wir dürfen nie vergessen, dass Autokauf und Auslieferung für viele Leute ein Event ist, der auch entsprechend gestaltet werden sollte. «

Michael Schläfer

dai informieren, sondern unter anderem auch über Stromanbieter und Ladestationen. 20 E-Mobile gingen bereits über den Ladentisch. Im Werkstattgebäude dieser

Filiale wird das Unternehmen in Kürze ein Auslieferungszentrum und eine N-Performance-Abteilung einrichten. „Wir dürfen nie vergessen, dass Autokauf und Auslieferung für viele Leute ein Event ist, der auch entsprechend gestaltet werden sollte“, sagt der Händler.

Bleibt noch die Frage nach der Weinschorle und den Eimern mit Firmenlogo! In der Pfalz ist die Weinschorle das Nationalgetränk, erklärt Michael Schläfer. Deshalb war es nur konsequent gewesen, eine spezielle Fahrzeugreihe als „Schorle-Edition“ zum Wurstmarkt für Freunde des vergorenen Traubensaft aufzulegen. Die Putzeimer wurden von den Mitarbeitern anlässlich einer Gewerbeschau großzügig verteilt. Anstelle von Tragetaschen hätten die Kunden ihre gemachte Beute in die Eimer verstaut und durch die Ausstellung bis zum Parkplatz getragen. Damit sei der Name Hyundai Schläfer während der Veranstaltung permanent vertreten gewesen.

Ralph M. Meunzel ■



Autohaus Schläfer in Bürstadt



Autohaus Schläfer in Bad Dürkheim

Willkommens-Angebot für Neukunden*

10 % Rabatt auf die nächste Serviceleistung**

ODER

Kostenlose Rädereinlagerung** **Archiviert**

AUTOHAUS SCHLÄFER **HYUNDAI**

67098 Bad Dürkheim • Mannheimstraße 108-112
Tel. 06202 9453-0

68842 Bürstadt • Forsthausstraße 14-16
Tel. 06202 9910-0

*Nur gültig für Neukunden in Autohaus Schläfer. **Für Kunden mit Gültigen und eine Gültigkeitsdauer einhalten. Der 10% Rabatt-Schäfer und das kostenlose Räder einlagern, zusammen mit dem Einlagerung und Einlagerung werden die Serviceleistungen. Angebot gilt für die Einlagerung für eine Saison. Keine Barzahlung möglich. Gültig bis 31.12.2016.

Schläfer setzt auf Marketing im regionalen Umfeld.



Einfach
unverzichtbar



Mit Schmierstoffen von TOTAL sind Sie immer bestens gerüstet: TOTAL QUARTZ Motorenöle, auf die speziellen Anforderungen der Hersteller abgestimmt, ergänzen Ihre Werkstattausrüstung auf höchstem Niveau.

www.total.de/total-als-partner