AUTO-HÄUSER

Mit Herz und Verstand

Das Traditionsunternehmen in Pohlheim bei Gießen hat zum Generationswechsel seinen Standort um die Marken Fiat, Fiat Professional, Abarth, Jeep und Alfa Romeo ergänzt – und dafür in ein neues Autohaus investiert.

von Frank Selzle

Um die neuen Stellantis-Marken entsprechend zu präsentieren, hat das Familienunternehmen einen neuen Showroom gebaut.

Die fünfte Generation spielt bereits mit Autos. Die vierte Generation verkauft sie. 2019 haben die Geschwister Anne und Christoph Häuser das 1926 gegründete Autohaus-Unternehmen von den Eltern übernommen – und mit umfangreichen Investitionen in schwierigen Zeiten die Weichen Richtung Zukunft gestellt. Beide haben studiert, beide sind ausgezogen, um berufliche Erfahrungen zu sammeln, und beide sind zurückgekehrt in den Familienbetrieb. Während es für Anne lange nicht ausgemacht war, welchen Weg sie wählen würde, war es für Christoph „seit der 5. Klasse klar", im elterlichen Betrieb einzusteigen. Heute teilen sich die beiden die Geschäftsführung und halten sich gegenseitig den Rücken frei.

Die Eltern sehen das Unternehmen in besten Händen. Gerhold und Gaby Häuser haben sich aus dem operativen Geschäft ganz zurückgezogen. Sie helfen im Privaten mit – und hier und da einen guten Rat gibt es auch. „Wir hatten es schon mit so manchen Schwierigkeiten zu tun", sagt Gerhold Häuser, „und können Erfahrungen aus einem Leben im Autohandel weitergeben."

Dass die Zeit des Generationswechsels genau in die Corona-Pandemie fiel, bereitete der Familie anfangs Sorgen. „Es war eine Zeit voller Unsicherheiten und herausfordernder Situationen", berichtet Christoph Häuser. Doch das gute finanzielle Fundament und die starken familiären Strukturen haben das Unternehmen durch die Krise getragen. „Leider haben wir wegen des Chipmangels weitere Krisenmonate vor uns. Das wird uns 2022 weiter beschäftigen. Wichtig ist, mit Herz und Verstand Lösungen zu finden, für die Mitarbeiter, für das Unternehmen. Die Lockdowns waren anstrengend, aber wir haben es gemeinsam hinbekommen", betont Christoph Häuser.

Ergänzung für das Portfolio

Seit dem Jahr 2000 erlebte das Unternehmen ein stetiges Wachstum, sodass die beiden bisherigen Standorte langsam an ihre Kapazitätsgrenzen kamen und eine Ausgliederung von Backoffice-Bereichen notwendig wurde. „Vor allem unser Seat-Geschäft und der Gebrauchtwagenverkauf haben in den Jahren vor der Pandemie deutlich zugelegt", erzählt Christoph Häuser. 120 Mitarbeiter zählt das Autohaus heute. Acht Marken im Verkauf, neun im Service betreut das Team, dazu bietet man mit Seat Mó auch neuartige Mobilitätsdienstleistungen an und ist mit Elektromobilität und Ladetechnik vorbildlich aufgestellt. Im Stammbetrieb vertreibt

Fotos: Frank Selzle/AUTOHAUS

Auto-Häuser Volkswagen, am Ortsrand Richtung Gießen sind auf 33.000 Quadratmetern Seat, Cupra, der große GW-Platz mit Aufbereitung und Fahrzeuglogistik sowie seit 2019 auch die neuen Marken Fiat, Fiat Professional, Abarth, Jeep und Alfa Romeo angesiedelt.

Zu ersten Annäherungsversuchen zwischen Auto Häuser und FCA kam es bereits 2017, als das Handelshaus eine Erweiterung für das eigene Markenportfolio suchte und ein Open Point für Fiat Professional in Gießen ausgeschrieben war. Ende 2018 dann fiel die Entscheidung für die FCA-Marken. „Wir haben uns mehrere Hersteller angesehen und fühlten uns mit dem FCA-Portfolio wohl", sagt Christoph Häuser. „Wir sind mit rund 2.700 Verkäufen pro Jahr und 650 Autos im Bestand kein kleiner Händler und können den Automarken eine erfolgreiche Partnerschaft bei uns in der Region bieten. Mit FCA haben wir hier sogar ein Alleinstellungsmerkmal." Der LOI von Stellantis für die neuen Händlerverträge liegt bereits auf dem Schreibtisch.

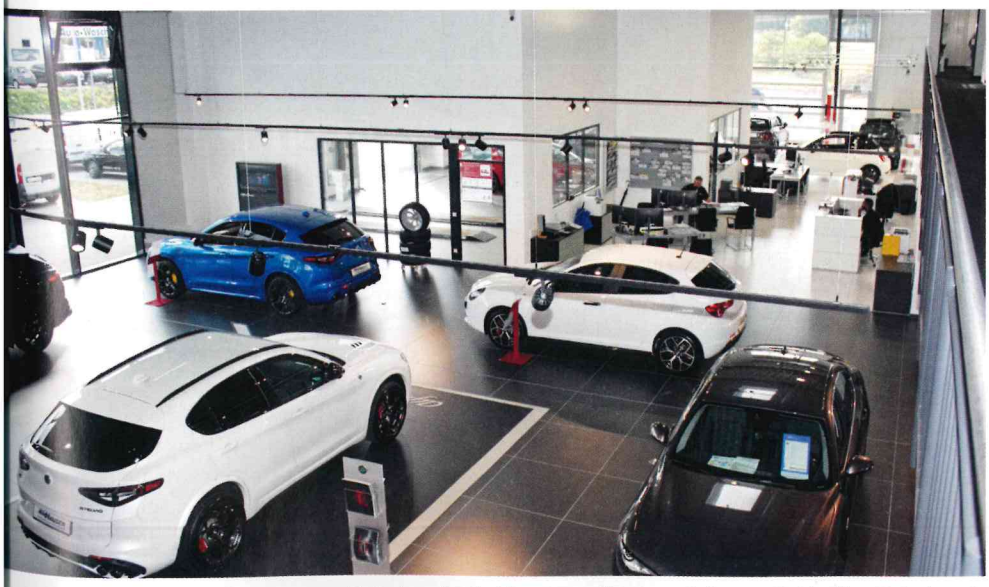
Baupartner: Patrick Kaspari, Geschäftsführer der Borgers Süd GmbH, und seine Kollegen Jörg Ziegler (Vertrieb und Projektentwicklung) und Ralf Klau (Bauleiter) mit Christoph, Anne, Gaby und Gerhold Häuser vor dem neuen Stellantis-Autohaus

Moderner Showroom

Um die neuen Marken auch entsprechend zu präsentieren, hat das Familienunternehmen am Standort in Pohlheim nun einen neuen Showroom gebaut. Dafür holte man die Experten des Generalunternehmers Borgers an Bord. „Wir schauen uns immer zuerst die örtlichen Gegebenheiten an und klären den Bedarf des Autohauses", berichtet Patrick Kaspari, Geschäftsführer der Borgers Süd GmbH. Das Unternehmen bietet seinen Kunden alles aus einer Hand. Von der Beratung über die Planung bis hin zum schlüsselfertigen Bauen zum Festpreis.

Der neue Showroom entstand auf einem ehemaligen GW- und Lager-Platz neben dem Seat- und Cupra-Betrieb an der Gießener Straße. Das sechs Meter hohe Gebäude ist State of the Art und mit LED-Beleuchtung und Wärmepumpe energetisch optimiert. Eine Photovoltaikanlage ist geplant.

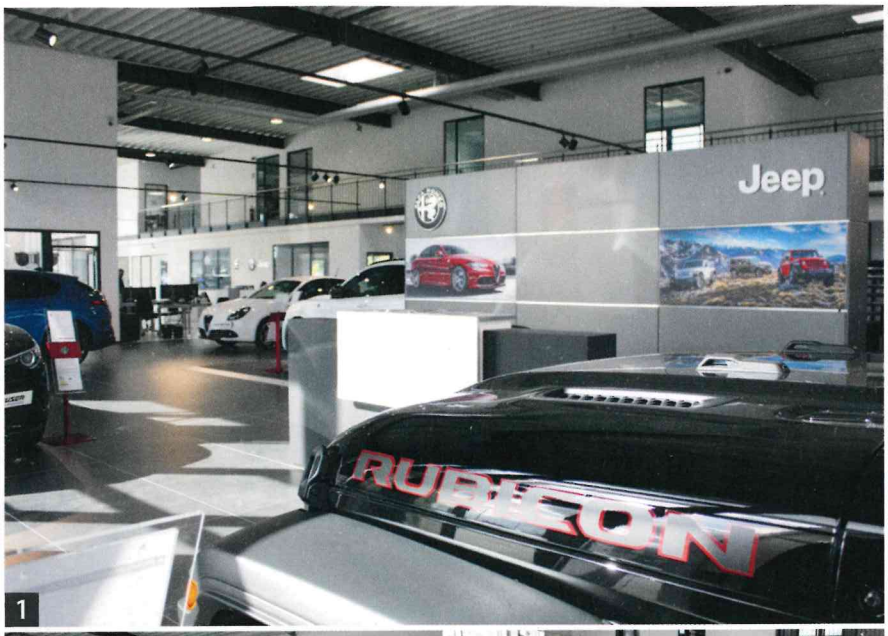
Der Neubau dient vor allem als Kundenbegegnungsstätte. Die Ausstellung versammelt auf über 1.300 Quadratmetern Fläche 15 Fahrzeuge CI-gerecht unter einem Dach: in einer Fiat- und Abarth-Ausstellung auf 200 Quadratmetern sowie in einem Jeep- und Alfa-Romeo-Bereich auf 450 Quadratmetern. „Die bauliche Trennung der Marken muss laut der Vorgaben sichtbar sein", erläutert Kaspari „Wir versuchen stets, die Vorgaben an die Bedürfnisse vor Ort anzupassen. Alle Details wurden gemeinsam mit Auto-Häuser erarbeitet", so Kaspari. „Dem Importeur konnten wir unsere Wünsche gut vermitteln und dann sinnvolle Lösungen finden", lobt Christoph Häuser die Zusammenarbeit mit der FCA-Bauberatung.



Clevere Markentrennung: Zwischen den beiden Ausstellungen mit ihrer individuellen CI sind zwei Übergabeplätze sowie zwei Direktannahmen mit dazugehöriger Serviceberatung untergebracht.

Clevere Markentrennung

Die Lösung, die gemeinsam erarbeitet wurde, ist clever und funktional: Zwischen den beiden Ausstellungen mit ihren individuellen, CI-gerechten Farben, Fliesen, Lichtern und Möbeln sind auf insge-



1 Die Ausstellung versammelt auf über 1.300 Quadratmetern Fläche 15 Fahrzeuge CI-gerecht unter einem Dach.
2 Als Anlaufstelle für die Besucher dient der „Welcome Desk", dahinter liegt die Kundenwartezone mit Loungemöbel und Infoscreen.
3 Im größeren Showroombereich präsentiert Häuser seine Jeep- und Alfa-Romeo-Bereich auf 450 Quadratmetern.
4 Für besondere Fahrzeuge gibt es eigene Highlightflächen.
5 Die Modelle von Fiat und Abarth teilen sich den zweiten Showroombereich mit 200 Quadratmetern Fläche.
6 Zwischen den Showroombereichen liegt die Direktannahme. Obwohl es sich um eine große Halle handelt, sind die einzelnen Funktionsbereiche sowohl durch die Inneneinrichtung als auch durch die Fassadengestaltung getrennt.

samt 350 Quadratmetern zwei Übergabeplätze sowie zwei Direktannahmen mit dazugehörigem Servicebereich untergebracht. Der Clou: Die gesamte Halle ist so in drei einzelne Bereiche aufgeteilt, die auch an den unterschiedlichen Fassadengestaltungen außen erkennbar sind. Im Innenraum präsentieren sich Jeep und Alfa Romeo als edle Premiummarken, Fiat und Abarth kommen eher jugendlich und dynamisch daher.

Als Anlaufstelle für die Besucher dient der „Welcome Desk" mit Kundenwartezone. Für eine zeitgemäße Kundeninformation sorgen unter anderem große Videoscreens. Die vier verglasten Verkäuferbüros befinden sich an der Rückseite des Showrooms. „Wir haben hier alles auf die Kunden ausgelegt", betont Anne Häuser. „Die Wege sind kurz, die Besucher haben einen guten Überblick – egal ob sie sich umschauen oder auf ihr Fahrzeug warten. So kommen Gespräche zustande, der eine oder andere hat beim Probesitzen Gefallen an einem Zweitwagen gefunden."

Auf der Galerieebene sind weitere Büroarbeitsplätze vorhanden. Dort bündeln Anne und Christoph Häuser das Backoffice für das gesamte Unternehmen – vor allem die Buchhaltung und Dispo. Für die Mitarbeiter gibt es zudem moderne Sozialräume mit Küche.

Erfolgskonzept Autohaus

Auch wenn das Autohaus-Team seine Online-Kanäle bespielt und vor allem mit seinem Social-Media-Marketing die Jüngeren ansprechen will, glaubt man in Pohlheim an das Erfolgskonzept Autohaus. „Es wird immer eine Offline-Komponente im Fahrzeugverkauf geben – Autos wollen ausprobiert, ausgeliefert und gewartet werden. Wichtig ist, dass wir vor Ort ein anständiges Ambiente und eine vertrauensvolle Kundenbetreuung bieten. Dann werden die Kunden auch weiter zu uns kommen", ist sich Christoph Häuser sicher. Das neue Autohaus soll dabei helfen. „Wir wollen uns als moderner Mobilitätsanbieter präsentieren, wir wollen für unsere Mitarbeiter ein guter Arbeitgeber sein und unseren Kunden Produkte und Dienstleistungen anbieten, hinter denen wir stehen. Wenn wir das über die aktuelle branchenweite Umbruchsphase hinaus schaffen, dann hat der neue Showroom viel dazu beigetragen." ■