

MEHRMARKENAUTOHAUS

Auf Effizienz getrimmt

Das Autohaus Herrmann & Langer hat einen neuen Betrieb für Peugeot, Kia, Seat und Cupra gebaut. Knapp sieben Millionen Euro investierten die Autohändler in ihre Zukunft im Berliner Speckgürtel.

von Frank Selzle



Foto: Borgers

In Potsdam und Wildau, im Speckgürtel Berlins, haben sich Lutz Herrmann und Torsten Langer mit ihrem Autohandelsunternehmen positioniert. Und das mit Erfolg: Selbst in den unruhigen und schwierigen Jahren der Pandemie blieb ihr Autohaus auf Kurs. „Die Corona-Jahre waren im Rückblick gar nicht so schlecht. Das Schlimmste war die Ungewissheit“, sagt Herrmann. „Die aktuelle Lage aufgrund der Lieferprobleme ist dagegen sehr herausfordernd – höflich ausgedrückt. Problematisch ist vor allem, dass es keine realistische Planbarkeit gibt. Es ist schwer, mit Kunden ins Gespräch zu kommen, wenn nicht klar ist, ob das Auto in acht oder 14 plus x Monaten da ist.“

Wichtig für die Unternehmer ist daher die größere, strategische Perspektive. Und hier gilt, vielleicht mehr denn je: Erfolg ist planbar. „Wir lassen uns von vorübergehenden Krisen nicht von unserer Linie abbringen“, betont Langer. Das galt für die Corona-Lockdowns und das gilt auch jetzt. „Es gibt Einflüsse von außen, die hat man nicht in

der Hand und mit denen muss man umgehen. Aber entscheidend ist: Man muss die Dinge anpacken und einfach machen.“

Wachstum und Expansion

Nach diesem Motto haben Herrmann und Langer ihr relativ junges Unternehmen stets auf Wachstumskurs gehalten und mit den notwendigen Investitionen vergrößert. 2011 hatten die bisherigen Angestellten aus dem Automobilbereich ihre eigene Firma gegründet und sich mit einem Peugeot-Autohaus in Potsdam selbständig gemacht. Bereits 2012 fiel die Entscheidung zur Expansion. „Wir kommen beide aus der Region und wollten auch mit dem zweiten Standort in der Nähe bleiben. In Wildau gab es keinen richtigen Peugeot-Vertrieb, daher machte das für uns dort Sinn“, erzählt Herrmann. Gemeinsam mit einem Finanzinvestor kauften sie ein Grundstück im Gewerbepark und bauten ein neues Autohaus auf der „grünen Wiese“.

Bereits damals entstand der Kontakt zur Borgers Ost GmbH. Das Generalun-

ternehmen realisierte nicht nur den Neubau in Wildau 2012, sondern auch 2018/2019 die Erweiterung des Potsdamer Standorts um einen Seat- und Cupra-Showroom. Mittlerweile durch Übernahme hinzugekommen war zudem ein Kia-Autohaus in Potsdam. Heute vertreibt die Firma Herrmann & Langer alle diese Marken in insgesamt vier Showrooms an den zwei Standorten Potsdam und Wildau. Rund 1.200 Neuwagen und etwa 800 Gebrauchte werden jährlich verkauft. Dabei verteilen sich Stückzahlen und Umsatz etwa gleich auf beide Städte.

Neubau in Wildau

Die dynamische Entwicklung des Geschäfts – vor allem bei Seat und Cupra – machte nun einen Ausbau des Betriebs in Wildau nötig. Da dies im Bestandsgebäude nicht umsetzbar war, wurde – wieder gemeinsam mit Borgers – ein komplett neues Autohaus geplant und umgesetzt. Gesamtinvest: knapp sieben Millionen Euro. Das rund 6.600 Quadratmeter große



- 1** Im Zentrum des Neubaus steht die Ausstellung: Jede Marke hat auf 250 Quadratmetern ihr eigenes CI-gerechtes „Wohnzimmer“ bekommen.
- 2** Der Bereich von Seat und Cupra ist modern und verspielt.
- 3** Warme Farben, Designmöbel und -leuchten, digitale Tools: Die Marke setzt ganz auf eine urbane Wohlfühlatmosphäre.
- 4** Zum Verweilen lädt auch die Kundenlounge auf der Galerie über der Serviceannahme ein.

Grundstück dafür hatten die Unternehmer bereits 2017 erworben und zwischenzeitlich als Lagerfläche genutzt. Darauf ist nun ein zweigeschossiger Vollfunktionsbetrieb für die Marken Peugeot, Kia sowie Seat und Cupra mit insgesamt 2.311 Quadratmetern Fläche entstanden. Neben einer 720 Quadratmeter großen Ausstellung, die bis zu sechs Fahrzeuge fasst, besteht der Neubau aus Serviceannahme, Werkstatt mit Direktannahme, Aufberei-

tung, Fahrzeugwäsche, Lager sowie Büro- und Sozialräumen. Die Werkstatt ist mit zehn Pkw-Arbeitsplätzen, zwei Transporter-Arbeitsplätzen, zwei Aufbereitungsplätzen und einem Diagnoseplatz bereits für wachsende Serviceumfänge großzügig geplant. Weitere 6.000 Quadratmeter an Lagerfläche stehen auf einem benachbarten Grundstück zur Verfügung. Für den ehemaligen Betrieb in Wildau haben Herrmann und Langer gemeinsam mit

dem Investor einen Nachmieter gefunden, einen größeren Gebrauchtwagenhändler.

Im Fokus der Planungen für das neue Mehrmarkenautohaus stand vor allem: Effizienz. „In Potsdam verteilen sich die Showrooms und Werkstattbereiche auf drei verschiedene Betriebe. In Wildau wollten wir nun für unsere Kunden und unsere 30 Mitarbeiter alles kompakt und transparent gestalten“, erklärt Langer. Der Neubau punktet mit kurzen Wegen, optimaler Raumausnutzung und übersichtlichen Strukturen. Gleichzeitig kommt auch das Ambiente nicht zu kurz: Die markentypischen Showroom-Designs bieten eine einladende Atmosphäre für die Kunden.

Die beiden Unternehmer planten das Autohaus von Anfang an gemeinsam mit Borger Ost. Langer ist mit der Zusammenarbeit zufrieden und lobt vor allem die Verlässlichkeit der Planung. „Beeindruckt hat mich auch, wie der damalige Projektentwickler Lothar Israel, mit dem wir darüber diskutiert haben, was machbar ist, bereits mit der ersten handschriftlichen Skizze ins Schwarze getroffen hat.“ Herausgekommen



Vier Marken teilen sich den neuen Showroom in in Wildau bei Berlin

Fotos: Borger, Autohaus Herrmann & Langer

ist kein „Glaspalast“, sondern ein kompakter Betrieb, der bisweilen kleiner wirkt, als er ist. „Nur von einigen Stellen aus – wie beispielsweise der Galerie – erfassen Sie die ganze Größe“, so Langer. Dabei konnten die Bauherren auch eigene Vorstellungen umsetzen und die Anforderungen der Marken flexibel ausgestalten, ergänzt Patrick Kaspari, Geschäftsführer Borgers Ost. „Wichtig war es, sinnvoll zu bauen und eine sowohl funktionale wie auch wirtschaftliche Lösung zu entwickeln.“

Gemeinsam, aber getrennt

Im Zentrum des Neubaus steht die Ausstellung: Jede Marke hat auf 250 Quadratmetern ihr eigenes CI-gerechtes „Wohnzimmer“ bekommen – nur getrennt durch freistehende Wände. So kann der Kunde frei durch den gesamten Schauraum laufen, findet sich aber immer in einer der durchgestalteten Markenwelten. Dabei setzen Peugeot und Kia eher auf einen traditionellen und aufgeräumten Look. Im Bereich von Seat und Cupra wird es dann etwas verspielter: Mit den modernen Beton- und Holzelementen, warmen Farben und Designleuchten, digitalen Tools und Screens setzt die Marke ganz auf eine urbane Wohlfühlatmosphäre für ihre eher junge Zielgruppe. Für die Erstberatung in lockerem Ambiente gibt es Gesprächstresen und „Operational Spots“ mit Holz-Paravans. Die Kundenlounge in Wohnzimmeroptik lädt die Kunden ein, auch mal länger zu verweilen.

Diese Idee haben Herrmann und Langer auch in ihrem hellen und transparen-



Die Werkstatt ist für wachsende Serviceumfänge großzügig geplant.

ten Serviceannahmebereich aufgegriffen, der sich an der linken Seite des Gebäudes entlangzieht. Während sich im Erdgeschoss die mit 170 Quadratmetern relativ große Serviceannahme und der verglaste Übergang zur Direktannahme mit ihren zwei Bühnen befinden, beherbergt die Galerie im Obergeschoss mit ihrer verglasten Brüstung eine geräumige Kundenlounge. Dort – so die Idee – können die Kunden abseits des Tagesgeschäfts im Autohaus auf ihr Fahrzeug warten. Wer dies nicht möchte, bekommt aber auch einen Ersatzwagen – bei Herrmann & Langer sind das E-Mobile. Denn: „Das bietet uns eine gute Gelegenheit, die Kunden mit der Technologie bekannt zu machen“, so Langer. Zehn Ladesäulen decken den Bedarf in Autohaus und Werkstatt ab. Die Steuerung der Verbräuche übernimmt ein modernes Lastmanagementsystem.

Zwar startete das Projekt noch kurz vor der Corona-Pandemie, doch auch danach hätten Herrmann und Langer die Investitionsentscheidung genauso getroffen. Denn in der langfristigen Unternehmensstrategie stehen die Zeichen weiter auf Wachstum. Hier soll der neue Betrieb helfen, die Chancen optimal zu nutzen. Vor allem von den Marken Seat und Cupra versprechen sich die beiden Händler noch einiges. Und auch die Marke Kia lässt eine weiter dynamische Entwicklung erwarten. Als Nächstes steht hier bereits eine Modernisierung der CI an mit neuen Möbeln und CI-Elementen. Zudem haben sich die Unternehmer auch energetisch zukunftsfähig aufgestellt: Vorbereitungen für eine Photovoltaikanlage sind getroffen. „Mit dem neuen Autohaus können wir die kommenden Entwicklungen mitgehen“, sagt Herrmann. ■

AutoProtect®

Ihr digitaler Versicherungspartner im Autohaus

- ✓ **AutoProtect Kfz-Versicherung**
Kundenbindung inklusive
- ✓ **Smarteste Flotten-Versicherungslösung**
mit Werkstattsteuerung
- ✓ **AutoProtect SB-KundenSchutz**
nie wieder Selbstbeteiligungen bei Probefahrten & Co.

JETZT PARTNER WERDEN → [AUTOPROTECT.DE](https://www.autoprotect.de)

Mit **AutoProtect** schaffen Sie für Ihre Kunden ein **vollkommen neues Service-Level**.
Heben Sie sich von Ihrer Autohaus-Konkurrenz ab – **Umsatzsteigerung durch Kundenbindung** inklusive.

☎ 05141 95175-0
✉ hallo@autoprotect.de

