

AUTOHAUS BEKIROVSKI

Vertrauen schafft Zukunft

Der größte Ssangyong-Händler Deutschlands hat in einen neuen Betrieb im Norden von Köln investiert. Als die Planungen bereits liefen, kam überraschend ein Angebot von Kia Motors Deutschland.

Bajram Bekirovski setzt auf Vertrauen. Vertrauen in der Kundenbeziehung. Vertrauen bei Geschäftspartnern. Und Vertrauen in die Zukunft. Deshalb hat der Autohändler in eine neue Marke und einen neuen Standort investiert. Das war nicht nur der konsequente nächste Schritt nach der Existenzgründung vor fünf Jahren, sondern ein wichtiger Meilenstein für die Ausrichtung des Unternehmens.

Nach vielen Jahren Erfahrung im Automobilvertrieb hatte der heute 41-Jährige im Oktober 2013 den Sprung in die Selbständigkeit gewagt. „Damit änderte sich das ganze Leben für mich“, sagt der Autohaus-Chef heute. Mit viel Engagement wurde er zum größten Ssangyong-Händler Deutschlands. Bekirovski fand damals einen alten Opel-Betrieb in Köln und haucht ihm mit der koreanischen Marke neues Leben ein. Da der Vermieter auf dem Gelände Wohnungen bauen wollte, wurde es 2016 Zeit für eine Neuorientierung. Bekirovski ging auf Standortsuche und wurde fündig in einer alten Tennisplatzanlage in Dormagen, nördlich von Köln.

Da man sich bereits von früher kannte, wandte sich der Autohändler an Thomas Müggenborg, zuständig für Vertrieb und Projektentwicklung bei der Firma Borgers. „Partnerschaft beginnt mit dem Respekt vor der Idee des anderen“, betont Bekirovski. „Dass Borgers Vertrauen in meine Pläne hatten, war ein wichtiger Ansporn, den Neubau zu verwirklichen.“ Der Generalunternehmer übernimmt für seine Kunden von der Grundstücksbesichtigung bis zur Schlüsselübergabe alle Aufgaben und steht dem Bauherrn dabei in jeder Phase mit Rat und Tat zur Seite.

Neues Haus, neue Marke

In sieben Monaten entstand bis Dezember 2017 ein insgesamt knapp 770 Quadrat-

meter großer Neubau für die Marken Ssangyong und Kia. 2,5 Millionen Euro hat der Autohändler dafür insgesamt in die Hand genommen. „Für das Gebäude wurde die Lage in der Mitte des Grundstücks gewählt, um eine beiderseitige Zufahrt zum Werkstattdbereich“, erklärt Müggenborg. Zudem konnte der Showroom von drei Seiten verglast werden, was den Raum transparent und hell macht und die Ausstellungsfahrzeuge auch nach außen wirken lässt.

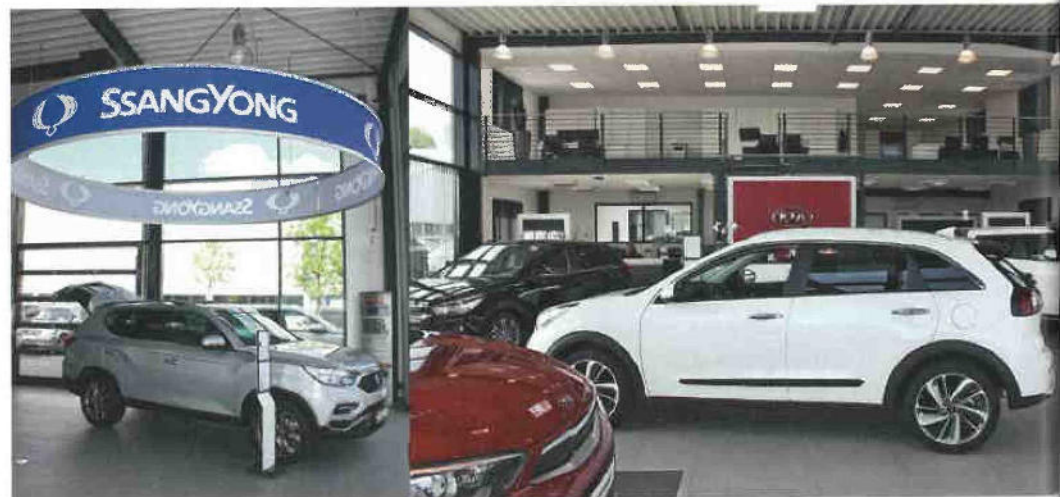
Bekirovski wollte ursprünglich nur mit seiner Marke Ssangyong einziehen. Als die Planungen schon begonnen hatten, kam überraschend das Angebot von Kia Motors Deutschland, den Open Point im Vertriebsnetz zu übernehmen. Da der Gesamtkomplex modular aufgebaut ist, war es relativ einfach möglich, den Grundriss entsprechend zu vergrößern und für die zweite Marke Raum zu schaffen. Da Ssangyong seinen Händlern nur wenige Vorgaben macht, wurden größtenteils die Elemente der Kia-CI umgesetzt – etwa die



beigen Fliesen, das Möbelprogramm und die Lichtenanlagen.

Als eigenständiges CI-Element gibt es für beide Fabrikate separat die Signalisation in den Außenanlagen und im Innenraum. Während Kia mit sechs Fahrzeugen den Großteil des Schauraumes einnimmt, wurde für Ssangyong ein Bereich auf der rechten Seite freigelassen. Das Ausstellungsfahrzeug wird dabei in einem Highlightbereich unter einem blauen, runden Marken-Rahmen mit direkter Beleuchtung platziert, während eines der Kia-Fahrzeuge auf der linken Seite mittels eines roten, quadratischen Highlightbereichs hervorgehoben ist. So teilen sich die beiden Marken den 300 Quadratmeter großen Showroom zentrisch, wenn man das Autohaus betritt.

„Eine Aufteilung der Bereiche im Innenraum über Trennwände war nicht not-



Als eigenständiges CI-Element gibt es für beide Fabrikate eine separate Signalisation.

Links: Thomas Müggenborg und Bajram Bekirovski
Rechts: In sieben Monaten entstand ein Neubau für die Marken Ssangyong und Kia.



wendig. Das hat den schönen Effekt, dass der Showroom offen bleibt und den Kunden volle Bewegungsfreiheit gibt“, betont Müggenborg. So kommt der Besucher durch den Eingang direkt auf den Empfangstresen zu, wo er von Bekirovskis Frau Lirije begrüßt wird. Verteilt im Raum liegen die offenen Verkäuferarbeitsplätze. In der rechten hinteren Ecke befindet sich die Warte-Lounge mit Sesseln und einem Flatscreen für die Kundeninformation. Digitale Elemente im Showroom wie iPads und Touch-Stelen sind ebenfalls vorgesehen. Hinter dem Bereich der Serviceberater schließt sich die Dialogannahme an, die durch eine Glaswand offen einsehbar ist.

Das hintere Drittel des Showrooms liegt unter einer Galerie, die über eine freie Treppe erreichbar ist und Platz für einen Konferenzraum und Büros bietet. Hinter dem Showroom schließen sich die Werkstatt mit fünf Arbeitsplätzen sowie das Lager und eine Pflege- und Aufbereitungsstation an. Das Reifenhotel hat Bekirovski am hinteren Ende des Grundstücks in ein eigenes Container-Lager ausgegliedert.

Elektromobilität kommt

Flexibel zeigt sich die Planung auch bei einem der großen Trendthemen in der Automobilwirtschaft: Elektrifizierung. Bei Ssangyong hält das Thema 2020 Einzug, Kia ist schon dabei. Zwar erwartet Bekirovski keinen raschen Siegeszug der E-Autos. Doch: „Die Reise geht Richtung alternative Antriebe. Daher ist es für uns wichtig möglichst breit aufgestellt zu sein.“ So rüstet er seinen neuen Betrieb mit zunächst zwei

Kia-Ladesäulen im Parkplatzbereich vor dem Gebäude aus. Sieben sollen es einmal werden. An diesen Ladestationen können Kunden dann kostenlos Strom tanken. „Das ist natürlich erst einmal mit Investitionskosten und Risiken verbunden. Aber wir sehen das Thema auch als Werbung“, sagt der Autohaus-Chef.

Da für die Ladeinfrastruktur große Mengen an Energie sowie entsprechende Kabel, Anschlüsse und Hochvoltanlagen notwendig sind, wurden die künftigen Installationen bereits baulich mitgedacht und alle Vorbereitungen getroffen. Unter anderem wurde der Hausanschluss vom örtlichen Energieversorger deutlich erweitert. Noch 2018 will Bekirovski zudem einer Photovoltaik-Anlage auf dem Dach installieren. Bereits umgesetzt ist die Energiegewinnung für den Showroom über eine Luft-Luft-Wärmepumpe. Damit erfüllt das Gebäude schon jetzt neueste Vorgaben.

Passende Kombination

Für die Zukunft ist Bekirovski optimistisch. Mit seinem 15-köpfigen Team will er im Jahr 2020 zwölf Millionen Euro umsetzen. 2017 waren es 7,5 Millionen, 2018 sind bereits neun Millionen geplant. Die ersten Monate am Standort liefen gut, über 180 Neu- und Gebrauchtwagen hat der Händler bereits verkauft, 500 sollen es werden, etwas mehr als im vergangenen Jahr. Die Kunden, die den Umzug mit ihrem Händler mitgemacht haben, kommen gerne in den modernen Betrieb. „Wir bieten ihnen jetzt ein schickes Ambiente, das aber nicht übertrieben wirkt“, sagt Beki-

rovski. Das zieht auch neue Kunden an – zumal der Händler mit seinen koreanischen Marken am Standort ein Alleinstellungsmerkmal hat. „Wir haben hier in der passenden Größe eine gute Kombination umgesetzt. Das gibt uns das Vertrauen, auf dem richtigen Weg zu sein.“ *Frank Setzle* ■

KENNDATEN DES BETRIEBS

Autohaus Bekirovski GmbH, Hamburger Str. 10, 41540 Dormagen	
NEUBAU	
Bauzeit:	von Juni bis Dez. 2017
Planung und Bauausführung:	Borgers GmbH, Mühlenstraße 29, 48703 Stadthoorn
Baukosten gesamt (ohne MwSt.):	ca. 2,5 Millionen Euro
FLÄCHENGRÖSSEN:	
Grundstück:	4.233 qm
Überbaute Grundstücksfläche:	682,5 qm
Nettogeschossfläche:	769,7 qm
Verkauf Neuwagen:	280 qm
Werkstatt:	190 qm
Aufbereitung:	50 qm
Teilleger:	50 qm
Direktannahmeplätze:	1
Stellplätze:	57
Kundenparkplätze:	9
KENNZAHLEN:	
Mitarbeiter (davon Azubis):	13 (2)
Werkstattarbeitsplätze:	5
Werkstattdurchgänge pro Tag:	9
Pkw-NW-Verkäufe 2017:	137
Pkw-GW-Verkäufe 2017:	345
Pkw-NW-Verkäufe Plan 2018:	150
Pkw-GW-Verkäufe Plan 2018:	350