



AUTOHAUS-PETER-GRUPPE

Erfahren, was wirklich los ist

Seit Jahren bauen Andreas und Helmut Peter ihre Autohausgruppe weiter aus. Da passt der Kauf der ehemaligen Beresa-Standorte gut ins Bild. Aber nicht nur die Integration der drei ostdeutschen Betriebe hält die beiden Geschäftsführer auf Trab.



Bild: Mithel

ZUR PERSON

Helmut Peter (59)
Geschäftsführer der Autohaus Peter Gruppe

Seit Juli 2014: Vorstandsvorsitzender der Bundesfachschule für Betriebswirtschaft im Kraftfahrzeuggewerbe (BFC)

Seit 1990: Autohaus-Unternehmer

Andreas Peter (38)
Seit 2005: Geschäftsführer der Autohaus-Peter-Gruppe

Assistent der Verkaufs- und schließlich der Geschäftsleitung bei Taunus Auto

Kaufmännische Lehre, Junior-Nachwuchsprogramm für Verkäufer von Mercedes-Benz, Praktikum bei der damaligen Daimler-Chrysler Vertriebsorganisation Deutschland

Junior Andreas und Senior Helmut Peter sind sich in ihrer Geschäftspolitik meist einig. Ziel der beiden Geschäftsführer der Autohaus-Peter-Gruppe ist es, dem Mehrmarken-Unternehmen vor allem bei einem ihrer Fabrikate weiteres Wachstum zu beschern.

Redaktion: Wie bilanzieren Sie das Autojahr 2016 für Ihre Unternehmensgruppe?

Helmut Peter: Wir haben das vergangene Jahr mit dem besten Ergebnis in unserer 26-jährigen Firmengeschichte abgeschlossen. Dafür verantwortlich war in erster Linie der Neu- und Gebrauchtwagenverkauf.

Beziehen Sie das Beste auf Umsatz und Ertrag?

Helmut Peter: Wir steigerten nicht nur den Umsatz, sondern erfreulicherweise auch den Ertrag.

Im vergangenen Jahr waren Sie in den Medien bundesweit mit Ihrem Flüchtlingsengagement präsent. Läuft mit der Flüchtlingsklasse alles nach Plan?

Helmut Peter: Bisher sind wir damit zufrieden. Natürlich bringt der Alltag verschiedene Schwierigkeiten mit sich. Aber noch sind alle 15 Flüchtlinge an

Bord. Und selbst wenn nach dem ersten Jahr der ein oder andere aufgibt, zwei Drittel von ihnen sind im zweiten Lehrjahr ganz sicher noch dabei.

Planen Sie weitere Aktivitäten?

Helmut Peter: In wenigen Wochen starten wir mit der Führerscheinausbildung. Jedoch unterstützen wir nur die deutsche Führerscheinprüfung. Das bedeutet, dass unsere Flüchtlinge die Prüfung in deutscher Sprache machen müssen.

Für weitere Schlagzeilen sorgte auch die Übernahme der ostdeutschen Standorte vom westdeutschen Mercedes-Benz-Händler Beresa. Welche Erwartungen verbinden Sie mit dieser Investition?

Helmut Peter: Mit unseren jetzt insgesamt zwölf Mercedes-Benz-Standorten haben wir das Potenzial, 1.000 Pkws, 1.000 Transporter und 250 Lkws pro

Jahr zu verkaufen. Wenn wir in Zukunft rentabel arbeiten wollen, benötigen wir diese Größenordnung.

Wie viele Gebrauchte wollen Sie an den zwölf MB-Standorten verkaufen?

Andreas Peter: Wir wollen 4.000 Gebrauchtwagen der Marke Mercedes-Benz verkaufen.

Für weltweite Schlagzeilen sorgte die Übernahme von Opel durch PSA. Wie bewerten Sie als Opel- und Peugeot-Händler den Deal?

Helmut Peter: Wir sind seit 1997 Peugeot-Händler und seit 2007 Opel-Händler. Wir haben beide Marken in einem Haus und mussten im vergangenen Jahr zwischen ihnen noch eine Mauer von zwei Meter Höhe einziehen. Ich hoffe, wir können die Mauer jetzt bald wieder entfernen. Aber nicht nur deshalb bewerte ich die Opel-Übernahme durch die Franzosen positiv. Es kann mit PSA nur besser werden.

Ihr Hauptfabrikat ist nach wie vor Mercedes-Benz. Wie bewerten Sie die positive Absatzentwicklung des Daimler-Konzerns aus Händlersicht? Entwickelt sich neben der Stückzahl auch der Ertrag nach oben?

Andreas Peter: Bei uns entwickelt sich beides kontinuierlich nach oben. Mercedes-Benz hat aktuell ein ausgezeichnetes Produktportfolio. Die Marke ist heute nicht nur in fast jeder Nische präsent, auch die Qualität der Autos überzeugt. Ich bin mir sicher, dass wir mit Mercedes-Benz auch in Zukunft Umsatz und Ertrag steigern können. Das müssen wir auch, damit wir die anstehenden Investitionen leisten und unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vernünftig bezahlen können.

Apropos bezahlen: Für die nächsten Jahre stehen größere Investitionen für die Marke mit dem Stern an. Durch die Übernahme der drei Beresa-Standorte müssen Sie jetzt noch mehr Autohäuser auf den neu-

en Markenauftritt trimmen. Was kostet das Gesamtpaket?

Andreas Peter: Wir investieren jetzt seit 26 Jahren, wir werden auch die nächsten 26 Jahre investieren. Als relativ junges Unternehmen können wir es uns gar nicht leisten, stehen zu bleiben. Zum Glück bietet uns der Hersteller sichere Rahmenbedingungen, und wir müssen nicht blauäugig investieren.

Wie viel gilt es zu investieren?

Andreas Peter: Es wird mehr kosten, als wir derzeit glauben. Deshalb müssen wir unseren Neu- und Gebrauchtwagenabsatz ausbauen und den Service weiter optimieren.

Stichwort Gebrauchtwagen: Welche Rolle spielen die „Jungen Sterne“?

Andreas Peter: Das Gebrauchtwagenkonzept „Junge Sterne“ ist in der Branche einmalig. Auch wenn wir diesbezüglich hohe Standards erfüllen müssen, bewerten wir die „Jungen Sterne“ mittlerweile als weitere Marke in unserer Autohausgruppe.

Das Modellangebot von Mercedes-Benz in der Pkw-, Transporter- und Nutzfahrzeugsparte wird immer umfangreicher. Die Modelle besetzen beinahe jede Nische. Wie behält man hier als Händler bzw. Verkäufer noch den Durchblick?

Andreas Peter: Diese Frage stelle ich mir auch immer wieder, aber es funktioniert. Und natürlich gilt es, die Verkäufer auf einem hohen Wissensstand zu halten. Aber wenn die Chefs mit gutem Beispiel vorangehen, dann klappt das auch mit der Vertriebsmannschaft. Von Vorteil ist die klare Baureihenstruktur des Herstellers.

Wie sieht es denn mit der Nachfrage nach Dieselfahrzeugen aus? Bemerken Sie aufgrund der aktuellen Debatte um den Selbstzünder bereits eine gewisse Zurückhaltung bei Kunden und Interessenten?

Andreas Peter: In Sachen Diesel verspüren wir bei Mercedes-Benz-Kunden keine Zurückhaltung. Leider übertragen einige Kunden ihre Skepsis auf die Marke Skoda. Das ist unfair, denn gerade Skoda-Fahrzeuge haben in den letzten Jahren eine sehr große Aufwertung erfahren. Dennoch: Die Verkaufspreise geraten bei uns bei keiner Marke unter Druck.

Jetzt haben wir ausführlich über das Neu- und Gebrauchtwagengeschäft gesprochen. Gibt es denn im Servicegeschäft noch Luft nach oben?

Helmut Peter: Ich bin mir sehr sicher, dass sich das Servicegeschäft auch in Zukunft weiter positiv entwickelt. Und trotz aller möglichen Fahrerassistenzsysteme wird es auch künftig Unfälle und damit Karosserie- und Lackumsätze geben. Und durch den weiter steigenden Elektronikanteil in den Fahrzeugen müssen die Kunden im Falle eines Falles in die Markenwerkstatt kommen. Zudem schließen wir vermehrt Serviceverträge ab, was hilft, unsere Werkstätten besser auszulasten.

Wenn Sie es könnten, würden Sie den Knopf drücken und alles zurück auf Anfang stellen, sprich nur Mercedes-Benz-Neuwagen verkaufen?

Andreas Peter: Als ich vor zwölf Jahren nach Ausbildung und Studium in unser Unternehmen kam, waren wir schon Mehrmarkenhändler. Wenn wir heute noch einmal neu starten könnten, würden wir sicher einiges anders machen. Aber bisher haben wir all unsere Markenengagements überlebt, was leider nicht allen Händlerkollegen gelungen ist.

Würden Sie heute noch neue Marken hinzunehmen?

Andreas Peter: Wir konzentrieren uns auf das vorhandene Markenportfolio.

Welche Rolle spielt die zunehmende Digitalisierung in Ihrer Unternehmensphilosophie?

Andreas Peter: Hier geben Zeitgeist und Automobilmarkt die Marketingrichtung vor. Wir müssen Kunden und Interessenten dort abholen, wo sie unterwegs sind. Dazu gehört eine ausgeprägte digitale Kompetenz. Aber natürlich dürfen wir bei dem ganzen Digitalisierungshype im täglichen Umgang die Menschen nicht aus den Augen verlieren. Wir können digital noch so einen tollen Job machen: Wenn wir vor Ort im Autohaus versagen, hilft uns auch das größte digitale Engagement nicht wirklich weiter.

Das ist eine gute Überleitung zur nächsten Frage. Welche Rolle spielen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter künftig?

Helmut Peter: Die wichtigste! Um dauerhaft erfolgreich zu sein, muss sowohl die Unternehmens- als auch die Mit-

arbeiterkultur stimmen. Wir haben den Anspruch, dass alle Beschäftigten voll hinter dem Unternehmen stehen. Damit das so ist, tun wir einiges. So habe ich gerade erst alle Pkw-Monteur unserer neuen Standorte zum Abendessen in lockerer Runde eingeladen – ganz ohne Führungskräfte. Nur so erfahre ich, was wirklich in meinen Filialen los ist. Außerdem sehen die Mitarbeiter, dass die Geschäftsleitung ihre Bedürfnisse ernst nimmt. Die Zeit für solche Gespräche sollte sich jeder Unternehmer nehmen.

Sind sich Vater und Sohn in der Unternehmensführung immer einig?

Helmut Peter: Also, hinter verschlossenen Türen gibt es schon die eine oder andere Meinungsverschiedenheit. Während ich manchmal sehr dominant entscheide, sagt Andreas schon mal, lass uns noch mal eine Nacht darüber schlafen. Aber grundsätzlich ergänzen wir uns sehr gut. Ich bin sehr stolz, dass mein Sohn nun schon seit zwölf Jahren mit mir gemeinsam das Unternehmen in die Zukunft führt.

„Auch wenn wir diesbezüglich hohe Standards erfüllen müssen, bewerten wir die ‚Jungen Sterne‘ mittlerweile als weitere Marke in unserer Autohausgruppe.“

Andreas Peter

Sehen Sie das auch so?

Andreas Peter: Es ist ganz normal, dass Vater und Sohn nicht immer einer Meinung sind. Aber am Ende handelt es sich bei uns immer nur um Nuancen und nicht um grundsätzliche Meinungsverschiedenheiten. Und wenn man dem jeweils anderen zugesteht, dass er gewisse Dinge auch einfach mal ausprobieren kann, ist das Resultat jedes Mal für beide Seiten ein wichtiger Lernprozess.

Waren Sie sich beim Kauf der Beresa-Standorte gleich einig?

Helmut Peter: Ich habe meinen Sohn gefragt, ob er die Standorte haben möchte. Bei einem Nein hätten wir die Betriebe nicht erworben.

Wie lange wollen Sie noch an vorderster Front arbeiten?

Helmut Peter: Ich werde dieses Jahr 60 und will schon noch ein paar Jahre arbeiten. Aber wenn ich merke, ich störe mehr, als dass ich helfe, werde ich aus dem operativen Geschäft aussteigen.

DAS GESPRÄCH FÜHRTE WOLFGANG MICHEL

kfz-betrieb
DIGITAL



Das komplette Gespräch mit Andreas und Helmut Peter finden alle Abonnenten von »kfz-betrieb« als Plus-Fachartikel unter www.kfzbetrieb.de/plus.