

35 Jahre Peter

Stark, regional verbunden, zukunfts-fähig.

Autohaus
peter
Gruppe



35 Jahre Autohaus-Peter-Gruppe

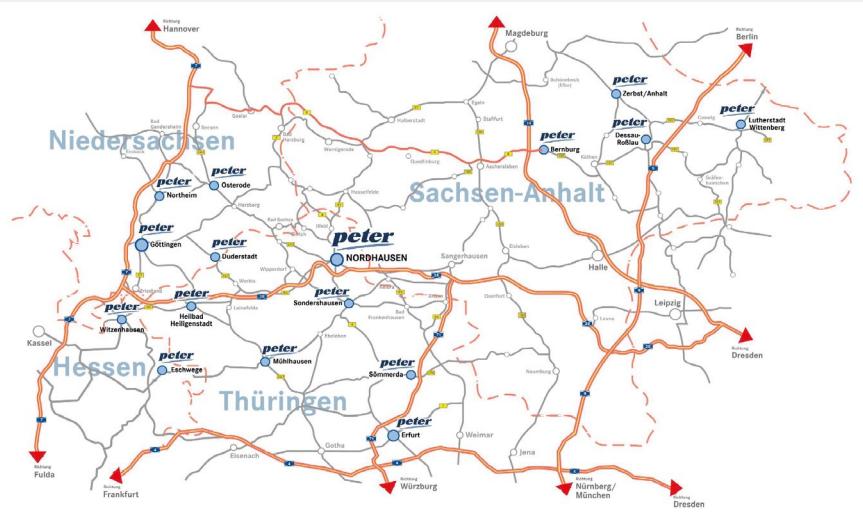
**BRINGT BEWEGUNG
INS LEBEN SEIT 1990**



Santander gratuliert der **Autohaus-Peter-Gruppe** zum
35-jährigen Jubiläum. Bringen Sie auch die nächsten
Jahrzehnte Bewegung ins Leben Ihrer Kunden!

INHALT

Spezial Peter Gruppe 19_2025



Die Peter Gruppe – stark in der Region, mit der Region, für die Region.

04 Porträt Helmut Peter

Was den Unternehmer ausmacht

06 Meilensteine

Vielfalt und Expansion

08 Interview Andreas Peter

„Die Herausforderung treibt mich an“

10 Die Marke Mercedes

Eine Partnerschaft, die trägt

12 Lkw-Kompetenz

Gestaltung der Zukunft von Daimler Trucks

14 Stellantis

Vielfalt mit System

16 Die Marke Suzuki

Pragmatisch im Alltag

18 Die Marke Skoda

Leuchtturm in Nordhausen

20 Die Marke Mitsubishi

Markentreue mit Substanz

22 Isuzu

Maßgeschneiderte Spezialfahrzeuge

24 Karosserie und Lack

Höchstes technisches Know-how

26 ADAC-Mobilitätspartner

Rund um die Uhr Hilfe

28 Ausbildung

Nachwuchs zählt

29 Integration

Ausbildungsplätze für Geflüchtete

30 Frauenpower

Frauen in Führungspositionen

32 Mitarbeiterbindung

Beziehungspflege und Wertschätzung

34 Digitalisierung

Überblick und Vereinfachung des Alltags

36 Marketing

Kompletter Auftritt aus einer Hand

38 Events

Die Peter Gruppe bringt Menschen zusammen

42 Sponsoring

Partner vieler gesellschaftlicher Aktionen

44 Rauschende Ballnächte

Galaveranstaltungen in stimmungsvollem Ambiente

46 Politischer Austausch

Bühne für lebendige Demokratie

48 Bildung fördern

Helmut Peter unterstützt die BFC aktiv

49 Autohof Werther

Einladend und nachhaltig

50 IFA-Museum

Geschichte anschaulich machen

51 Unternehmer und Visionär

Helmut Peters Engagement wird weithin geschätzt



Peter Gruppe Fakten

27 Standorte

17 Marken

16 Städte

4 Bundesländer

900 Mitarbeiter

13.000 Fahrzeugverkäufe/Jahr

300 Mio. Umsatz/Jahr

IMPRESSUM

AUTOHAUS Spezial

Peter Gruppe

erscheint als Beilage

mit AUTOHAUS 19/2025

Chefredakteur: Ralph M. Meunzel

Redaktion: Dr. Andrea Haunschmid (Leitung),

Stefan Schmid

Anzeigenverkauf: Karin Rockel (Leitung),

Rainer Bauer, Doris Heisler, Sanja Klöppel,

Petra Willmeroth, Birgit Zipse,

Herstellung/Layout: Stefanie Michalski,

Dierk Naumann

Druck: L.N. Schaffrath GmbH & Co. KG

DruckMedien, Marktweg 42-50,

47608 Geldern

Anschrift Verlag

TECVIA Media GmbH

Aschauer Straße 30, 81549 München,

Tel. (089) 20 43 0,

www.autohaus.de

Unermüdlicher Motor

Helmut Peter hat in 35 Jahren ein stabiles, solides Familienimperium mit 27 Standorten aufgebaut. Ein Porträt, was den Unternehmer ausmacht.

von Prof. Hannes Brachat

Nach der Grenzöffnung startete Helmut Peter 1991, ganze 32 Jahre alt, mit null Eigenkapital im thüringischen Nordhausen den Weg in die unternehmerische Selbstständigkeit. Heute ist Peter in der Branche eine Marke und zugleich ein Musterbeispiel, wie ein Autohausunternehmer erfolgreich zum Erhalt der mittelständischen, familiengeführten Autohauslandschaft beiträgt. Helmut Peter selbst unterteilt seine Biografie in sein erstes Leben vor der Wende und in das danach. Peter ist bis zu seinem 32. Lebensjahr im Sozialismus aufgewachsen. Realschule, Kfz-Elektrikerlehre, 18 Monate Dienst bei den

Grenztruppen der DDR. Danach Meisterprüfung, mit 29 Jahren Abteilungsleiter in einer halbstaatlichen Genossenschaft (PGH). Ein Weiterkommen wurde politisch verhindert.

Den Wandel nutzen

Dann kam die Wende. Die Montagsdemonstrationen 1989, in Nordhausen dienstags, wuchsen schnell: Erst nahmen an der Demonstration in Nordhausen 100 Bürger, zuletzt 50.000 daran teil. Von Anfang an wirkte Helmut Peter an den Veränderungen mit.

Bereits im Februar 1990 plante Peter, die PGH zu kaufen, in der er arbeitete.

„Ich hatte keine 5.000 DM, ging zur Deutschen Bank, habe zwei Millionen DM aufgenommen und die Genossenschaftsmitglieder ausbezahlt“, erzählt Helmut Peter von seinem Start ins freie Unternehmertum. Ein befreundeter Unternehmer gab Helmut Peter den Impuls, bei Mercedes-Benz in Stuttgart vorstellig zu werden. Eckhard Panka, damals Regionalleiter Süd, lud die 52 Ostinteressenten nach Berlin ein. Daraus entstanden die ersten MB-Werkstätten und -Vertreter. Am 1. April 1991 erhielt Helmut Peter den MB-Vertretervertrag, legte mit einem Investment von 15 Millionen DM in Nordhausen los und baute



Helmut Peter führt sein Unternehmen mit Entschlossenheit, schnellen, klaren Entscheidungen und viel Herzblut.

sein Unternehmen auf, die ersten zehn Jahre davon mit seiner damaligen Frau.

Strategisches Wachstum

Mercedes-Benz ist das Herzblatt in seinem Kartenspiel der Marken geblieben. „Die Marke ist über 120 Jahre alt, die Fahrzeuge waren und bleiben sehr gut. Mit dieser Marke kann man Geld verdienen“, betont Peter. Heute sind von den 27 Standorten der Peter Gruppe elf reine Mercedes-Benz-Häuser.

Gleichzeitig ist Peter Mehrmarkenhändler und expandiert durch gezielte Übernahmen. Man muss sich Helmut Peter am Schachbrett vorstellen: Wenn ein Händler in der Nachbarschaft aufgibt, dann greift er zu. Und so wächst das Unternehmen seit Jahren über Thüringen hinaus, ist seit zehn Jahren aktiv in Sachsen-Anhalt und seit 25 Jahren in Niedersachsen präsent. „Wir wollen und werden auch in Zukunft weiter wachsen. Dazu braucht man allerdings Kapital. Es soll ein gesundes Wachstum entstehen“, so Peter. Kriterium für den Neuerwerb eines Standortes ist sein Servicepotenzial, das sich aus der Einwohnerzahl verlässlich ableiten lässt.

Harmonisches Leitungsteam

Der Führungskreis der Peter Gruppe besteht aus 32 Personen. Die meisten davon gehören seit über zehn Jahren zur Peter Gruppe und bilden ein auffällig starkes, harmonisches, verlässliches Team, was maßgeblich zum Erfolg beiträgt. Helmut Peter seinerseits fördert die individuelle Personalentwicklung. „Einen tüchtigen Mitarbeiter, der bei uns gelernt hat, habe ich zum Studium an die BFC Northeim geschickt. Danach war er für drei Jahre mein Assistent. Ein fähiger Kerl. Jetzt habe ich ihn zum Centerleiter in einem Betrieb gemacht. Er erzielte schon nach dem ersten Monat ein Umsatzplus von deutlich über 30 Prozent“, erzählt der Autohauschef. „Nur im äußersten Notfall habe ich Führungskräfte extern eingestellt – alle anderen stammen aus dem eigenen Haus und wurden von uns geschult und gefördert“, erläutert Peter seine Philosophie.

Heute noch will Helmut Peter jeden neuen Mitarbeiter vor der Einstellung persönlich kennenlernen. Mit seinen weiteren Geschäftsführern, seinem Sohn Andreas, Christina Dost und Alexander



» Ich strebe ein gesundes Wachstum an. Kriterium für einen Neuerwerb ist sein Servicepotenzial. «

Autohauschef Helmut Peter

Kästner, stimmt er sich final ab und legt Wert auf Konsens. Bei anderen Entscheidungen gibt es bei ihm keine Diskussion: „Die Treppe muss von oben gefegt werden“, ist Peters Leitspruch. Pünktlichkeit und Disziplin sind ihm wichtig, sind für ihn gelebte Wertschätzung. Alles andere empfindet er als Respektlosigkeit den anderen gegenüber. „Das Bundesligaspiel beginnt auch für den besten Spieler um 15:30 Uhr“, sagt er gern.

Zusammenarbeit auf Zuruf

Und die Zusammenarbeit mit seinem Sohn Andreas, der für den Vertrieb verantwortlich ist? „In dieser Disziplin hat er mich links überholt und hält mich in Schwung. Unsere Zusammenarbeit funktioniert auf Zuruf. Wir ziehen in allen Bereichen an einem Strang“, sagt der Seniorchef. „Ich bin tief davon überzeugt, dass mein Sohn mein Lebenswerk mit Herz und Engagement weiterführen wird.“

Wichtig ist Helmut Peter auch die Beziehung zu seiner Lebenspartnerin Gabi Biermann. „Man kann die Leistung nur

bringen, wenn die Partnerin das mitträgt“, sagt er. „Die starke Partnerschaft mit Gabi gibt mir die Balance, so viel in meinen Betrieben voranzubringen.“

Das Beispiel Peter zeigt, wie wichtig in der Führung Kontinuität und Beständigkeit sind, ebenso Selbstbewusstsein und Selbstvertrauen sowie die Fähigkeit zur Selbstkritik. Der Arbeitsalltag im Autohaus hat an Dichte und Geschwindigkeit zugenommen, sodass viele Tätigkeiten oft kurzfristig und situativ zustande kommen. Und dabei ragt eine weitere besondere Fähigkeit von Helmut Peter heraus: schnelle Entscheidungen zu treffen mit besonderem Blick für praktische Realitäten. Auf diese Weise verbindet er Flexibilität gekonnt mit Verlässlichkeit.

Politisch bestens vernetzt

Das kommt ihm auch in einem weiteren Feld zugute, das er mit Bravour ausfüllt: Helmut Peter ist politisch bestens eingebunden und ein Netzwerker par excellence. 2020 übernahm er das Amt des Kfz-Landesverbandspräsidenten in Thüringen, und vor wenigen Wochen wurde Helmut Peter in diesem Amt mit 100 Prozent Zustimmung bestätigt. Damit sitzt er im ZDK-Vorstand Berlin-Bonn. Er ist in diesem Gremium der einzige Inhaber und großer Markenhändler.

Peter kennt auch über Nordhausen hinaus an den Standorten der Peter Gruppe jeden Bürgermeister, jeden Landrat, jeden Abgeordneten. Er wird bei den Hersteller-/Importeurs-Veranstaltungen geschätzt und schaffte es, dass zur Neueröffnung seines Mercedes-Benz-Betriebes in Wittenberg 2022 gleich zwei Ministerpräsidenten ihre Referenz erwiesen: Bodo Ramelow aus Thüringen und Reiner Haseloff aus Sachsen-Anhalt. Dazu waren die höchsten Vertreter von TÜV Süd und Dekra, der DAT, die Geschäftsführer der Hersteller und Importeure sowie 450 weitere Gäste anwesend.

Helmut Peter, der unermüdliche Motor, steht für gelebtes Autohaus-Management mit einem hohen Grad an Kreativität, Mut, Spürsinn für Marktentwicklungen, unbändigem Fleiß und einer besonderen emotionalen Bindung an sein Autohaus. Er lebt vor, dass es nicht reicht, Gutes zu tun, man muss es auch professionell tun.



1991 Helmut Peter gründet die Autohaus Peter GmbH



1993 Der Mercedes-Stern kommt nach Nordhausen



2021 Dreißigjähriges Jubiläum der Autohaus Peter GmbH

Volle Kraft voraus

Seit 35 Jahren ist die Autohaus Peter Gruppe eine feste Größe. Vielfalt und Expansion kennzeichnen das Unternehmen, das in vier Bundesländern in der Mitte Deutschlands präsent ist.

von Andrea Haunschild

Stark, regional verbunden, zukunfts-fähig – so charakterisiert sich die Autohaus Peter Gruppe, eindrucksvoll dokumentiert in der 35-jährigen Unternehmensgeschichte. Firmengründer Helmut Peter startet nach der Wiedervereinigung voller Visionen und mit einem fundierten Konzept im Osten Deutschlands durch. Aus der Vision wird Wirklichkeit: Helmut Peter holt den Mercedes-Stern nach Nordhausen und entwickelt eine Unternehmensgruppe, die Vielfalt und Expansion kennzeichnen.

1990 beginnt die Peter-Story mit einer Mercedes-Benz-Vertragswerkstatt in der Nordhausener Zorgestraße. Und in den 90er-Jahren geht es Schlag auf Schlag weiter: 1991 gründet Helmut Peter die Autohaus Peter GmbH in Nordhausen

und fungiert seitdem als geschäftsführender Gesellschafter.

1992 - 2004 Ab 1992 kommen weitere Mercedes-Zweigbetriebe hinzu, 1994 wird der Neubau in Nordhausen eröffnet. Weitere Übernahmen und Neubauten folgen, u. a. Peugeot (Nordhausen), das erste Mehrmarkenhaus (Göttingen) und ein Chrysler/Mitsubishi-Haus (Nordhausen).

2005 übernimmt Andreas Peter als zweiter Geschäftsführer die Vertriebsleitung in der Autohaus Peter Gruppe.

2006 - 2014 In diesem Zeitraum gab es weitere Betriebsübernahmen, Neueröffnungen und Eingliederungen neuer Marken, wie zum Beispiel Opel, Škoda, Jeep und Suzuki.

2016 Übernahme der vier Ost-Standorte von Beresa in Sachsen-Anhalt.

2018 setzt Peter auch am Ursprungsort Nordhausen weiter auf Expansion. Bestes Beispiel ist das neu eröffnete Opel-Autohaus. Verbunden damit ist ein Umzugsmarathon innerhalb der Halleschen Straße: Insgesamt fünf Fabrikate wechseln dort ihren Standort. Hinzu kommen die beiden Anbieter Europcar und ADAC an diesem neuen Standort.

2019 beginnt in der Industriebrache „Mühlenbau“ in der Lutherstadt Wittenberg der Bau eines neuen Mercedes-Benz-Centers. In Bernburg eröffnet die neu gebaute Servicehalle mit integriertem Prüfzentrum. Dazu kommt der symbolische Baustart für ein automobiles



2019 Jeep-Neueröffnung Nordhausen nach Umbau



2020 Neubau Lackierzentrum Heilbad Heiligenstadt



Gemeinsam stark: Andreas und Helmut Peter ziehen an einem Strang

Dienstleistungszentrum für Stellantis in Erfurt. In Nordhausen wird der neu gebaute Jeep-Showroom eröffnet.

2020 eröffnet eines der modernsten Karosserie- und Lackierzenträne Mitteldeutschlands in Heilbad Heiligenstadt und beendet gleichzeitig die Ära des Lackierzentrums in Leinefelde.

2022 eröffnet das neue Mercedes-Benz-Center in Wittenberg. Christina Dost verstärkt die Geschäftsführung der Peter Autozentrum Anhalt GmbH.

2023 folgt die Eröffnung des ersten Stellantis-Autohauses in Erfurt. Die Geschäftsführung für die Stellantis-Marken innerhalb der gesamten Autohausgruppe übernimmt Alexander Kästner.

2024 Fusionierung aller Betriebe in herstellerbezogene GmbHs: Autohaus Peter GmbH (Mercedes-Benz, smart, FUSO, Karosserie- & Lackierzentrums, Lackierzentrums), Automobile Peter GmbH (Opel, Peugeot, Citroën, Jeep, Dodge, RAM, Suzuki, ADAC), Autowelt Peter GmbH (Skoda, VW Service, VW Nutzfahrzeuge Service), Autocenter Peter GmbH (Mitsubishi, ORA, Isuzu). Christina Dost übernimmt die Geschäftsführung der Autohaus Peter GmbH.



Von links: **Helmut Peter** gründet 1990 das Unternehmen. | **Andreas Peter** wird 2005 zweiter Geschäftsführer der Peter Gruppe. | **Christina Dost** ist seit 2022 dritte Geschäftsführerin der Gruppe. | **Alexander Kästner** übernimmt 2023 die Geschäftsführung für die Stellantis-Marken.

2025 wird das Vertriebsnetz mit der Übernahme des Autohaus Heidenreich weiter ausgebaut und die Präsenz in Mitteldeutschland um zwei neue Standorte in Hessen erweitert.

Großprojekte in Millionenhöhe

Mehr als 150 Millionen Euro investiert die Autohaus Peter Gruppe in den 35 Jahren ihres Bestehens. Ein Großprojekt in zweistelliger Millionenhöhe ist die Übernahme der Beresa Autozentrum Anhalt GmbH mit drei Mercedes-Benz-Autohäusern in Dessau-Roßlau, Zerbst und Bernburg sowie die Übernahme der Marktverantwortung für die Marke Mercedes-Benz am Standort Lutherstadt Wittenberg. Aktuell agiert die Autohaus Peter Gruppe mit 17 Marken an 27 Stand-

orten in 16 Städten. Vertreten ist sie in den vier Bundesländern Thüringen, Niedersachsen, Sachsen-Anhalt und Hessen. Zwei Karosserie- und Lackierzentrums und vier ADAC-Mobilitätsstandorte ergänzen die Unternehmensgruppe.

Ob neue Marken, zusätzliche Standorte oder starke Persönlichkeiten in der Führung – die Autohaus Peter Gruppe ist ein dynamisches, stringent geführtes Unternehmen mit klarem Fokus auf nachhaltiges Wachstum, verantwortungsvolles Handeln und zukunftsorientierte Strukturen. „In unserem Geschäft braucht man den Mut, Verantwortung zu übernehmen. Eine Entscheidung nicht zu treffen, ist eine Fehlentscheidung“, konstatieren Helmut und Andreas Peter mit dem Blick auf die Zukunft. ■



2023 Neubau Stellantis Erfurt



2023 Modernisierung Firmenzentrale Mercedes-Benz Nordhausen

» Die Herausforderung treibt mich an «

Andreas Peter ist in der Peter Gruppe für den Vertrieb zuständig. Im Interview erzählt er, was ihn begeistert, wie es ist, mit seinem Vater zusammenzuarbeiten, und wohin er das Unternehmen entwickeln will.

von Prof. Hannes Brachat

Sein 2005 ist Andreas Peter (46) Mitglied der Geschäftsführung in der Autohaus Peter Gruppe und verantwortet den Vertrieb Pkw, Transporter und Lkw der 17 Marken an 27 Standorten mit rund 200 Vertriebsmitarbeitern. Vor seinem Eintritt ins Familienunternehmen hat er die kaufmännische und verkäuferische Seite des Geschäfts außerhalb des elterlichen Unternehmens von der Pike auf gelernt. Er arbeitete als Assistent der Geschäftsleitung bei Joachim Schlereth, Mercedes-Benz in Wiesbaden, wo er gleichzeitig auch im Verkauf tätig war, und absolvierte ein Praktikum bei der Mercedes-Benz-Bank in Berlin. Ein Gespräch über seine Schwerpunkte und Ziele.

AH: Herr Peter, Familienunternehmen leben vom Zusammenhalt der Generationen. Worin liegt für Sie die besondere Stärke, worin die größte Herausforderung?

A. Peter: Der Vorteil sind die kurzen Wege und schnellen Entscheidungen. Unser Wachstum war nur möglich, weil wir praktisch auf demselben Flur sitzen und schnell handeln können. Wie Sie sich vorstellen können, ist es aber nicht einfach, dass wir nicht nur Vater und Sohn sind, sondern auch Partner. Da sind wir nicht immer einer Meinung, und müssen unsere unterschiedlichen Charaktere immer aufs Neue aufeinander abstimmen. Wir finden aber immer Wege und Lösungen, das macht unsere Zusammenarbeit aus.

AH: Was motiviert Sie in Ihrem Beruf?

A. Peter: Die Menschen, die Region, das Produkt Auto und die Hersteller. Wenn

ich zur Arbeit fahre und in unsere Straße einbiege, sehe ich alle sieben Häuser und bin gleich mitten drin. Bei allen Themen ist Leidenschaft dabei, die Begeisterung und der Spirit sind meine Welt. Jeder Tag ist eine neue Herausforderung, das macht mir Spaß. Mein Lebensmotto: Heute ist mein bester Tag. Und wenn er nicht so gut ist, dann wird es morgen besser.

AH: Welche Ziele haben Sie im Vertrieb?

A. Peter: Bei uns ist die Maxime nicht „Volumen, Volumen, Volumen“, sondern Qualität, Zuverlässigkeit und persönlicher Kontakt. Wir verkaufen nicht nur Autos, sondern bieten einen Rundum-Service. Wir sind stark in, für und mit der Region. Das heißt, wir legen Wert darauf, vor allem hier an unseren Standorten zu verkaufen und die Kunden hier optimal zu betreuen. Auch im

Gebrauchtwagenbereich ist es mir wichtig, immer eine Lösung zu finden, etwa bei der Hereinnahme. Wir haben zudem kaum Großkunden, deren Wegfall uns Probleme bereiten könnte, sondern eine gesunde Mischung bodenständiger Käufer aus der Umgebung.

AH: Warum sind Sie so erfolgreich?

A. Peter: Weil ich Netzwerker bin wie mein Vater. Das habe ich von ihm in den Genen. Ich kenne viele erfolgreiche Persönlichkeiten und tausche mich gern mit ihnen aus. Und wie das so ist, kennt jeder von ihnen wiederum andere einflussreiche Entscheidungsträger. Fußball hilft auch immer, ich bin regelmäßig mit meinem Sohn bei den Spielen von RB Leipzig, und so habe ich Kontakte zu Red Bull geknüpft. Die Möglichkeit, mit meiner Bekanntheit und meiner Kontaktfreudigkeit etwas aus unseren Produkten zu machen, liegt mir und treibt mich an. Mit Emotionen und guter Laune öffnet man viele Türen. Das allein reicht natürlich nicht, man muss die Kontakte halten, pflegen und konsequent dran bleiben, um nachhaltig erfolgreich zu sein.

AH: Haben Sie eine Lieblingsmarke?

A. Peter: Die Marke Peter (lacht). Natürlich besteht eine starke Verbindung zu Mercedes-Benz, mit dieser Marke hat das Unternehmen Peter begonnen und sie begleitet mich über mein ganzes Leben, von meiner Kindheit über die Teenagerzeit bis heute. Mit 13 Jahren war ich das erste Mal bei der DTM am Nürburgring. Das prägt und verbindet einen mit einem Hersteller.



Familie zählt: Seine Frau Anja steht an der Seite von Andreas Peter, mit seinem Sohn Laurent wächst die dritte Generation heran.



Andreas Peter, Geschäftsführer
Autohaus-Peter-Gruppe

AH: Sie führen aber noch viele weitere Fabrikate. Wie behält man bei der Vielzahl an Marken und Standorten den Überblick?

A. Peter: Dabei hilft uns Digitalisierung. Für alle internen Prozesse, die wir markenübergreifend digitalisieren, nutzen wir eine gemeinsame Plattform und zentralisieren. Wissen ist ein Gut, das sich vermehrt, wenn man es teilt. Gleichzeitig schaffen wir Synergien, gerade bei Stellantis. Wir achten systematisch darauf, wo Abläufe standardisiert und effizient gebündelt werden können, etwa in Erfurt, wo wir die Stellantis-Marken Opel, Peugeot, Citroën und Jeep unter einem Dach führen. Ergänzt wird dieser Standort durch einen separaten Verkaufsraum für Suzuki, was zusätzlich neue Impulse bringt. Neben der Prozessoptimierung lege ich Wert auf persönliche Kontakte und versuche, an den einzelnen Standorten regelmäßig präsent zu sein. Ich möchte mir ein unmittelbares Bild machen, um die Situation gezielt und fundiert bewerten zu können.

AH: Mit welchen Marken haben Sie vor, in den nächsten Jahren wachsen?

A. Peter: Mercedes, klar, das ist unsere langjährige Herzensmarke. Und auch mit Škoda, wenn es die Möglichkeit gibt.

AH: Was spricht für Škoda?

A. Peter: Die Marke hat sich in allen Bereichen hervorragend entwickelt – Produkte, Vertrieb, Service, Netzpolitik. Das Handling ist simpel und geradlinig: ein Haus, eine Marke, ein DMS, verwurzelt von Anfang an bei den Kunden im Osten. Das läuft. Zudem besteht mit Škoda eine echte Partnerschaft, bei der immer Lö-

sungen gefunden werden. Škoda lebt das einfach. „Simply clever“, wie der Slogan es perfekt zusammenfasst.

AH: Welche digitalen Vertriebswege nutzen Sie?

A. Peter: Im Pkw-Bereich liegt der Schwerpunkt auf mobile.de, im Nutzfahrzeug-Segment auf AutoScout24. Ergänzend bauen wir unseren eigenen digitalen Fahrzeugshop auf der Unternehmensseite kontinuierlich aus.

AH: Ihre übergeordneten Ziele für das Unternehmen Peter in den kommenden fünf Jahren?

A. Peter: Überlegt, kontinuierlich und geradlinig wachsen. Das bedeutet für mich vor allem angrenzend wachsen, und zwar innerhalb unseres Markenportfolios. Es macht für mich keinen Sinn, in Flensburg oder Garmisch zu investieren oder chinesische Marken aufzunehmen, die wie Pilze aus dem Boden schießen. Was ich anstrebe, ist Lückenschluss. Wir bekommen momentan viele Angebote aus den neuen Bundesländern, weil viele aussteigen, entweder weil sie keinen Nachfolger haben oder nicht investieren wollen. Hier prüfen wir genau, was sich für uns eignet.

AH: Sie arbeiten seit über 20 Jahren mit Ihrem Vater zusammen. Was verbindet Sie?

A. Peter: Wir setzen gemeinsam auf Bodenständigkeit und Durchhaltevermögen. An meinem Vater schätze ich, dass er immer für alle da und ansprechbar ist. Er lebt Tag für Tag unsere Unternehmenswerte vor: Verantwortung, Offenheit, Motivation, Lernbereitschaft.

Diese Haltung schafft Vertrauen: bei Kunden, Lieferanten, Banken, Wirtschaft und Politik, Vereinen und Sport sowie bei den Mitarbeitern.

AH: Wie tragen Sie Konflikte aus?

A. Peter: Manchmal ist Schweigen Gold und ich überlege mir gut, bei welchen Themen ich in die Diskussion gehen möchte. Wir haben es uns auch zur Angewohnheit gemacht, über Meinungsverschiedenheiten erst einmal nachzudenken und erst am Abend oder am Wochenende in Ruhe darüber zu reden.

AH: Was stärkt Sie privat?

A. Peter: Meine Frau Anja. Ich habe sie im März 2005 auf dem Frühlingsball hier im Autohaus kennengelernt, drei Monate bevor ich ins Familienunternehmen eingestiegen bin. Mit ihr bin ich also genauso lang zusammen, wie ich im Autohaus Peter tätig bin. Sie ist auch aus der Region, arbeitet beim Landkreis und kennt die Mentalität. Sie hat Verständnis dafür, dass ich unser Unternehmen führen und ausbauen will, und lässt mich machen. Privat entscheiden wir zusammen. Wir haben einen gemeinsamen Freundeskreis und teilen Interessen. Auch Sport ist ein aktiver Ausgleich zur Arbeit: Beim Laufen, Schwimmen und Radfahren kann ich gut abschalten.

AH: Geht die Familiengeschichte im Unternehmen weiter?

A. Peter: Mit meinem Sohn Laurent wächst bereits die dritte Generation heran. Er geht momentan in die neunte Klasse auf dem Gymnasium. In den kommenden Jahren werden wir in den Austausch gehen, ob er ein duales Studium oder eine Ausbildung aufnehmen will. Er interessiert sich für das Automobilgeschäft, ich binde ihn über Begeisterung ein, gehe mit ihm zum Motorsport und lasse ihn an Veranstaltungen im Autohaus teilnehmen. Ich führe ihn an das Automobilgeschäft heran, wie mein Vater mich herangeführt hat. Er interessiert sich dafür, und wer weiß, vielleicht tritt er in meine Fußstapfen. Und in weiteren 25 Jahren bin ich dann der Senior.

AH: Herr Peter, vielen Dank für das offene Gespräch.



Die Partnerschaft mit
Mercedes begann vor 30 Jahren
und trägt noch heute.

Zwischen Tradition und Aufbruch

Aus einem Werkstattvertrag wurde eine Handelsgruppe mit elf Standorten. Heute steuert Christina Dost das Mercedes-Geschäft durch Transformation und Marktveränderungen.

von Stefan Schmid

Vor über 30 Jahren begann in Nordhausen eine Partnerschaft, die bis heute trägt. Aus einem einzelnen Mercedes-Benz-Werkstattvertrag entwickelte sich die Autohaus Peter GmbH mit heute elf Standorten in drei Bundesländern, die den Stern tragen. Geschäftsführerin Christina Dost verantwortet die Marke und führt sie mit Engagement. Zwischen Konzernvorgaben, regionalem Markt und einer Marke, die sich gerade neu erfindet, hält sie Kurs.

„Man sagt, ich hätte den Stern auf der Stirn“, sagt sie und lacht. Und doch: Wer ihr begegnet, merkt schnell: Hier lebt jemand für den Nimbus der Marke. Christina Dost ist tief mit „ihrem Mercedes“ verbunden.

» Hier zählen Nähe, Zugänglichkeit und Modellvielfalt. «

Christina Dost, Mercedes-Markenverantwortliche Autohaus Peter Gruppe

Die Frau mit Benzin im Blut

Nach Stationen bei Rolls-Royce und dem Helmhersteller Schuberth stieg Dost 2012 bei einer großen Autohandelsgruppe ein, deren Portfolio auch die Marke Mercedes umfasste. Zunächst war sie im Marketing, später als Projektleiterin tätig. In dieser Funktion verantwortete sie die Übernahme der vier Mercedes-Standorte, das bislang größte Einzelprojekt der Marke innerhalb der Peter Gruppe.

Die Übernahme war ein Kraftakt und zugleich ein finanzielles Wagnis. Notwendig waren umfassende Investitionen in Sicherheitstechnik, Sanitäranlagen und weitere Standortaufwertungen. 15 weitere Millionen flossen in einen Neubau in Wittenberg. Christina Dost be-

gleitete den Neubau von der ersten Idee bis zur Eröffnung. Sie plante Raumaufteilung, Ausstattung und Abläufe mit dem technischen Leiter Veikko Junge. Für Dost war es mehr als ein Bauprojekt. Es war ein Vertrauensbeweis der Geschäftsführung – und ein persönliches Herzensprojekt. Bis heute ist Wittenberg für sie „das schönste Autohaus“ der Gruppe, ein Symbol für Aufbruch, Eigenverantwortung und die enge Verbundenheit.

2024 folgte dann der nächste Schritt: Die elf Mercedes-Standorte der Gruppe in Niedersachsen, Thüringen und Sachsen-Anhalt wurden organisatorisch unter der Autohaus Peter GmbH zusammengeführt.

Leidenschaft für den Stern

Wenn Christina Dost über Mercedes spricht, meint sie mehr als Autos. Es geht um Technik, Stil, Vertrauen – und

» **Mercedes ist kein Trend, sondern ein Qualitätsversprechen.** «

Christina Dost, Mercedes-Markenverantwortliche Autohaus Peter Gruppe



eine Automobilgeschichte, die sie persönlich geprägt hat. „Ich war schon immer motorsportaffin“, sagt Christina Dost und auch heute noch sind es die Momente an der Rennstrecke, die ihre Beziehung zu Mercedes prägen.

Ein prägendes Erlebnis war für Christina Dost ein Formel-1-Rennen in Hockenheim: Sie durfte die Schlussphase in der Mercedes-Box miterleben, als Lewis Hamilton nach Rückstand noch den Sieg holte. „Am Ende hab ich mit Toto Wolff und Dieter Zetsche im strömenden Regen seinen Sieg gefeiert. Das war schon etwas ganz Besonderes.“

Es sind Erlebnisse wie diese, die ihre Verbindung zur Marke erklären. Heute steht Dost als Geschäftsführerin der Mercedes-Benz-Betriebe der Autohaus Peter Gruppe an der Schnittstelle zwischen Konzernstrategie, Marktveränderung und regionaler Realität.

Mercedes im Wandel

Klar ist: Mercedes-Benz steckt mitten drin in einer grundlegenden Transformation. Der Wechsel vom Verbrenner zur Elektromobilität, vom klassischen Händlermodell zur Agenturstruktur, vom Premiummarkenimage hin zur erklärten Luxusposition – all das ist mehr als nur Kosmetik. Es ist der Versuch, sich neu zu erfinden. Doch was im Konzern als strategische Notwendigkeit gilt, sorgt im Handel mitunter für Stirnrunzeln.

Nicht jede dieser Weichenstellungen wurde im Handel begrüßt. Gerade im ländlich geprägten Vertriebsgebiet der Peter Gruppe wurde der Fokus auf Exklusivität mit Skepsis betrachtet. „Hier zählen Nähe, Zugänglichkeit und Modellvielfalt“, sagt Dost. Umso positiver bewertet sie, dass der Konzern inzwischen wieder stärker auf Breite setzt: „Der Stern steht auch für Vielfalt – nicht nur für Exklusivität.“

Taktgeber im Markt

Die Modellpalette jedenfalls gibt ihr recht. Vom kompakten Stadtwagen bis zur E-Klasse, vom AMG bis zum Maybach, vom Sprinter bis zum kommunalen Spezialfahrzeug – Mercedes bleibt eine Marke der Spannweite. Und oft auch des Tempos: In vielen Segmenten ist der Hersteller weiterhin Taktgeber.

Auch beim Agenturmodell sieht Dost inzwischen die Vorteile überwiegen: „Die Kunden wissen, dass sie überall denselben Preis zahlen – das schafft Vertrauen und verhindert Intrabrand-Wettbewerb im Markt.“ Der Betrieb habe sich gut auf das neue Modell eingestellt.

Uneinheitlicher verläuft die Transformation in Richtung Elektromobilität. Während die Nachfrage in Städten wächst, bleibt sie in ländlichen Regionen zurückhaltend. „Wir sind vorbereitet: Fahrzeuge, Ladeinfrastruktur, geschultes Personal – alles da“, sagt Dost. Was

fehlt, sei vor allem die Nachfrage. Hohe Preise, das Auslaufen von Förderungen und manche Designbrüche erschweren den Zugang. Dennoch bleibt sie optimistisch: Die Entwicklung werde kommen – nur eben in ihrem ganz eigenen Tempo. Genau dieses differenzierte Verständnis von Märkten und Regionen prägt auch Dosts Blick in die Zukunft.

Ausblick

Für sie ist klar: Die Transformation ist nicht abgeschlossen. „Wir müssen schneller, direkter, persönlicher werden – auch digital“, sagt sie. Der Anspruch sei, Balance zu halten – zwischen Konzernvorgaben und regionaler Realität, zwischen technologischem Fortschritt und dem, was Kunden wirklich brauchen. „Mercedes ist kein Trend, sondern ein Qualitätsversprechen.“ Und ein Versprechen, das seit drei Jahrzehnten gilt – und auch in Zukunft gelten soll. ■



Im Mercedes-Showroom werden Fahrzeugausstellung und wohnliche Kundenbereiche elegant verbunden.



Das Autohaus Peter ist stolz auf die Auszeichnung „Platz 1 in Kundenzufriedenheit 2024“.

Schwergewichte bei Peter

Im Truckgeschäft zählen Fakten. Torsten Meyer zeigt, wie die Peter Gruppe mit Servicequalität, technischem Know-how und Elektromobilität die Zukunft von Daimler Trucks gestaltet.

von Stefan Schmid

Sein den Anfängen der Autohaus Peter Gruppe mit Mercedes-Benz 1991 wurde in das neue Servicefeld Lkw investiert. Mit stetigem Wachstum der Unternehmensgruppe wuchs auch die Lkw-Sparte: Heute betreut Peter viele Speditionen und Firmenkunden in Thüringen, Sachsen-Anhalt und Niedersachsen – vom Verkauf bis zum Service.

„Torsten Meyer war von Anfang an an meiner Seite als Motor des Unternehmens“, erinnert sich Firmengründer Helmut Peter. Meyer prägt das Truckgeschäft bis heute und verantwortet den Verkauf und Service in Thüringen und Niedersachsen. Unterstützt wird er von Frank Hentschel, der mit der Übernahme der Beresa Anhalt 2016 zur Gruppe kam und den Nutzfahrzeuge-Vertrieb in Sachsen-Anhalt leitet.

Komplexität erfordert Know-how

Die Modellpalette von Daimler Trucks deckt nahezu alle Einsatzbereiche ab: der Actros für den Fernverkehr, der Atego für den Nahverkehr, kommunale Lösungen wie Econic und Arocs sowie Spezialfahrzeuge wie Mülllaster. Auch die Marke FUSO ist Teil des Portfolios. „Ein Lkw kann eher als ein komplexes Industrieprodukt gesehen werden, als ein Fahrzeug“, erklärt Torsten Meyer. „Man braucht das richtige Know-how, um einen Truck in den Verkehr zu bringen – und vor allem, um ihn zuverlässig zu betreuen.“ Während beim Pkw-Kauf auch Emotionen eine Rolle spielen, zählen im Truckgeschäft vor allem Verlässlichkeit und Zahlen. „Die Entscheidung, wo ein Lkw gekauft wird, hängt im Kern von der Servicequalität ab“, betont Meyer.

Komplexität nimmt zu

Mit der zunehmenden technischen Entwicklung steigen auch die Anforderungen an den Service und die Mitarbeiter. Am

» Die Entscheidung, wo ein Lkw gekauft wird, hängt im Kern von der Servicequalität ab. «

Torsten Meyer, Verkaufs- & Serviceleiter
Transporter und Lkw,
Autohaus Peter Gruppe

Torsten Meyer verantwortet bei der Peter Gruppe das Truckgeschäft und setzt dabei auf Servicequalität und technisches Know-how.

neuen ActrosL mit ProCabin zeigt sich dieser Fortschritt beispielsweise durch technische Neuerungen wie das „Predictive Powertrain Control-System“, das vorausschauendes Fahren ermöglicht oder die MirrorCam anstelle von Rückspiegeln, womit das Sichtfeld des Fahrers erheblich erweitert wird. Durch regelmäßige Schulungen und einen intensiven Wissenstransfer innerhalb der Peter Gruppe kann das Serviceteam mit der steigenden technischen Komplexität Schritt halten.

eActros 600 als Flaggschiffmodell

Ein zentrales Thema der Zukunft ist die Elektromobilität – auch im Lkw-Sektor. Mit dem eActros 600 hat Daimler ein Flaggschiff im Programm – ausgelegt für 42 Tonnen Gesamtgewicht, 600 kWh Batteriekapazität und über 500 Kilometer Reichweite. „40 Tonnen elektrisch zu

bewegen, das ist – im Gegensatz zu einem normalen Pkw – schon eine Haussnummer“, meint Frank Hentschel. Hier kann die Peter Gruppe bereits erste Vertriebserfolge im E-Sektor vermelden. In Sachsen-Anhalt wurden vier eActros 600 an einen Großkunden ausgeliefert – einer der ersten bundesweiten Flotten-einsätze, begleitet vom MDR und mit breitem Medienecho.

Dabei ist Elektromobilität bei Peter kein kurzfristiger Trend, sondern ein Schlüsselprojekt. Seit über 30 Jahren im Lkw-Geschäft verwurzelt, investiert das Unternehmen frühzeitig in die notwendige Ladeinfrastruktur, Fachwissen und Praxiserfahrung. Auch wenn der Markt derzeit noch verhalten ist: sofern sich die Rahmenbedingungen für prädestinierte Unternehmen verbessern, ist die Peter Gruppe bestens vorbereitet.



AUTOHAUS PETER HAT DIE PS, WIR BRINGEN DAS KENNZEICHEN

Ob ein Fahrzeug oder eine ganze Flotte: Wir bringen Bewegung ins Zulassungswesen – mit digitalen Schnittstellen, zuverlässigem Service und einem Verständnis für das, was Autohäuser wirklich brauchen. Herzlichen Glückwunsch zum 35-jährigen Jubiläum, wir sind gerne Ihr Zulassungspartner.

zulassen.einfach.digital.

www.kroschke.de

WIR GRATULIEREN

unserem Kunden **Autohaus Peter GmbH**
zum **35-jährigen Jubiläum** und bedanken
uns herzlich für das entgegengebrachte
Vertrauen!

Als langjähriger Lieferant für Fahrzeug-
ersatzteile und Werkstattausrüstung freuen
wir uns auf eine gemeinsame, erfolgreiche
Zukunft und wünschen viel Erfolg!

Ihr WM Fahrzeugteile-Team

www.WM.de



Vielfalt mit System

Stellantis bei der Autohaus Peter Gruppe ist kein Markensalat, sondern ein orchestriertes Zusammenspiel. Mal wild, mal vernünftig, mal französisch charmant – doch immer glaubwürdig.

Von Stefan Schmid

Manche Geschichten beginnen mit einem Plan. Diese begann mit einem Anruf. „Ab Januar gehst du nach Sömmerna. Zu Opel“, schallte es aus dem Hörer. Alexander Kästner lacht heute darüber. Damals war die Order seines Chefs ein kleiner Schock. Von Mercedes zu Opel – das war nicht nur ein anderer Hersteller. Das waren Welten. Jahrzehnte später leitet Kästner die Stellantis-Sparte der Peter Gruppe: Elf Standorte, fünf Marken, rasant wachsendes Volumen – und eine Rolle, die sich in dieser Zeit gewaltig gewandelt hat.

Denn als die Liaison zwischen Opel und dem Autohaus Peter begann, steckten die Rüsselsheimer mittendrin in einer waschechten Imagekrise. „Da hat

man uns anfangs ein bisschen belächelt“, erinnert sich Kästner. Was das Unternehmen mit der taumelnden Marke anfangen wolle, wurde Kästner damals oft gefragt. Seine Antwort war pragmatisch: Fahrzeuge ausprobieren, Qualität zeigen, Vorurteile entkräften. Kritiker nahm er mit auf Probefahrt. Sitze, Lichtsysteme und Verarbeitung sollten für sich sprechen – und es funktionierte. „Das Produkt war nie das Problem. Nur das Image“, sagt er heute. Opel ist inzwischen an acht Standorten der Gruppe fest verankert.

Ein Einstieg mit Peugeot

Ebenfalls im Zuge einer Übernahme – allerdings bereits einige Jahre früher – kam die Marke Peugeot zur Peter Grup-

pe. Damals wie heute zeichnen sich die Modelle der Franzosen durch ein avantgardistisches Design aus. Dominik Bründel, der Verkaufsleiter der Marke am Standort Erfurt, spricht vom „Design-Löwen“, als den er Peugeot versteht. Warum? Wegen futuristischer Details wie einem schwebenden 21-Zoll-Curved-Display und markanter Designakzente. Ergänzt wird Peugeot, nicht nur in Erfurt, durch eine weitere französische Marke aus dem Stellantis-Konzern: Citroën, die 2023 ins Portfolio aufgenommen wurde.

Sie schloss eine Lücke im Vertriebsgebiet rund um Erfurt. Bründel erklärt den Erfolg der Marke so: „Citroën legt extrem viel Wert auf Komfort. Wenn man einsteigt, hat man wirklich das Gefühl, auf einem Sofa Platz zu nehmen.“ Er verweist auf das modern ausgestattete Haus in Erfurt, das sich zur Visitenkarte der Marken entwickelt habe: „Hier fährt keiner einfach nur vorbei. Die Lage, der Auftritt – das ist ein echter Publikumsmagnet.“

Auch Jeep fand über die frühere Verbindung zu Daimler-Chrysler den Weg in die Showrooms der Peter Gruppe. Der Start verlief überaus erfolgreich – die Nachfrage stieg rasch, so Vertriebsverantwortlicher Danny Kindervater. „Jeep ist und bleibt die Offroad-Marke – Abenteuer, Survival, quer durch den Wald. Das ist deren Welt“, bringt er es auf den Punkt. Mit der Übernahme des Autohaus Heidenreich wurde Fiat Teil des Portfolios. Die Traditionsmarke bringt Bodenständigkeit und Vielfalt ein und rundet die Stellantis-Familie ab.

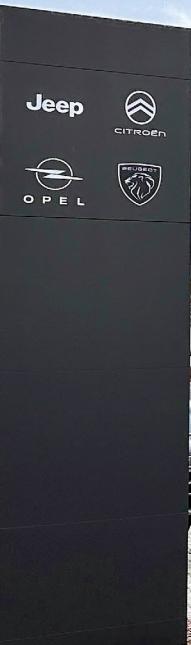
Viele Marken, viele Rollen

Was auf dem Papier wie eine strategische Herausforderung wirkt, entpuppt sich in der Praxis als echter Vorteil: ein Konzern, viele Marken – und ebenso viele Rollen.



» Entscheidend ist, dass jede Marke glaubwürdig bleibt. Das gelingt nur, wenn die Unterschiede gelebt werden. «

Alexander Kästner,
Stellantis-Markenverantwortlicher Autohaus Peter Gruppe



Stellantis in Erfurt ist die Visitenkarte der Marke. Lage und Auftritt machen das Haus zum Publikumsmagneten.

Für Alexander Kästner und Dominik Bründel von der Autohaus Peter Gruppe liegt genau darin der Reiz an Stellantis. Die Vielfalt beginnt tief in den Plattformen und setzt sich im Markenauftritt konsequent fort. Der Anspruch: Einheit im System, Differenz im Erlebnis.

Die Modellpalette reicht vom kleinen Rocks Electric für Fahranfänger bis zum schweren Transporter. Dazwischen: Cityflitzer, Familienkombis, Flottenlösungen, SUVs – mal vernünftig, mal emotional, mal rebellisch. „Ein Jeep-Käufer ist kein Opel-Käufer“, sagt Vertriebsverantwortlicher Dirk Kellmann. „Der eine sucht Abenteuer, Charakter, einen Hauch Wildnis – der andere Verlässlichkeit, Klarheit, Zweckmäßigkeit.“

„Entscheidend ist, dass jede Marke glaubwürdig bleibt“, betont Alexander Kästner. Das gelingt nur, wenn Unterschiede nicht nur inszeniert, sondern tatsächlich gelebt werden. Während im Hintergrund Synergien wirken – bei Plattformen, Antrieben, Werkstattprozessen –, erlebt der Kunde eigenständige Markenwelten. Das stellt Händler jedoch auch vor Herausforderungen.

Reizthema Corporate Identity

Ein Reizthema bleibt das Corporate-Identity-Konzept. Stellantis fordert eine klare optische Trennung der Marken – auch im Verkaufsraum. Kästner kann das nachvollziehen: Jede Marke will ihren Raum, ihre Bühne, ihre Atmosphäre. Doch was auf dem Papier nach strin-



Die Vertriebsverantwortlichen für Neuwagen in der Stellantis Gruppe (v. l.): Dominik Bründel, Danny Kindervater und Dirk Kellmann

genter Markenführung klingt, führt in der Praxis zu Reibung. „Wenn ich vier Wände in eine Halle ziehe, geht die Offenheit verloren“, sagt er. „Wir sind eine Markenfamilie, heißt es. Aber im Verkaufsraum will jeder das schönste Zimmer.“ Keine Klage, eher ein routiniertes Schulterzucken. Einer wie Kästner, der lange dabei ist, weiß: CI-Vorgaben kommen und gehen – oft schneller, als man sie umsetzen kann. Und nicht selten steht die Praxis quer zur Theorie.

Wichtiger sind ihm andere Dinge: Struktur, Klarheit, Verlässlichkeit. Denn genau das hat in den letzten Jahren oft gefehlt – und ist zugleich das tägliche Brot im Autohaus. Dort geht es um Vertrauen, Kundennähe – und die Frage, ob jemand wiederkommt. Kästners Wunsch ist entsprechend bodenständig: „Ein bisschen mehr Ordnung. Und das Gefühl, dass man aufeinander bauen kann.“

Werte, nicht Wände

Darauf baut die Peter Gruppe ihr Stellantis-Geschäft auf: pragmatisch im Alltag, markenbewusst im Auftritt – und stets mit Blick für das Machbare. Zwischen den Vorgaben des Konzerns und den Erwartungen der Kunden zeigt sich, was wirklich zählt: nicht das große Ganze allein, sondern der Handschlag vor Ort.



Pragmatisch im Alltag

Angeschlossen an den Stellantis-Neubau, zeigt sich die Suzuki-Ausstellung hochmodern und servicestark.



Exklusiver Verkaufsraum mit angeschlossener Werkstatt – Suzuki in Erfurt.



Der exklusive Verkaufsraum bietet bewährte Suzuki-Kompetenz.

Sein 2007 gehört Suzuki zum Markenportfolio der Peter Gruppe. Mit der Übernahme eines Autohauses in Erfurt begann die erfolgreiche Partnerschaft. Wenige Jahre später folgte auch der Standort Nordhausen, sodass Suzuki heute an beiden Häusern fest etabliert ist.

In Erfurt präsentiert sich die Marke seit 2023 in einem hochmodernen Neubau, direkt neben dem ebenfalls neugebauten Stellantis-Haus. Im exklusiven Verkaufsraum mit angeschlossener Werkstatt und umfassendem Servicezentrum können alle Kundenwünsche rundum erfüllt werden. Auch in Nordhausen können sich Kunden auf die bewährte Suzuki-Kompetenz verlassen.

Suzuki steht als japanischer Hersteller seit 1909 für zuverlässige, pragmatische Fahrzeuge mit hoher Alltagstauglichkeit. Besonders die Allradmodelle wie der Kult-Geländewagen Jimny oder die Kompakt-SUVs Vitara und S-Cross genießen

weltweit hohes Ansehen. Mit dem elektrischen e-Vitara zeigt Suzuki zudem, dass die Marke auch in Zukunftsthemen wie der Elektromobilität bestens aufgestellt ist.

Eng mit Sport verbunden

Ein besonderes Highlight war Ende 2024 die Präsentation des deutschen Triathlon-Bundeskaders in Erfurt. Gemeinsam mit

Suzuki Deutschland wurde hier die nationale Elite um Olympiasiegerin Laura Lindemann, Tim Hellwig und Paralympics-Medaillengewinner Martin Schulz vorgestellt und gleichzeitig die vorzeitige Verlängerung des Sponsoringvertrags mit der Deutschen Triathlon Union bis 2028 verkündet. Suzuki bei Peter ist mobilitätsstark und eng mit Sport, Leistung und regionalem Engagement verbunden. ha



Hohes Ansehen genießen die Allradmodelle der Marke.

QUARTZ
ENGINE OIL

Wir gratulieren
Autohaus Peter
Zum 35-jährigen
Firmenjubiläum



50% recycled plastic

100% recyclable

Quartz EV3R – Nachhaltige Innovation, Leistung ohne Kompromisse

Unsere Quartz EV3R-Öle stehen für eine neue Generation von Schmierstoffen: Hergestellt mit modernster Raffinationstechnologie und einem Anteil von mindestens 50 % wiedergewonnenem, nachhaltigem Grundöl – für Leistung auf dem Niveau klassischer Motorenöle.

Auch bei der Verpackung denken wir weiter: Unsere Behälter sind vollständig recycelbar und bestehen zur Hälfte aus recyceltem Kunststoff. Das überzeugt – heute und morgen.

totalenergies.de


TotalEnergies



»Škoda hört zu. Die Marke schaut, was die Kunden wollen – und liefert.«

Torsten Wiesner,
Centerleiter Autowelt Peter Nordhausen

Leuchtturm in Nordhausen

Vor 13 Jahren war es ein Aha-Erlebnis – heute leitet Torsten Wiesner das einzige Škoda-Autohaus der Peter Gruppe. Mit dem Elroq fährt der Standort der Elektroquote sogar leicht voraus.

von Stefan Schmid



Beratung und Verkauf im Škoda-Showroom in Nordhausen mit modernem CI-Konzept.

Torsten Wiesner kann sich noch gut an seinen Schlüsselmoment mit der Marke Škoda erinnern. Damals, vor rund 13 Jahren, stieg er als Verkaufsleiter eines Premiumherstellers in einen Octavia. Er sollte zu befreundeten Händlern fahren und die grün befeilte Marke kennenlernen. Schon nach wenigen Hundert Metern folgte das Aha-Erlebnis. „Ich saß drin und dachte nur: Wow – das ist richtig gut gemacht“, erinnert er sich. Es war der Beginn einer Verbindung, die bis heute anhält.

Standort mit Sonderstatus

Heute leitet Wiesner das Škoda-Autohaus Peter in Nordhausen, dem einzigen Peter-Standort mit direkter Verbindung zum Volkswagen-Konzern. „Wir sind so etwas wie das gallische Dorf in einer großen römischen Enklave“, sagt er mit einem Augenzwinkern.

Die Geschichte dieser Enklave reicht bis zu DDR-Zeiten zurück. Im Jahr 2006 entschied sich die Peter-Gruppe für den Einstieg ins Škoda-Geschäft – auf Basis

einer strategischen Kooperation mit einem etablierten lokalen Händler.

Intensive Beratungsgespräche

Als der damalige Partner 2013 altersbedingt aus dem operativen Geschäft ausschied, übernahm die Peter Gruppe den Standort vollständig. In diesem Zuge entstand ein neues Autohaus, das konsequent nach den aktuellen CI-Richtlinien von Škoda geplant und errichtet wurde. Der Neubau markierte nicht nur einen architektonischen, sondern auch einen strukturellen Neuanfang.

Mit der Neueröffnung übernahm Torsten Wiesner die Leitung des Standorts – und ist auch viele Jahre nach seinem persönlichen Aha-Erlebnis der Marke Škoda weiterhin eng verbunden. In dieser Zeit hat sich jedoch vieles verändert: Die Kundschaft sei anspruchsvoller und Beratungsgespräche intensiver geworden, erklärt er. Trotz aller Veränderungen bleibt Škoda eine Marke mit bemerkenswerter Kundenbindung. „Wer einmal bei Škoda landet, bleibt meist“,



Das Škoda-Team: Beratung auf höchstem Niveau



Außenansicht des einzigen Škoda-Betriebs der Autohaus Peter Gruppe

sagt Torsten Wiesner überzeugt. Woran das liegt? Für ihn ist die Antwort klar: „Škoda hört zu. Die Marke hört genau hin und liefert.“ Die bekannte „Simply Clever“-Philosophie sei dabei nur der sichtbare Teil einer viel tiefer verankerten Haltung. Lange sei Škoda unterschätzt worden – als vernünftige Wahl für Familien, Pragmatiker und Preis-Leistungs-Käufer. „Aber nie für die, die

über Prestige und Design sprechen“, sagt Wiesner. Doch genau das habe sich geändert: „Vom Biedermann zur Designmarke – das ist fast schon eine Metamorphose.“ Parallel zur Markenentwicklung verfolgt Škoda auch technologisch einen klaren Kurs: Verbrenner und Elektromobilität werden konsequent nebeneinander weiterentwickelt. „Wer beides will, bekommt beides – eine Weitsicht, die

andere Hersteller heute oft vermissen lassen“, so Wiesner.

Klarer Kurs in Nordhausen

Und das gallische Dorf? Es steht fester denn je: Zwischen Konzernstrategien, Marktdruck und Kundenwandel behauptet sich der Standort Nordhausen – mit Überzeugung, klarem Fokus und einer ordentlichen Portion Škoda-Spirit. ■



HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH!

Als langjähriger Partner schätzt CarGarantie die **Autohaus Peter Gruppe** für ihre klare Haltung: kundenorientiert, markenübergreifend, zukunfts-gewandt. Die Verbindung von persönlicher Kom-munikation und unternehmerischer Weitsicht macht den Unterschied – gestern wie heute.

Wir gratulieren herzlich zum Jubiläum und wünschen weiterhin viel Erfolg, starke Partnerschaften und immer den richtigen Antrieb für die Zukunft.

Markentreue mit Substanz

Die Autohaus Peter Gruppe setzt seit 2003 auf Mitsubishi, auch in schwierigen Zeiten. Eine feste Größe dabei ist Jens Kupfer. Sein Credo: Robustheit, Substanz und Markenverständnis statt Modetrends.

Von Stefan Schmid



Seit mehr als 20 Jahren führt die Peter Gruppe die Marke Mitsubishi.

wöhnliche Umgebungen gebracht – sogar unter Tage. Er hat vor Ort gezeigt, was geht. Und was eben nicht. „Ich hab das denen gesagt – ganz klar. Wir brauchen nicht nur einen Plug-in-Hybriden. Wir brauchen auch wieder einen Diesel. Einen Mitsubishi, der sich anfühlt wie ein Mitsubishi.“

Wie sich ein Mitsubishi denn anfühlt, möchte man fragen. „Ein ehrliches Auto, mit Substanz. Robust, langlebig und vernünftig“, ordnet Kupfer die Stärken der Marke ein. Modelle wie der Colt oder der Outlander haben ganze Familien über Jahre begleitet – und das ohne Schnickschnack und Markenpathos, sondern einfach nur durch Technik, die solide funktioniert. Gerade der Outlander genießt nach wie vor einen hohen Stellenwert – viele Käufer des neuen Modells sind langjährige Bestandskunden. Erinnerungen bleiben hingegen bislang die Ausnahme.

Angesichts dieser Tugenden schmerzt den Mitsubishi-Mann die ein oder andere Entwicklung der letzten Jahre. Er ist aber zuversichtlich, dass die gemeinsame Reise längst noch nicht zu Ende ist. Boomjahre. Durststrecken. Den Fast-Rückzug aus Europa hat Mitsubishi hinter sich. Jetzt folgt der Neustart im Rahmen der Allianz mit Renault und Nissan unter dem Importeurdach der Frey-Gruppe. Jens Kupfer begrüßt die Entwicklung und ist mit Überzeugung dabei. ■

Es gibt Marken, die tauchen auf – und verschwinden wieder. Und es gibt solche, die sich tief eingraben. In Köpfen, in Karrieren und in Konstellationen, die sich irgendwann nicht mehr auseinanderdividieren lassen. Jens Kupfer und Mitsubishi – das ist so eine.

Die Geschichte beginnt im Jahr 2003, als die Autohaus Peter Gruppe ihr erstes Mehrmarkenhaus in Göttingen eröffnete. Mit im Gepäck: Mitsubishi, eine Marke, die für preisgünstige, verlässliche Autos aus Japan stand, die damals aber noch kaum jemand auf dem Schirm hatte. Damals wurde Mitsubishi an bis zu vier Standorten innerhalb der Gruppe geführt – darunter ein kompletter Neubau in Nordhausen, sowie die Übernahme mehrerer Altbetriebe.

Japan im Blut

Kupfer ist ein Überzeugungstäter. Seine Laufbahn begann 1987 mit einer Ausbildung bei Helmut Peter in der damaligen PGH „Gute Fahrt“, heute Autohaus Peter GmbH. 1991 wechselte er in den Vertrieb von Toyota und Lexus und absolvierte eine Ausbildung zum Automobilkaufmann. 2005 kehrte er zur Peter Gruppe zurück und ist seither als Markenverant-

wortlicher für das Mitsubishi-Geschäft tätig. Mit Jahrzehntelanger Erfahrung im Handel mit japanischen Fabrikaten weiß Kupfer genau, worauf es ankommt. Für die Autohaus Peter Gruppe ist das ein Glücksfall. Und dennoch war es nicht einfach, als Mitsubishi Anfang der 2000er ins Straucheln geriet.

Die Zulassungszahlen brachen ein, Produkte verschwanden: „Wir waren irgendwann bei 14.000 Fahrzeugen deutschlandweit. Das war heftig“, erinnert sich Kupfer. Dass es die Marke heute noch in Deutschland gibt, liegt an Menschen wie ihm.

Ein ehrliches Auto

Kupfer ist kein Lautsprecher. Aber wenn es um „seine“ Marke geht, wird er hörbar. Delegationen aus Japan und Thailand haben empfangen, Fahrzeuge in außerge-



» Wir brauchen auch wieder einen Diesel. Einen Mitsubishi, der sich anfühlt wie ein Mitsubishi. «

Jens Kupfer,
Mitsubishi-Markenverantwortlicher Autohaus Peter Gruppe



Bringt Nachhaltigkeit auf das nächste Level.

Glasurit Reihe 100 - Mit einem branchenführenden VOC-Gehalt, der 40 % unter den Marktstandards liegt.

A brand of
BASF - We create chemistry



40 % unter dem VOC-Grenzwert.

Mit unter 250 g/l VOC (RFU) liegt die Reihe 100 deutlich unter dem gesetzlichen Limit.

Bis zu 30 % weniger Material.

Herausragende Deckkraft sorgt für maximale Effizienz.

Reparieren **bei jeder Temperatur**.

Mit Reihe 100 Extreme – und dabei stets mit niedrigstem VOC-Wert.

Bis zu 50 % weniger CO₂.

Dank Eco Balance Mischlacken mit Redcert-Zertifizierung.

glasurit.com



WÜRTH

HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH

35 Jahre Autohaus Peter Gruppe

Bei Würth haben langjährige Partnerschaften einen hohen Stellenwert. Die persönliche Bindung zu unseren Kunden und Geschäftspartnern treibt uns Tag für Tag an. Wir gratulieren der Autohaus Peter Gruppe herzlich zum Firmenjubiläum und freuen uns sehr, diesen Meilenstein automobiler Leidenschaft als Werkstatt- und Systempartner mitbegleitet zu haben.

Wir möchten die Gelegenheit nutzen, **DANKE** zu sagen, für die intensive und zukunftsweisende Zusammenarbeit der letzten Jahre und schauen mit Vorfreude auf weitere spannende gemeinsame Projekte und Herausforderungen.



1



2

Für härteste Einsätze

Maßgeschneiderte Sonderumbauten für besondere Bedingungen sind eine Spezialität der Peter Gruppe. Das Autohaus plant und überarbeitet die Fahrzeuge auf der Basis des Isuzu-D-MAX.

von Stefan Schmid

Wenn Standardmodelle an ihre Grenzen stoßen, ist das Autohaus Peter gefragt. Seit vielen Jahren entstehen hier maßgeschneiderte Spezialfahrzeuge, die dort eingesetzt werden, wo außergewöhnliche Anforderungen herrschen: im Bergbau, im Forst- oder Landwirtschaftsbereich, bei Kommunen oder im Handwerk. Jeder Umbau wird in enger Abstimmung mit den Kunden entwickelt, auf den späteren Einsatz zugeschnitten und vom TÜV oder der Dekra offiziell freigegeben.

Ein besonderer Schwerpunkt liegt seit über 15 Jahren auf Fahrzeugen für den untertägigen Einsatz. Völlige Dunkelheit, staubige Luft, unebene Fahrbahnen und eingeschränkte Belüftung stellen höchste Ansprüche an Mensch und Material. Komfortausstattungen wie Klimaanlagen oder elektrische Fensterheber werden bewusst weggelassen, stattdessen dominieren Sicherheit und Funktionalität: massive Rammbügel, Spiegelschutzgitter, verstärkte Unterböden, Zyklonfilter oder leistungsstarke LED-Leuchten. Selbst der Transport der Fahr-

zeuge ist eine Herausforderung – sie müssen oft zerlegt, an Förderkörben in die Tiefe gelassen und unter Tage wieder montiert werden. Dort bleiben sie bis zum Lebensende im Einsatz – häufig mit Laufleistungen von bis zu 250.000 Kilometern. Aktuell sind deutschlandweit rund 800 bis 1.000 Peter-Fahrzeuge unter Tage unterwegs, die meisten davon für einen großen internationalen Kali-Betrieb.



Unter der Leitung von Marko Wuttke entstehen die aufwendig umgebauten Spezialfahrzeuge.

Lange Jahre bildete der Mitsubishi L200 die Basis dieser Umbauten. Als das Modell 2023 für Europa eingestellt wurde, musste Jens Kupfer, Markenverantwortlicher für Mitsubishi und Isuzu bei Autohaus Peter, rasch handeln. Gesucht war ein robustes, zuverlässiges Arbeitstier.

Die Wahl fiel nach einem Vergleich mit dem Toyota Hilux auf den Isuzu D-MAX. Für viele eine Nischenlösung, für Peter die perfekte Antwort. „Unsere Kunden wollen ein Fahrzeug, das funktioniert – auch wenn es richtig dreckig wird“, so Kupfer. Und genau das leistet der D-MAX: langlebige Technik, unkomplizierte Strukturen, direkte Ansprechpartner und eine beeindruckende Robustheit im härtesten Einsatz. Über 800 Fahrzeuge wurden bereits ausgeliefert und für Einsätze unter Tage oder im Gelände maßgeschneidert umgerüstet. Damit ist Isuzu heute die tragende Säule im Spezialfahrzeugbereich von Peter.

Das Herzstück dieser Arbeit ist die Werkstatt in Sondershausen. Unter der Leitung von Marko Wuttke entstehen hier die aufwendig umgebauten Spezial-



3



4

1 Bei Pick-ups zählen verlässliche Technik und echte Belastbarkeit. | 2 Kommunale Sonderlösungen werden individuell angefertigt. | 3 Unter Tage müssen die Fahrzeuge robust und langlebig sein. | 4 Senkrecht unter die Förderkörbe gehängt, werden die Grubenfahrzeuge an ihren Bestimmungsort transportiert.

fahrzeuge. Sein Team verfügt über langjährige Erfahrung und sorgt mit präziser Handarbeit dafür, dass jedes Fahrzeug den höchsten Qualitätsansprüchen entspricht.

Ob als Pick-up für den Bergbau, als Pritschenfahrzeug mit Werkzeugauf-

bau, als Jagdfahrzeug mit Wildträger oder als kommunale Sonderlösung – die Peter-Spezialfahrzeuge sind mehr als nur modifizierte Serienmodelle. Sie sind präzise entwickelte Arbeitspartner, die auch unter extremen Bedingungen zuverlässig bestehen. ■

35 JAHRE ANTRIEB UND EINE PARTNERSCHAFT, DIE BEWEGT

BERNER gratuliert der Autohaus Peter Gruppe.
Was uns lange verbindet, ist das, was uns antreibt: Qualität, Vision und Verlässlichkeit.
Danke für Vertrauen und eine Partnerschaft mit Weitblick

shop.berner.eu

 **BERNER**
PUSHING THE LIMITS



Im Karosserie- und Lackierzentrum Heilbad Heiligenstadt sorgen qualifizierte Spezialisten für gleichbleibend hohe Qualität.



Strategische Kompetenz

Eine zentrale Rolle in der Schadenabwicklung spielt das Karosserie- und Lackierzentrum. Konsequent setzt die Peter Gruppe hier auf höchstes technisches Niveau und effiziente Prozesse.

von Andrea Haunschild

Das leistungsstarke Karosserie- und Lackierzentrum der Autohaus Peter Gruppe in Heilbad Heiligenstadt zählt zu den größten und innovativsten seiner Art in Mitteldeutschland. Auf einer Fläche von 3.000 Quadratmetern bietet die 2020 eröffnete Anlage modernste Reparatur- und Lackiertechnik – flankiert von 120 Stellplätzen für die Karosserieabteilung sowie einem angeschlossenen Fahrzeugaufbereitungszentrum. Mit einer Investitionssumme von 5,5 Millionen Euro und einer Grundstücksfläche von über 15.000 Quadratmetern wurde das Zentrum strategisch direkt unterhalb des Mercedes-Benz Autohauses im Gewerbegebiet angesiedelt.

Der Standort nimmt eine zentrale Rolle in der Schadenabwicklung der gesamten Autohaus Peter Gruppe ein: Alle südniedersächsischen Betriebe sowie der Standort Mühlhausen sind an das Zentrum angebunden – was eine interne Auslastung von rund 65 Prozent sichert. Doch auch externe Kunden – darunter Versicherer, freie Werkstätten, Autohäuser und Flottenbetreiber – profitieren von den markenoffenen Dienstleistungen.

Umfassendes Leistungsspektrum
Zum Leistungsspektrum gehören Karosserie-Instandsetzung, Smart Repair, Dellen- und Hagelschadenbeseitigung, professionelle Fahrzeugaufbereitung sowie Lackierungen nach den aktuellsten

Herstellervorgaben. Dabei wird konsequent mit modernen, umweltgerechten Verfahren gearbeitet – unter Einhaltung strengster Qualitäts- und Umweltstandards. „Uns ist wichtig, dass hier nicht nur auf höchstem technischem Niveau gearbeitet wird, sondern auch die Prozesse stimmen – von der digitalen Schadenaufnahme bis zur Auslieferung“, erklärt René Stange, Centerleiter in Heilbad Heiligenstadt. „Unsere Kunden erwarten schnelle, transparente Abläufe und eine Qualität, die sich sehen lässt. Dafür stehen wir mit unserem Team.“

Einsatz neuester Technologien
Für alle Abläufe – von der Antragstellung bei der Versicherung bis zur vollständi-



» Unsere Kunden erwarten schnelle, transparente Abläufe und eine Qualität, die sich sehen lässt. Dafür stehen wir. «

René Stange, Centerleiter Heilbad Heiligenstadt und Duderstadt, sowie Karosserie- und Lackierzentrums

gen Instandsetzung – stehen qualifizierte Spezialisten bereit. Durch kontinuierliche Weiterbildung und den Einsatz neuester Technologien wird ein dauerhaft hohes Qualitätsniveau sichergestellt.

Kompetente Oldtimer-Restaurierung
Auch Liebhaber klassischer Fahrzeuge kommen hier auf ihre Kosten: Die Oldtimer-Sparte bietet sowohl fachgerechte Lackierungen als auch vollständige Res-

taurierungen aus einer Hand. Mit dem Karosserie- und Lackierzentrums in Heilbad Heiligenstadt setzt die Autohaus Peter Gruppe gezielt auf Spezialisierung und Effizienz: Klassische Autohausstrukturen werden durch moderne Kompetenzstandorte sinnvoll ergänzt. Ab Ende 2025 wird das Leistungsportfolio zudem um den Bereich Industrielackierungen erweitert – ein zukunftsorientierter Schritt zur weiteren Diversifizierung des Geschäfts. ■

HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH DER AUTOHAUS PETER GRUPPE!

ZUM 35-JÄHRIGEN
BETRIEBSJUBILÄUM

Wir bedanken uns herzlich für die vertrauensvolle Zusammenarbeit und freuen uns auf viele weitere partnerschaftliche Jahre mit der Autohaus Peter Gruppe.

Seit dem 01.01.2008 ist die Autohaus Peter Gruppe bereits Acoat Selected Partner, was die starke und langjährige Partnerschaft unterstreicht. Gemeinsam gestalten wir die Zukunft der K&L-Branche und stehen Seite an Seite mit Acoat Selected für zukünftige Herausforderungen. Auf eine weiterhin erfolgreiche Partnerschaft!



Retter in der Not

Ein eingespieltes Team der Peter Gruppe rettet 24/7 liegen gebliebene Autofahrer.
Als Mobilitätspartner des ADAC zählen Effizienz und Verlässlichkeit.

von Andrea Haunschild

Mit rund 7.000 Einsätzen pro Jahr – im Schnitt fast zwanzig täglich – sind die gelben „Peter-Engel“ an 365 Tagen im Jahr, rund um die Uhr im Einsatz. Seit fast zwei Jahrzehnten ist die Autohaus Peter Gruppe ein verlässlicher Mobilitätspartner des ADAC in Nordthüringen. Was 2006 am Standort Nordhausen begann, wurde 2017 um Sondershausen und Sömmerda erweitert. 2023 kam Erfurt als vierter Standort hinzu.

Ob Unfall, geplatzter Reifen oder eine Panne auf dem Heimweg – wenn der ADAC gerufen wird, zählt oft jede Minute. Häufig sind es kleine Ursachen mit großer Wirkung – umso größer ist die Erleichterung bei den Betroffenen, wenn schnelle und professionelle Hilfe eintrifft. Dankbarkeit und direkte Rückmeldungen gehören zum Alltag der Einsatzkräfte. Das eingespielte Peter-Team

sorgt dabei für Verlässlichkeit und Effizienz: Insgesamt rund 22 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – darunter 15 Fahrer und eine Fahrerin – sowie Organisations- und Verwaltungskräfte für Disposition, Faktura und Vermietung kümmern sich um den Bereich. Im Einsatz sind derzeit fünf Lkw mit Plateau und Verladekran sowie zehn Transporter mit Plateau oder Hubbrille.

In 30 Minuten vor Ort

Die Fahrzeuge verfügen über die neueste Abschlepp- und Pannenhilfetechnik und sind unter anderem mit onlinefähigen Testern ausgestattet, die Fehler-Diagnosen vor Ort ermöglichen. Neueste Kommunikationstechnik an Bord sorgt dafür, dass die Wartezeiten an der Pannenstelle bis zum Eintreffen der ADAC-Fahrzeuge auf maximal 30 Minuten verkürzt werden. Diese Zeitspanne gibt der ADAC vor.

Zum umfangreichen Leistungsspektrum zählen Services wie Abschleppen, Verwahren des Fahrzeugs und natürlich Reparaturen. Zusätzlich werden an den Standorten Nordhausen und Erfurt kostenlose Clubmobile als Ersatzfahrzeuge bereitgestellt. Pick-up-Transporte sind für ADAC-Plus-Mitglieder fester Bestandteil der Leistungen: Bleibt das Fahrzeug mehr als 50 km entfernt vom Heimatort liegen und kann am Pannentag nicht instandgesetzt werden, wird es nicht nur aufgeladen, sondern auf Wunsch noch am gleichen Tag zurück nach Hause gebracht, egal von wo.

„Was uns antreibt, ist vor allem unser Anspruch, eine durchgehend hohe Dienstleistungsqualität zu erbringen sowie die Dankbarkeit der Menschen, denen wir helfen konnten“, sagt Achit Tölle, Leiter ADAC-Mobilitätspartner Nordhausen und Sondershausen bei Automobile Peter. „Wir erleben täglich, wie viel ein funktionierender Notdienst für die Menschen bedeutet – das motiviert uns“, ergänzt Moritz Arenswald, der die ADAC-Standorte Sömmerda und Erfurt verantwortet.

» Was uns antreibt, ist unser Anspruch, eine durchgehend hohe Dienstleistungsqualität zu erbringen. «

Achit Tölle, Leiter ADAC-Mobilitätspartner Nordhausen und Sondershausen

DER NEUE OPEL

MOKKA GSE

JETZT BESTELLBAR 



MEHR
ERFAHREN



Kombinierte Werte gem. WLTP: Energieverbrauch 18,5 kWh/100 km; CO₂-Emission 0 g/km; CO₂-Klasse: A
Abbildung zeigt Sonderausstattung.



Die Peter Gruppe bildet in einer Vielzahl an Berufen aus.

Nachwuchs zählt

Ausbildung ist ein wesentliches Element zum Aufbau qualifizierter Mitarbeiter und Führungskräfte bei der Autohaus Peter Gruppe.

von Andrea Haunschild

Die Autohaus Peter Gruppe gehört zu den größten Arbeitgebern der Automobilbranche in Mitteldeutschland – und zu den engagiertesten Ausbildungsbetrieben. An derzeit 27 Standorten in Thüringen, Sachsen-Anhalt, Niedersachsen und Hessen starten jedes Jahr zahlreiche junge Menschen ihre berufliche Zukunft bei dem traditionsreichen Familienunternehmen. Ausgebildet wird in einer Vielzahl technischer und kaufmännischer Berufe: vom Kfz-Mechatroniker über Fahrzeuglackierer und Lagerlogistiker bis hin zu Kauffrau/-mann für Büromanagement sowie Automobilkauffrau/-mann.

Führungskräfte aus eigenen Reihen
Die Peter Gruppe verfolgt seit jeher das Ziel, qualifizierte Fachkräfte aus den



Die Ausbildungsaufktveranstaltung ist ein wichtiger Fixpunkt im Peter-Jahr.

Fotos: Autohaus Peter Gruppe



Die Peter Gruppe zeigt sich auf Berufsmessen als attraktiver Arbeitgeber.



Ausbildungsmessen ziehen begabten Nachwuchs an.

eigenen Reihen zu entwickeln und langfristig an das Unternehmen zu binden. Eindrucksvolle Beispiele für diese erfolgreiche Personalstrategie: Alexander Kästner ist heute Geschäftsführer im Stellantis-Bereich, Veikko Junge technischer Leiter und Moritz Arenswald fungiert als Centerleiter Sömmerda. Alle drei starteten ihre Laufbahn mit einer Ausbildung im Autohaus Peter und haben seitdem eine beeindruckende Kar-

riere innerhalb des Unternehmens durchlaufen.

Damit aus Talenten echte Erfolgsgeschichten werden, setzt die Peter Gruppe auf eine intensive Begleitung und gezielte Förderung ihrer Auszubildenden. Ein erfahrenes Team aus Ausbildungsbeauftragten und Fachkräften – darunter Achit Tölle, Mandy Stützer und Silke Lang – sorgt dafür, dass Theorie und Praxis optimal verzahnt sind. Praxisnahe Vermitt-

lung der Ausbildungsinhalte, individuelle Betreuung, gezielte Prüfungsvorbereitung und eine klare Perspektive auf Übernahme gehören dabei zum Selbstverständnis.

Selbst bei der Wohnungssuche wird bei Bedarf geholfen. Wer möchte, kann sich im Anschluss an die Ausbildung weiterqualifizieren, etwa durch den Besuch der Meisterschule oder ein Studium an der Bundesfachschule für Betriebswirtschaft im Kfz-Gewerbe (BFC).

So kann Integration gelingen

Ein besonders bemerkenswertes Kapitel der Unternehmensgeschichte begann 2015 mit der Einrichtung einer eigenen Klasse für Geflüchtete. Auf Initiative von Helmut Peter erhielten 15 junge Männer aus Syrien, Eritrea und dem Irak die Chance, eine Ausbildung zum Kfz-Mechatroniker zu beginnen. Damit löste er ein Versprechen ein, das er beim Besuch des damaligen Kanzleramtsministers Peter Altmaier im Duderstädter Autohaus gegeben hatte: Geflüchteten eine berufliche Perspektive in Deutschland zu eröffnen.

Die Initiative fand breite Anerkennung in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Thüringens damaliger Ministerpräsident Bodo Ramelow begleitete das Projekt über vier Jahre hinweg persönlich und würdigte es mit den Worten: „Das Nordhäuser Projekt ist eine Referenz für die ganze Bundesrepublik, weil Sie beweisen, dass der Satz „Wir schaffen das!“ der Kanzlerin nicht falsch war.“ Die zusätzlichen Ausbildungsplätze setzten ein



Thüringens ehemaliger Ministerpräsident Bodo Ramelow (l.) besuchte die Klasse für junge Geflüchtete bei der Peter Gruppe.

klares Zeichen, dass Integration nicht nur auf dem Papier, sondern im Arbeitsalltag gelingen kann.

Die Ausbildung wurde durch Sprachkurse, individuelle Förderung und sozialpädagogische Begleitung unterstützt. Zudem arbeitete das Autohaus eng mit Berufsschulen, Behörden und der Handwerkskammer zusammen.

Fünf Teilnehmer wechselten während der Ausbildung aus finanziellen Gründen in das produzierende Gewerbe. Sechs Auszubildende konnten ihre Lehre erfolgreich beenden und ihren Facharbeiterbrief in Empfang nehmen. Diese Initiative zeigt, dass Unternehmen eine wichtige Rolle bei der Integration von Geflüchteten übernehmen können.

Weibliche Führungskompetenz

Bei der Peter Gruppe ist Gleichberechtigung kein Schlagwort ohne Inhalt.
Frauen in Führungspositionen sind hier eine Selbstverständlichkeit.

von Andrea Haunschild

In einer Branche, die noch immer stark von traditionellen Rollenbildern geprägt ist, ist die Autohaus Peter Gruppe selbstbewusster Vorreiter: Hier sind kompetente Frauen in verantwortungsvollen Positionen ein alltägliches Bild. Ob in Geschäftsleitung, Rechtswesen, Marketing, Center- und Verkaufsleitung oder Finanzbereich: Das Unternehmen setzt auf kluge Köpfe, Mut, Fachkompetenz von Mitarbeiterinnen.

Ein herausragendes Beispiel ist Christina Dost, Geschäftsführerin der Autohaus Peter Gruppe. Ihre Karriere bei Peter begann 2016 mit der Übernahme der Beresa Autozentrum Anhalt GmbH. Als damalige Marketing- und Projektleiterin für die Standorte in Dessau, Bernburg, Zerbst und Wittenberg bewies sie Führungsstärke und strategischen Weitblick. Über die Centerleitung führte ihr Weg konsequent bis in die Geschäftsführung. „Ich bin stolz darauf, dass mir das Vertrauen entgegengebracht wurde, meine heutige Position auszufüllen und gemeinsam mit Helmut und Andreas Peter das Unternehmen zukunftsfähig auszurichten. Ich bin froh, dass dies keine

Quotenentscheidung war, sondern auf meiner Kompetenz und Leidenschaft für das Unternehmen basiert. So sollte es grundsätzlich sein – egal in welcher Branche“, sagt Christina Dost.

Bei Peter ist das bereits so: Zahlreiche Frauen gestalten mit Herz, Verstand und

» Mich begeistert der Freiraum, Dinge zu gestalten und Verantwortung zu übernehmen, unabhängig von Titel oder Geschlecht. «

Mandy Stützer, Teamleiterin Betriebsorganisation und Prokuristin

Tatkraft den Unternehmenserfolg aktiv mit. Radina Severin, Justiziarin und Rechtsanwältin, bringt rechtliche Expertise ein und ist bei strategischen Entscheidungen eine unverzichtbare Stimme. Mandy Stützer, Teamleiterin Betriebsorganisation und Prokuristin, sorgt mit klarem Kopf und systematischer Herangehensweise dafür, dass Ab-

läufe effizient bleiben und Teams effektiv zusammenarbeiten. „Was mich bei Peter begeistert, ist der Freiraum, Dinge zu gestalten und Verantwortung zu übernehmen – unabhängig vom Titel oder Geschlecht“, sagt Stützer.

Gemeinsam gewachsen

Anne-Sophie Teichmüller behält als Leiterin Rechnungswesen den Überblick, wo andere nur Zahlen sehen. Simone Heinemann, Leiterin Marketing, verleiht der Marke Peter Profil. Seit 25 Jahren ist sie Teil des Unternehmens, hat verschiedene Abteilungen durchlaufen und ist gemeinsam mit der Peter Gruppe gewachsen: „Ich bin stolz darauf, seit so vielen Jahren ein Teil dieser Entwicklung zu sein und die Marke Peter aktiv mitgestalten zu dürfen.“

Auch in den Niederlassungen übernehmen Frauen Verantwortung: Nadin Thieme leitet als Centerleiterin den Standort Göttingen mit unternehmerischer Weitsicht und einem sicheren Gespür für Teamführung. Esther Burg, Verkaufsleiterin Pkw für Mercedes-Benz, verantwortet gleich vier Standorte in Sachsen-Anhalt – und beweist Tag für Tag, dass vertriebsstarke Führung und Kundennähe sich nicht ausschließen.

All diese Frauen stehen exemplarisch für viele weitere Kolleginnen, die bei Peter leitende Positionen innehaben. „Führung ist kein Geschlechterthema – sondern eine Frage von Kompetenz und Charakter“, fasst Seniorchef Helmut Peter zusammen. Und genau deshalb ist bei der Autohaus Peter Gruppe Frauenförderung keine Ausnahme – sondern ein Erfolgsprinzip.

Mitarbeiterinnen in verantwortungsvollen Positionen – bei der Peter Gruppe selbstverständlich.



Swift 1.2 DUALJET HYBRID Comfort+

Abbildung zeigt aufpreispflichtige Sonderausstattung.



Bewegt das B-Segment: Suzuki.

Der bewährte Swift, der neue,
vollelektrische e VITARA – zwei
Lösungen, die typisch Suzuki sind:
kompakt, gut ausgestattet, bezahlbar.
So geht's weiter.



e VITARA eAxle Comfort+ (61 kWh-Batterie)

Abbildung zeigt aufpreispflichtige Sonderausstattung.

Swift 1.2 DUALJET HYBRID Comfort+ Verbrauchswerte: kombinierter Energieverbrauch 4,4 l/100 km;
kombinierter Wert der CO₂-Emission: 99 g/km; CO₂-Klasse: C.

e VITARA eAxle Comfort+ (61 kWh-Batterie) Verbrauchswerte: Energieverbrauch kombiniert:
15,1 kWh/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km; CO₂-Klasse: A.

1 Familienfest auf dem Possen | 2 Erfurt überzeugte mit einer gelungenen Mischung aus Kultur, Genuss und Unterhaltung | 3 Ein Ausflug zur Eventlocation Michelshöhe in Weißensee | 4 Teambuilding beim gemeinsamen Kochkurs des Mercedes Truck Teams



Das schafft Zusammenhalt

Frauentag, Familienfest, Betriebsausflüge – bei der Peter Gruppe sind die Mitarbeiter eine wichtige Größe. Beziehungspflege und Wertschätzung werden großgeschrieben.

von Andrea Haunschild

Bei Helmut Peter ist klar: Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter ist wichtig. Und das zeigt er ihnen auch regelmäßig mit Veranstaltungen und Events speziell für sie. Allen voran die Mitarbeiterinnen: Wenn weltweit am 8. März der Internationale Frauentag gefeiert wird, steht dieser Tag bei der Autohaus Peter Gruppe seit vielen Jahren unter einem ganz besonderen Stern. Was einst als kleine Geste begann, hat sich längst zu einer Tradition mit Kultstatus entwickelt: die legendären Frauentags-Ausflüge, zu denen Helmut und Andreas Peter gemeinsam mit ihren Geschäftsführern und Abteilungsleitern jedes Jahr ihre Mitarbeiterinnen einladen – stets an einen geheim gehaltenen Ort und mit liebevoll geplantem Tagesprogramm.

Was wie ein unterhaltsames Teamevent klingt, hat für Seniorchef Helmut Peter eine tiefere Bedeutung. Als je-

mand, der die DDR-Zeit erlebt hat – in der der Frauentag fest verankert war – ist ihm die Symbolkraft dieses Tages stets bewusst geblieben: Anerkennung zeigen, Respekt zollen und ein klares Zeichen setzen, wie wichtig Frauen im Unternehmen sind.

Und so wird seit über drei Jahrzehnten nicht einfach gratuliert – es wird zelebriert und Wertschätzung vermittelt. Trotz stetiger Expansion, wachsender Mitarbeiterzahl und damit verbundenem

» Mein Unternehmen ist nur so gut wie seine Mitarbeiter. Regelmäßige Veranstaltungen mit Herzblut zeigen ihnen diese Wertschätzung. «

Autohauschef
Helmut Peter

organisatorischem Aufwand bleibt die Qualität dieser Feiern unverändert hoch.

Der Frauentag: immer einzigartig

Mit der Harzer Schmalspurbahn exklusiv auf den sagenumwobenen Brocken: Durch Panoramafenster genossen die Peter-Frauen die märchenhafte Landschaft, bevor beim Brockenwirt ein gemütlicher Nachmittag mit Kaffee und Spaziergang über das Plateau folgte. Ein anderes Mal stand schokoladige Verführung auf dem Programm. Nach einem Sektempfang tauchten die Peter-Frauen ein in die Welt der traditionsreichen Halloren-Schokoladenfabrik, der ältesten Deutschlands. Ein Highlight: die Live-Pralinenherstellung mit anschließender Verkostung.

Einen actionreichen Tag im ehemaligen Kalibergwerk Sondershausen mit unvergesslichen Eindrücken, Unterhal-



3



4

tung und Teamspirit erlebten die Mitarbeiterinnen rund 700 Meter unter der Erde. 2019 und 2024 überzeugte ein Ausflug nach Erfurt mit einer Mischung aus Kultur, Genuss und Unterhaltung. Vom imposanten Dom über kulinarische Highlights und regionale Spezialitäten – jede Station war ein Erlebnis. Und für das Autohaus Peter durfte natürlich auch ein Besuch auf dem Petersberg nicht fehlen!

Ob hoch hinaus auf den Baumkronenpfad Hainich, auf den Brocken oder tief hinab ins Erlebnisbergwerk Sondershausen, süße Versuchung im Halloren Schokoladenmuseum oder edle Weinverkostung – jede Frauentagsfeier ist ein Unikat. Das Rahmenprogramm reicht von Modenschauen über Theater und Travestieshow bis hin zum Kabarett – immer kreativ, immer mit Herzblut.

Selbst in herausfordernden Zeiten wie der Corona-Pandemie ließen es sich die Geschäftsführer nicht nehmen, jeder Mitarbeiterin ein persönliches Präsent zukommen zu lassen – als Dankeschön für ihr Engagement und Zeichen dafür, dass gerade in schwierigen Zeiten Zusammenhalt zählt.

Die Botschaft ist klar: Bei Peter wird der Frauentag nicht einfach begangen – er wird gelebt. Und er erinnert Jahr für Jahr daran, was Frauen täglich im Unter-

nehmen leisten. Die „Peter-Mädels“ freuen sich deshalb jedes Jahr auf den Tag, an dem sie im Mittelpunkt stehen – und noch lange danach darüber sprechen. Denn eines ist sicher: Solche Chefs hat man nicht überall. Und solche Frauentage erst recht nicht.

Ein Fest für die ganze Peter-Familie

Seit vielen Jahren veranstaltet die Geschäftsführung der Autohaus Peter

Gruppe für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gemeinsam mit deren Familien ein großes Familienfest. Es findet traditionell auf dem Possen in Sondershausen statt, und hier steht nicht der Job im Mittelpunkt, sondern das Miteinander. In lockerer Atmosphäre, mit Musik, Spiel und Genuss, entsteht genau das, was kein Arbeitsvertrag ersetzen kann: Zusammenhalt.

Einladung langjähriger Wegbegleiter

Zum 35-jährigen Bestehen der Autohaus Peter Gruppe luden die Geschäftsführer Andreas und Helmut Peter 39 Führungskräfte samt Partnerinnen und Partnern zu einem verlängerten Wochenende nach Südtirol ein. Fahrt, Unterkunft und Verpflegung wurden dabei komplett übernommen. Mit einem abwechslungsreichen Ausflugsprogramm und vielen persönlichen Gesprächen stand das Erlebnis ganz im Zeichen der Wertschätzung – eine besondere Geste für langjährige Wegbegleiter, von denen viele seit über 20 Jahren im Unternehmen sind.

So zeigt die Peter Gruppe, wie Wertschätzung und Zusammenhalt gelebt werden. In kleinen Gesten und großen Feiern zieht sich dieser Wert durch das ganze Unternehmen: Das Unternehmen ist nur so gut wie jede einzelne Person im Unternehmen, und deshalb ist jede und jeder wichtig und wird einbezogen und gewürdigt. ■



Ausflug nach Südtirol als Dankeschön an die Geschäftsleitung und für langjährige Wegbegleiter

Einfacher und übersichtlicher

Den Überblick behalten, Prozesse zentral steuern und die Arbeit erleichtern. Dafür sorgen Digitalisierung und eine reibungslose IT-Architektur.

von Stefan Schmid



Digitale Prozesse schaffen Überblick und erleichtern alltägliche Vorgänge.



» Kreative Lösungen sind gefragt, um alle Anforderungen unter einen Hut zu bringen. «

Mario Gräfe, Leiter IT

Digitalisierung in der Peter Gruppe heißt vor allem eines: wachsen, ohne den Überblick zu verlieren und den Arbeitsalltag leichter machen. „Wichtig ist, dass wir Prozesse skalierbar machen und zentral steuern“, sagt Christina Dost. Sie verantwortet nicht nur die Marke Mercedes innerhalb der Gruppe, sondern treibt auch die Digitalisierung voran.

Mit Blick auf die Expansionspläne ist es zentral, eine flexible Systemarchitektur zu schaffen und eine durchgängige digitale Prozesslandschaft über alle Marken hinweg zu etablieren. Konkret bedeutet das, jede Marke so zu bedienen, wie sie es braucht, und gleichzeitig die Abläufe für alle zentral zu steuern.

„Digitalisierung lebt davon, einfühlsam zu sein und die Leute mitzunehmen“, sagt Juliane Euhlert. Sie kennt das Autohausgeschäft aus fast allen Perspektiven und ist seit fünf Jahren die zentrale Ansprechpartnerin für die Digitalisierung der Peter Gruppe, vor allem bei Mercedes-Benz. Für sie ist der Wandel auch eine pädagogische Aufgabe: Veränderungen stoßen nicht immer auf Begeisterung, besonders bei langjährigen Mitarbeitern. Umso wichtiger ist es zu

erklären, einzubinden und zu entlasten. Dazu gehört, frühzeitig Feedback einzuholen, Schulungen anzubieten und als feste Ansprechpartnerin präsent zu sein.

Das Ergebnis dieses Ansatzes ist eine Digitalisierung, die nicht übergestülpt, sondern angenommen wird. Was früher über Hauspost, Schubladen und verlegte Belege zum Mahnverfahren führen konnte, läuft heute über klar definierte digitale Prozesse mit Eskalationsstufen und zentralem Zugriff.

Als die Umstellung des Werkstatt-Abrechnungssystems anstand, war Juliane Euhlert klar, dass Fingerspitzengefühl

gefragt war. „Da geht es um Geld, um Leistung, um eingespielte Abläufe – da kann man nicht einfach umschalten und sagen: ‚Macht mal!‘“, erinnert sie sich. Also erklärte sie geduldig jeden Schritt, ließ ausprobieren und wiederholen, beantwortete Fragen, bis sie sicher war, dass alle den Prozess verstanden hatten.

IT-Spezialisten halten alles am Laufen

Im Hintergrund sorgt die IT-Abteilung dafür, dass all das reibungslos funktioniert. Ob PC, Server, Drucker oder mobile Endgeräte – sie stellt sicher, dass die technische Basis jederzeit einsatzbereit ist.



Die IT-Abteilung sorgt für reibungslose und sichere Abläufe im Hintergrund.

Geleitet wird die Abteilung von Mario Gräfe, der bereits seit 1999 im Unternehmen tätig ist. Damals noch als „Ein-Mann-Abteilung“ gestartet, betreuen heute sieben Spezialisten die digitale Infrastruktur. Gemeinsam kümmern sie sich um rund 500 Arbeitsstationen, 120 Server, 200 Drucker und 280 iPhones bzw. iPads – Tendenz steigend.

Mit der Expansion wächst auch die Verantwortung: Neue Häuser müssen schnell und sicher angebunden werden. „Oft stehen wir dabei im Spagat zwischen technischer Machbarkeit, Wunschenken und Finanzierbarkeit – kreative Lösungen sind dabei meist gefragt, um alle Anforderungen unter einen Hut zu bringen“, sagt Mario Gräfe.

Zu den größten Projekten der letzten Jahre zählt die Umstellung auf SD-WAN. Die moderne Netzwerktechnologie sorgt dafür, dass Daten intelligent verteilt werden und die Bandbreite in den Filialen auf das Zehnfache steigen konnte – und das ohne Mehrkosten. Für 2025 stehen neue



» **Digitalisierung lebt davon, einfühlsam zu sein und die Leute mitzunehmen.** «

Juliane Euhlert,
Projektmanagerin Autohaus Peter Gruppe

Meilensteine an: Neben der Umstellung auf Windows 11 für rund 120 Geräte wird auch die gesamte Serverstruktur erneuert.

Voller Fokus auf Sicherheit

Mit zunehmender Digitalisierung wachsen allerdings nicht nur die Möglichkeiten, sondern auch die Risiken. Gerade im sensiblen Bereich des Autohausbetriebs mit Kundendaten, Herstellerschnittstellen und Zahlungsströmen ist IT-Sicherheit ein zentrales Thema. „Ohne Sicher-

heit ist alles nichts“, sagt Mario Gräfe. Darum setzt die IT auf ein starkes Sicherheitsnetz: Cyber-Awareness-Trainings, E-Mail-Filter, klare Passwortrichtlinien und regelmäßige Schulungen gehören längst zum Alltag. Pro Tag sortieren die Systeme zwischen 1.000 und 2.000 verdächtige Mails aus, an Feiertagen sogar manchmal über 20.000 – das entspricht in Papierform rund 400 Kilogramm Spam.

Technik muss den Alltag erleichtern

So entschlossen der Digitalisierungskurs auch ist – für Christina Dost, Juliane Euhlert und Mario Gräfe gilt ein Grundsatz: Technik darf nie Selbstzweck sein. Entscheidend sei, jede Idee daraufhin zu prüfen, ob sie Abläufe wirklich verbessert, von den Mitarbeitern mitgetragen wird und dem Kunden nutzt. Es braucht also Augenmaß und das Verständnis, dass digitale Werkzeuge in erster Linie den Alltag einfacher machen sollen – und nicht komplizierter. ■



Deutsche Leasing | §

**35 Jahre voller Drive –
Glückwunsch, liebe
Autohaus Peter Gruppe!**

Die Deutsche Leasing gratuliert
herzlich und bedankt sich für die
ausgezeichnete Partnerschaft.

Eine klare Handschrift

Die Marketingkompetenz liegt bei der Peter Gruppe in einer internen Abteilung.
Hier wird der komplette Marketing-Mix kreiert.

Inter jeder starken Marke steht ein starkes Team – beim Autohaus Peter ist es die Marketingabteilung, die dafür sorgt, dass die Gruppe nach außen ein einheitliches, modernes und professionelles Bild abgibt. Ob Handelsmarketing mit Produkt- und Service-Schwerpunkt, Sponsoring, Pressearbeit, Onlineauftritt oder Eventmanagement. Das Spektrum ist breit gefächert und umfasst den kompletten Marketing-Mix von Print bis Digital.

Geleitet wird die Abteilung von Simone Heinemann, die vor allem die zahlreichen Kunden-Events verantwortet. Unterstützt wird sie von den erfahrenen Kolleginnen Anna Hille (Handelsmarketing Stellantis) sowie Doreen Depping und Liesa Krüger (Handelsmarketing Mercedes-Benz), die mit Markenexpertise und einem sicheren Blick für Budgets erfolgreiche Kampagnen gestalten. Neue Impulse bringen Sophie Buchardt und Isabell Hollandt mit ihren Schwerpunkten in Grafik und Text ein. Insgesamt umfasst das Team acht Personen, darunter auch ein Auszubildender und ein Dualstudent.

Alle Maßnahmen aus einer Hand
Ein besonderes Merkmal: Die Abteilung arbeitet fast ausschließlich inhouse, vorwiegend in Nordhausen und Dessau. Externe Agenturen werden nur in Ausnahmefällen eingebunden – ein Ansatz, auf den die Geschäftsleitung großen Wert legt. So entstehen sämtliche Maßnahmen aus einer Hand und tragen die klare Handschrift von Autohaus Peter.

Die Aufgaben sind vielfältig: Neben klassischen Werbemitteln verantwortet das Team auch komplettete Messeauftritte für Automobil- oder Azubimessen und entwickelt kreative Marketing-Kampagnen. Hinzu kommen PR-Arbeit und Online-Marketing.



Die Marketingabteilung entwickelt den kompletten Peter-Auftritt: Print, digital, Veranstaltungen und Messeauftritte aus einem Guss.

» Zusammen sorgen wir dafür, dass alle Veranstaltungen und Kampagnen eine einheitliche Linie transportieren. «

Simone Heinemann, Leitung Marketing

Ein Schwerpunkt der Arbeit liegt auf Veranstaltungen: Von exklusiven Kundenabenden bis hin zu Großevents mit bis zu 800 Gästen organisiert die Marketingabteilung den gesamten Ablauf. Von der grafischen Gestaltung der Einladungen über Versand und Teilnehmermanagement bis hin zur Detailplanung und Umsetzung vor Ort – inklusive Catering, Dekoration, Technik, Foto- und Videodokumentation sowie Nachberichterstattung – wird jedes Event professionell umgesetzt. Auch bei regionalen Ver-

anstaltungen, beispielsweise dem Reitturnier in Immenrode oder den Leichtathletik-Meetings in Dessau und Sondershausen ist das Team präsent.

So verbindet die Marketingabteilung klassisches Handelsmarketing mit digitalen Medien, kreative Gestaltung mit organisatorischer Präzision. Mit Leidenschaft, Teamgeist und einem klaren Gespür für Trends stellt sie sich erfolgreich den Herausforderungen des Wandels – und bringt die Marke Peter Tag für Tag sichtbar in Bewegung. ha



Das Marketing-Team aus Dessau: Liesa Krüger und Dualstudent Tim Krümmeling



NÜRNBERGER
VERSICHERUNG

**Herzlichen
Glückwunsch!**

35 Jahre Autohaus Peter,
1.000 gute Gründe zum Feiern.
Wir gratulieren und
feiern gerne mit.

NÜRNBERGER AutoMobil
Versicherungsdienst GmbH
Andreas Hiegemann
Schongauerstraße 29 – 31
04328 Leipzig
Telefon 0341 9857-341
andreas.hiegemann@
nuernberger-automobil.de



Begeisternde Begegnungen

Die Autohaus Peter Gruppe bringt Menschen zusammen, regt Diskussionen an, bringt Bewegung in die Region. Ein Überblick über 35 Jahre Eventkultur.

von Andrea Haunschild



Foto: Lutz Schneider

Bewegung, Begegnung, Begeisterung – die Autohaus Peter Gruppe ist im Dialog mit der Region. In 35 Jahren Unternehmensgeschichte boten die Autohäuser regelmäßig eine Bühne für Politik, Kultur, Sport und gesellschaftlichen Austausch. Events verbinden Menschen, stoßen Diskussionen an und wecken Emotionen. Ob Bundes- oder Landespolitik, wirtschaftliche Fragen oder gesellschaftlicher Diskurs – das Autohaus Peter war immer wieder Gastgeber für herausragende Persönlichkeiten und Veranstaltungen.

Ein Highlight: TV-Moderator Günther Jauch setzte 2024 als Ehrengast einer Strategietagung mit Weinen aus seinem Weingut „von Othegraven“ feine Akzente. Die Standorte des Autohauses Peter werden zudem immer wieder zu stilvollen Bühnen für große Auftritte: Konzerte, Bälle und Talkshows finden hier einen entsprechenden Rahmen.

Sportliche Highlights

Die Verbindung zum Sport ist bei der Peter Gruppe tief verwurzelt. Boxlegende Henry Maske, die Extrembergsteiger Hans Kammerlander und Reinhold Messner sowie Hans Meyer & Eduard Geyer beim Fußball-Talk „Meyer trifft Geyer“ prägten Abende mit Tiefgang, Witz und Persönlichkeit.

Gesellschaftliches Verantwortungsbewusstsein ist eine weitere Facette der Peter-Events. So begeisterte Marijke Amado 2019 nicht nur mit persönlichen

1 Prominenter Ehrengast: Günther Jauch im Autohaus Peter | 2 Boney M begeisterte mit ihrer Disco-Show | 3 Extrembergsteiger Hans Kammerlander (2. v. l.) und Richard Stampf (r.) zu Gast



4

Anekdoten, sondern spendete auch für den Mukoviszidose Selbsthilfe e. V. Ebenso beeindruckte Tess D. Smith, deren Tina-Turner-Show 2019 in Dessau das Publikum elektrisierte und gleichzeitig einem guten Zweck diente. Auch die Kleinen kamen nicht zu kurz: Volker Rosin verwandelte 2017 die Škoda-Auto-welt in Nordhausen in ein buntes Kinderparadies voller Musik und Bewegung.

Feiern mit Stil

Ob legendäre Eröffnungsfeiern neuer Standorte, zünftige Oktoberfeste oder Afterwork-Events für eine junge Zielgruppe in Sondershausen – das Autohaus Peter weiß, wie man Gäste beeindruckt. Mit bestem Catering, musikalischer Unterhaltung und festlichem Rahmen wird jede Veranstaltung zu einem besonderen Erlebnis für Kunden, Partner und Mitarbeiter. Zahlreiche exklusive Events für geladene Gäste spiegeln den hohen Stellenwert wider, den Kundenbindung bei der Autohaus Peter Gruppe einnimmt. Mit der Eventreihe „She's Mercedes“ richtete sich das Autohaus Peter überdies gezielt an Frauen –

» Bei uns treffen sich interessante Persönlichkeiten, die etwas zu sagen haben. Wir realisieren außergewöhnliche Formate und bringen Menschen zusammen. «

Autohauschef Helmut Peter



4 Die Top-Lounge-Veranstaltung war ein voller Erfolg | 5 Auch Henry Maske war schon im Autohaus Peter | 6 Marijke Amado spendete für den Mukoviszidose Selbsthilfe e. V. | 7 Auf der Automobilmesse Erfurt präsentierte das Autohaus Peter Neuheiten in inspirierendem Ambiente.



8



9

ein Format, das Frauen in Führungspositionen, Unternehmerinnen und Kulturschaffende miteinander vernetzt und sie inspiriert.

Leidenschaft für Mobilität

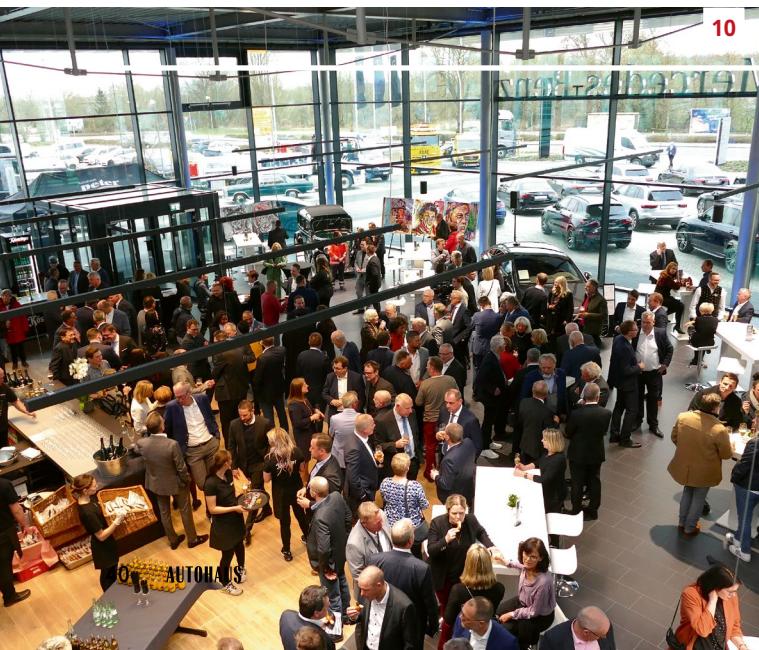
Im Zentrum vieler Veranstaltungen steht naturgemäß die Leidenschaft für Mobilität. Dazu gehören exklusive Fahrzeugpräsentationen in den Showrooms oder bei der größten regionalen Automobilmesse Deutschlands in Erfurt.

Die Peter Gruppe präsentiert Neuheiten stets in einem inspirierenden Umfeld und lässt die Besucher staunen und entdecken. Stilvolle Ausfahrten mit Oldtimern sowie die Teilnahme an Oldtimer-Rallyes runden das mobile Engagement ab. Bei der AUTOHAUS Classic Rallye sind die Peters immer dabei, als Teilnehmer, aber auch immer wieder als Lieferant von Ersatzfahrzeugen, wenn eines der teilnehmenden Schätzchen liegen bleibt.

So ist die Eventgeschichte des Autohauses Peter ein Spiegel gelebter Unternehmenswerte: Offenheit, Dialogfreude, Lebenslust und gesellschaftliches Engagement. Prominente Gäste, außergewöhnliche Formate und Mut zur Diskussion halten das Unternehmen und die Region in Bewegung. Die Autohaus Peter Gruppe ist mitten in der Gesellschaft und lebt so ihren Slogan: „Wir bringen mit Sicherheit Bewegung in Ihr Leben.“ ■

» Exklusive Events für geladene Gäste zeigen den hohen Stellenwert, den Kundenbindung bei uns einnimmt. «

Autohauschef Helmut Peter



10



11

8 Die Eventreihe „She's Mercedes“ richtet sich gezielt an Frauen | 9 Das Team Peter ist gern gesehener Teilnehmer der AUTOHAUS Classic Rallye | 10 Eröffnung des Autohauses in Wittenberg | 11 Eröffnung des Stellantis-Autohauses in Erfurt

FEEL THE DRIVE

GOOD  **YEAR**

**VECTOR
4SEASONS GEN-3**

*Erobern Sie die Straße
bei jedem Wetter*



**Herzlichen
Glückwunsch**

zu Ihrem Jubiläum

DEKRA gratuliert der **Peter Gruppe** herzlich zum
35-jährigen Jubiläum und wünscht auf der weiteren
Wegstrecke viel Erfolg.

dekra.de/kfz-gewerbe

 **DEKRA**



Herz und Haltung zeigen

Die Autohaus Peter Gruppe ist starker Partner vor Ort und beteiligt sich an vielfältigen gesellschaftlichen Aktionen und Veranstaltungen.

von Andrea Haunschild

Der Name Peter steht seit Jahrzehnten nicht nur für zuverlässige Mobilität, sondern ebenso für ein starkes Miteinander. Als Familienunternehmen mit Wurzeln in Nordhausen und über 27 Standorten in Thüringen, Sachsen-Anhalt, Niedersachsen und Hessen versteht sich die Autohaus Peter Gruppe als aktiver Mitgestalter des gesellschaftlichen Lebens.

Engagement wird hier nicht als Pflicht verstanden, sondern aus Überzeugung gelebt. Getreu dem Motto: „Stark in der Region, für die Region und mit der Region.“ Ob im Spitzensport, bei Familienfesten oder bei kulturellen Highlights – Sponsoring und soziales Engagement sind für das Unternehmen keine bloßen Marketinginstrumente, sondern Teil der Unternehmensidentität. Ein Paradebeispiel für das sportliche Engagement ist die langjährige Partner-

schaft mit dem Thüringer Handballclub THC und dessen Trainer Herbert Müller sowie Gesellschafter Robert Böhm. Für Seniorchef Helmut Peter ist dieser Verein ein echtes Herzensprojekt. Die emotionale Bindung zwischen Unternehmen und Mannschaft ist spürbar und wurde 2025 mit dem Sieg in der EHF European League gekrönt. Ein historischer Erfolg, der zeigt, wie aus wirtschaftlicher Unterstützung sportliche Höchstleistungen erwachsen können.

Spitzensport stilvoll unterstützt
Auch bei internationalen Leichtathletik-Meetings ist das Autohaus Peter aktiv beteiligt. Jahr für Jahr treffen in Son-

Helmut Peter und Christina Dost – vorne dabei beim Karnevalsumzug



dershausen oder Dessau Spitzenathleten aus aller Welt zusammen. Die Peter Gruppe unterstützt nicht nur finanziell, sondern gestaltet die Events auch mit – beispielsweise durch stilvolle Einfahrten der Sportstars in exklusiven Mercedes-Benz-Fahrzeugen. Eine gelungene Verbindung von Sport und Automobilkultur.

Im Radsport zählte die Lotto Thüringen Ladys Tour zu den Förderprojekten. Neben der Bereitstellung von Begleitfahrzeugen stellte das Autohaus Peter auch Trikots und weitere Ausstattung für die Etappenfahrt durch zahlreiche Thüringer Städte.

Ein weiteres Highlight im nordthüringischen Spitzensport ist das Reitturnier in Immenrode, das seit Jahren zur festen Größe im Sponsoring-Portfolio

» Wir investieren in Menschen, Begegnungen und unsere Region, weil wir an eine gemeinsame Zukunft glauben. «

Andreas Peter, Geschäftsführer Autohaus Peter Gruppe



Das Team der Autohaus Peter Gruppe beim Festumzug des Nordhauser Rolandsfestes.

zählt. Die Autohaus Peter Gruppe sorgt dort für stilvolle Shuttle-Fahrzeuge, zieht Pferdeanhänger mit robusten Zugmaschinen oder setzt ihre Marken in Szene – eingebettet in ein Umfeld, das für Ausdauer, Präzision und Stil steht. Werte, mit denen sich auch das Unternehmen identifiziert. Ergänzt wird dieses Engagement durch exklusive Kunden-VIP-Events, die den Gästen unvergessliche Eindrücke in besonderem Ambiente bieten.

Die Autohaus Peter Gruppe ist regelmäßig auf Stadtfesten, Autofrühling-Veranstaltungen und zahlreichen weiteren regionalen Events präsent. Diese Plattformen nutzt das Unternehmen, um seine Marken erlebbar zu machen, Nähe zu schaffen und direkt mit Besucherinnen und Besuchern ins Gespräch zu kommen – etwa durch Fahrzeugpräsentationen oder persönliche Beratung.

Das Rolandsfest in Nordhausen am Stammsitz der Unternehmensgruppe steht exemplarisch für das langjährige Engagement bei regionalen Stadtfesten. Seit vielen Jahren begleitet die Autohaus Peter Gruppe das Nordhäuser Fest – unter anderem durch Fahrzeugbereitstellungen für die Rolandgruppe, die beliebte Škoda-Roadshow-Bühne am Kornmarkt und die aktive Teilnahme der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an traditionellen Festumzügen. Hier zeigt sich regionale Verwurzelung in gelebter Form.

Darüber hinaus bringt sich die Autohaus Peter Gruppe bei vielfältigen regionalen Events ein – vom Stadtlauf, Kon-



Jedes Jahr fester Bestandteil des Eventplans: Kreation eines eigenen Karnevalswagens als Azubi-project für die Umzüge in Dessau und Köthen

zert oder Theaterabend bis hin zum närrischen Karnevalsumzug in Dessau, bei dem ein eigener Umzugswagen bis ins kleinste Detail gestaltet wurde. Mit kreativen Formaten, Markenpräsenz und persönlichem Einsatz trägt das Unternehmen dazu bei, lokale Ereignisse lebendig zu gestalten und nachhaltig zu bereichern.

Engagement und Hilfsbereitschaft

Auch in weiteren Bereichen setzt die Peter Gruppe starke Impulse – etwa durch die langjährige Kooperation mit dem Zoo Erfurt. Tierpatenschaften sowie Fördermittel für bauliche Projekte im Zoopark sind Ausdruck eines verantwortungsvollen, nachhaltigen Denkens. Der Zoo mit jährlich über einer halben Million Besu-

cherinnen und Besuchern ist ein wichtiger Anziehungspunkt für Familien – und damit ein idealer Partner für ein Familienunternehmen wie die Autohaus Peter Gruppe.

Gelebte Verantwortung ist die Beteiligung am 24-Stunden-Schwimmen in Sondershausen. Seit Jahren wird bei dieser Benefizaktion für jeden erschwommenen Kilometer gespendet. Zusätzlich unterstützt das Unternehmen auch Tafeln, Feuerwehren, soziale Einrichtungen, lokale Sportvereine und Hilfsorganisationen mit Spenden und Sachleistungen.

Auch im politischen Umfeld übernimmt die Peter Gruppe Verantwortung, indem sie Politikerinnen und Politikern eine Bühne gibt und hiesige Wahlkampagnen unterstützt.

Egal ob sportlicher Ehrgeiz, kulturelle Identität oder soziales Engagement – die Autohaus Peter Gruppe bringt sich dort ein, wo Gemeinschaft wächst und Zukunft gestaltet wird. Herz zeigen, Haltung beweisen, Heimat gestalten – mit Leidenschaft, mit Verantwortung und natürlich: mit Bewegung. ■



Sponsoring des Reitturniers in Immenrode und des Thüringer Handballclubs, stilvolle Einfahrt bei internationalen Leichtathletik-Wettbewerben



Die Tanzfeste bei der Peter Gruppe sind legendär. Das Autohaus verwandelt sich in eine Gala-Lokation und bringt Menschen in stilvollem Ambiente zusammen.

von Andrea Haunschild



Stimmungsvoll dekoriert wird das Autohaus zum festlichen Veranstaltungsraum.

Wenn im Frühling die Türen des Nordhäuser Mercedes-Showrooms zum Ballabend geöffnet werden, hat sich das Autohaus in eine elegante Bühne voller Glanz und Glamour verwandelt. Seit mehr als drei Jahrzehnten zählt der Frühlingsball bei Peter zu den gesellschaftlichen Höhepunkten der Region. Er hat sich zu einem Treffpunkt für Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft und Kultur sowie für viele Stammgäste entwickelt, die das besondere Ambiente schätzen.

Legendär die Auftritte großer Stars: Ute Freudenberg, Dieter Thomas Heck, Boney M. und Petra Zieger sorgten live für Gänsehautmomente und unvergessliche Abende. Jedes Jahr steht der Ball unter einem neuen Motto – von den 80er-Jahren über das glamouröse Paris

Fotos: Autohaus Peter Gruppe



2



3



4

1 Glamour im Autohaus Peter: Die Ballnächte sind bis ins kleinste Detail durchkonzipiert und strahlen in die ganze Region | **2** Ute Freudenberg sorgte für Stimmung auf dem Parkett | **3** Ein Hoch auf gemeinsame Erlebnisse mit (v. r.) Dieter Thomas Heck, Andreas Krey (LEG), Hans Joachim Junker und Michael John (ehemalige GF Nordbrand) | **4** Helmut Peter in charmanter Begleitung seiner Partnerin Gabi Biermann beim Frühlingsball

bis zu den eleganten Goldenen 20ern. Dekoration, Beleuchtung und Farbkonzepte werden stets bis ins kleinste Detail auf das jeweilige Thema abgestimmt und sorgen für ein stimmiges Ambiente.

Festlicher Glanz

Der Showroom erstrahlt in festlichem Glanz: stilvoll eingedeckte Tische, kunstvolle Blumengestecke, stimmungsvolle Beleuchtung. Für kulinarische Höhepunkte sorgt ein exzellentes Catering. An der Eisbar können Gäste eigene Kreationen gestalten, während die Cocktailbar in Kooperation mit Nordbrand Nordhausen, einem langjährigen Partner des Autohauses und traditionsreichen Aushängeschild der Stadt, mit raffinierten Drinks für genussvolle Momente sorgt.

Auch hinter den Kulissen wird gezaubert: Die Werkstatt wird vollständig ausgeräumt, Hebebühnen verschwinden, und der Raum verwandelt sich in eine große Disco, in der bis in die frühen Morgenstunden zu DJ-Musik getanzt wird. Möglich ist dies nur durch das Engagement des gesamten Teams, das dekoriert, serviert, Gäste betreut und am Ende alles wieder in den Ursprungszustand versetzt.

Neben dem Frühlingsball setzt auch der Ärzte- und Apothekerball Akzente in der Balltradition des Hauses. Organisiert

in enger Abstimmung mit dem Südharz-Klinikum, wurde er zu einem festen Termin für die medizinische und pharmazeutische Gemeinschaft der Region – mal in Nordhausen, mal in Heiligenstadt. Über 50 Bälle in 30 Jahren – sie sind weit mehr als rauschende Feste. „Bei unseren Ballnächten bringen wir Menschen aus der Region zusammen“, sagt Autohauschef Helmut Peter. „Wir schaffen eine festliche Atmosphäre, in der sie lachen, tanzen und unvergessliche Momente erleben können, die noch lange nachhallen.“ ■

» Wir bringen Menschen zusammen und lassen sie in festlicher Atmosphäre unvergessliche Momente erleben. «

Autohauschef Helmut Peter



Bühne für lebendige Demokratie

Gesellschaftlicher Diskurs und politischer Austausch sind Helmut Peter wichtig. Regelmäßig bringt er deshalb politische Prominenz in seine Häuser und regt Diskussionen an.

von Andrea Haunschild

Sein Jahrzehnten versteht sich die Autohaus Peter Gruppe als Gastgeber für politische Diskussionen. Die Showrooms wurden dabei immer wieder zu Orten, an denen Bundes- und Landespolitik, Wirtschaft und Gesellschaft miteinander ins Gespräch kamen. Namhafte politische Persönlichkeiten gaben sich bei Peter schon die Klinke in die Hand.

Der ehemalige Bundesminister Peter Altmaier begeisterte unter anderem beim Oktoberfest in Duderstadt mit einer emotionalen Rede vor 600 Gästen. Bei einem zweiten Besuch nahm er an einem Wirtschaftsempfang bei Opel teil. Auch CDU-Bundesvorsitzender und inzwischen Bundeskanzler Friedrich Merz sprach beim „Wirtschaftspolitischen Frühschoppen“ vor rund 800 Zuhörern in Nordhausen Klartext zur deut-

schen Wirtschaftspolitik. Ein Vormittag, der vielen im Gedächtnis blieb.

Größen zu Gast

Weitere Größen wie Altbundeskanzler Gerhard Schröder, der damalige thüringische Ministerpräsident Dieter Althaus, Sachsen-Anhalts Ministerpräsident Reiner Haseloff, der amtierende Vizepräsident des Deutschen Bundestages und ehemalige thüringische Ministerpräsi-

dent Bodo Ramelow sowie der amtierende Thüringer Ministerpräsident Mario Voigt waren ebenfalls bereits zu Gast in den Peter-Häusern.

Streiten und Brücken bauen

Neben Reden und Einzelauftritten waren es immer wieder Podiumsdiskussionen und Hintergrundgespräche, die das Autohaus in eine Bühne für lebendige Demokratie verwandelten. Die Themen reichten von Wirtschaftsförderung, Energiewende und Mobilitätskonzepten bis hin zu sozialer Gerechtigkeit und Zukunftschancen im ländlichen Raum. Oft wurde leidenschaftlich gestritten, aber immer mit dem Ziel, Brücken zu bauen und Lösungen zu finden.

Zu den jüngsten Terminen zählte das Wirtschaftsfrühstück im Februar 2025 in der Škoda Autowelt Nordhausen:

» Politik findet nicht nur in Parlamenten statt, sondern auch mitten in der Region, dort, wo Menschen leben und arbeiten. «

Autohauschef Helmut Peter



1 Friedrich Merz zur deutschen Wirtschaftspolitik
 2 v. r.: Helmut Peter mit Ministerpräsident Mario Voigt und Fritz Güntzler | 3 Bodo Ramelow (r.), ehemaliger Ministerpräsident Thüringen, und Reiner Haseloff (l.), Ministerpräsident Sachsen-Anhalt | 4 Gerhard Schröder mit seiner Frau (Mitte) zu Besuch | 5 Der ehemalige Bundesminister Peter Altmaier (2. v. l.) in der Peter-Runde | 6 Der damalige thüringische Ministerpräsident Dieter Althaus mit Gattin beim Frühlingsball | 7 Helmut Peter mit dem ehemaligen chinesischen Botschafter Shi Mingde | 8 Volles Haus beim wirtschaftspolitischen Frühschoppen | 9 Fritz Güntzler beim Wirtschaftsdialog

Rund 140 Gäste diskutierten mit Thüringens Wirtschaftsministerin Colette Boos-John, CDU-Direktkandidat David Gregosz und Dieter Althaus über die Zukunft der Region. Einige Tage zuvor begrüßte das Autohaus Peter in Duderstadt Ministerpräsident Mario Voigt und Bundestagsabgeordneten Fritz Güntzler zum Wirtschaftsdialog, der ganz im Zeichen aktueller politischer Themen und des Wahlkampfendspurts stand.

Ort der Begegnung

„Unser Autohaus ist ein Ort der Begegnung, und das schließt den offenen Austausch mit der Politik ausdrücklich ein“, betont Helmut Peter. „Es ist wichtig, dass Politik nicht nur in den Parlamenten stattfindet, sondern auch mitten in der Region, dort, wo die Menschen leben und arbeiten.“



Fördern und gestalten

Die Bundesfachschule für Betriebswirtschaft steht deswegen so gut da, weil Helmut Peter sie auf solide Füße gestellt hat. Silvia Gerl schätzt ihn als Unternehmer und als Freund.

von Andrea Haunschild



Ein hervorragendes Team: Silvia Gerl und Helmut Peter

kommt mir sehr entgegen, da ich selbst sehr handlungsorientiert bin“, sagt Gerl. „Helmut Peter kennt sich aus von der Nischenmarke bis zum Premiumprodukt, vom Einzelbetrieb bis zur Handelsgruppe, vom Werkstattgeschäft bis zum Flottengeschäft. Somit deckt er als einzelne Person die gesamte Branche ab, die bei uns an der BFC zusammenkommt. Gleichermaßen gilt für die Erfordernisse der (Verbands-)Politik. Wenn wir ihn nicht schon als Vorstandsvorsitzenden hätten, würden wir ihn uns wünschen“, so Silvia Gerl weiter.

Als Meilenstein bezeichnen sowohl Peter als auch Gerl die Einführung des Fernstudiums sowie die Aufnahme des Studienfachs „Digital Business“. Dabei überzeugt Silvia Gerl vor allem Helmut Peters Haltung gegenüber den Studierenden. „Helmut Peter hat ein großes Herz für junge Menschen und deren Entwicklung. Das zeigt sich ebenfalls in seinem Unternehmen, wo er eigene Talente fördert. Er entwickelt jeden dahin, wo er seine Stärken weiter ausbauen und sich fachlichen Tiefgang verschaffen kann.“

Ein großes Vorbild

Auch menschlich sind die beiden sich sympathisch: „Unsere Zusammenarbeit ist geprägt von Ehrlichkeit, Verlässlichkeit und sehr viel Vertrauen. Das genieße ich sehr und es wirkt sich natürlich auch positiv auf unser schulisches Tagesgeschäft aus“, so Silvia Gerl. „Ich habe einen Menschen kennengelernt, der authentisch ist, sagt, was er denkt, Dinge nicht aussitzt, sondern anpackt. Jemand, der sich unermüdlich für Dinge einsetzt, auch ehrenamtlich, um zu fordern, fördern und zu gestalten. So habe ich ihn vor über zehn Jahren erlebt, und so ist es bis heute. Für mich ist HP ein großes Vorbild – als Unternehmer und auch als Freund.“

Sein fast 60 Jahren ist die Bundesfachschule für Betriebswirtschaft im Kraftfahrzeuggewerbe (BFC) eine automobilwirtschaftliche Bildungsstätte. Entwickelt hat sie sich in dieser Zeit zu einer Zentrale, in der automobile Führungskräfte geformt werden. Das praxisnahe Studium bietet die Abschlüsse Betriebswirt im Kfz-Gewerbe (Vollzeit) oder Automobil-Ökonom (Fernstudium). Die Dauer des Präsenzstudiums in Northeim beträgt elf Monate, das Fernstudium umfasst 24 Monate. Somit ist es bereits nach kurzer Zeit möglich, einen anerkannten und qualifizierten Abschluss im Kfz-Gewerbe zu erlangen.

Eine gesunde Basis

Eng verbunden ist die Schule mit Helmut Peter. Der Autohauschef sorgt seit 2012 für Stabilität und eine solide finanzielle Basis. Begonnen hat sein Engagement mit einer Bitte des damaligen ZDK-Präsidenten Robert Rademacher. Dieser kam zu Peter und regte ihn an, die Verantwortung für die BFC zu übernehmen, die zu diesem Zeitpunkt noch eine ZDK-Institution und in finanziellen Schwierigkeiten war.

Helmut Peter sagte ja, übernahm den Vorstandsvorsitz der Schule und sorgte

für ihre Gesundung. Die Zusammenarbeit mit Geschäftsführerin Silvia Gerl läuft reibungslos. „Ich halte Silvia Gerl den Rücken frei und handle in allen Bereichen im besten Einvernehmen mit ihr gemeinsam. Im Tagesgeschäft hat sie völlig freie Hand. Die Schule steht heute auf soliden Füßen. Auch dieses Engagement sehe ich im Rahmen meiner gesellschaftlichen Verantwortung“, betont Helmut Peter.

Silvia Gerl schätzt an der Zusammenarbeit mit Helmut Peter, dass er für BFC-Angelegenheiten immer ansprechbar ist und alle Anforderungen der Branche kennt. „Für mich ist es sehr vorteilhaft, nie weit ausholen zu müssen. Helmut Peter ist tief im Tagesgeschäft integriert und kennt alle Herausforderungen, die derzeit in der Branche bestehen. Für uns bedeutet das schnelle Lösungen. Das

» **Helmut Peter hat ein großes Herz für junge Menschen und deren Entwicklung. Das zeigt sich auch darin, dass er eigene Talente fördert. «**

Silvia Gerl, Geschäftsführerin BFC

Einladend und nachhaltig

Nach der Fertigstellung der A38 war die Frage, an welchem Standort in Nordthüringen ein moderner Autohof entstehen sollte. Mehrere Investoren waren im Gespräch – durchgesetzt haben sich schließlich Andreas Peter und Silvio Wagner (Hoch- und Tiefbau WA-RESA), die mit viel Mut und Vision das Ziel verfolgten, einen der schönsten Autohöfe Deutschlands zu errichten. Heute bestätigen zahlreiche Trucker und andere Besucher: Dieses Ziel wurde erreicht.

Seit dem ersten Spatenstich im Oktober 2021 ist auf einer Fläche von inzwischen 150.000 Quadratmetern ein lebendiges Zentrum für Mobilität, Handel und Versorgung entstanden. Bereits 2023 eröffneten die TotalEnergies-Tankstelle, ein Penny-Markt sowie ein McDonald's-Restaurant, gefolgt vom Technik-Center

Harzblick der Raiffeisen Warengeellschaft. Auch die TEAG Thüringer Energie AG verlegt ihren Nordthüringer Standort auf das Areal. Weitere Projekte sind bereits in Umsetzung – darunter ein Automaten-Spielcasino, ein neues Hotel sowie die Erweiterung der Stellflächen für Nutzfahrzeuge, da die Nachfrage die vorhandenen Kapazitäten bereits übersteigt.

Besonderes Augenmerk liegt auf Gestaltung und Nachhaltigkeit: Mehr als 100 mittelgroße Bäume wurden gepflanzt und Grünflächen angelegt. Mit

den E-Ladesäulen der TotalEnergies-Tankstelle sowie einem Tesla-Schnellladepark wurde die Elektromobilität konsequent integriert.

Im Mai 2024 wurde der Autohof feierlich eröffnet – mit Gästen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, darunter Ministerpräsident Bodo Ramelow und Innenminister Georg Maier. Ein zweitägiges Programm mit Musik, Show-Acts und dem imposanten RoadStars-Showtruck von Mercedes-Benz Trucks machte die Einweihung zu einem Fest für die ganze Region. ha



Der Autohof Werther – einer der schönsten Deutschlands

Foto: Autohaus Peter Gruppe



Autohaus
peter

Ein starkes Duo. Generationen verbinden. Zukunft gestalten.

35 Jahre Peter Gruppe bedeutet:

- ▶ Mut zu Investitionen
- ▶ Umsetzung zukunftsfähiger Visionen
- ▶ Kontinuität und Verlässlichkeit auf allen Ebenen
- ▶ Unzählige Begegnungen auf Branchenevents
- ▶ Ein unschlagbares Vater-Sohn-Gespann

Vielen Dank, liebe Familie Peter, für 35 Jahre Zusammenarbeit und Freundschaft!



www.dat.de

Geschichte anschaulich machen

Das IFA-Museum Nordhausen bewahrt an ihrem ehemaligen Produktionsort mehr als 100 Exponate aus ostdeutscher Fahrzeugproduktion.

von Andrea Haunschild

Die Geschichte der ostdeutschen Kraftfahrzeugproduktion wird im IFA-Museum Nordhausen lebendig. Die am Originalstandort des zuletzt größten Motorenwerkes der DDR vorgestellten Exponate repräsentieren die Geschichte von ca. 90 Jahren Fahrzeugbau am Rande des Harzes. Sie zeigen beispielhaft die Loks, Traktoren und Motoren, die seit 1905 die Werkhallen an der ehemaligen Kasseler Landstraße verlassen haben. Das Werk war nach dem zweiten Weltkrieg ein bedeutender Teil der IFA Vereinigung Volkeigener Betriebe der DDR.

Die Besucher erwarten mehr als 100 originalgetreu restaurierte Exponate, darunter komplette Schnittmodelle der Dieselmotoren der 14,5er- und 13,5er-Baureihe und des legendären Famulus-Traktors. Von der sich drehenden Motor-Kurbelwelle bis zum Differentialgetriebe kann das Wirkprinzip auch heutiger Antriebstechnik erklärt werden.

Besonderes stolz ist man, lange Zeit unbekannte oder verschwiegene Industriegeschichte zugänglich zu machen. Dazu gehören nicht nur die Loks aus der ersten Hälfte des letzten Jahrhunderts,

sondern auch die Rüstungsproduktion und Fremdarbeit in den 40iger Jahren. Dass die Sowjets zwischen 1945 und 1947 im Werk Teile der Fernrakete V2 rekonstruiert haben, war bisher nicht vollständig aufgearbeitet. So wird Geschichte im IFA-Museum begreifbar.

Es begann mit einem Traktor

Die Geschichte des Museums ist seit den ersten Ideen mit Helmut Peter verbunden, denn dieser bekam zu seinem 50. Geburtstag 2007 von seinem Freund Günter Helbing nicht etwa eine Torte geschenkt, sondern einen Traktor. Noch dazu einen ganz besonderen: einen Radschlepper aus dem Jahr 1949, der von den Konstrukteuren und Arbeitern im damaligen Schlepperwerk den Namen „Brockenhexe“ erhielt.

Günter Helbing besaß noch weitere solche Sammlerstücke. Diese sollten, so versprachen sich die beiden Männer in die Hand, ebenfalls in ihre Heimat kommen. Die Suche nach einer Unterkunft erwies sich jedoch als äußerst schwierig. Doch schließlich fügte es sich, dass die Fahrzeuge dorthin zurückkehren konnten, wo sie einst gebaut wurden: an die



Motorenstraße im IFA-Industriepark Nordhausen, wo früher die größte Fertigungsstrecke für Dieselmotoren in der DDR stand.

Tradition des Motorenbaus

Viele Jahre war Helmut Peter Chef des IFA-Museums am Harz und baute es zu einem Ort auf, an dem Geschichte bewahrt und für die nächsten Generationen anschaulich gemacht wird. Als die anfängliche Aufbaurbeit geleistet war, übergab Peter die Leitung an Hans Georg Franke, der dem Verein bis heute vorsteht und viele Mitstreiter an seiner Seite hat. Sie alle setzen die Idee von Helmut Peter in die Realität um, und das mit Erfolg. Heute gehört das Museum zu den bedeutendsten Fahrzeugmuseen in Mitteldeutschland und kann sich in die Reihe der Museen in Eisenach, Zwickau oder Suhl stellen. Die Besucher kommen inzwischen aus allen Teilen der Republik und dem Ausland nach Nordhausen. Viele sehen zum ersten Mal, zu welchen Leistungen die Menschen der Region bereit und in der Lage waren und heute noch sind.

Auch das ist ein Verdienst von Helmut Peter, der nach wie vor mit finanzieller Unterstützung den Verein und damit die Tradition des Fahrzeugbaus in Nordhausen am Leben erhält.



Im IFA-Museum Nordhausen sind originalgetreu restaurierte Fahrzeuge und Motoren zu sehen.

Unternehmer und Visionär

Helmut Peter engagiert sich. Er hat eine Stimme in der Branche.
Seine Haltung ist Vorbild und wird weithin geschätzt.



AUTOHAUS verlieh Helmut Peter einen „bayerischen Löwen“ als Anerkennung für seinen Einsatz in puncto Aus- und Weiterbildung.

Helmut Peter ist nicht nur Gründer und Geschäftsführer einer der größten inhabergeführten Autohandelsgruppen Mitteldeutschlands, sondern auch eine Persönlichkeit mit starkem gesellschaftlichem Engagement. Sein unternehmerisches Lebenswerk und sein ehrenamtlicher Einsatz wurden mehrfach gewürdigt – zuletzt mit zwei Auszeichnungen, die seine Ver-

dienste für die Kfz-Branche und weit darüber hinaus sichtbar machen.

Mit dem „Executive Circle Award 2019“ wurde Helmut Peter für sein unternehmerisches Lebenswerk ausgezeichnet. Die Jury würdigte insbesondere seinen visionären Aufbau der Autohaus Peter Gruppe seit 1990, gestartet mit einer Mercedes-Benz-Vertragswerkstatt in Nordhausen. Nicht weniger bedeutend ist Helmut Pe-



Verleihung des Executive Circle Awards für Peters Lebenswerk

ters ehrenamtliches Engagement, das 2021 mit dem „Bayerischen Löwen“ gewürdigt wurde, verliehen im Rahmen des AUTOHAUS-Sommerempfangs in München. Damit wurden insbesondere seine Verdienste als Vorstandsvorsitzender der Bundesfachschule für Betriebswirtschaft im Kfz-Gewerbe (BFC) in Northeim hervorgehoben. Klaus Dieter Breitschwert, Ehrenpräsident des Bayerischen Kraftfahrzeuggewerbes, würdigte Peters Einsatz für die Aus- und Weiterbildung in der Branche. „Helmut Peter steht für Verantwortung, Kontinuität und unternehmerische Haltung“, so Breitschwert. Sein Engagement für die Branche und das Ehrenamt sei beispielgebend, ebenso wie sein persönliches Lebensmotto „Wer nicht wagt, verliert“ Eine Überzeugung, die weit über den wirtschaftlichen Erfolg hinausstrahle.

Auch im Thüringer Kfz-Gewerbe engagiert sich Helmut Peter. Erst kürzlich wurde er als Präsident des Landesverbandes bestätigt. Anlässlich dessen Jahreshauptversammlung in den Räumen der Thüringer Energie (TEAG) mit Fokus auf die „Chancen der Elektromobilität“ wurde er einstimmig wiedergewählt. Ein klares Zeichen für seine politische Akzeptanz und Beliebtheit. ha



Einstimmig als Präsident des Thüringer Kfz-Gewerbes wiedergewählt:
Helmut Peter
am 26. Mai 2025.



Helmut Peter erhält die goldene Ehrennadel des ZDK von Thomas Peckruhn.

W

Ein starkes
Jubiläum.
Eine starke
Partnerschaft.

mobile.de gratuliert der Peter Gruppe
zu 35 Jahren Erfolg im Autohandel.

 **mobile.de**
Deutschlands größter Fahrzeugmarkt