

# kfz-betrieb

Die großen  
**Autohändler**  
Deutschlands

# 2013

Marken • Märkte • Menschen



**Autohaus Babelsberg**

# Starkes Gebrauchtwagengeschäft

Der Potsdamer Händler hat sich von Hyundai getrennt und gibt dafür mehr Gas bei Gebrauchten

2013 war ein gutes Jahr für das Autohaus Babelsberg. Während der Potsdamer Händler im Neuwagengeschäft stabile Umsätze verzeichnete, sind die Erlöse im Service und bei den Gebrauchtwagen deutlich gestiegen. Das macht sich auch unter dem Strich bemerkbar.

„Wir konnten bereits im vergangenen Jahr unser gutes Betriebsergebnis aus dem Jahr 2011 stabilisieren. Und auch in diesem Jahr sind wir mit dem Ertrag zufrieden“, sagt Andreas Bohl, Inhaber und Geschäftsführer des Unternehmens. Dabei gab es 2012 einen wesentlichen Einschnitt: Bohl trennte

sich von der Marke Hyundai, die er 2005 zusätzlich zu seinen Stammfabrikaten VW und Audi ins Portfolio genommen hatte. Sowohl VW als auch Audi hätten in den letzten Jahren ihre Modellpaletten kontinuierlich erweitert und seien inzwischen auch in Segmenten vertreten, in denen die Koreaner

FÜHRUNGSKRÄFTE



Andreas Bohl, geschäftsführender Gesellschafter.



Michaela Bohl, Leiterin Finanzen und Prokuristin.



Karsten Bosecker, Verkaufsleiter Audi.



Kathleen Brandt, Verkaufleiterin Volkswagen.



Audi

Nutzfahrzeuge



Fotos: Wehner/Autohaus Babelsberg

## HISTORIE

- 1990** Gründung der Autohaus Babelsberg GmbH
- 1991** Vertriebs- und Serviceverträge mit Volkswagen und Audi
- 1993** Eröffnung eines Autohaus-Neubaus für Audi und Volkswagen
- 1998** Markentrennung im Vertrieb, Neubau eines Audi-Salons und Eröffnung eines Autokaufhauses für Gebrauchtwagen
- 2005** Grundstückserweiterung: Bau eines Hyundai-Autohauses und Erweiterung der Gebrauchtwagen-Verkaufsfläche
- 2007** Eröffnung eines Neubaus für Volkswagen nach neuester CI
- 2008** Eröffnung eines neuen Audi-Terminals unter dem Namen Audi-Zentrum Potsdam
- 2012** Trennung von der Marke Hyundai und Umbau des bisherigen Hyundai-Gebäudes zum Gebrauchtwagenzentrum



Brandenburg



### Brandenburg

- Potsdam: Audi, VW, VW Nutzfahrzeuge

stark gewesen seien. Da habe es nahegelegen, sich auf die beiden Hauptmarken zu konzentrieren, erklärt der Geschäftsführer.

Die durch den Wegfall von Hyundai fehlenden Neuwagenverkäufe kann das Autohaus durch ein wachsendes Geschäft mit VW Pkw und einen deutlich steigenden Gebrauchtwagenanteil mehr als kompensieren. „Hinzu kommt, dass im Gebrauchtwagengeschäft die Erträge höher sind“, so Bohl. Das frühere Hyundai-Gebäude ist nun ein Gebrauchtwagenzentrum. „Eigentlich haben wir den Platz dringend benötigt“, sagt der Autohaus-Chef, der generell mehr Gas bei Gebrauchtwagen geben will.

Bohl hat in den letzten Jahren dazu bereits an einigen Schrauben gedreht. So wurde die Fahrzeugaufbereitung nach außen vergeben, um die Fahrzeuge flexibler und schneller zum Verkauf bereitzustellen. Das Erstellen der Fahrzeugfotos übernimmt ebenfalls ein externer Dienstleister, der sich auch gleich darum kümmert, die Bilder in die Börsen einzustellen. Zudem hat Bohl einen Zukäufer eingestellt, der sich um den Fahrzeugeinkauf kümmert. Für den Abverkauf von Gebrauchtwagen nutzt das Autohaus Babelsberg den Auktionsanbieter BCA. „Früher haben wir viele Autos an Wiederverkäufer abgegeben. Aber das war sehr viel aufwendiger, weil wir da viele Ansprechpartner hatten, mit denen wir immer wieder verhandeln mussten“, sagt Bohl. Besonders wichtig ist für den Händler die Preiskontrolle. „Wenn die Preise nicht stimmen, hat man keine Chance. Daher sorgen wir für eine zügige Abpreisung, wenn ein Auto zu lange steht“, erläutert der Geschäftsführer. Das führte dazu, dass das Autohaus Babelsberg die durchschnittliche Zahl der Standtage auf 70 senken konnte.

Für das Gebrauchtwagengeschäft spielt auch das Internet eine große Rolle. Daher ließ Bohl seinen Webauftritt von einem neuen Anbieter modernisieren und verbessern. „Wichtig war uns, dass die Kunden sich einfacher zurechtfinden“, sagt der Geschäftsführer. Selbstverständlich ist das Autohaus Babelsberg in allen wichtigen Börsen vertreten. Dagegen verzichtet das Unternehmen beispielsweise auf einen Facebook-Auftritt. „Wir wollen die Kontrolle darüber haben, was über unser Unternehmen veröffentlicht wird. Das ist bei Facebook nicht unbedingt gegeben“, erläutert Bohl.

Das Autohaus Babelsberg ging 1990 aus einer Produktionsgenossenschaft des Handwerks (PGH) hervor, in der verschiedene Kfz-Betriebe organisiert

waren. Neben dem heutigen Geschäftsführer Andreas Bohl gab es zunächst drei weitere Gesellschafter. Die sind inzwischen ausgeschieden, und das Unternehmen ist zum Familienbetrieb geworden: Bohl hat Anteile an seine Kinder abgegeben, und Tochter Michaela ist als Diplom-Betriebswirtin im Unternehmen für die Finanzen zuständig und hat Prokura.

### Turbulente Wendezeit

Bereits 1991 hat das Autohaus Vertriebs- und Serviceverträge mit Volkswagen und Audi geschlossen. „Wir waren ein recht großes Unternehmen und wollten Verträge mit Marken, die einen großen Marktanteil hatten. Wir wollten starke Marken, um die Arbeitsplätze für unsere Angestellten langfristig zu sichern“, erzählt Bohl. In dem Unternehmen wurde wie in vielen Betrieben zur Wendezeit zunächst viel improvisiert. „Wir hatten zunächst gar keinen Schauraum. In dieser Zeit an Neuwagen zu kommen, war schwierig“, sagt der Geschäftsführer. Man behielt sich stattdessen mit zugekauften Miet- und Gebrauchtwagen. 1993 schließlich eröffnete das Autohaus Babelsberg einen Neubau für beide Marken. „Wir haben sofort eine positive Entwicklung gespürt. Viele Potsdamer sind nach der Wende zunächst nach Berlin in die Autohäuser gefahren. Aber das waren oft ältere Betriebe. Wir hatten dagegen einen neuen modernen Betrieb. Das zeigte sich im Kundenzuspruch“, erinnert sich Bohl.

1998 stand eine Erweiterung an. Das Unternehmen baute einen Audi-Salon und verkaufte



Matthias Kliche, Leiter Service.



**1** Seit über 20 Jahren verkauft das Autohaus Babelsberg Audi-Fahrzeuge.

**2** Das Unternehmen ist Audi-Gebrauchtwagen-Plus-Partner.

**3** Auf dem früheren Hyundai-Gebäude prangt das Logo des VW-Gebrauchtwagenkonzepts „Das Weltauto“.

**4** Rund 400 Gebrauchte sind ständig verfügbar.

**5** Das Nutzfahrzeuggeschäft spielt beim Autohaus Babelsberg eine wichtige Rolle.

**6** 2008 eröffnete das neue Audi-Terminal. Es war eines der ersten in Deutschland.



die beiden Marken seitdem getrennt voneinander. Gleichzeitig eröffnete das Unternehmen ein großes Autokaufhaus für Gebrauchtwagen auf 4.000 m<sup>2</sup> mit zusätzlich 6.000 m<sup>2</sup> Freifläche. Die nächste Erweiterung stand 2005 an. Bohl kaufte ein benachbartes Grundstück, um die Gebrauchtwagen-Verkaufsfläche zu vergrößern.

Ein Jahr darauf entschloss sich Bohl, seine Marken komplett zu trennen, nachdem sich abgezeichnet hatte, dass der VW-Konzern das in einer Stadt wie Potsdam über kurz oder lang erwartet. 2007 öffnete schließlich das neue VW-Autohaus nach neuester Marken-Cl, ein Jahr später ging das neue Audi-Zentrum Potsdam an den Start. Das Autohaus Babelsberg gehörte zu den ersten Partnern der Ingolstädter Premiummarke, die das neue Terminal-Konzept umgesetzt hatten.

Nicht nur im Vertrieb und in der Kundendienstannahme, sondern auch in Werkstatt und Lager arbeitet seitdem jede Marke für sich. Bohl gibt zu, dass eine solch strikte Trennung für das Unternehmen zunächst ein Risiko war. Er musste zusätzliches Personal einstellen – eine Investition, die sich nicht sofort kompensieren ließ. Doch es hat sich gelohnt. „Viele Kunden haben sich durch die Markentrennung umorientiert. Große, moderne Autohäuser haben eine Magnetwirkung“, ist Bohl überzeugt.

Zu seiner Philosophie gehört auch, dass seine Autohäuser immer auf dem neuesten Stand sein müssen. Er will für seine Mitarbeiter die bestmöglichen Bedingungen schaffen. Das betrifft einerseits das Finanzielle: Mit den nach aktuellsten Cl-Vorga-



ben gestalteten Häusern will Bohl sich den größtmöglichen Bonus vom Hersteller sichern. Zum anderen soll das Arbeiten in moderner, angenehmer Atmosphäre die Mitarbeiter zusätzlich motivieren.

Bohl ist überzeugt, dass seine Angestellten gerne im Autohaus Babelsberg arbeiten. Fluktuation gibt es kaum. „Wir haben ein sehr offenes Verhältnis in unserem Unternehmen“, sagt Bohl. Der Chef freut sich auch immer, wenn ein Mitarbeiter zu ihm kommt und eine Anregung hat.

Alle Mitarbeiter mit Kundenkontakt werden leistungsgerecht entlohnt. „Wir bezahlen unsere Mitarbeiter gut, verlangen ihnen aber auch etwas ab“, erläutert Bohl. Fördern und fordern ist sein Motto.

Dazu gehört auch, dass sich das Unternehmen konsequent von Angestellten trennt, die den Weg nicht mitgehen wollen oder können. Der Erfolg eines Unternehmens hängt nach seiner Ansicht zu einem großen Teil von guten Mitarbeitern ab. „Wichtig ist, dass wir unsere Arbeit jedes Mal richtig machen. Der Kunde muss spüren, dass wir uns freuen, wenn er kommt. Und diese Freude darf nicht aufgesetzt, sondern muss ehrlich sein“, erklärt Bohl.

Dann klappt es auch mit dem, was Bohl als wichtigste Werbung für das Unternehmen bezeichnet: Weiterempfehlungen. „Wir versuchen, zu messen, wie viele Kunden uns weiterempfehlen und sprechen das zum Beispiel auch an, wenn ein Verkäufer den Kunden nach dem Autokauf noch einmal anruft.“ Daher spielt auch die Kundenzufriedenheit eine wichtige Rolle. Und die scheint zu stimmen. Das Autohaus Babelsberg ist in diesem Jahr erneut „Audi Top Servicepartner“ geworden und gehört damit zu den Audi-Partnern mit den zufriedensten Servicekunden.

In der klassischen Werbung ist Bohl ein der Größe des Autohauses entsprechender Auftritt wichtig. „Wenn ich Zeitschriftenwerbung schalte, will ich auf den Umschlag.

In der Zeitung will ich eine ganze Seite, nicht ein kleines Feld zwischen anderen Anzeigen“, erklärt Bohl. „Jede Werbung ist Imagewerbung, auch wenn es um das Produkt geht.“

Andreas Wehner

## UNTERNEHMENSKENNZAHLEN

**Fabrikate Standorte** Vertrieb: 3 Service: 3  
1

Umsätze in Mio. Euro	2013*	2012	2011
Neuwagen	39,1	38,9	38,8
Gebrauchtwagen	26,9	21,6	19,1
Teile	4,4	4,3	4,3
Service	4,1	3,9	3,6
<b>Gesamt</b>	<b>74,5</b>	<b>68,7</b>	<b>65,8</b>

\* Hochrechnung

## Verkauf

Neuwagen	1.490	1.490	1.485
Gebrauchtwagen	1.650	1.430	1.265
<b>Gesamt</b>	<b>3.140</b>	<b>2.920</b>	<b>2.750</b>

## Personal

Mitarbeiter gesamt	136	128	105
Auszubildende	20	20	20

## Kontakt

### Autohaus Babelsberg GmbH & Co. KG

Fritz-Zubeil-Straße 70-78  
14482 Potsdam  
Geschäftsführung: Andreas Bohl  
Telefon: 0331/74 86-0  
Telefax: 0331/74 86-1 16  
Internet: [www.autohaus-babelsberg.de](http://www.autohaus-babelsberg.de)  
E-Mail: [service@autohaus-babelsberg.de](mailto:service@autohaus-babelsberg.de)

**Der neue Volkswagen Golf Variant - Jetzt bei uns erleben.**

**GEBRAUCHTWAGENSUCHE**

Marke:  Belegig

Modell:  Belegig

Erstzulassung:  Belegig

Preis:  Belegig

Kraftstoff:  Belegig

Getriebe:  Belegig

**Öffnungszeiten**

Verkauf: Mo-Fr: 09:30 - 18:30 Uhr, Sa: 09:00 - 13:00 Uhr

Service: Mo-Fr: 07:00 - 19:00 Uhr, Sa: 09:00 - 13:00 Uhr

**Ansprechpartner**

Geschäftsführung: Audi Neuwagen, Audi Service, Audi Gebrauchtwagen, VW Neuwagen, VW Service, VW Nutzfahrzeuge, VW Gebrauchtwagen

Das Autohaus Babelsberg hat auf seiner neuen Webseite die Nutzerführung verbessert.