



Bild: Mauritz



Das Innenraumkonzept ist bis ins kleinste Detail durchdacht.

FREIER MARKT

Kundenorientiert statt billig

Das Paderborner Autohaus Krenz gehört mit 1.000 verkauften Fahrzeugen und 12.000 Werkstattdurchgängen jährlich zu den größten freien Betrieben in Deutschland. Wachstumstreiber sind vor allem die besondere Firmenphilosophie und -positionierung.

Krenz Autohaus und Werkstatt prangt über dem Eingang des riesigen, aber unscheinbaren Gebäudes in einem Paderborner Industriezentrum. Dass der Betrieb jährlich 1.000 EU-Neufahrzeuge und Gebrauchtwagen verkauft und 12.000 Werkstattdurchläufe meistert, erschließt sich einem erst, wenn man den 700 Quadratmeter großen, durchdacht gestalteten Ausstellungsbereich betritt. Dort findet sich alles, was man von einem Markenhändler auch kennt: von einer zentralen Infotheke und einer separaten Reparaturannahme über eine großzügige Kundenwartezone samt Bartheke bis hin zu einer separaten Auslieferungsecke und Direktannahme. Die riesige Werkstatthalle ist acht Meter hoch und beherbergt 16 Hebebühnen. „Frei, groß, kompetent“ lautet der gut sichtbare Unternehmensslogan.

Geschäftsführer Wolfgang Krenz ist stolz darauf, den Betrieb in Eigenregie aufgebaut zu haben – ohne Automobilhersteller oder Werkstattkonzept im Rücken. „Es hat sicher organisatorisch Vorteile, wenn man ein angeschlossener Partner ist, aber für mich war es schon immer wichtig, als Unternehmer

völlig frei entscheiden zu können“, erklärt er. Der gelernte Kaufmann hat in diesem Zuge auch ein eigenes Leitbild und eine besondere Firmenphilosophie entwickelt: „Wir leisten Dienst am Kunden und nicht am Fahrzeug“, lautet deren Kernbotschaft.

Qualität statt billige Preise

Kunden gewinnen und halten will das Autohaus mit Freundlichkeit, Ehrlichkeit und einer hohen Qualität statt mit billigen Service- oder Fahrzeugangeboten. Mit Letzteren wirbt Wolfgang Krenz schon seit Jahren nicht mehr. In puncto Stundenverrechnungssatz liege man eher am oberen Ende der freien Betriebe. Und obwohl in der 160.000-Einwohner-Stadt und den umliegenden Dörfern kleine freie Werkstätten wie Pilze aus dem Boden schießen und es zahlreiche große markengebundene Autohäuser in Paderborn gibt, wachsen die Zahl der Kunden und der Umsatz Jahr für Jahr weiter.

Seinen Erfolg hat sich Quereinsteiger Wolfgang Krenz dabei hart erarbeitet: Vor gut 30 Jahren hatte sich der heute 56-Jährige mit seinem Bruder den Traum einer kleinen Garagenwerkstatt erfüllt. Schritt für Schritt wurde die

Werkstatt mit angeschlossenem Kfz-Handel nicht nur räumlich größer, die Brüder eröffneten auch Filialen, die sie dann zum Teil wieder schließen mussten. „Ich habe viel aus Misserfolgen gelernt, zum Beispiel hatte ich den finanziellen und personellen Aufwand für jeden neu eröffneten Betrieb unterschätzt“, erzählt Wolfgang Krenz. Doch den Traum vom Wachstum gab er nie auf, und als sich 2005 die Gelegenheit ergab, an einer der meistbefahrenen Straßen in Paderborn die ehemaligen Räumlichkeiten eines Baubeschlaghändlers zu übernehmen samt eines 6.000 Quadratmeter großen Grundstücks, schlug Krenz trotz der hohen finanziellen Belastung zu. „Mit diesem Schritt hatte ich mich quasi selbst zum Wachstum gezwungen“, schmunzelt der Unternehmer, der das Autohaus inzwischen allein führt.

Statt wie früher immer direkt mit den Kunden zu kommunizieren, galt es für Wolfgang Krenz nun, von seinem Büro aus eine schlüssige Organisationsstruktur und Unternehmensstrategie aufzubauen, denn er selbst war weder ein gelernter Automobilverkäufer noch Kfz-Meister. Schnell war ihm klar, dass er die Stundenverrechnungssätze an-

TIPP!



»kFz-betrieb« und die Automechanik Frankfurt kürten freie Werkstätten, die sich durch gute Serviceleistungen auszeichnen. Interessierte Inhaber können sich jetzt für den Deutschen Werkstattpreis 2019 bewerben: Mehr Infos unter www.deutscher-werkstattpreis.de.



Das Autohaus Krenz liegt an einer der meistbefahrenen Straßen in Paderborn.



Bild: Mauritz

Bild: Mauritz

heben musste, um eine hohe Werkstattqualität für alle Marken sicherstellen und seine Mitarbeiter halten zu können. Auf die Fahne geschrieben hat er sich, technisch mit den Vertragsservicepartnern mithalten zu können. „Man kann nicht der kundenorientierteste und der billigste Betrieb sein“, unterstreicht er. Die Kunden, fügt er hinzu, hätten sich quasi im Gleichschritt mit dem Wachstum und der Neupositionierung des Betriebs verändert. Statt der extrem preisbewussten Kunden, denen es vor allem darum geht, dass die Autos irgendwie zusammengeschraubt werden, bedient das Autohaus Krenz jetzt vielfach mittelständische Familien, die es schätzen, sowohl ihren Erst- als auch ihren Zweitwagen zur selben Werkstatt bringen zu können.

Auch sein Fahrzeugangebot hat der Betrieb an seine neue Zielgruppe angepasst: Heute finden sich im Autohaus Krenz schwerpunktmäßig familientaugliche Fahrzeuge in einer breit gefächerten Preisrange bis 35.000 Euro, die größtenteils aktiv zugekauft werden – von Leasinggesellschaften, Großhändlern oder Vermietern. 150 Fahrzeuge hat das Autohaus ständig im Bestand, darunter auch ältere Gebrauchtwagen bis zehn Jahre – schwerpunktmäßig von den VW-Konzernmarken, da diese in Paderborn besonders beliebt sind. „Wir verkaufen bewusst auch ältere Fahrzeuge, um die Kinder unserer Kunden als Zielgruppe gewinnen zu können“, erklärt Krenz. Das Großkundengeschäft überlässt er lieber anderen. Der Unternehmer fokussiert sich einzig und allein auf das Endkundengeschäft und zählt damit deutschlandweit zu den volumenstärksten freien Händlern. Das Werk-

stattgeschäft und der Handel sind für ihn gleich wichtig.

Die Kundengewinnung und -loyalisierung haben einen hohen Stellenwert: „Es gibt fast nichts, was wir nicht tun“, schmunzelt Krenz – so leistet sich der Händler eine Mitarbeiterin, die nur Kunden anruft, um sie beispielsweise an die fällige HU zu erinnern. Es gibt eine Kundenkarte mit Rabatt für die Werkstatt, Prämien für Kunden und Provisionen für Mitarbeiter, die Neukunden vermitteln. Ganz neu ins Leben gerufen hat Krenz einen Kundenclub. Mitglieder sind nur gute Kunden, die als Lohn für ihre Treue beispielsweise einen kostenlosen Ersatzwagen oder Leihanhänger bekommen.

Kunden werden kategorisiert

Geschenke mit der Gießkanne gibt es dennoch nicht: Krenz hat die Kosten fest im Blick und kennt dank der vielen selbst gestrickten Systeme tagesgenau, wo das Unternehmen aktuell steht und wie sich die kommenden Monate entwickeln werden. Die Kunden kategorisiert er nach einem speziellen Schlüssel im DMS: Kundendaten, von denen man nicht genau weiß, ob sie noch aktiv sind, gibt es nicht.

Einen genauso hohen Stellenwert wie die Kunden haben die 38 Mitarbeiter. Vorbildcharakter hat vor allem das Gesundheitsmanagement, für das das Unternehmen 2017 als eine der ersten kleinen Firmen die Auszeichnung in Gold der Initiative „Gesunde Unternehmen“ erhielt. Krenz hat ein Gesundheitsbonusmodell für seine Mitarbeiter entwickelt: Wer an Vorsorgeuntersuchungen, Raucherentwöhnungskursen, Blutspendeaktionen oder Laufveranstaltungen teilnimmt, wird mit Sachprämien und einem zu-

sätzlichen Urlaubstag belohnt. Auch wer das Gesundheitsprogramm besucht, das Krenz jedes Jahr neu auf die Beine stellt, erhält Bonuspunkte. 2019 bietet das Unternehmen unter anderem einen Lungenfunktionstest an, einen Lauftechnik-Workshop und eine Harnsäure-Messung. Krenz ist überzeugt: „Künftig werden Kfz-Betriebe nicht schließen müssen, weil sie keine Aufträge mehr haben, sondern weil sie keine Mitarbeiter mehr finden.“ Folglich feilt der Unternehmer kontinuierlich daran, das Arbeitsumfeld seines Teams weiter zu verbessern, jüngst durch die Installation eines Ausbildungsmeisters. „All das kostet natürlich viel Geld, aber ich will meiner Tochter, die seit Kurzem im Unternehmen ist, ein gesundes Unternehmen mit einer Zukunftsperspektive übergeben“, erklärt er. Denn leichter wird es nicht, das steht für Krenz fest: „Wenn man bedenkt, dass wir durch die Elektrifizierung perspektivisch rund 30 Prozent Einbußen im Werkstattgeschäft haben werden, müssen wir in den kommenden fünf Jahren weiter stark wachsen, um das zu kompensieren.“

JULIA MAURITZ

NOCH FRAGEN?

Julia Mauritz, Redakteurin



„Qualität statt günstige Preise und Dienst am Kunden statt am Fahrzeug: Mit diesem besonderen Ansatz ist der Paderborner freie Händler trotz des harten Wettbewerbs erfolgreich.“

☎ 0931/418-2835
✉ julia.mauritz@vogel.de

Wolfgang Krenz mit seiner Tochter Jennifer Krenz, die als Vorbereitung für die geplante Unternehmensnachfolge aktuell alle Abteilungen durchläuft.