



SERIE GRÜNES AUTOHAUS – In den Autohäusern der Thormann-Gruppe ist Umweltschutz ein Renditebringer. VON BERND DOHRMANN

Bei den Autohäusern der Mothor GmbH in Brandenburg setzt man auf „grün“. Grün bezieht sich dabei aber nicht nur auf die Farbe des Logos der Marke Skoda, mit der die Thormann-Gruppe, zu der die Mothor GmbH-Betriebe gehören, 1992 in Brandenburg und Sachsen-Anhalt gestartet war, sondern auch auf das vorbildliche Umweltschutz-Engagement, das in den neun Autohäusern der Gruppe gelebt wird. Frank Motejat, zusammen mit Lars Thormann Geschäftsführer der Mothor GmbH (Mothor = Motejat + Thormann), erklärt, dass darüber hinaus auch die Umweltschutz-Aktionen die Ampeln für den wirtschaftlichen Erfolg auf „grün“ stellen: „Der Umsatz im Service ist seit 2006 jährlich um zweistellige Prozentwerte gestiegen. Unser Um-

welt-Engagement rechnet sich!“ Und davon profitiert auch der Neuwagen-Handel. Insgesamt verkauft die Thormann-Gruppe jährlich rund 3.500 Fahrzeuge.

Grüne Aktionen stetig ausgebaut

Bereits seit 1997 hat man sich bei der Mothor GmbH „mit grünen Aktionen“ beschäftigt, die Konzepte wurden aber „zunächst nur latent weitergeführt.“ Erst die Gestaltung einer neuen, „grünen“ Unternehmens-Philosophie brachte neue Bewegung ins Management und das Team: „Wir verlangen von unseren Mitarbeitern hohe Einsatzbereitschaft, dann müssen wir dafür auch einen überzeugenden Sinn bieten“, erklärt Motejat. Die konstante und intensive Konzentration auf das Thema Umwelt seit 2006 hat der Autohaus Mothor GmbH schnell den Status des „ersten umweltzertifizierten Skoda-Händlers“ eingebracht. Ein Geheimnis ist der anschließende Erfolg nicht, denn Motejat betont: „Wir machen das nicht nur für die Werbung, sondern haben von Anfang an darauf geachtet, mit dem Umweltschutz-Engagement auch Geld zu verdienen.“

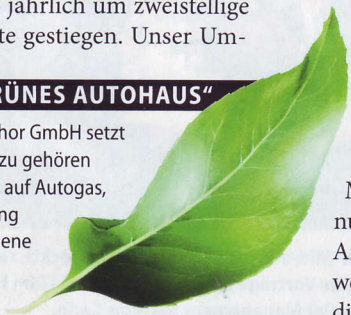
Im Autohaus Mothor GmbH in Brandenburg, das jährlich rund 1.500 Fahrzeuge vermarktet, präsentiert Motejat für AUTOHAUS die im Grunde genommen einfachen und logischen Zutaten für den Erfolg. Begonnen hat man mit einfachen Maßnahmen: Den Kunden wurden beim Werkstatt-Termin nicht nur ÖPNV-Tages-Tickets, Taxi-Gutscheine für eine Stadtfahrt oder Hol-/Bring-Service geboten, sondern auch kostenlos Leih-Fahrräder zur Verfügung gestellt. Parallel dazu machte das Autohaus durch Bepflanzungsaktionen in einigen Brandenburger Alleen und Parks von sich reden. Im Autohaus selbst wurden Umwelt- und Energiekosten-Analysen und -Optimierungen durchgeführt, allein der Stromverbrauch wurde dabei um 30 Prozent gesenkt.

Eco-Servicepakete bringen neue alte Kunden

Zusammen mit der Brandenburger Fachhochschule für technische Berufe wurde nicht nur für die Skoda-Betriebe, sondern auch für die zur Gruppe gehörenden VW-, Mitsubishi- und Kia-Autohäuser ein neuartiger „Sprit-Spar-Check“ entwickelt,

SERIE „GRÜNES AUTOHAUS“

Die Auto-Mothor GmbH setzt auf „grün“. Dazu gehören Umrüstungen auf Autogas, sog. Öko-Tuning und verschiedene Eco-Servicepakete.





Auch Pirelli Cinturato Reifen werden im Autohaus präsentiert

Das Umwelt-Angebot des Autohauses Mothor umfasst auch Autogas-Umrüstungen und das sogenannte Öko-Tuning

Auto Mothor-Geschäftsführer Frank Motejat

den das Autohaus für 29,99 Euro – bei besonderen Aktionen auch für 19,99 Euro – Kunden und Interessenten anbietet. Der Check umfasst 20 verbrauchsrelevante Überprüfungspunkte, darunter Zündkerzen, Luftfilter, Reifendruck, Öl, Auspuff, Klimaanlage, Ballast (wie viele kg unnötiger Ballast wird täglich im Auto herumgeführt) und vieles mehr. Zur Gewichtseinsparung wird auch das Reserverad in Zahlung genommen und durch ein leichteres Notrad ausgetauscht. Ergänzend dazu erhält jeder Kunde beim Autokauf einen Eco-Driving-Gutschein für ein „Sprit-Spar-Training“, das in Zusammenarbeit mit örtlichen Fahrschulen organisiert wird. Der Werbe-Effekt ist groß, wie Motejat feststellt: „Das Sprit-Spar-Training hat sich via Mund-Propaganda in der Region schnell herumgesprochen. Auf die Idee bin ich durch einen TV-Bericht gekommen, in dem gezeigt wurde, dass der Verbrauch durch angepasste Fahrweise und ordentlich gewartete Technik um bis zu 20 Prozent gesenkt werden kann. Das ist nicht nur für Fahrer älterer Autos hochinteressant. Die heutigen Neuwagen verfügen von Haus aus schon über modernste Umwelt-Technik, für deren Käufer ist daher das Training wichtig, um die Sparpotenziale der Technik optimal auszunutzen.“

Vor allem der Sprit-Spar-Check hat auch die eigentliche Zielgruppe für den Bereich Service und Zubehör ins Autohaus Mothor geführt: Die Zahl der Kunden mit älteren Fahrzeugen ist deutlich gestiegen und wichtigster Faktor für den hohen jährlichen Zuwachs im Service. Motejat: „Und diese Fahrer konnten wir wieder fest und dauerhaft an uns binden.“

70 Prozent Premium-Anteil im Reifenverkauf

Weitere Bausteine im Umwelt-Angebot des Autohaus Mothor sind Umrüstungen auf Autogas-Betrieb: „Ein Geschäft, das sehr stark von den aktuellen Benzinpreisen abhängig ist“, betont Frank Motejat. Außerdem gibt es da noch das „Öko-Tuning“. Dies beinhaltet unterschiedliche Tuning-Pakete: Vom Wechsel zu Leichtlauf-Reifen und Leichtlauf-Öl (Paket 1: 404,29 Euro) über zusätzliches Motorchip-Tuning (Paket 2: 995,29 Euro) bis zum ergänzenden Autogas-Umbau Paket 3: 2.954,29 Euro). Da in allen drei Paketen Kraftstoff sparende Reifen und Schmierstoffe Basis des „Tuning“ sind, hat Motejat sich die Partner genau ausgesucht. Bei den Reifen fiel die Entscheidung schnell auf Pirelli. Die Bilanz dieser Entscheidung ist positiv: „Die Pirelli Cinturato Energiespar-Reifen sind fast ohne Konkurrenz. Da sie die Umwelt schonen, länger halten und dabei Kosten sparen, sind auch Fahrer, die sich sonst keinen Premium-Reifen kaufen würden, bereit, diesen Preis zu zahlen. 85 Prozent der Kunden, denen wir den Sprit-Spar-Reifen empfehlen, kaufen ihn auch. Pro Woche werden durchschnittlich zwei Satz neue Energiespar-Reifen bei uns verkauft.“ Dazu trägt auch der Reifen Online-Shop bei. Die Zahl der jährlich vermarkteten Reifen in der gesamten Thormann-Gruppe ist von 5.000 auf 7.000 gestiegen. Und der Trend geht klar zum Energie sparenden Premium-Pneu: „2007 haben wir noch fast ausschließlich Billigreifen verkauft, 2009 lag der Anteil der Premium-Reifen bei 70 Prozent.“

Entsprechend offensiv und auffällig werden Cinturato-Reifen und das Castrol Leichtlauf-Öl im Autohaus Mothor auch präsentiert. Auch die Neuwagenverkäufer profitieren bei ihren Provisionen für Extras und Zubehör davon. Im „Umweltschutz“-Zubehör-Shop gibt es die Pirelli-Ventilkappen „K-Pressure Optic“, die fehlerhaften Reifendruck durch eine Rotfärbung anzeigen. Auch ein Energie sparendes LED-Tagfahrlicht wird für unter 70 Euro offeriert.

Permanente Weiterentwicklung der Strategie

Um auf der grünen Erfolgsspur weiter zu fahren, macht die Mothor GmbH in der Öffentlichkeit durch auffällig mit Folien beklebte Vorfuhr- und Firmenfahrzeuge auf sich aufmerksam, auch rund um das Autohaus selbst finden sich an den Außenwänden und im Parkbereich viele Hinweise auf den Mothor-Slogan „Grüner wird's nicht“. Im Service steht Training und Weiterbildung auch in allen Bereichen des Umweltschutzes auf der Agenda. Für das Reifengeschäft wird das webbasierte Training von Pirelli genutzt, auch Schulungen vor Ort durch Pirelli-Mitarbeiter finden statt. Einmal monatlich ziehen beim zweistündigen „Meister-Stammtisch“ die Werkstatt-Leiter aus allen Thormann-Betrieben aktuell Bilanz der Aktionen und Maßnahmen. Dabei werden auch neue Ideen entwickelt und die Umsetzung eingeleitet. Vielleicht wird es daher entgegen dem bisherigen Slogan doch noch „grüner“. ■