MERCEDES-BENZ NIEDERLASSUNG

Neues Markenerlebnis in Augsburg

Für rund 29 Millionen Euro hat die Mercedes-Niederlassung ihren Betrieb an der Haunstetter Straße 73 modernisiert. Der Fokus liegt auf der Zusammenführung der digitalen und der analogen Welt.

Mercedes-Benz hat im Februar 2019 die neue Niederlassung Augsburg feierlich eröffnet. Niederlassungsleiterin Bettina Plangger und Ulrich Kowalewski, Leiter des Niederlassungsverbundes Pkw Bayern, stellten die neuen Räumlichkeiten der Öffentlichkeit vor. Mit dem modernisierten Standort wolle man der Stadt Augsburg einen „neuen Anlaufpunkt für Mobilität" bieten, sagte Plangger. „Besonders wichtig war es uns, viel Raum für entspannte Gespräche und eine ausführliche Beratung zu schaffen. Den Service haben wir konsequent aus Kundensicht gestaltet und für eine effiziente und transparente Betreuung gesorgt."

Für die Kombination von persönlichem Kontakt und digitalen Elementen bei Beratung, Verkauf und Service hat die Retail-Sparte des Stuttgarter Autobauers knapp 29 Millionen Euro investiert. Der Neubau an der Haunstetter Straße 73 bietet die Integration aller Pkw-Dienstleistungen unter einem Dach. Zu den Services gehören unter anderem 20 Ladestationen für Elektroautos, Mietwagen von Mercedes-Benz Rent sowie neue Verkaufs- und Serviceprozesse, die das Kundenerlebnis im Autohaus weiter steigern sollen.

Der zweijährige Neubau im laufenden Betrieb sei eine „anspruchsvolle Operation am offenen Herzen gewesen", betonte Kowalewski, aber mit einer gleichbleibenden Kundenfrequenz und einem hohen Niveau bei Absatz und Umsatz belohnt worden. Der Standort in der Haunstetter Straße mit einer Grundstücksfläche von rund 30.700 Quadratmetern ist einer der ersten Niederlassungsbetriebe in Deutschland, bei denen der neue Markenauftritt umgesetzt wurde.

1 Niederlassungsleiterin Bettina Plangger, Uwe Bekel, Serviceleiter Pkw Bayern, und Ulrich Kowalewski, Vertriebsdirektor Pkw Bayern.
2 Ein Schwerpunkt der neuen Niederlassung in Augsburg liegt auf dem Serviceprozess. In der „Service Lounge" wird das Anliegen des Kunden ermittelt.
3 Durch eine Kennzeichenerkennung an der Einfahrt sind die Serviceberater bereits auf die eintreffenden Kunden vorbereitet.
4 Auf 2.000 Quadratmetern Showroomfläche im Haus werden künftig 330 Mercedes-Benz- und Smart-Neuwagen präsentiert.

Realisiert haben ihn die Architekten der Planungsgruppe Beichler + Rohr. „Das neue, von Mercedes-Benz entwickelte Markenkonzept reagiert auf die sich verändernden Wünsche des Kunden", sagte Geschäftsführer Reinhard Beichler, „sowohl im Sales- als auch im Aftersales-Prozess."

Fokus auf digitale Prozesse

Der Fokus im „Autohaus der Zukunft" liegt auf der Zusammenführung der digitalen und der analogen Welt. Die für den Kunden erlebbare Betreuungsqualität sei deutlich verbessert worden, hieß es. So profitiere die Gesprächsatmosphäre zwischen Verkäufer und Kunden von dialogunterstützenden, audiovisuellen Medien. Wechselnde Bespielung medialer Flächen mit Marken-, Technik- und Lifestyle-Themen sollen nicht nur die Darstellung und Erklärung der Produkte und Dienstleistungen in einem immer größer werdenden Portfolio unterstützen, sondern auch für eine hohe Emotionalität und Individualität von Beratung und Verkauf sorgen.

Die Prozesse lösen sich dabei räumlich von den bisherigen Gesprächssituationen: Kunden werden mobil und situativ beraten. Eine starre Möblierung mit Schreibtischen ist passé. Die Begrüßung und das erste informelle Kundengespräch erfolgen durch den „Gastgeber" an locker gruppierten Stehtischen. Die Mitarbeiter im Showroom nutzen flexibel und je nach Bedarf Medienflächen oder mobile Endgeräte und beraten den Kunden in unterschiedlichen räumlichen Situationen, je nach Art und Bedarf des persönlichen Gesprächs. In den eigens eingerichteten Lounge-Bereichen können so Gespräche in entspannter Atmosphäre stattfinden.

Neue Service Lounge

Für die Präsentation der rund 330 Neuwagen von Mercedes-Benz, Mercedes-Benz Vans und Smart stehen 2.000 Quadratmeter Showroomfläche zur Verfügung. Die rund 100 Gebrauchtwagen präsentieren sich auf weiteren 2.530 Quadratmetern im Haus. Insgesamt gibt es 765 Fahrzeugstellplätze. Auch im Werkstattbereich wurde großzügig geplant: 8.970 Quadratmeter stehen bereit, davon für die mechanische Werkstatt 2.660 Quadratmeter, die Karosseriewerkstatt 1.120 Quadratmeter und das Teilelager auf vier Etagen 2.510 Quadratmeter. Es gibt 50 Service-Arbeitsplätze.

Zudem verfügt der Standort über einen innovativen und effizienten Direktannahmeprozess. Über eine Kennzeichenerkennung werden die Serviceberater frühzeitig über die Ankunft der Kunden informiert. Diese fahren direkt in die Service-Lounge ein, wo ihr Anliegen ermittelt wird. Während des Kundengesprächs erhält der Serviceberater bereits Ergebnisse des Fahrzeugchecks und kann den Auftrag entsprechend definieren. Die Niederlassung bietet neben Ersatzfahrzeugen auch das Versprechen, die Werkstattarbeiten innerhalb einer Stunde fertigzustellen, wenn der Kunde vor Ort warten will. *Frank Selzle* ■

Der Bremer Architekt Reinhard Beichler und sein Team realisieren derzeit verschiedene Mercedes-Benz-Projekte in Deutschland.

Fotos: Mercedes-Benz-Niederlassung Augsburg, Beichler + Rohr, Frank Selzle