Im Bann des Gorillas

AUTOHAUS OSTERMAIER – Mit der eigenen Gebrauchtwagen-Marke AUT.OS hat sich das Autohaus Ostermaier überregional einen Namen gemacht.

VON BRITTA WINKGENS

Aus Lautsprechern ertönt Popmusik. Sträucher und Autos spiegeln sich in kleinen Bächen und Teichen. Ein Hund läuft Slalom zwischen VW Golf und Skoda Octavia, während Frauchen übers kreisförmige Gebrauchtwagen-Gelände spaziert und das Autohaus Ostermaier im niederbayerischen Vilsbiburg betritt. An der Einfahrt wacht ein großer Gorilla – das Markenzeichen von Ostermaier – über das Treiben auf dem Verkaufs-Gelände, das bundesweit seinesgleichen sucht.

Als „Verrückter mit den Kreisen" ist Michael Ostermaier, Geschäftsführer des Autohauses Ostermaier, in der Branche bekannt geworden, als er 2002 die eigene GW-Marke AUT.OS ins Leben rief – und damit den Familienbetrieb Ostermaier auf neue Wege führte. „Damals waren es knapp 80 Mitarbeiter mit 20 Millionen Euro Umsatz. Heute sind es 280 Mitarbeiter mit 100 Millionen Euro Umsatz", erzählt Ostermaier stolz. Auf vier Standorte verteilen sich mittlerweile die Niederlassungen mit insgesamt rund 1.550 geplanten Neuwagen- und 3.840 Gebrauchtwagen-Verkäufen für das laufende Jahr.

Der Ostermaier-Gorilla steht für Stärke und soziales Verhalten – Werte, auf denen der Erfolg der Gebrauchtwagen-Eigenmarke AUT.OS von Michael Ostermaier (r.) und AUT.OS-Geschäftsleiter Thorsten Schmidt beruht.

Wohlfühlpark für Gebrauchtwagen

In Vilsbiburg bei Landshut steht das GW-Zentrum von Ostermaier. Hier erstreckt sich auf 20.000 m² der AUT.OS-Autopark. Die Fahrzeuge parken in drei Kreisen, die als Präsentationsfläche mit insgesamt 12.000 m² dienen. Jeder Kreis ist in einer eigenen Farbe gestaltet, mit Infopoint und Radiobeschallung in der Mitte. Dazwischen bahnen sich Wasserläufe ihren Weg, Sträucher und Bäume führen zum eigenen Kinderspielplatz. Auf 25 m² für jedes Fahrzeug kommen rund 10 m² Wohlfühlfläche, so lautet der Grundsatz. „Das war damals der Gedanke: Am Wochenende ist die ganze Familie da, die Mama sitzt an den Steinkaskaden und macht Picknick, die Kinder spielen auf dem Spielplatz und die Papis schauen sich Autos an", erinnert sich Ostermaier, „und das passiert heute noch so." Das außergewöhnliche Konzept spricht sich rum, und wer kann, kommt in der Mittagspause vorbei – das Gelände ist immer zugänglich. „Wir setzen rund 70 Prozent der Fahrzeuge im Umkreis von 50 Kilometern unseres jeweiligen Betriebes ab", erklärt Thorsten Schmidt, Geschäftsleiter von AUT.OS und damit Verantwortlicher für das Gebrauchtwagengeschäft von Ostermaier.

Eigene Wege, eigene GW-Marke

Ostermaier ist anders, und das bleibt beim Kunden hängen. Doch die ausgefallene Fahrzeugpräsentation ist nur ein Teil des eigenen Weges, den Ostermaier eingeschlagen hat. „Als ich mich vor 12 Jahren mit Arbeitgebern beschäftigt habe, war Oster-

Fotos: Johanna Auguste Koch/AUTOHAUS, Ostermaier

maier der Einzige mit einer eigenen GW-Marke", blickt Schmidt zurück. Heute sitzt er mit im Boot. „Wir wollen uns mit unserer Eigenmarke AUT.OS vom Wettbewerb differenzieren", erläutert er. Gleichzeitig führt Ostermaier jedoch auch Hersteller-Marken wie Audi Gebrauchtwagen Plus, VW/Skoda Weltauto und VW Tradeport. Und das aus gutem Grund, denn die Hersteller-Marken stehen auch überregional für Qualitätsstandards: „Der Kunde verbindet damit auch in Hamburg ein sehr hohes Qualitätsniveau, auch wenn er AUT.OS nicht kennt. Regional hohes Ansehen mit AUT.OS und überregionale Strahlkraft durch die GW-Hersteller-Marken, das ergänzt sich gut", untermauert Schmidt. Nach dem Vorbild des 110-Punkte-Checks von Audi Gebrauchtwagen Plus hat Ostermaier so z. B. auch einen eigenen internen Qualitätscheck für die Konzernmarken entwickelt.

Mehr Marken, mehr Möglichkeiten

Als weiteren Vorteil von AUT.OS nennt Schmidt die Markenoffenheit. Zum einen können so Kunden erobert werden, die ihren Wagen in Zahlung geben und auf eine neue Marke umsteigen möchten. Zum anderen kann auf Marktentwicklungen flexibel reagiert werden. Mit ca. 1.200 Audi-Dienstwagen im Jahr war Ostermaier ein sehr starker Audi-Dienstwagenhändler. „Mit Blick auf die Eröffnung des Audi GW-Zentrums in Eching haben wir den Bestand entsprechend angepasst und sind jetzt etwa bei der Hälfte. Das ist der Vorteil eines Mehrmarkenhändlers, wir können sofort umswitchen", verdeutlicht Schmidt. Weniger Audis – mehr freie Plätze für VW.

Stark und sozial

Über den Stellplätzen thront der Gorilla. Der ist nicht nur als Hingucker gedacht, sondern verkörpert symbolisch die Unternehmenswerte: Er ist stark und sozial stark. Und Stärke hat Ostermaier besonders zu Beginn viel gebraucht. „Das war ein steiniger Weg", blickt er zurück. „Vor 20 Jahren, als wir den Gorilla ins Leben gerufen haben, wurden wir verpönt", sagt er. Man musste sich die Wertschätzung erarbeiten. „Das geht nicht nach zwei oder drei Jahren. Da ist es nur ein netter Name. Und der wächst, bis irgendwann eine Gebrauchtwagenmarke daraus entsteht", fasst er zusammen. An der Beständigkeit zu scheitern ist laut Ostermaier dabei das größte Risiko. Wer eine eigene GW-Marke schaffen will, braucht neben Ausdauer auch den Mut, eine siebenstellige Summe zu investieren.

GW-MARKE AUT.OS

Bestandsstruktur:

- Rund 50 % Jahreswagen
- 69 % der Fahrzeuge jünger als 1 Jahr, 12 % zwischen 13 und 36 Monaten, 19 % älter als 3 Jahre
- etwa 80 % Zukäufe

Das bietet AUT.OS:

- Qualitätscheck vor Auslieferung mit mindestens 110 Prüfpositionen
- Bis zu 6 Jahre Garantie ab Erstzulassung bei Wahl des Ostermaier Sorglos-Pakets
- Ohne Garantie: Das Ostermaier Service-Paket, u. a. mit kostenloser Rädereinlagerung und Hilfe bei Schadensabwicklung
- Kostenlose Probefahrt
- Inzahlungnahme des Altwagens mit neutraler Bewertung nach Vorgabe des TÜV Süd
- Maßgeschneiderte Finanzdienstleistungen in Kooperation mit der VW Bank
- KFZ-Versicherungsleistungen
- Umtauschrecht für 10 Tage
- Rückkaufgarantie
- Ersatzwagenflotte für Mobilität bei Werkstattaufenthalt
- Zertifizierte Qualität mit Gütesiegeln von Audi, VW, VW Nutzfahrzeuge und Skoda

„Auto kaufen und wohlfühlen" heißt die Devise: In drei Kreisen mit Teichen, Holzbrücken und Kinderspielplatz präsentiert AUT.OS Gebrauchtwagen in Vilsbiburg.

Neue Wege dank AUT.OS

Zum 12-jährigen Jubiläum der GW-Marke zieht er eine positive Bilanz: „AUT.OS war der Startschuss für die Entwicklung unseres Unternehmens gewesen. Ohne AUT.OS würde es uns vielleicht gar nicht mehr geben. Es hat uns im Denken beeinflusst, dass wir aus dem braven Familienbetrieb rausgehen und uns entwickeln. Jetzt sind wir offen für neue Ideen, das hätte es früher so nicht gegeben." Zu den neuen Ideen gesellen sich Visionen. „Ein eigenes GW-Händlernetz unter dem Label AUT.OS, das wäre schon schön", träumt Ostermaier. Kooperationen mit Autohäusern außerhalb des 200-km-Umkreises gibt es bereits, nach Erstgesprächen sind diese durchaus offen, AUT.OS-Standorte zu werden, sagt der Geschäftsführer. Doch zunächst möchte die Auto-Familie lokal wachsen und steckt auch schon in konkreten Gesprächen für einen neuen AUT.OS-Standort, wie Ostermaier durchklingen lässt.

Der starke Kreis der Auto-Familie

Auf eines legt der Familienvater bei allen Plänen besonders Wert: „Egal wie sehr wir wachsen, es wird immer die Auto-Familie Ostermaier bleiben. Die Harmonie, das Miteinander, das spürt auch der Kunde." Schmidt weiß dieses Image zu schätzen: „Der Händler muss schauen, dass er als eigenständiger Unternehmer wahrgenommen wird, so wie Ostermaier mit der Marke AUT.OS, dem Gorilla und der Auto-Familie." Oder wie Ostermaier es selbst zusammenfasst: „Hersteller ja, aber nicht in jeder Konsequenz." Und so zieht der AUT.OS-Gorilla weiter seine Kreise. ■