



Bilder: Schlieben, ATR

10 Jahre Meisterhaft

Aromatherapie

Mit über 2.000 Gästen feierte die ATR-International AG Ende Juni das zehnjährige Bestehen des Werkstattsystems Meisterhaft. Ort des Geschehens war der Schuppen 52 im Hamburger Freihafen.

Manche mögen darüber streiten, ob Meisterhaft mit aktuell 1.675 Partnern das größte Werkstattsystem im deutschen Markt ist. Auch ist nicht erwiesen, dass die Meisterhaft-Geburtstagsparty zu den größten Veranstaltungen gehört, die der Freie Reparaturmarkt in diesem Jahr bislang erlebt hat. Unbestritten ist aber, dass ATR eine Feier gelang, die wirklich alle Sinne ansprach. Denn es gab auf der „großen Familienfeier“ am 30. Juni und 1. Juli nicht nur jede Menge zu sehen und zu hören, es gab auch kräftig was zu riechen.

Nicht nur für Pfeffersäcke

Grund dafür war der Veranstaltungsort im Hamburger Freihafen. Denn der Schuppen 52, in dem die Feier stieg, wird normalerweise für die Lagerung von Gewürzen aus aller Welt, insbesondere Nelken und Pfeffer genutzt, was dem ganzen Fest auch einen Hauch von Exotik bescherte. Den 2.350 Gästen gefiel es, auch weil der begleitende Kongress zum Jubiläum ausdrücklich unter dem Motto „Feiern mit Freunden“ stand und die

Arbeit an dem Tag nur eine untergeordnete Rolle spielte. Und zu feiern bestand auch reichlich Anlass. Denn aus der kleinen Idee, lokales Marketing für freie Werkstätten in eine professionelle und einheitliche Form zu gießen, ist mittlerweile ein über die Bundesgrenzen hinaus bekanntes und anerkanntes Full-Service-Werkstattssystem geworden, das laut Ergebnissen einiger Systemstudien allerhöchste Anerkennung und Zufriedenheit bei den Systempartnern genießt, wie Roland Dilmetz, Vorstand der ATR International AG, in seiner Festrede betonte. Er hatte auch persönlich Grund zu feiern, denn mit dem zehnjährigen Meisterhaft-Jubiläum jährte sich seine Berufung zum ATR-Geschäftsführer zum fünften Mal.

Von der hohen Zufriedenheit und Identifikation mit dem System zeugte auch die Beteiligung der Werkstattspartner. Knapp 1.000 Meisterhaft-Unternehmer in Hamburg bedeuteten eine Beteiligungsquote von annähernd 60 Prozent. Und auch die Teileindustrie war zum Geburtstag von Meisterhaft mit zahlreichen hochrangigen Vertretern erschienen, was Hans-Jürgen Matthies von Matthies Auto-

Roland Dilmetz (l.) und Hans-Jürgen Matthies blickten auf zehn erfolgreiche Jahre Meisterhaft zurück und freuten sich über 2.350 Gäste

teile, Hamburg, als Indiz dafür wertete, dass die enge Partnerschaft zwischen den Gesellschaftern der ATR-Gruppe und den Erstmarkenlieferanten nicht nur eine lange Tradition habe, sondern auch hervorragend funktioniere. Hans-Jürgen Matthies kam beim Jubiläums-Kongress eine besondere Rolle zu. Er, so betonte Roland Dilmetz, sei quasi der Urvater von Meisterhaft, das sich von Norddeutschland aus binnen zehn Jahren über das gesamte Bundesgebiet und bis nach Österreich und Norditalien verbreitet habe.

Erfinder der Direkt-Annahme

Matthies ließ es sich dann auch nicht nehmen, dem Publikum die Anfänge und die Philosophie von Meisterhaft zu verdeutlichen. Er ließ keinen Zweifel daran, dass aktive und engagierte Systempartner trotz aller pessimistischen Markteinschätzungen gute Zukunftschancen hätten. „Wir leben im Verdrängungswettbewerb, aber gerade freie Werkstätten profitieren davon, dass der Fahrzeugbestand weiter wächst und das Durchschnittsalter der Fahrzeuge steigt.“ Die große Chance der freien Betriebe und der Meisterhaft-Werkstätten bestehe darin, dass sie ihren traditionell engen und persönlichen Kontakt zum Kunden im Wettbewerb aktiv nutzen. „Für mich sind die Freien die Erfinder der Direkt-Annah-

me. Dazu bedarf es keines teuren Glaspalastes, sondern direkter und individueller Ansprache der Kunden.“ Allerdings dürfe man sich nicht auf seinen Lorbeeren ausruhen. Darum gelte es Stammkunden zu pflegen und angesichts rückläufiger Reparaturpotenziale permanent neue Kunden hinzuzugewinnen. Die wirksame Strategie dafür fasste Matthies in einem Dreisatz zusammen: „Lernen, investieren, werben sind die wichtigsten Aufgaben der Betriebe für die Zukunft.“

Lernen fürs (Über-)Leben

Angesichts zunehmender Komplexität moderner Fahrzeugtechnik sei die permanente Aus- und Weiterbildung für Meisterhaft-Betriebe überlebenswichtig. Und nur wer neue technische Systeme verstehe, könne gezielt in neue Ausrüstung oder neue Geschäftsbereiche investieren. „Lernen ist wie rudern gegen den Strom. Und wer aufhört zu rudern (lernen), wird von der Strömung mitgerissen.“

Um den Meisterhaft-Betrieben dieses Schicksal zu ersparen, hat die ATR eine eigene Akademie installiert (www.atr-akademie.de), die mit rund 1.000 Veranstaltungen pro Jahr mittlerweile zu den größten Weiterbildungsanbietern für technische und kaufmännische Schulungen im freien Werkstattmarkt gehört. Die Wichtigkeit des dritten Themas, Werbung, unterstrich auch der Vortrag von Andreas Weber, selbst Meisterhaft-Werkstattinhaber. Zwei Prozent seines Werkstattumsatzes reinvestiert er jährlich in Werbung für Kundenbindung und Neukundengewinnung. Und das mit Erfolg, denn in drei Jahren konnte er die Zahl der Stammkunden des von ihm übernommenen Werkstattunternehmens von 3.000 auf über 5.000 steigern.

Hans-Jürgen Matthies warb zudem dafür, dass bei der Werbung nicht nur das Service- und Leistungsspektrum hervorgehoben werden müsse. „Machen Sie Ihren Kunden auch immer wieder klar, dass in Ihrem Unternehmen Originalersatzteile der führenden Erstmarkenlieferanten aus der Teileindustrie verbaut werden. Nichts anderes verbauen Fabrikatsbetriebe, denn die Automobilhersteller schachteln die Teile der Erstlieferanten lediglich um.“ Ein Appell, den Franz-

Werner Drees, Mitglied der Geschäftsführung bei Hella und dort verantwortlich für das Aftermarket-Geschäft, besonders freute. Er beschrieb als Vertreter der Industriepartner die traditionell gute und enge Zusammenarbeit mit der ATR und ihren Gesellschaftern. Man habe gemeinsam viel bei der Entwicklung des Werkstattsystems Meisterhaft erreicht. Damit diese Erfolgsgeschichte fortgesetzt werden könne, seien Markenlieferanten wie Hella allerdings auch auf die Loyalität der Werkstätten angewiesen. „Billignachbauer können Ihnen keinen kompetenten technischen Support, Hotlines oder Schulungen zu neuen Techniken anbieten. Damit wir diese Services auch künftig leisten können, brauchen wir Ihre Loyalität auch beim Einkauf von Massenteilen.“ Die wird auch immer wichtiger, wenn die Prognosen von Hans-Jürgen Matthies für die Zukunft des Reparaturgewerbes eintreffen. Danach dürfte das Geschäft mit Verschleißreparaturen weiter zurückgehen. „Wir bekommen im Reparaturmarkt Verhältnisse wie in Italien oder Frankreich. Nur noch wirklich notwendige Reparaturen werden gemacht und das Auto als Prestigeobjekt wird weiter an Bedeutung verlieren“, so Matthies.

Mit Marktprognosen und Zukunftsszenarien mochte sich Wolfgang Bredlau, ATR Vertriebsleiter Werkstatt- und Handelssysteme, nicht aufhalten. Bredlau, der mit seinem Team zwei Jahre an der Vorbereitung des Jubiläumskongresses gearbeitet hatte, freute sich auf ein riesiges Familienfest. Sein Dank galt vor allem den

Werkstattpartnern. „Unser System kann nur so gut sein wie der Input, den wir von Ihnen bekommen. Die Position von Meisterhaft im Werkstattmarkt zeigt, dass wir dabei in den letzten zehn Jahren gemeinsam und mit intensiver Unterstützung der Industriepartner offensichtlich einen guten Job gemacht haben.“

Was Meisterhaft ausmacht und welche Inhalte und Vorteile das System seinen Partnern bietet, verdeutlichte auf höchst amüsante und einprägsame Weise im Anschluss die Musik- und Theatergruppe Scharlatan aus Hamburg.

Das Tier in Dir

Den Schlusspunkt des Kongresses bildete Marco von Münchhausen, Autor des Buches „So zähmen Sie Ihren inneren Schweinehund! Vom ärgsten Feind zum besten Freund“, der den Anwesenden die Botschaft vermittelte, dass es gar nicht so schwer sei, neue Wege zu beschreiten, wenn man sich das Tier in sich zum Freund mache. Dem Kongress schloss sich ein Galaabend mit zahlreichen Attraktionen und Showeinlagen an. Der dauerte nach Auskunft von Beteiligten bis in die frühen Morgenstunden des 1. Juli. Einige Gäste konnten so nahtlos vom Schuppen 52 im Freihafen zum Besuch des Hamburger Fischmarkts wechseln, der ebenfalls jede Menge für die Sinne zu bieten hatte. fs

Lernen ist wie rudern gegen den Strom. Wer aufhört zu rudern, den reißt die Strömung mit



Eine ABBA-Revival-Band war eines der Show-Highlights am Abend.