RUHRDEICHGRUPPE

Kein Blick zurück im Zorn

2014 musste die Duisburger Unternehmensgruppe die größte Herausforderung in ihrer bisherigen Geschichte meistern: den Wegfall der Kernmarke Nissan. Mit Opel ist sie nun wieder auf Wachstumskurs.

KURZFASSUNG

In drei Monaten schaffte die Ruhrdeichgruppe die Umstellung von Nissan auf Opel. Auch bei den schon vorhandenen Marken Kia, Citroen und Peugeot wurde in der Folge einiges umgestellt. 2015 wird jetzt das Jahr der Konsolidierung.

So muss es sein: Wenn man den Hauptbetrieb der Ruhrdeichgruppe in Duisburg betritt, sieht es so aus, als ob hier schon immer Opel beheimatet gewesen wäre. Doch noch nicht einmal drei Monate zuvor war noch alles ganz anders: Rot statt Gelb war die Devise, das Autohaus stand für Nissan. Nach der spektakulären Händlervertragskündigung für den Ruhrdeich-Geschäftsführer und damaligen Nissan-Händlerverbandspräsidenten Peter Gerards im Februar 2014 stand die Gruppe vor der größten Herausforderung ihrer bisherigen Geschichte: Die Hauptmarke Nissan, die bis dahin rund 40 Prozent des Gruppenumsatzes ausgemacht hat, war zum Oktober weg und Ersatz musste gefunden werden.

„Nachdem ich die erste Zeit hauptsächlich mit Anwälten über die Kündigung verhandelt habe, kam schon bald die Entscheidung, dass ich nicht mit Nissan weitermachen wollte", berichtet Geschäftsführer Peter Gerards heute. Er richtete den Blick lieber nach vorne. Seine Marktanalyse ergab, dass Opel, Fiat und Toyota in seiner Region Handlungsbedarf wegen geringer Marktausschöpfung hatten. „Mein Wunschkandidat war Opel", so Gerards. Über einen gemeinsamen Kontakt zur Santander Consumer Bank stellte sich heraus, dass zu Gerards Wunsch der der Dinnebier-Gruppe passte: Die Berliner wollten sich wieder auf die eigene Region konzentrieren und die weit entfernten Betriebe am Niederrhein wieder abgeben. Es folgten monatelange Verhandlungen. Am Ende stand ein 350 Seiten starker Vertrag und im August die Übernahme von sechs Opel-Betrieben durch die Ruhrdeichgruppe.

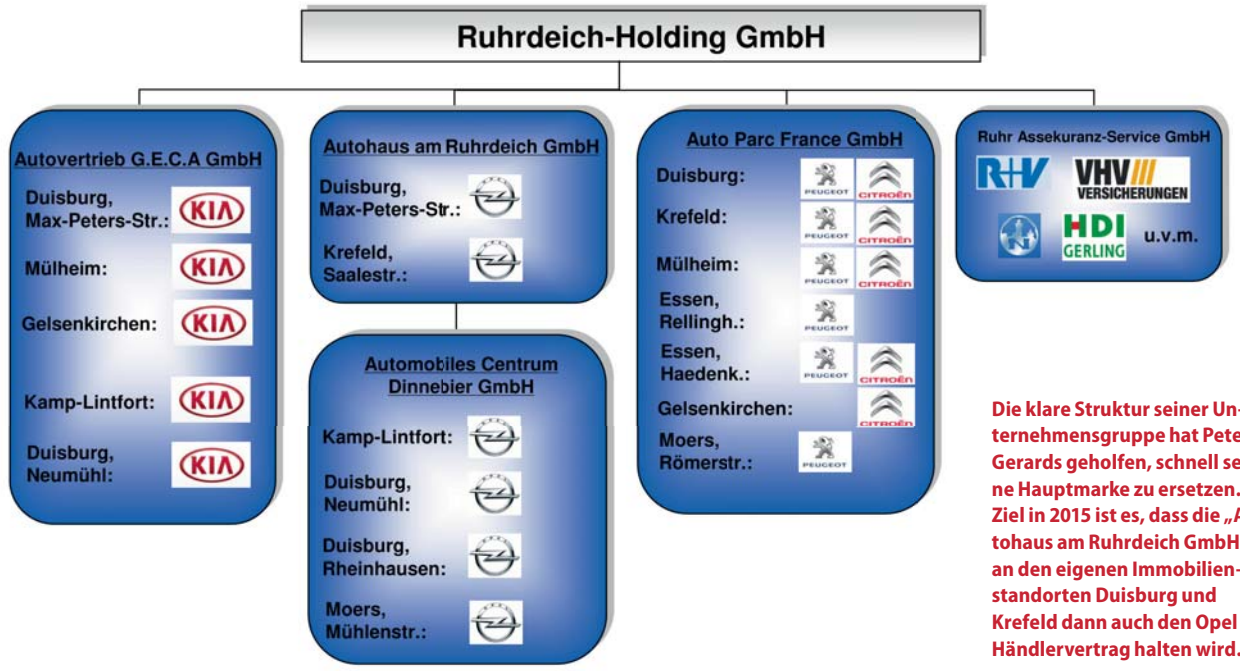
Sehr anstrengendes Jahr

Doch damit fing die praktische Arbeit erst an: „2014 war für unsere Mitarbeiter, insbesondere für unser Management und auch für mich ein außergewöhnliches und sehr anstrengendes Jahr", bilanziert der Chef im Januar 2015. Erstaunlich: Trotz der ganzen Unruhe ist es gelungen, die Neu- und Vorführwagenverkäufe im Vergleich zum Vorjahr um neun Prozent zu steigern. Bei Gebrauchtwagen gelang ein Plus von 20 Prozent und der Umsatz der Gruppe insgesamt stieg um 15 Prozent auf 108 Millionen Euro. Besonders bemerkenswert: Die Eigenkapitalquote der Ruhrdeichgruppe beträgt 30 Prozent der Bilanzsumme. Gerards führt das darauf zurück, dass die Gruppe schon vor der überraschenden Kündigung so umstrukturiert worden war, dass die Nissan-Betriebe klar von den anderen Geschäftsbereichen getrennt waren.

Von September 2014 bis Ende letzten Jahres konnten in den Blitz-Betrieben auch schon 347 Neu- und Vorführwagen verkauft werden. Der Chef plante währenddessen schon Investitionen in Opel und die Standorte von insgesamt drei Millionen Euro, zudem einen Neubau in der Krefelder Gartenstadt für 1,3 Millionen Euro. Im März soll der vor Borgers gebaute Betrieb, der dann Opel, Peugeot und Citroen beheimaten wird, bereits eröffnen.

Fotos und Grafik: Ruhrdeichgruppe

Umgeparkt hat der Ruhrdeichstandort in Duisburg. Kia und Opel prägen jetzt das Bild.



Die klare Struktur seiner Unternehmensgruppe hat Peter Gerards geholfen, schnell seine Hauptmarke zu ersetzen. Ziel in 2015 ist es, dass die „Autohaus am Ruhrdeich GmbH" an den eigenen Immobilienstandorten Duisburg und Krefeld dann auch den Opel Händlervertrag halten wird.

Die Mitarbeiter konnten fast alle übernommen werden. Frühere Nissan-Mitarbeiter kamen hinzu. Dieser Mix soll auch helfen, das Zusammenwachsen voranzutreiben: Die einen sind die Opel-Spezialisten, die anderen kennen die Philosophie und die Prozesse der Ruhrdeichgruppe. „Das gesamte Management der Ruhrdeichgruppe sowie der neue Opel-Geschäftsführer und die neuen Mitarbeiter arbeiten gerade gemeinsam sehr stark daran, Ordnung in die Abläufe und Prozesse zu bringen, denn die Opel-Betriebe kommen aus einer sehr schwierigen Situation: zunächst 2012 die Franken Insolvenz, dann ab dem 1. 1. 2013 die Übernahme durch die Berliner Dinnebier-Gruppe", so Gerards.

Gewerbekundenabteilung für Opel

Für 2015 plant er den Aufbau einer eigenen Groß- und Gewerbekundenabteilung für Opel: „Hier sehe ich ein Potenzial von über 1.000 Einheiten." Daneben soll aber auch das Endkundengeschäft im Verkauf und bei Service und Teile ausgebaut und weiter entwickelt werden.

Dasselbe gilt für die drei neuen Kia- und Peugeot-Standorte. Bei den PSA-Marken wird in vorhandene und neue Standorte investiert, zum Beispiel die in Mehrmarkenhäusern frei werdende Nissan-Verkaufsfläche dazu genutzt, um für Citroen und Peugeot zu vergrößern und um Business Center zu erweitern.

„Das neue PSA und Peugeot Management hat auf der Händlertagung in Bonn einen kompetenten und entschlossenen Eindruck hinterlassen, so dass ich hier für beide Marken 2015 sehr gute Perspektiven sehe", begründet Gerards diese Entscheidung. Die aktuelle Modellpalette sei die beste und modernste, seit Ruhrdeich die französischen Marken vertritt. „Allerdings erwarte ich jetzt auch vom PSA Konzern, dass er in Deutschland wieder deutlich mehr Fahrzeuge verkaufen will und dafür auch die Mittel zur Verfügung stellen wird."

Auch bei Kia sieht Ruhrdeich eine tolle Entwicklung. 26 Prozent Plus konnte die Autohausgruppe in 2014 mit der Marke verzeichnen. Und den neuen Kia-Geschäftsführer Steffen Cost kennt Gerards aus seiner Nissan-Zeit sehr gut: „Ich freue mich sehr darauf, bei Kia wieder mit ihm zusammenzuarbeiten." *Doris Plate* ■

Neue Verbindung: Peter Gerards, Geschäftsführer der Ruhrdeich-Gruppe, die jetzt an sechs Standorten die Marke Opel vertritt

RUHRDEICHGRUPPE	
4 Marken:	Kia, Opel, Peugeot, Citroen
20 Standorte	
NW/VFW-Verkäufe 2014:	4.441 Einheiten
Umsatz Gruppe 2014:	108 Mio. Euro