BEST PRACTICE

Außergewöhnliche Atmosphäre

Imagepflege der besonderen Art: Bei dem Event „Musik macht mobil" lauschten interessierte Besucher im Autohaus Gohm + Graf Hardenberg zwischen Fahrzeugen und Hebebühnen musikalischen Klängen.

Während auf der Bühne die Musik spielt, schauen sich interessierte Besucher die Fahrzeuge genauer an.

Fotos: Desch, Gehrke

Vom Chor über das Orchester bis hin zur Heavy-Metal- und Punkband. Im Rahmen der Veranstaltung „Musik macht mobil" lernten die Besucher den Mehrmarkenbetrieb Gohm + Graf Hardenberg in Konstanz von einer ganz anderen Seite kennen. Statt Motorgeräuschen und dem geschäftigen Treiben aus der Werkstatt waren die unterschiedlichsten musikalischen Klänge zu hören. Da trat im Ausstellungsraum ein großer Chor auf, während sich in der Werkstatt die Samba-Band eintrommelte und in der Dialogannahme die Jazz + Rockschule Probeunterricht gab.

„Das war eine ganz besondere Atmosphäre. Wie die Zuhörer von den Fahrzeugen umrahmt der Musik gelauscht haben, so etwas habe ich noch nicht erlebt", erzählt Thomas Desch, Niederlassungsleiter Gohm + Graf Hardenberg begeistert.

KURZFASSUNG

Der Mehrmarkenbetrieb Gohm + Graf Hardenberg hat mit der Teilnahme an dem Event „Musik macht mobil" Maßstäbe in Sachen Image und Kundenbindung gesetzt. Die Ausstellungsräume wurden kurzerhand zu Konzertsälen umfunktioniert.

Win-Win-Situation

In Konstanz war man mal wieder auf der Suche nach geeigneten Spielstätten für die lokale Musikszene, so entstand die Idee zum Projekt „Musik macht mobil", eine Kooperation des Kulturbüros und der Südwestdeutschen Philharmonie Konstanz. Die vier teilnehmenden Autohäuser, Auer Gruppe, Blender, Gohm + Graf Hardenberg sowie Südstern-Bölle, stellten ihre Räumlichkeiten gerne als Spielorte zur Verfügung. Nicht ganz uneigennützig, wie Thomas Desch mit einem Augenzwinkern zugibt: „Wir machen uns immer Gedanken, wie wir die Menschen in unser Haus bekommen. Mit so einem Event kann man das verbinden. Es waren unheimlich viele Menschen vor Ort, aber in einer ganz anderen Atmosphäre, das war spannend."

Thomas Desch, Niederlassungsleiter Gohm + Graf Hardenberg in Konstanz

Insgesamt 555 Musiker, querbeet aus allen Musikrichtungen, traten bei „Musik macht mobil" Anfang Juli in den vier Autohäusern auf. Je nach Größe des Betriebs konnten die Künstler die Verkaufsräume oder auch die Werkstätten als Spielstätte nutzen. Ein Shuttlebus pendelte dabei zwischen den verschiedenen Veranstaltungsorten.

Bei Gohm + Graf Hardenberg wurden die beiden Ausstellungshallen der Marken VW und Audi mit entsprechender Bühnentechnik und Bestuhlung zu Konzertsälen umfunktioniert. Auch die Werkstatt, die Dialogannahme sowie diverse Besprechungsräume standen offen und wurden zum Einsingen, Einspielen oder

Improvisieren genutzt. Die Verantwortlichen hatten sich dabei bewusst dafür entschieden, den Rahmen für das Musikevent zu bieten, die Besucher aber nicht aktiv anzusprechen oder in Verkaufsgespräche zu verwickeln. „Dennoch war es interessant zu beobachten, wie sich der eine oder andere Besucher dann doch ein Fahrzeug genauer angesehen hat. Eine Familie hat sich beispielsweise in einen VW-Bus gesetzt und der Musikdarbietung gelauscht“, so Thomas Desch.

Ästhetisches Gesamtbild

Die herumstehenden Fahrzeuge wurden natürlich bewusst in Szene gesetzt, etwa links und rechts von der Bühne oder als Rahmen für die Bestuhlung. Ob man wollte oder nicht, an den Fahrzeugen kam man also nicht vorbei. Vereinzelte Besucher fragten auch nach einem Termin für eine Probefahrt. In dem Fall gaben die anwesenden Autohaus-Mitarbeiter ihre Visitenkarten gerne weiter. Das stand aber nicht im Mittelpunkt, wie Thomas Desch erklärt. Ihm ging es vielmehr um die übergeordnete Imagewerbung: „Wie können wir uns als Autohaus präsentieren und wie werden wir in der Region wahrgenommen. Allein, dass so viele Menschen bei uns waren, ist ja schon ein Mehrwert.“

Auch die Außenflächen wurden genutzt, hier konnten sich die Besucher stärken.

Der Verkaufsraum bei Gohm + Graf Hardenberg war zu Spitzenzeiten so voll wie noch nie zuvor.

Gelungenes Experiment

In dieser Hinsicht war die Veranstaltung ein voller Erfolg: „In Spitzenzeiten war das Autohaus so voll wie noch nie“, ist er überzeugt und geht von bis zu 500 Besuchern gleichzeitig aus. Mit einem riesigen Schulchor war sogar die jüngere Zielgruppe gut vertreten. „Das sind die Kunden von morgen, die zwangsläufig auch an unseren Premiumprodukten vorbeigelaufen sind“, freut sich der 48-Jährige.

Aufgrund der guten Erfahrung und dem positiven Feedback von allen Seiten – selbst der Bühnentechniker staunte über die gute Akustik im Ausstellungsraum – denkt man bei Gohm + Graf Hardenberg schon über eine Wiederholung nach. „Ich könnte mir vorstellen, dass wir das nächste Mal die Werkstatt noch mehr einbeziehen“, verrät Thomas Desch seine ersten Ideen. Dabei könnte das Autohaus etwa das Rahmenprogramm aktiver mitgestalten und interessierten Besuchern einen Einblick in die Praxis gewähren.

Schon bei der Eröffnung des neuen Standorts in Konstanz vor zwei Jahren kam ein solches interaktives Konzept sehr gut an. „Wir hatten mehrere Stationen aufgebaut, an denen die Mechaniker verschiedene Arbeiten vorführten. Beim Dellendoktor konnten die Kunden beispielsweise selbst ausprobieren eine Delle herauszudrücken“, erinnert sich der Niederlassungsleiter. So konnte der Betrieb seine Leistungen präsentieren und viele Kunden nutzten die Chance einmal hinter die Kulissen zu blicken. Das zeugt von Transparenz, schafft Vertrauen und trägt zur Kundenbindung bei, ist Thomas Desch überzeugt. „Viele Besucher waren überrascht, wie viel Aufwand und welche Techniken notwendig sind, um ein Fahrzeug zu reparieren.“

Kundenpflege durch Information

Im nächsten Jahr will er wieder ein ähnliches Event realisieren. Denn das Interesse sei da und im Zuge der zunehmenden Fahrzeugtechnik werde es in Zukunft immer wichtiger den Kunden umfassend zu informieren. Thomas Desch: „Wir müssen Kompetenz zeigen und die Technik erlebbar machen. Diese beratende Funktion wird zukünftig immer wichtiger werden.“

Valeska Gehrke

TAG DER OFFENEN WERKSTATT

Kundenbindung durch:

- **Transparenz:** Den Besuchern einen Blick hinter die Kulissen bieten und die Werkstatt sowie weitere Räumlichkeiten öffnen.
- **Technik:** Verschiedene Reparaturarbeiten vorstellen und beispielsweise aktuelle Themen wie Fahrerassistenzsysteme aufgreifen.
- **Interaktion:** Die Kunden mit einbeziehen, an „Action-Points“ können Besucher beispielsweise selbst Hand anlegen und ihr Können ausprobieren.