SIEGERPORTRÄT BEST BRANDS 2016

Einfach nah dran

Stahlgruber sicherte sich in diesem Jahr die Krone bei den Teile-Händlern. Doch was macht den Best-Brands-Sieger imagemäßig so erfolgreich? Ein Treffen in Poing.

Fotos: Stahlgruber, Rainer Wolfsfellner, Patrick Neumann

Messegäste können im Herbst wieder ein besonderes Flair aufsaugen: Dann stehen nämlich die Stahlgruber Leistungsschauen in Sindelfingen und Nürnberg im Kalender. Der Teile-Händler aus Poing bei München, für den die Gebrüder Gruber bereits im Jahr 1923 den Grundstein legten und der sich eigenen Angaben zufolge immer wieder den wechselnden Marktanforderungen gestellt hat, spricht selbstbewusst vom „Treffen der Besten". Neben den harten Fakten und der Ausrüstung fürs tägliche Werkstattgeschäft möchte man mit diesem Format auch informieren, inspirieren und faszinieren – und somit nah dran an der Basis sein. Keine Frage: Hier liegt der Kundenkontakt im Fokus.

„Uns ist die Kundenbeziehung sehr wichtig", sagt Dr. Holger Hättich, Leiter Marketing und Produktmanagement, gegenüber asp AUTO SERVICE PRAXIS. Und in dieser Beziehung möchte Stahlgruber, so Marketingexperte Hubert Seebauer, als seriöser, zuverlässiger Partner wahrgenommen werden. „Die Betonung liegt auf Partner."

Intensive Kommunikation

Dabei verwundert es kaum, dass in dieser beruflichen Partnerschaft viel kommuniziert wird. Sei es etwa über den zielgruppenorientierten Vertrieb als ideale „Feedback-Kette" (Dr. Hättich), sei es auf den Innovationstagen mit Händlern, sei es mit engagierten Kunden im Kundenbeirat oder sei es bei Workshops zur Zukunft der Werkstatt. Ferner finden in diesem Jahr wieder mehr als 1.000 Schulungstermine statt. Man investiere in das Training und die technische Ausstattung große Summen, sagt Dr. Hättich.

Dass das weltweit mehr als 5.900 Mitarbeiter zählende Unternehmen das

BEST BRANDS 2016

Bereits zum zweiten Mal haben sich die Magazine AUTOHAUS und asp AUTO SERVICE PRAXIS mit Hilfe ihrer Leser auf die Suche nach den beliebtesten Marken der Kfz-Branche gemacht. Die telefonische Befragung „Best Brands", durchgeführt vom Marktforschungsinstitut puls, ermittelte auf der repräsentativen Basis von 900 asp- und AUTOHAUS-Lesern die Anbieter mit dem besten Image in insgesamt zwölf Produktgruppen und drei Gesamtsieger über alle Sparten.

Gefragt wurde zuerst allgemein nach dem Image einer Marke, außerdem wurde das Markenbild nach den Faktoren „Preis-Leistungs-Verhältnis" und „Qualität" differenziert. Sieger in der Sparte „Teile-Händler" wurde in diesem Jahr Stahlgruber.

Hubert Seebauer von Stahlgruber mit der 2016er-Best-Brands-Trophäe

Ohr so nah am Markt hat, dafür gibt es laut Dr. Hättich einen Grund: „Die langjährigen Kundenbeziehungen sind das Hauptpfund."

Doch neben diesen eher weichen Themen muss Stahlgruber in der Tat auch liefern, sprich Kfz-Teile an die Hebebühnen der Republik. Dafür wurde Anfang Juni die nunmehr 7. Ausbaustufe des Stahlgruber Logistikzentrums in Sulzbach-Rosenberg in Betrieb genommen – eine akuelle Marktanforderung. Das Ziel: die Leistungsfähigkeit im gesamten Vertriebsgebiet weiter zu verbessern. So lauten Schnelligkeit und Präzision die Schlagworte in puncto Versand. Davon werden, so sind sich die Verantwortlichen sicher, Servicebetriebe und weitere Kunden ab sofort profitieren. „Erstmalig im Kfz-Teilegroßhandel erfolgt der Wareneingang nahezu komplett automatisiert und ohne Wartezeiten", heißt es aus Poing.

„Wir sind gut aufgestellt", sagt Dr. Hättich. Die 2016er-Best-Brands-Trophäe ist ein Beleg dafür. *Patrick Neumann*

ZUKUNFTSMUSIK FÜRS PORTFOLIO

Die Stahlgruber GmbH, die im vergangenen Jahr einen Umsatz von rund 1,5 Milliarden Euro erwirtschaftet und mehr als 5.900 Mitarbeiter beschäftigt hat, ist auf ihr großes Leistungsspektrum stolz. Abgesehen von einem umfangreichen Sortiment bietet das Unternehmen seinen Kunden eine intelligente Logistik mit unter anderem mehrmals täglicher Zustellung, Werkstatt- und Handelskonzepte, Werkstattausrüstung und -service, einen Technischen Service und eine Hotline, Schulungen und Seminare sowie individuelle IT-Lösungen auf Modulebene wie das elektronische Teile-Informationssystem namens STAkis-S. „Leistung, die bewegt!" lautet deshalb auch ein Claim fürs gesamte Portfolio der Poinger.

Freuen sich über die Auszeichnung: Hubert Seebauer (links) und Dr. Holger Hättich

Doch diese Bewegung hat sich das Stahlgruber-Management laut Dr. Holger Hättich und Hubert Seebauer auch für die eigene Organisation vorgenommen. Schließlich möchte man bei den derzeit viel diskutierten Zukunftsthemen wie Digitalisierung, Telematik und Internet der Dinge ganz vorne mit dabei sein – und das Angebot für die Kunden dahingehend schlüssig erweitern. „Da kommt in den nächsten Monaten von uns etwas", erklärt Dr. Hättich. Klingt noch etwas nebulös. Doch weitere Details möchte der Leiter Marketing und Produktmanagement momentan noch nicht verraten. Aber es könnte, so die Spekulation, in Richtung Fitnessarmband fürs Auto gehen. Vorstellbar ist somit eine Telematik-Nachrüstlösung im Angebot von Stahlgruber.

Sie wollen in der Automobilbranche durchstarten?
Jobs für alle Bereiche der Branche finden Sie auf **autojob.de** – schnell, direkt und einfach. Auch als **autojob.de** App erhältlich: gratis im iTunes Store und bei Google Play.

autojob.de
WIR SIND DIE BRANCHE

Unterstützt von ATZ MTZ AUTOHAUS asp Autoflotte