

Eher wie ein Apple-Store

WM-Werkstattmesse | Bei der WM-Werkstattmesse in München konnten sich Besucher unter anderem über das neue Werkstattkonzept Repmaster informieren. München bildet den Abschluss der vier Hausmessen des Großhändlers.



Am Stand von Repmaster konnten sich Besucher einen guten Eindruck des Konzepts verschaffen.

Foto: D. Winkler

An drei Tagen, vom 20. bis 22. Oktober, hatten Werkstätten die Gelegenheit, sich in München über neue Werkstatttechnik und Services zu informieren. Nach Stuttgart, Berlin und Dortmund bildet die WM-Werkstattmesse in München den Abschluss der erfolgreichen Messeserie mit insgesamt über 50.000 Besuchern. In zwei Hallen zeigten

rund 250 Aussteller ihre Lösungen. Zudem konnten sich Besucher an unterschiedlichen Themeninseln informieren. So gab es eigene Bereiche für die Eigenmarke Monochrom, für Nkw und Ersatzteile, Räder und Reifen, Lackieren und Werkstattkonzepte oder Werkstatt-Software. Im Rahmen der Werkstatt-Akademie konnten Besucher spannende Vorträge und Expertentalks zu aktuellen Themen wie Stundenverrechnungssatz, E-Service und Personalgewinnung verfolgen.

Einen besonders prominenten Auftritt hatte das neue High-End-Werkstattkonzept Repmaster, das WM Anfang des Jahres an den Start brachte. Damit wächst die Anzahl der Konzepte weiter, denn der Teilegroßhändler hat bereits sieben Systeme im Angebot: Autopro, Autoteam Plus, Autoteam, Autofit, 1a Autoservice, Truckfit und LackProfi plus.

Kurzfassung

Mit dem neuen Werkstattkonzept Repmaster bringt Konzeptgeber WM ein System mit besonders hohem Anspruch an den Start. Stylish, digital und ready für die E-Mobilität – so präsentiert sich die neue Marke.

Da drängt sich die Frage auf, warum man mit Repmaster nun noch ein eigenes neues Werkstattkonzept auf den Markt bringt. Maximilian Holtmeyer, Vertriebsleiter Repmaster, erklärte uns die Motivation dahinter: „Wir wollen mit Repmaster eine neue Premiummarke schaffen, ein neues Konzept, das es so im Markt noch nicht gibt. Die Marke soll ein Hingucker sein, mit Understatement und Qualität.“ Das System wird laut Holtmeyer gut angenommen: „Die Resonanz ist mega“, erklärte Holtmeyer.

Das System zeichnet sich nicht nur durch das ausgefallene Design in der Außen- und Innengestaltung aus, sondern auch durch weitgehende Marketingmaßnahmen. Auf der Messe konnte man sich am Messestand unter der VR-Brille einen dreidimensionalen Eindruck vom Design verschaffen.

Voraussetzung ist, dass das Gebäude im edlen dunkelblauen RAL-Ton 5011 gestrichen sein muss. Bei der nüchternen Innengestaltung hat man sich am Vorbild Apple orientiert, verriet Holtmeyer. „Wir legen Wert darauf, dass es im Wartebereich die Möglichkeit gibt, sich in einem einladend gestalteten Loungebereich hinzusetzen und die Zeit unter Umständen mit freiem WLAN zum Arbeiten zu nutzen. Die Arbeitswelt hat sich geändert und wir sprechen damit auch eine junge Klientel an, die immer online ist.“ Die Inneneinrichtung ist aber nicht zwingend vorgeschrieben: „Wir bauen kein Franchisesystem auf, der Unternehmer ist weiterhin komplett frei.“ Optional können Teilnehmer ein Online- und Social-Media-Paket dazubuchen. Zudem gibt es die Möglichkeit, zusammen mit einem Innenarchitekten das Erscheinungsbild zu optimieren. Für die Inneneinrichtung arbeitet WM mit dem Büro-Möbelhersteller Assmann zusammen.

Eines wird deutlich: Besonderes Augenmerk wird auf die digitale Kompetenz



Foto: D. Winkler

1



Foto: D. Winkler

2



Foto: D. Winkler

3



Foto: D. Winkler

4



Foto: D. Winkler

5



Foto: D. Winkler

6

- 1 Auf der Messe gab es viele Lösungen für die E-Mobilität zu sehen.
- 2 Maximilian Holtmeyer, Vertriebsleiter des Konzepts Repmaster.

- 3 Zur neuen Kooperation mit Engelbert Strauss gab es eine Modenschau.
- 4 WM informierte über neue Software-Lösungen für Kfz-Werkstätten.

- 5 Der Bereich Reifen und Räder war nur eine von mehreren Themeninseln.
- 6 Die Eigenmarke Monochrom im Edel-Look nahm einen großen Raum ein.

der Betriebe und auf die Zukunftsfähigkeit Richtung E-Mobilität gelegt. „Repmaster ist unser Premium-Werkstattkonzept. Betriebsinhabern, die den nächsten Schritt gehen wollen – dafür wollen wir eine Lösung bieten“, fasste Holtmeyer zu-

sammen. Dahinter dürfte auch das Kalkül stehen, dass es viele ehemalige Markenbetriebe gibt, die ihren Vertrag verloren haben. Man wolle jedenfalls nicht Betriebe aus den bereits bestehenden WM-Konzepten rüberziehen, sondern dann schon

eher von der Konkurrenz abwerben, wo sich Betriebe vielleicht nicht mehr gut aufgehoben fühlen. Wenn sich konkret Bosch-Car-Service-Betriebe angesprochen fühlen, dann wäre das sicher kein Zufall.

Dietmar Winkler