

Verlässliches Netzwerk

Schmierstoff-Konzept | Als markenunabhängige Werkstatt hat sich SF Sportcars in Unterföhring einen Namen gemacht und ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Beim Öl setzt Geschäftsführer Christian Brückner auf das Konzept Castrol Service.



Foto: Dietmar Winkler

Christian Brückner ist Geschäftsführer der Werkstatt SF Sportcars in Unterföhring.

Dieses Autohaus plus Werkstatt ist auf jeden Fall besonders – schon rein äußerlich hat der markenunabhängige Betrieb SF Sportcars in Unterföhring bei München einiges zu bieten: Das hochmoderne Gebäude ist selbst schon schnittig wie ein Sportwagen und steht für all das, was sich die Werkstatt selbst auf die Fahnen schreibt: professionell, fair zum Kunden, modern und alles, nur nicht langweilig.

Kurzfassung

Das Konzept Castrol Service ist für den freien Mehrmarkenbetrieb eine Bereicherung, ohne sich allzu sehr in den Vordergrund zu drängen. Bei den sportlich orientierten Kunden kommt die Marke jedenfalls gut an.

Was 2002 mit der Gründung des auf den Handel mit Gebrauchtwagen spezialisierten Autohauses SF Sportcars durch Stephan Fritsch begann, hat sich mittlerweile zu einem breit aufgestellten Unternehmen entwickelt. Vor acht Jahren ist der Betrieb in den spektakulären Neubau in Unterföhring gezogen.

Wir treffen den Geschäftsführer der Werkstatt, Christian Brückner, um mit ihm über seine Strategie beim Thema Schmierstoffe zu sprechen. Er ist einer von 760 Service-Partnern im Servicekonzept Castrol Service, das sich speziell an lokal etablierte freie Werkstätten richtet, die mit der Marke Castrol zusammenarbeiten möchten und bereit sind, eine Castrol-Ölabnahmemenge zu vereinbaren. Was uns in der Halle erwartet, ist nicht die nichtssagende Sterilität eines langweiligen Autohauses, sondern ein Verkaufsraum mit viel automobilener Atmosphäre – glänzendes Blech mehrerer ausgestellt

Sportwagen, nicht zu protzig, gemütlicher Wartebereich mit Lounge-Charakter, nicht zu plüschig, eine eher nüchtern gehaltene, aber mit modern wirkenden weißen Büromöbiliar gestaltete Empfangstheke – aber auch nicht zu schick.

Passt zu den Sportwagen

Am Empfang für Autohaus- und Werkstattkunden müssen wir nicht lange suchen, um den Castrol-Aufsteller und die im Verkaufsraum als Blickfang platzierten grünen Castrol-Fässer zu erblicken. Na, das passt doch zu den aufregenden Sportboliden im Showroom. „Jeder kennt die Marke Castrol, die Fässer sind entsprechend gebrandet – und das sieht einfach toll aus bei uns“, erklärt Christian Brückner, der sich über die Jahre und durch viel Erfahrungswerte seine eigene Ölstrategie zurechtgelegt hat. Auch in der eigentlichen Werkstatthalle mit fünf Hebebühnen plus drei Ausweich-Arbeitsplätzen signalisiert ein großes Transparent die Castrol-Partnerschaft. „Wir haben uns für Fässer und gegen Öltanks entschieden, weil die Vorgaben der Hersteller so rasch wechseln, mit den Fässern können wir flexibler reagieren“, erklärt Brückner. Klar, früher



Foto: Dietmar Winkler

Der Verkaufs- und Empfangsraum ist großzügig und verströmt lässige Sportlichkeit.



Foto: Dietmar Winkler

Christian Brückner (l.) zusammen mit Schmierstoff-Berater Holger Lehnert

war alles einfacher: „Bis vor wenigen Jahren hatte man genau zwei Ölsorten, das 10W40- und das 5W30-Longlife-Öl – damit war man perfekt ausgestattet.“ Aus heutiger Sicht stelle sich die Situation aber ganz anders dar: „Es gibt sehr viele unterschiedliche Vorgaben der Hersteller und ganz unterschiedliche Spezifikationen – da will ich keine Kompromisse eingehen und halte mich an die Herstellervorgaben. Daher kommen wir mehr und mehr weg von den großen Gebinden.“

Als Mehrmarken-Werkstatt muss Brückner flexibel reagieren – seine Mechaniker kennen nahezu alle Fabrikate und entsprechend vielfältig sind die Anforderungen. Brückner: „Ich spiele nicht mit dem Feuer einer Falschbefüllung, das Risiko gehe ich nicht ein. Wenn man einen Motorschaden hat, dann hat man auf jeden Fall ein Problem.“ Der Kfz-Profi weiß, dass eine falsche Befüllung nachträglich noch nachweisbar ist. Brückner kennt auch Beispiele aus eigener Anschauung,

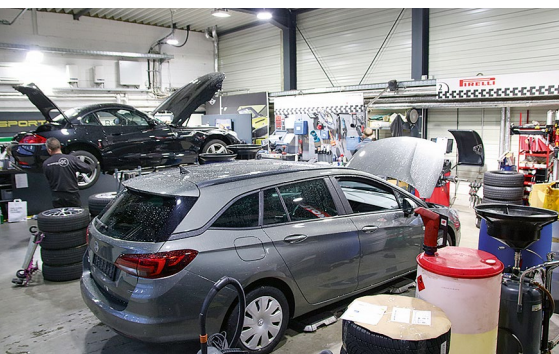


Foto: Dietmar Winkler

Beim Blick in die gut gefüllte Werkstatt wird klar: Hier wird was gearbeitet.

Castrol Service-Partnerschaft

In Deutschland gibt es derzeit mehr als 760 Service-Partner, in ganz Europa sind es mehr als 6.000, global gesehen mehr als 29.000.

- Hochwertiges Signalisationspaket im Wert von 2.000 Euro, bestehend aus einer Außenbanderole, Pylonen sowie Flaggen für die Außenwerbung. Castrol Service ist kein Widerspruch zu bestehenden Werkstattkonzeptmarken mit Signalisation. Partner haben die Möglichkeit, ihren Castrol Service-Auftritt als Co-Branding zu bestehender Signalisation individuell zu gestalten.
- Marketing-Starterpaket in Höhe von 1.000 Euro für Kundenwerbung oder auch Personalwerbung.
- Onlinepräsenz durch Listungen im Verkaufsstätten-Finder der Homepage von Castrol.
- Recruiting-Unterstützung, exklusiver Zugriff auf die neu entwickelte Recruiting-Toolbox. Diese enthält Leitfäden und Checklisten zur Benutzung von Social Media und Online-Stellenportalen.
- Exklusive Nutzung der Castrol-Motorgarantie. Nur für Castrol Service-Werkstätten erhältlich.
- Hilfe bei Finanzierung der Werkstattausrüstung

wie ein falsches Öl wirken kann: „Wenn Sie einen Peugeot dastehen haben, bei dem der Zahnriemen im Öl läuft, aber das Fahrzeug vielleicht vor 5.000 Kilometern ein falsches Öl bekommen hat, dann löst sich der Zahnriemen wirklich vor Ihren Augen förmlich auf.“

Die Bevorratungsstrategie bei SF Sportcars sieht wie folgt aus: Als breit einsetzbares Grundöl hat Brückner 1.000 Liter 5W30-Longlife-Öl vorrätig und bestellt regelmäßig vier bis fünf 200-Liter-Fässer beim Handel. Für Porsche-Kunden hält er mindestens 100 Liter 5W40-Öl bereit, zudem ähnliche Mengen 0W30- und 0W20-Öle. „Von jedem Öl haben wir immer grundlegend mindestens 100 Liter da. Was nicht sofort verfügbar ist, bestellen wir beim Handel, dann haben wir das innerhalb weniger Stunden im Haus.“

Zunehmende Vielfalt

Als langjähriger Kunde von LKQ Stahlgruber wird der Betrieb viermal am Tag allein von Stahlgruber beliefert. „Wir kommen aus dem Sport- und Youngtimer-Segment, aber wir sind in den letzten Jahren eine klassische freie Werkstatt geworden und kriegen alle möglichen Fabrikate rein. Heute sind wir in der Lage, dass wir von keiner Arbeit mehr Angst haben müssen, und was wir nicht selbst können, geben wir an unser breites Netzwerk spezialisierter Partner.“

Ohne Partner geht nichts

Apropos Partner: Ein funktionierendes Netzwerk ist auch für den Betrieb SF Sportcars unerlässlich. Christian Brückner: „Ich brauche verlässliche Partner im Hintergrund, das gilt für das Thema Öl genauso wie im Reifengeschäft oder beim Thema Diagnose – hier sind wir Modul-Partner von Bosch.“ SF Sportcars ist zudem Reifen1-plus-Partner und erfolgreich im Reifen- und Rädergeschäft tätig – nicht zuletzt bei Flottenkunden ein wichtiger Faktor. Teil eines starken Netzwerks zu sein, das ist auch einer der Gründe, warum Brückner sich für das Konzept Castrol Service entschieden hat. „Wir profitieren auf mehreren Ebenen von der starken Marke – und das ist deutlich mehr als nur Signalisation.“

Als Castrol-Kooperationspartner ist der Betrieb in der Online-Werkstattsuche von Castrol gelistet. „Die Tatsache, dass wir als Partner auftauchen, hilft uns sicher auch bei der Neukunden-Akquise in anderen Feldern. Ich sehe diese, wie auch die anderen Partnerschaften als wichtige Multiplikatoren, die unseren Namen weiter transportieren und insgesamt positiv aufladen“, sagt Brückner. Der Zugang zu Marketingunterstützung und der Castrol-Ölberater sind sehr praktische Werkzeuge für den Alltag: „Das Online-Tool nutze ich sehr häufig, es ist wirklich hilfreich.“

Dietmar Winkler