BMW MANAGER OF THE YEAR

Turnaround in zwei Jahren

Björn Heilmann wurde in diesem Jahr von BMW als weltweit bester Manager eines Autohauses ausgezeichnet. Der 36-Jährige schaffte es, die gebeutelte Hansa Nord-Gruppe wieder auf Vordermann zu bringen.

KURZFASSUNG

Mit nur 36 Jahren wurde Björn Heilmann zum „BMW Manager of the Year global" gekürt. Der Chef der Hansa Nord-Gruppe schaffte die beste Kombination aus zehn Kennzahlen, Marketing und Personalführung.

Leicht war die Aufgabe nicht, mit der Björn Heilmann am 1. Juni 2015 betraut wurde. Dello-Chef Kurt Kröger hatte den heute 36-Jährigen auserkoren, die Anfang 2015 von ihm übernommene BMW-Gruppe Hansa Nord wieder auf Kurs zu bringen. Für seinen Erfolg in dieser Aufgabe wurde Heilmann vom Hersteller im April als weltweit bester Autohausmanager der Marke ausgezeichnet. „Auch wenn mir dieser Award übergeben wurde, gebührt er letztendlich jedem einzelnen Mitarbeiter des Autohauses Hansa Nord. Gemeinsam haben wir innerhalb von zwei Jahren nicht nur die Häuser umgebaut, sondern durch konsequente Weiterentwicklung die Weichen für die Mobilität der Zukunft gestellt", kommentierte er die Auszeichnung.

Für BMW gab eine Kombination aus zwei Kriterien den Ausschlag für die Wahl: 1. Das Abschneiden bei insgesamt zehn Kennzahlen, darunter Neu- und Gebrauchtwagenverkauf sowie Kundenzufriedenheit in Verkauf und Service. 2. Gab es eine Empfehlung des deutschen Marktes. In dem Statement wurden vor allem die starke Verbesserung der Kennzahlen in kurzer Zeit, die regionalen Marketingaktivitäten sowie das lokale Ausbildungsprogramm gewürdigt.

Belegschaft wieder Sicherheit geben

Heilmann selbst sah es als seine wichtigste Aufgabe, zunächst einmal der Belegschaft wieder die nötige Sicherheit zu geben, denn die damals fünf Filialen des Handelsbetriebes mit Hauptsitz in Lübeck hatten bei seinem Arbeitsantritt eine wechselvolle Geschichte hinter sich. Mehrere Eigentümer und Geschäftsführer hatten sich in den letzten Jahren in dem Unternehmen versucht.

Anfang 2015 übernahm dann aber die Hamburger Autohaus-Gruppe Dello die Betriebe in Lübeck, Kiel, Eutin, Oldenburg in Holstein und Bad Segeberg und deren Chef Kurt Kröger engagierte den erfahrenen BMW-Manager Heilmann für die Geschäfte. Trotz seiner jungen Jahre ist der neue Hansa-Nord-Chef nämlich seit 20 Jahren im Autogeschäft und hat es von der Pike auf gelernt: Lehre zum Kfz-Mechaniker, Meisterprüfung, Bundesfachschule BFC Northeim. Seit 2005 ist er in BMW-Betrieben engagiert, zuletzt in der Auer-Gruppe, die ihre Filialen rund um den Bodensee hat. Als Kröger aber fragte, ob der gebürtige Hamburger wieder in seine Heimat kommen wolle, nahm Heilmann gerne an.

Dello-Gruppe im Rücken

Mit der Dello-Gruppe im Rücken gelang ihm denn auch in kurzer Zeit der Turnaround. Die Zugehörigkeit zu dem Hamburger Handelskonzern sieht er als maßgeblichen Erfolgsfaktor. Dort gibt es nicht nur viel Know-how in jedem Bereich, auch Synergien werden gezielt genutzt: Die Autohäuser profitieren von einem zentralen Einkauf. Der Austausch zwischen den Marken ist bei der Lösung von Problemen ebenfalls sehr nützlich.

Um das Führungsteam von Hansa Nord auf die zukünftige Zusammenarbeit vorzubereiten, rief Heilmann eine „Führungswerkstatt" ins Leben. „Es ging nicht darum, als „Übernehmer" Vorgaben zu machen, sondern wir wollten die Sache sehr bedacht angehen und mit dem aktuellen Leitungsteam eine Unternehmenskultur entwickeln, die die Leitlinien für die zukünftige Zusammenarbeit setzt." Gemeinsam sollten diese erarbeitet werden: „Wir möchten keine Fluktuation auf

Ausgezeichneter BMW-Manager: Björn Heilmann führt seit Juni 2015 die zur Dello-Gruppe gehörende Hansa Nord.

Fotos: BMW, Hansa Nord, Plate/AUTOHAUS

Die Marketingstrategie wurde umgebaut: Kampagnen werden nun in kürzeren Zeitfenstern, aber dafür massiv über alle Kanäle und alle Häuser gespielt. Events wie der VIP-Empfang zur Einführung des neuen 5er und des MINI Countryman im noblen Weissenhaus Grand Village Resort & Spa am Meer locken viele Besucher an.

Die Hansa Nord Zentrale in Lübeck zeigt inzwischen das Future-Retail-Gesicht.

BMW-Vorstand Ian Robertson (rechts) überreichte dem Autohaus-Chef die Trophäe als Manager of the Year global.

Für die neue Early-Bird-Golfturnierserie von BMW ist Hansa Nord Pilothändler.

Führungspositionen", betont der Manager. Für ihn ist klar: „Autohäuser, die in Rekordzeit auf Veränderungen reagieren können, sind am besten für die Zukunft aufgestellt." Unterstützt wird Hansa Nord dabei durch Verhaltenstrainer und Coach Ali Aydin von impuls! aus Gießen, der bereits viel Erfahrung in der BMW-Organisation hat."

Führungswerkstatt für Kommunikation

In der Führungswerkstatt geht es unter anderem darum, eine Kommunikationskette zu etablieren. Festzuhalten, wie Besprechungen ablaufen sollen: mit klaren Zielen, wie wer macht was, bis wann, mit wem, einer Tagesordnung und mit Kontrollterminen. Eine Kennzahlensteuerung wurde etabliert. Eigene Leitlinien für den Umgang mit Mitarbeitern und Kunden formuliert und ein Intranet installiert.

»Auch wenn mir dieser Award übergeben wurde, gebührt er letztlich jedem einzelnen Mitarbeiter des Autohauses Hansa Nord.«

Björn Heilmann, Geschäftsführer Hansa Nord

Ab Juni dieses Jahres sollen die neuen Unternehmensleitlinien dann über eintägige Workshops allen Mitarbeitern nahegebracht werden, um die gemeinsame Basis zu festigen. „Inzwischen haben wir einen guten Spirit in der Führungsmannschaft. Jedes Haus hat einen Chef und in Lübeck unterstützen mich drei sehr erfahrene Spartenleiter im Neu- und Gebrauchtwagengeschäft sowie im Service."

Die Mitarbeiter auf den neuen Kurs einzuschwören ist aber nur ein Teil der Aufgabe des neuen Chefs. „Nebenbei" gilt es auch noch die Betriebe auf Future Retail umzubauen. In Kiel, Eutin und Lübeck ist das schon geschehen. Bad Segeberg und Oldenburg sind in diesem Jahr dran.

Marketingstrategie umgebaut

Außerdem wurde die Marketingstrategie komplett umgebaut. „Wir werben nun in engeren Zeitfenstern, dafür aber sehr massiv." Kampagnen werden parallel über alle Medien und alle Standorte gefahren. Auf Facebook, über Online-Banner bis zu Anzeigen in großen Tageszeitungen und kleinen lokalen Blättern – überall dieselbe Botschaft. Eine Mitarbeiterin – übrigens branchenfremd aus der Hotellerie übernommen – kümmert sich um den Online-Bereich von der Homepage bis zu den sozialen Medien.

Die lokale Präsenz ist stark: von Vorträgen im Marketing-Club bis zum Weber-Grill-Seminar. Beim BMW Golf Cup machen alle Filialen mit. Die Kunden, die sich qualifizieren, werden von Mitarbeitern des Autohauses zu weiteren Events begleitet.

In diesem Jahr startet Hansa Nord ein Pilotprojekt der Early-Bird-Golfturnierserie. An sechs Sonntagen in 2017 wird vormittags gegolft und der Nachmittag gehört der Familie. Hinzu kommen Fahrveranstaltungen wie Fahrsicherheitstrainings, eine MINI-Ausfahrt, Cabrio- und Roadster-Tour sowie Offroad-Veranstaltungen.

Verkäufe gesteigert

Es waren viele Maßnahmen, mit denen Hansa Nord den Turnaround geschafft hat. Die Neuwagen-Verkäufe bei BMW wurden von 2014 auf 2016 um zehn Prozent gesteigert – und das bei einem deutlich höheren Anteil an Endkundengeschäften. Bei MINI stieg der Absatz in diesem Zeitraum sogar um 20 Prozent. Und was noch viel wichtiger ist: Bei der Umsatzrendite liegt das Autohaus jetzt über dem BMW-Händlerdurchschnitt. Die genaue Zahl will Heilmann nicht nennen, aber – so der Manager in hanseatischem Understatement –: „Wir sind nicht unglücklich."

Am 1. April kam auch noch eine weitere Filiale in Wismar hinzu. Derzeit investiert das Unternehmen stark in die Ausbildung der Mitarbeiter und die Weiterentwicklung der Häuser in Richtung Elektromobilität. Ein Mitarbeiter kümmert sich zum Beispiel um die Ladeinfrastruktur in allen Häusern, Servicemitarbeiter werden im Umgang mit der Hochvolttechnik geschult. Es gibt also weiterhin viel zu tun.

Doris Plate ■

AUTOHAUS AKADEMIE

BANK MAGAZIN

AUTOHAUS BANKENGIPFEL 2017

AUSWIRKUNGEN DER DIGITALISIERUNG AUF DIE FINANCIAL SERVICES

12. Juli 2017 im Hotel Gutsgasthof Stangl in Neufarn bei München

Wie die Digitalisierung ganze Branchen auf den Kopf stellen kann, ist hinlänglich bekannt. Doch dieser Megatrend stellt auch die Autobanken mit ihren Financial Services vor große Herausforderungen: Können Roboter mit Geld umgehen und Finanzprodukte besser verkaufen? Wie sieht die perfekte Verknüpfung von On- und Offline-Welt aus? Und welche Rolle nehmen die Autobanken in diesem digitalen Wandel ein? Antworten auf diese Fragen versuchen namhafte Finanz-, Bank- und Mobilitätsexperten auf dem zweiten AUTOHAUS Bankengipfel zu finden. Nutzen Sie diese exklusive Branchen-Plattform für (Auto-)Banken, um Ihr Netzwerk für die Zukunft zu erweitern, und holen Sie sich wichtige Impulse und Denkanstöße fürs daily business. Besuchen Sie am Nachmittag unsere drei Workshop-Sessions zur Mobilität der Zukunft, zur Cybersicherheit und zur Rolle der FinTechs.

Mit freundlicher Unterstützung von:

BDA | BANKEN DER AUTOMOBILWIRTSCHAFT

DEUTSCHER AUTO DIENST

Prudentes Management GmbH

Es erwarten Sie Vorträge zu folgenden Themen:

Keynote Speech: Prof. Dr. Christian Rieck „Können Roboter mit Geld umgehen"
- Die Rolle der Autobanken aus Sicht des Handels
- Die digitale Autobank der Zukunft
- Die Digitalisierung im stationären Handel

Am Nachmittag finden drei praxisnahe Workshop-Sessions zu folgenden Themen statt:
- So könnte sich die Mobilität der Zukunft auf Finanzprodukte auswirken
- Erarbeiten von Maßnahmen zur Verbesserung der Informationssicherheit
- Fast Integration: Mit innovativen Business Services Kunden faszinieren

Information und Anmeldung unter: www.autohaus.de/bankengipfel2017