

23. Oktober 2021

Investition in die Zukunft

Auto-Scholz Center of Experience mit neuester MAR 2020 Mercedes-Benz Markenarchitektur eröffnet.



Rund 16,7 Millionen Euro hat der neue Standort der Auto-Scholz Gruppe in Bamberg gekostet.

Foto: PR

Bamberg. — Nach knapp drei Jahren Bauzeit hat die Bamberger Auto-Scholz GmbH & Co. KG als eine der ersten Autohausgruppen in Deutschland die neue Mercedes-Benz Markenarchitektur MAR2020 mit einem vollkommen neuen Gebäude komplett umgesetzt und somit ein Musterautohaus geschaffen. Im Rahmen einer Pressekonferenz wurde das neue Center of Experience den Medienvertretern vorgestellt.

Für Inhaber und Geschäftsführer ist dies ein weiterer wichtiger Schritt in Richtung Kundenorientierung und Zukunftssicherung. „Insgesamt haben wir in den letzten Jahren rund 27,1 Millionen in die Modernisierung unserer gesamten Betriebe investiert“, Auf das neue Center of Experience entfallen dabei rund 16,7 Millionen Euro, so der Unternehmer.

Neuer Markenauftritt

Mit dem Neubau werden die Bedürfnisse der Kunden noch stärker in den Mittelpunkt gerückt: „Mit dem neuen Markenauftritt schaffen wir eine innovative Erlebniswelt für unsere Kunden. Durch die Kombination von persönlichem Kontakt und digitalen Elementen bei Beratung und Verkauf wird unsere Verkaufswelt zu einer Erlebniswelt“, so Eidenmüller. Die Gesprächsatmosphäre zwischen Beratern und Kunden profitiert von dialogunterstützenden Medien den sechs Touchpoints Willkommensbereich, Fahrzeugausstellung, Beratungsbereich, Shop, Fahrzeugübergabe und Außenbereich.

Alle Informationen rund um das Fahrzeug werden dank neuer Darstellungsformen noch plastischer für den Kunden. „Unser Showroom ist wie eine Bühne für unsere Mercedes-Benz Produkte und Dienstleistungen zu sehen, erklärt Eidenmüller und ergänzt: „Der Point of Sale wird zum Center of Experience, zu einem Ort der Begegnung mit der Mercedes-Benz Cars Markenfamilie.“

Mit neuen Jobprofilen wird sichergestellt, dass die zunehmende Produktkomplexität und die Digitalisierung ebenso berücksichtigt werden wie die individuellen Bedürfnisse der Kunden. So erklären im Center of Experience beispielsweise die Produktexperten den Interessenten die Besonderheiten der Modelle und ihre Technologien direkt am Fahrzeug oder auf digitalen Geräten und Bildschirmen. Den Eintritt in die Mercedes-Benz Markenwelt gestaltet die „Gastgeberin“ für den Kunden, die als erster Kontakt für den Kunden beim Empfang im Showroom und bei der Begrüßung für eine herzliche Willkommensatmosphäre

sorgt. Im persönlichen Gespräch wird das Anliegen des Kunden geklärt. Als Teil der neuen Empfangssituation wird er dann umgehend an den passenden Ansprechpartner für ein Beratungs- oder Verkaufsgespräch weitergeleitet. Beratungsgespräche mit Kunden werden mobil und situativ geführt, wobei die Mitarbeiter im Showroom flexibel und je nach Bedarf Medienflächen oder mobile Endgeräte nutzen und den Kunden in unterschiedlichen räumlichen Situationen beraten, je nach Art und Bedarf des persönlichen Gesprächs.

„Unser Center of Experience bietet ein schlüssiges Konzept zur optimalen Abbildung der Betriebsprozesse im Pkw-Verkauf unter einem Dach“ erläutert Michael Eidenmüller weitere Vorteile der neuen Markenarchitektur. So sind neben dem Laden- und Gebietsverkauf auch die Abteilungen Fahrzeugdisposition, Fahrzeugaufbereitung und Fahrzeugwäsche, Fuhrpark sowie Marketing in den Neubau integriert.

Ladepark mit eigenem Strom

Bestens gerüstet für die Zukunft im Automobilhandel ist Auto-Scholz nicht zuletzt auch bei den Themen Elektromobilität und Digitalisierung. Denn direkt hinter der neuen Ausstellungshalle entstand eine Benzin- und Dieseltankstelle sowie ein Elektro-Ladepark, der über eine Photovoltaikanlage auf dem Dach gespeist wird. Bereits jetzt stehen sechs vollelektrische Modelle von smart und Mercedes-Benz vor Ort zur Probefahrt bereit.

Allein für den Ladepark beläuft sich das Invest auf rund 1,5 Millionen Euro. Dabei versorgt eine Photovoltaik-Anlage mit 270 kWp auf dem Dach die Ladepunkte mit Strom (4 DC Schnellladestationen mit 110 kW und 16 AC Ladesäulen).

„Mit unserem Center of Experience haben wir unsere Vision vom Autohaus der Zukunft umgesetzt und können unsere Kunden ab sofort noch individueller und umfassender in einem echten Wohlfühlambiente betreuen. Durch die Kombination von persönlichem Kontakt und digitalen Elementen bei Beratung, Verkauf und Service schaffen wir ein einzigartiges Markenerlebnis“, so Eidenmüller.

Andreas Götz, Pkw Verkaufsleiter bei Auto-Scholz, ergänzt: „Unser Neubau weckt Emotionen: Besonders wichtig war es uns, viel Raum für entspannte Gespräche und eine ausführliche, persönliche Beratung zu schaffen. Wir freuen uns darauf, künftig noch individueller auf die Bedürfnisse und Wünsche unserer Kunden eingehen zu können. Wir laden alle Interessierten ein, sich von unserer neuen Mercedes-Benz Erlebniswelt begeistern zu lassen.“ red