

# AUTOHAUS

SPEZIAL

SONDERHEFT  
MIT  
AUTOHAUS  
14-15\_2024

# 45 Jahre Weller



Gemeinsam. Zukunft. Machen.

**WELLER**



# Herzlichen Glückwunsch

zu Ihrem Jubiläum

DEKRA gratuliert der **WELLERGRUPPE** herzlich zum 45-jährigen Jubiläum und wünscht auf der weiteren Wegstrecke viel Erfolg.

[dekra.de/kfz-gewerbe](https://dekra.de/kfz-gewerbe)



» Impulsgeber Weller hat zusammen mit seiner Mannschaft immer erreicht, was er sich vorgenommen hat. «

## Forever young

Der deutsche Autohandel ist von zahlreichen Persönlichkeiten geprägt, die mit oft geringen Mitteln, dafür aber entsprechend mehr an Ideenreichtum, Mut, Unternehmensegeist und Engagement automobile Imperien geschaffen haben. Von Mittelstand kann man da sicher nicht mehr sprechen. Das sind erfolgreiche Handelsunternehmen mit Umsätzen, die über die Milliarde Euro gehen und mehrere Tausend Mitarbeiter beschäftigen. Die Top 10 der deutschen Autohäuser wird noch etwa zur Hälfte von den Inhabern geführt. Gerade diese Entrepreneurere sind damit weiterhin Treiber ihrer Handelsgruppen, und dazu zählen natürlich auch die mittleren und kleineren Autohäuser.

Größe im Sinne von Zahlen ist kein Wert an sich. Wer allerdings laut Ranking des Instituts für Automobilwirtschaft (IfA) 2024 zu den Top 10 der Autohandelshäuser in Deutschland zählt, darf mit seinem Team auch mal stolz sein und klar verkünden: Wir sind wer!

Burkhard Weller hat in diesem Jahr seinen siebzigsten Geburtstag gefeiert, die **WELLERGRUPPE** existiert seit 45 Jahren. Das doppelte Jubiläum ist auch die Geschichte von einem, der in Osnabrück auszog, um die automobile Welt das Fürchten zu lehren.

Wir haben diese Erfolgsstory für Sie auf 68 Seiten zusammengefasst. Alles begann mit zwei Mitarbeitern in einer Garage in

einer Stadt in Niedersachsen ... Das klingt zunächst romantisch. Burkhard Weller hat aber von Anfang losgelegt, war Impulsgeber und Antreiber, hat selten den Fuß vom Gas genommen. Manchmal wurde etwas übertrieben und Schikanen musste ausgewichen werden, doch das Ziel klar vor Augen, hat Weller am Ende immer erreicht, was er sich vorgenommen hat.

Die passenden Gleichgesinnten hat er mit seiner langjährigen Führungscrew gefunden, und ein Kennzeichen des Unternehmens Weller ist, dass alle Mitarbeiter an einem Strang ziehen und vollen Einsatz geben. Das gesamte Team von Weller kann stolz auf das Erreichte sein, und auch die Branche kann sich glücklich schätzen, derartige Macher in ihren Reihen zu haben.

Deshalb auch aus der AUTOHAUS-Redaktion die allerbesten Wünsche und: Stay forever young!

**Ralph M. Meunzel**  
Chefredakteur

### IMPRESSUM

**AUTOHAUS Spezial**  
**45 Jahre Weller**  
erscheint als Beilage  
mit AUTOHAUS 14-15\_2024  
**Chefredakteur:** Ralph M. Meunzel

**Redaktion:** Dr. Andrea Haunschild (Leitung),  
Christian Richter, Stefan Schmid  
**Anzeigenverkauf:** Karin Rockel (Leitung),  
Rainer Bauer, Doris Heisler, Sanja Klöppel,  
Petra Willmeroth, Birgit Zipfel

**Herstellung/Layout:** Stefanie Michalski  
**Druck:** L.N. Schaffrath GmbH & Co. KG  
DruckMedien, Marktweg 42-50,  
47608 Geldern

**Anschrift von Verlag**  
TECVIA GmbH, Auto Business Media,  
Aschauer Straße 30, 81549 München,  
Tel. (089) 20 30 43-0,  
www.autohaus.de.

# INHALT

## Spezial 45 Jahre Weller

14-15\_2024



**22** Toyota: Mit der Marke ist Weller groß geworden. Vom ersten Hybrid bis heute prägt die beiden ein besonderes Verhältnis.

**06 Interview B. Weller**

Vom Micky-Maus-Unternehmen zum Milliardenkonzern

**10 Rebranding**

Vereinheitlichung aller Marken der Weller-Gruppe

**12 Meilensteine**

Eine Chronik der wichtigsten Etappen

**16 Grußworte**

Langjährige Treue und enge Verbundenheit mit Würth

**17 Partner**

Vier Jahrzehnte Kooperation mit CarGarantie

**18 Unternehmensstruktur**

Zentrale und Geschäftseinheiten sind klar gegliedert

**22 Porträt Toyota und Lexus**

Mit Toyota ist Weller groß geworden, Lexus rundet in die Oberklasse ab

**24 Porträt BMW und Mini**

Die beiden Marken sind eine echte Unternehmenssäule

**26 Porträt Seat und Cupra**

Die Brands ergänzen sich mit viel Power

**28 Porträt MG**

Absatzzahlen überzeugen, die Marke belebt

**29 Partner**

Prof. Dr. Stefan Reindl im Interview

**30 E-Mobilität**

Showroom-Konzepte und Batteriekompetenzzentrum

**34 Microlino und Horwin**

Die Modelle bringen gute Laune und junges Publikum

**36 WellerGarage**

Citystore ist zentraler Touchpoint und Eventlocation

**42 Macherin**

Nadine Hunneck leitet eine der erfolgreichsten Filialen

**44 Weller als Arbeitgeber**

45 Jahre Unternehmensphilosophie

**48 WellerChance**

Jugendliche nicht einfach abstempeln

**50 WellerHilft**

Soziales Engagement und Nachhaltigkeit

**52 Weller im Osten**

AutoSaxe in Leipzig startet kurz nach der Wende

**56 Auszeichnungen**

Der Erfolg spiegelt sich in den vielen Awards

**60 Digitalisierung**

IT-Team kanalisiert Daten und optimiert Prozesse

**62 Strategische Säulen**

Konzentration auf sechs zentrale Themenfelder

**64 Eventkultur**

Wer arbeitet, muss auch feiern

Foto: Weller



**06** Interview Burkhard Weller:  
„Man muss die Chance sehen.“

Foto: Weller



**36** Weller-Garage:  
Citystore ist Touchpoint für E-Mobilität und gleichzeitig Eventlocation.

WELLERGRUPPE

# HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH

Der Aufstieg der Wellergruppe in den letzten Jahrzehnten ist beeindruckend.

Als Garantiepartner freuen wir uns bei CarGarantie, einen Teil dieses Weges gemeinsam zu gehen und wünschen auch für die Zukunft alles Gute.

DANKE für die vertrauensvolle Zusammenarbeit.



CG CAR-GARANTIE  
VERSICHERUNGS-AG

TEL 0761 4548-260  
[www.cargarantie.com](http://www.cargarantie.com)

 **CarGarantie<sup>®</sup>**  
*takes the risk out* <

INTERVIEW

# »Man muss die Chance sehen«

Vom Micky-Maus-Unternehmen zum  
Milliardenkonzern: Der Macher Burkhard Weller  
im Interview.

*von Stefan Schmid*



Schon früh war für Burkhard Weller klar: Ein normaler Job ist ihm zu langweilig. Die Geschichte der **WELLERGRUPPE** beginnt deshalb mit einem erst 25-jährigen Gründer, der seinen sicheren Job bei Würth an den Nagel hängt und den Sprung in die Selbstständigkeit wagt. Rückblickend eine goldrichtige Entscheidung, auf die zahlreiche weitere, mitunter sehr mutige, folgten. Im Interview zieht Burkhard Weller Bilanz und erklärt, welche Entscheidungen das Unternehmen dorthin brachten, wo es heute steht, wie er es geprägt hat und in welche Richtung sich die Branche gerade entwickelt.

**AH:** Was hat Sie dazu inspiriert, ein Autohaus zu gründen?

**Burkhard Weller:** Mir hätte es damals kaum besser gehen können, ich war als Würth-Vertreter gut untergebracht. Aber ich wollte selbstständig sein – und ich wollte Autohändler werden, das war ein Kindheitswunsch.

**AH:** Und dann mit Toyota als Partner, warum?

**Burkhard Weller:** Weil wir als kleines Micky-Maus-Unternehmen, heute hieße es „Start up“, keine andere Marke bekommen haben. Ich war 25 Jahre alt, die Kapitaldecke nicht erwähnenswert. Bei Marken wie VW, Opel oder Ford habe ich gar nicht anknöpfen brauchen. Es kamen also nur damalige Newcomer in Frage.

**AH:** Was schätzen Sie an Toyota?

**Burkhard Weller:** Toyota hat eine sehr, sehr langfristige Strategie. Toyota denkt in 30-Jahres-Schritten, was für uns Europäer manchmal ein bisschen langweilig und schwer zu verstehen ist. Wir sind oft schneller und sagen, dass jetzt ein Diesel her muss, und jetzt brauchen wir Mehrventiler, und jetzt muss Elektro kommen. Die Toyotaner schauen sich das alles sehr lange an und überlegen dann wohlfeil. Am Ende ist es das größte und stärkste Automobil-Unternehmen der Welt.

**AH:** Und dann standen da Toyota-Fahrzeuge im Showroom. Wie kam die Marke damals an?

**Burkhard Weller:** Die Toyotas 1979 waren gewöhnungsbedürftig. Farben,

Ausstattungen und Technik waren nicht europäischer Standard, aber Toyotas waren „billig und unkaputtbar“, das war das Argument, und das hat aus dem Stand zu Verkaufserfolgen geführt.

**AH:** Und wie hat Toyota SIE damals gesehen?

**Burkhard Weller:** Die haben einfach gesagt: Wenn da jemand kommt, der in Osnabrück als „dritter“ Toyota-Händler mit uns agieren will, dann soll er zeigen, was er kann. Und das haben wir. Im Gründungsjahr 1979 von März – Dezember mit 126 verkauften Neuwagen. Drei Jahre später gab's die anderen zwei Toyota-Händler nicht mehr.

» **Toyota denkt in 30-Jahres-Schritten, was für uns Europäer manchmal ein bisschen langweilig und schwer zu verstehen ist.** «

**Burkhard Weller, Geschäftsführender  
Gesellschafter WELLERGRUPPE**

**AH:** Welche Überlegungen standen dahinter, sich weitere Marken ins Haus zu holen?

**Burkhard Weller:** Wir waren innerhalb von zehn Jahren einer der größten Toyota-Händler und wollten nicht auf einem Bein stehen, da haben wir uns nach einem deutschen Fabrikat umgesehen und sind uns mit BMW einig geworden. Heute sind wir größter Toyota/Lexus Händler und größter BMW/Mini Partner.

**AH:** Was sind die wichtigsten Meilensteine der Unternehmensgeschichte?

**Burkhard Weller:** Der erste wichtige Meilenstein war schon nach neun Monaten die Grundsteinlegung für ein neues, modernes, kleines Autohaus, raus aus dem gemieteten Altbau. Wiederum nach nur vier Jahren haben wir dann das heutige Stammhaus in Osnabrück gebaut, auf 40.000 Quadratmeter mit bebauten 5.000 Quadratmetern und das für Toyota – das war schon eine Herausforderung, aber eben auch der Durchbruch. Wieder fünf Jahre später haben wir gleich nach der Wende



Die Fahrzeuge von Toyota hatten den Ruf, besonders zuverlässig zu sein. Europäische Modelle waren ihnen technisch voraus.

für Toyota in Leipzig ein noch größeres Haus gebaut und aus dem Stand in der Region Marktanteile auf Augenhöhe mit den deutschen Herstellern erzielt. 1996 kam die Übernahme von vier BMW-Standorten in Hamburg, Lüneburg, Celle und Stendal. Eine Übernahme von vier BMW-Standorten als Toyota-Händler war zu der Zeit schon spektakulär. Und auch da ging das Wachstum rasant auf heute 25 Standorte voran. Also den einen Meilenstein gab's nicht, sondern viele.

**AH:** *Wie hat Toyota auf die Auto-Tempel reagiert?*

**Burkhard Weller:** Toyota hatte damals 1,5 Prozent Marktanteil und uns für verrückt erklärt, dass wir so riesige Autohäuser für Toyota gebaut haben. Ich weiß noch, als mich damals der Toyota-Geschäftsführer fragte, ob man das nicht irgendwie kleiner machen könne. Die hatten nicht genug Selbstvertrauen.

**AH:** *Was waren die größten Herausforderungen in den Anfangsjahren des Unternehmens?*

**Burkhard Weller:** Die größte Herausforderung, wenn man so ein Unternehmen gründet und so schnell wächst, ist immer Geld. Man muss einen Finanzierungspartner finden, der an die Story glaubt und natürlich an die Leute, die das machen – das ist die Herausforderung. Aber wir hatten immer gute Bank-Partner, die gesagt haben, dass wir das schon schaffen. Und bisher haben wir es ja auch sehr gut gemacht.

**AH:** *Haben Ihre persönlichen Erfahrungen*

*die Kultur und die Werte der WELLERGRUPPE beeinflusst?*

**Burkhard Weller:** Ja, das maße ich mir schon an, dass ich immer stark im Vordergrund gestanden und das Unternehmen um mich herum gebaut habe. Daher habe ich auch die Kultur geprägt und tue dies immer noch. Ich gebe gerne, aber verlange auch Leistung und Loyalität. Mittlerweile habe ich aber auch gelernt, Verantwortung abzugeben und andere machen zu lassen. Wir haben seit 15 Jahren zwei sehr gute Geschäftsführer. Die wiederum vereinen hinter sich eine hervorragende zweite Reihe und die hat auch schon ihre Mannschaft um sich herum. Unsere Führung ist mittlerweile sehr breit aufgestellt, extrem jung und auf Wachstum ausgerichtet.

**AH:** *Was sind die größten Veränderungen, die Sie in der Automobilindustrie während Ihrer Zeit bei der WELLERGRUPPE beobachtet haben?*

**Burkhard Weller:** Dass es von kleinen Autohäusern zu großen Gruppen geht. Das kann man ganz deutlich sehen und das wird auch mittlerweile von den Herstellern so gewollt. Wenn wir früher unser Wachstum selbst suchen mussten, beziehungsweise „undercover“ Gespräche mit verkaufsbereiten Händlern geführt haben, schieben uns heute unsere Hersteller-Partner zu Übernahmen anderer Händler an.

**AH:** *Was war Ihr stolzester Moment bei der WELLERGRUPPE?*

**Burkhard Weller:** Das ist einfach: Das war, als wir eine Milliarde Euro Umsatz hatten. Wir waren davor schon einmal

nah dran, dann wurde aber von D-Mark auf Euro umgestellt und alles war wieder die Hälfte. Da ging der Kampf von vorne los.

**AH:** *Gab es auch Rückschläge?*

**Burkhard Weller:** Rückschläge hatten wir natürlich auch. Wir hatten 2005 bis 2008 sehr große Investitionen getätigt und dann kam die Bankenkrise. Drei Tage vor Weihnachten haben wir auf einmal einen zugesagten 20-Millionen-Kredit von der HVB nicht bekommen. Das war kein schönes Weihnachtsfest, aber am 10.01.2009 hatten wir Ersatz und die Welt war wieder in Ordnung.

**AH:** *Wie gehen Sie mit Rückschlägen und Misserfolgen um?*

**Burkhard Weller:** Da hilft nur abschüteln und weitermachen. Man kann sich nicht lange mit Misserfolgen beschäftigen, man muss die Chance sehen, die gibt's immer, und sagen: Das regeln wir jetzt anders und los geht's.

**AH:** *Wie hat sich Ihre Rolle im Unternehmen im Laufe der Jahre verändert?*

**Burkhard Weller:** Heute mache ich viel mehr Strategie. Ich habe mehr Zeit innezuhalten und die Angelegenheiten auch mal zu überschlafen. Ich behaupte, ich bin gelassener geworden. Und zur Wahrheit gehört auch, dass es viele Leute in unserem Unternehmen gibt, die einiges besser können als ich. Auch das muss ich mir eingestehen.

**AH:** *Wie stellen Sie sicher, dass Ihre Mitarbeiter motiviert und engagiert bleiben?*

**Burkhard Weller:** Auf jeden Fall durch Anerkennung. Am Ende des Tages ge-

hört natürlich auch Geld dazu. Wenn ein Mitarbeitender, eine Abteilung, ein Ziel erreicht, muss das auch im Portemonnaie ankommen, nur Schulterklappen hilft da nicht.

Und Transparenz. Wer irgendetwas wissen möchte, kann bei uns alles erfahren. Wir verbergen keine Zahl. Vor unseren Mitarbeitenden haben wir keine Geheimnisse.

**AH:** *Wie geht Weller mit der zunehmenden Elektrifizierung der Automobilbranche um?*

**Burkhard Weller:** Da sind wir vorne mit dabei. Das Elektrozeitalter ist nicht aufzuhalten, in spätestens sieben oder acht Jahren fahren alle neuen Pkw elektrisch. Zwar wird es dauern, bis sich der letzte Benziner verabschiedet, aber im Neuwagenbereich werden dann ausschließlich Elektroautos verkauft. Dann steht auch der Individualverkehr als Umweltschädling nicht mehr im Fokus.

**AH:** *Wie sehen Sie die aktuelle Dynamik zwischen den traditionellen Autoherstellern und neuen Playern wie Tesla oder BYD?*

**Burkhard Weller:** Tesla hat wirklich einen tollen Job gemacht und das Elektroauto gesellschaftsfähig

etabliert. Das muss man anerkennen und es hat der Welt definitiv gutgetan. Für die Zukunft halte ich allerdings nicht viel von Tesla, ich glaube, dass „richtige Autohersteller“ bessere Autos bauen können. Für Tesla wird es also dünn. Bei den Chinesen tippe ich schon langfristig auf einen 15-prozentigen Marktanteil, die bringen sehr schnell gute Elektroautos und von den über 100 (!) chinesischen Autoherstellern werden sich bestimmt fünf bis acht in Europa etablieren.

**AH:** *Was ist die größte Herausforderung für die WELLERGRUPPE in den nächsten fünf Jahren?*

**Burkhard Weller:** Das ist ja nicht mehr lang hin. Aber wir arbeiten daran, dass wir uns bis dahin verdoppelt haben. Dieses Jahr schaffen wir eine über 20-prozentige Steigerung – wir steigern uns von 42.500 verkauften Autos auf über 50.000. Wir sind jetzt die fünftgrößte Autohandelsgruppe in Deutschland und das wollen wir verbessern. Die ersten drei sind schwer erreichbar, aber auf Platz vier schauen wir schon.

**AH:** *Wohin geht die Branche?*

**Burkhard Weller:** Auf Deutschland bezogen sehe ich kein Wachstum im Neuwagenhandel, wir werden uns in guten Jahren bei maximal drei Millionen Zulassungen einpendeln, in schlechten bei ca. 2,5 Millionen. Aber bei weiterer Konsolidierung des Händlernetzes, meiner Meinung nach auf ca. 12.000 Standorte, bei Zusammenschlüssen und Übernahmen von Händlergruppen auf dann unter 1.000 Eigentümer, wird es für alle auskömmlich sein.

**AH:** *Welchen Rat würden Sie einem jungen Unternehmer geben, der in der Automobilbranche Fuß fassen möchte?*

**Burkhard Weller:** Wer sich in unserer Branche selbstständig machen will, der muss wissen, dass er die nächsten zehn Jahre 14 Stunden am Tag und sechs Tage die Woche arbeiten muss. Ich glaube, es gibt heute andere Branchen, in denen man sich mit weniger Risiko breit machen kann. Die Automobilbranche wächst nicht mehr. Wir sind auf einem Schrumpfkurs. Da sehe ich ehrlich gesagt nicht viel Luft, dass da noch ein Neueinsteiger dazukommt.

**AH:** *Wie wird das 50-jährige Jubiläum gefeiert?*

**Burkhard Weller:** Ob es doppelt so groß wird, weiß ich nicht. Aber auf jeden Fall wird es auch wieder schön. ■

Foto: Weller



» Wir werden uns in guten Jahren bei maximal drei Millionen Zulassungen einpendeln. «

Burkhard Weller, Geschäftsführender Gesellschafter WELLERGRUPPE



Eine Marke für alles: Die etablierten Brands B&K und AUTOWELLER werden unter dem einheitlichen Namen WELLER zusammengeführt.

## NEUFIRMIERUNG

# Neue Ära, neue Marke

Die Vereinheitlichung der Marke Weller markiert nicht nur einen Namenswechsel, sondern steht für eine umfassende strategische Neuausrichtung. Damit setzt man auch ein klares Zeichen für die Zukunft.

von Stefan Schmid

Die zwei etablierten Marken werden unter einem neuen, einheitlichen Namen zusammengeführt: Aus B&K und AUTOWELLER wird künftig einfach WELLER. Hinter der Entscheidung steht ein Konglomerat an Gründen. Der wohl wichtigste: kumulierte Strahlkraft. Mit eben jener sollen ganz unterschiedliche Bereiche des Unternehmens besser ausgeleuchtet werden.

### Stärkung der Eigenmarke

Indem nun alle Aktivitäten unter einem einzigen, prägnanten Namen gebündelt werden, trägt das zur Stärkung eben dieser neuen Marke bei. In der Wahrnehmung, so das Kalkül der Unternehmensführung, wird WELLER letztlich dann auch besser wahrgenommen. „Durch das Rebranding rückt unsere Eigenmarke noch mehr in den Vordergrund. Der Mensch steht im Zentrum, sowohl Mitarbeiter als auch Kunden“, erklärt Emma Weller.

Die starke Eigenmarke hilft, sich klarer und deutlicher von Mitbewerbern abzuheben und sich als einzigartiger Anbieter zu etablieren. Mit der Umfirmie-

rung einher geht auch ein einheitliches Leistungsversprechen, das Vertrauen und Klarheit bei den Kunden schafft. „Darüber hinaus sind wir damit strukturell bestens gerüstet, um das bevorstehende Wachstum der Gruppe erfolgreich zu bewältigen“, erklärt Burkhard Weller.

» Der Mensch steht im Zentrum, sowohl Mitarbeiter als auch Kunden. «

Emma Weller,  
Leiterin zentrales Marketing

### Klare Positionierung als Mobilitätsdienstleister

Ein weiterer entscheidender Punkt im Hinblick auf die Neupositionierung ist die Transformation vom herkömmlichen Autohändler zum umfassenden Anbieter von Mobilitätslösungen. Künftig soll Weller nicht einfach nur Fahrzeuge an Mann und Frau bringen. Ziel ist vielmehr der Wandel, hin zu einem Mobilitäts-

dienstleister, der nicht nur Fahrzeuge verkauft, sondern ganzheitliche Lösungen für die Mobilitätsbedürfnisse der Kunden anbietet.

### Zukunft fest im Blick

„Diese Maßnahmen sind ein weiterer Schritt in unserer Strategie, unsere Marken und Dienstleistungen zu optimieren und unseren Kunden das beste Erlebnis zu bieten. Auch auf die Wünsche und Forderungen der Hersteller können wir so besser und schneller reagieren“, erklärt Weller in diesem Zusammenhang. Der geschäftsführende Gesellschafter macht einmal mehr deutlich, dass man die Zeichen der Zeit erkennt und die Zukunft fest im Blick hat.

Die Konsolidierung der Marken und die klare Positionierung als Mobilitätsdienstleister sind zentrale Bausteine für den langfristigen Erfolg und das Wachstum des Unternehmens. Mit diesem Schritt und dem Fokus auf eine starke Marke, verbunden mit einer Erweiterung des Leistungsportfolios, sieht man sich im Hinblick auf den Transformationsprozess der Branche gut aufgestellt. ■

Fotos: Weller

45 Jahre **WELLERGRUPPE**

DAMIT AUS EINEM  
BRANCHENPRIMUS  
EINE LEGENDE  
WIRD.

100 120

80

60

1 9 7 9

40

2 0 2 4

20



Deine Bank. Jederzeit. Überall.

Santander gratuliert der **WELLERGRUPPE** zum 45-jährigen Bestehen. Wir freuen uns auf die nächsten 45 Jahre getreu dem Motto: Machen!

MEILENSTEINE

# Er wächst und wächst und wächst

Vom Zwei-Mann-Betrieb zu einer der größten Händlergruppen Deutschlands. Eine Chronik des Phänomens Weller in all den einzelnen Etappen.

von Andrea Haunschild

**W**ie alle Großen hat auch Burkhard Weller klein angefangen. Mit zwei Mitarbeitern gründet er 1979 in Osnabrück die Auto Weller GmbH & Co. KG und startet als Toyota-Vertragshändler, GM-Importeur und Harley-Davidson-Händler.

**1982**  
Weller konzentriert sich auf das Geschäft mit der Marke Toyota und gibt GM und Harley-Davidson ab. Dazu kommen die Marken British Leyland (Rover, Mini) und Jaguar.

**1984**  
Der Neubau an der Pagenstecher Straße wird fertig gestellt. Zunächst zieht hier nur die Marke Jaguar ein.

**1985**  
Weller zieht mit der gesamten Verkaufspalette und allen Geschäftsbereichen von der Hansastraße in den Neubau an der Pagenstecher Straße um.

**1990**  
Weller übernimmt die Marke Lexus und gibt British Leyland und Jaguar ab. Das Toyota-Engagement baut er weiter aus. Bis zum Folgejahr übernimmt oder baut er vier Toyota-Autohäuser in Melle, Bünde, Herford und Leipzig.

**1991**  
Auto Weller ist größter Toyota-Händler Deutschlands. Er expandiert in den Osten und startet in Leipzig AUTOSAXE mit einer Interimslösung.

**1993**  
AUTOSAXE bekommt einen Neubau an der Merseburger Straße in Leipzig.

**1996**  
Der Grundstein für B&K wird gelegt, als Weller den in Konkurs gegangenen BMW-Händler H. P. Brinkmann & Knoery GmbH mit vier Betrieben in Hamburg-Harburg, Lüneburg, Celle und Stendal



1979

**Start in der Hansastraße**

Wie alles begann: Burkhard Weller startet sein Geschäft als Toyota-Vertragshändler in Osnabrück. Autohändler zu werden war ein Kindheitstraum.



übernimmt. Weller gründet die Autohaus B&K ... alles klar! GmbH & Co. KG, die sich bereits im ersten „Rumpfgeschäftsjahr“ 1996 aus der Verlustzone herausarbeiten kann.

**1997**  
Der B&K-Neubau in Stendal wird bezogen, eines der zu seiner Zeit modernsten Autohäuser Deutschlands.



1980

**Ehrliches Handwerk**

In der Werkstatt bei AUTOWELLER

Fotos: Weller

**1999**

Im April wird der BMW-Betrieb in Bad Oeynhausen gekauft. Im Dezember übernimmt B&K das BMW-Marktverantwortungsgebiet für Winsen/Luhe.

Weller beteiligt sich mit 50 Prozent an der Autohandelssparte der Nürnberger Versicherung mit 48 Autohäusern.

**2000**

Das Stammhaus in Osnabrück an der Pagenstecher Straße wird komplett umgebaut und auf zukünftige Anforderungen ausgerichtet. Es gehört anschließend zu den modernsten Toyota-Autohäusern Deutschlands.

Weller gibt seine Anteile an die Nürnberger Versicherung zurück.

**2001**

Nach mehr als 60 Jahren BMW-Familienbetrieb verkauft der BMW-Händler in Herford seine Vertretung an B&K. Im Februar bezieht B&K Uelzen den Neubau an der verkehrsgünstig gelegenen Bundesstraße zwischen Lüneburg und Celle. Im April kommt mit B&K Burgdorf die zehnte B&K-Filiale zum Vertriebsnetz dazu.

Im Rahmen der Netzpolitik von Toyota Deutschland wird Auto Weller zum Gruppenhändler. In dieser Funktion ist das Unternehmen Systemhändler für den Importeur und betreut selbstständige Toyota-Partnerhändler im Raum Osnabrück und Leipzig.

**2002**

Die **WELLERGRUPPE** übernimmt die Motena AG und beginnt eine strategische Neuausrichtung dieser dritten Automobilhandelsgruppe innerhalb der Unternehmensgruppe.

**1984****Der erste Neubau**

An der Pagenstecher Straße wird das neue Gebäude von **AUTOWELLER** eingeweiht.

**2003**

Die **WELLERGRUPPE** steigt erstmals bei den Marken VW und Audi ein und übernimmt zwei Audi- und zwei VW-Filialen im westfälischen Soest und Werl. Im August kauft die **WELLERGRUPPE** von der Heusel+Moritz-Gruppe das Volkswagen-Zentrum Reutlingen mit dem deutschlandweit bekannten Namen Max Moritz und den Marken VW und Skoda.

**2004**

Eröffnung des Betriebs in Bielefeld. Im Juni übernimmt die **WELLERGRUPPE** das VW Zentrum Hagen sowie das Audi-Zentrum Hagen der Firma Röttger. Beide Filialen heißen ab sofort Max Moritz.

Gemäß der Strategie der **WELLERGRUPPE**, bei der eine Markensparte auch nur einen Markennamen trägt, verschmelzen die Ludwig + Bechheim-Filialen im April 2004 auf die Max Moritz GmbH & Co. KG. Die Markensparte für Audi, Skoda und VW heißt seit April 2004 Max Moritz.

**2005**

Eröffnung einer neuen Filiale in Bielefeld. In diesem Gebiet mit drei angeschlossenen Partnerhändlern werden jährlich ca. 23.000 Neufahrzeuge zugelassen. Die Marke Lexus kommt ab Juni 2006 zusätzlich an diesem Standort dazu.

**2006**

In Bremen wird ein **AUTOWELLER** Autohaus eröffnet. Auf fast 11.000 Quadratmetern in prominenter Lage, in unmittelbarer Nähe zum Weser-Stadion, ist ein Standort nach modernsten Gesichtspunkten entstanden und nimmt den Betrieb auf.

B&K verwandelt mit einer Investition von 2,7 Millionen Euro einen ehemaligen Baumarkt in Winsen-Luhe in eines der modernsten Autohäuser in der Region. Auf 11.000 Quadratmetern entsteht innerhalb von vier Monaten ein modernes B&K Erlebnis-Autohaus, welches nun unter anderem mit einem 1.000 Quadratmeter großen, attraktiven Ausstellungs- und Servicebereich sowie einer großzügigen Gebrauchtwagenausstellung für über 200 Fahrzeuge ausgestattet ist.

**2007**

Mit einem Eröffnungswochenende wird der zweite Toyota-Standort in Leipzig, im Osten der Stadt eröffnet. Die Neueröffnung eines zweiten Autohauses auf dem insgesamt 10.000 m<sup>2</sup> umfassenden Areal ist die logische Konsequenz der mittlerweile 16-jährigen Erfolgsgeschichte des **AUTOSAXE**-Standortes in Leipzig-Rückmarsdorf.

Die neue B&K-Immobilie in Bad Homburg wird eröffnet. Mit einer Investition

**1993****Expansion in den Osten**

Weller eröffnet das Toyota- und Lexus-Autohaus **AUTOSAXE** in Leipzig.

**1999****20-jähriges Jubiläum**

„Der alte Mann und sein Imperium“ – die Standorte nehmen zu.

2000



**Glanz für den ersten Standort**

Die Keimzelle *AUTOWELLER* an der Pagenstecher Straße bezieht einen modernen Neubau.

tion von ca. 10 Millionen Euro entsteht eine BMW&Mini-Welt der Superlative. 205 Meter Gebäudefront, neun Meter Höhe und 8.600 Quadratmeter Nutzfläche sind die imposanten Eckdaten dieses Autohauses.

Das Geschäftsjahr 2007 ist für die *WELLERGRUPPE* wieder ein Rekordjahr. Die Brands konnten ihre Absatzzahlen erneut steigern. Die Gruppe kann über 42.500 Fahrzeuge (+ sieben Prozent zum Vorjahr) absetzen und erwirtschaftet zusammen mit dem Aftersales-Geschäft einen Umsatz von 803 Millionen Euro.

**2009**

Die *WELLERGRUPPE* ist drittgrößte Automobilhandelsgruppe in Deutschland. Im 30. Jahr seines Bestehens erwirtschaftet das Unternehmen einen Umsatz von 900 Mio. Euro bei 17.733 ausgelieferten Neuwagen und 27.128 verkauften Gebrauchtwagen.

**2011**

Beginn des sozialen Engagements der *WELLERGRUPPE* mit dem sozialen Projekt *WELLERCHANCE*, das sich als Ziel gesetzt hat, Jugendlichen, die schwer im Berufsleben Fuß fassen, eine Ausbildungschance zu geben. Darüber hinaus garantiert Burkhard Weller dem Nachwuchs seiner rund 1.900 Mitarbeiter einen Ausbildungsplatz.

**2014**

Im November wird der Baubeginn des neuen Lexus Forums unter dem Motto „Willkommen in der Zukunft 2.0“ mit einem symbolischen Spatenstich gefei-

2006



**Superlative in Bremen**

*AUTOWELLER* eröffnete ein Autohaus auf fast 11.000 Quadratmetern in prominenter Lage, in unmittelbarer Nähe zum Weser-Stadion.

ert. Das neue Haus ist nach japanischem Vorbild gestaltet und ist der 34. Standort der *WELLERGRUPPE*.

Zum Ende des Jahres 2014 übertrifft die Gruppe beim Umsatz zum ersten Mal die Eine-Milliarde-Euro-Marke.

**2015**

*AUTOWELLER* eröffnet das modernste Lexus Forum Europas und feiert mit 450 geladenen VIP-Gästen die exklusive Eröffnung. In diesem Jahr verkauft Weller erstmalig mehr als 50.000 Fahrzeuge.

**2016**

Aufgabe der Audi-, VW- und Skoda-Standorte.

**2018**

Die Cupra-Stores in Bremen und Osnabrück werden eröffnet. Im Oktober öffnet der Neubau der B&K Filiale in Burg-

2014



**Willkommen in der Zukunft 2.0**

Das neue Lexus Forum ist nach japanischem Vorbild gestaltet und der 34. Standort der *WELLERGRUPPE*.

dorf mit einer Gesamtinvestition von drei Millionen Euro, der sich über eine Gesamtfläche von 11.700 Quadratmetern erstreckt und die Marken BMW und Mini nach den neusten CI-Standards präsentiert.

**2021**

B&K eröffnet die 17. Filiale in Hamburg-Bergedorf und feiert 25-jähriges Jubiläum. Zur Feier gibt es eine Vielzahl von speziellen Serviceangeboten, attraktiven Aktionsmodellen und Gewinnspielen. Highlight der Kampagne ist das große Jubiläumsgewinnspiel „Win The 1“ mit einem brandneuen BMW 1er als Hauptgewinn.

**2022**

B&K expandiert auf 25 Autohäuser der Marken BMW, Mini und Alpina und ist damit der größte BMW&Mini Vertragshändler Deutschlands. Die kooperative Übernahme der Walkenhorst Gruppe durch B&K wird vollzogen. Alle Mitarbeiter:innen an den acht Standorten werden nahtlos bei B&K integriert.

**2023**

Die *WELLERGRUPPE* eröffnet ihren ersten Citystore in der Osnabrücker Innenstadt und präsentiert die *WELLERGARAGE*, Touchpoint für die Förderung der Elektromobilität in der Region.

**2024**

Eröffnung der neuen *AUTOWELLER*-Zentrale in Osnabrück. Rebranding aller Sparten unter der Marke *WELLER*. Die Story geht weiter! ■

2023



**E-Mobilität im Citystore**

Mitten in der Innenstadt kriert Weller einen Touchpoint für nachhaltige Fortbewegung und gleichzeitig eine Eventlocation für Macher.

Fotos: Stefan Schmid/AUTOHAUS, Weller



## **EIN HOCH AUF 45 HELDENHAFTHE JAHRE!**

mobile.de gratuliert der Wellergruppe zum 45. Jubiläum  
und freut sich auf die weitere Zusammenarbeit.

**mobile.de**

## PARTNER

## Langjährige Treue und enge Verbundenheit

Sehr geehrter Herr Weller, in diesem Jahr haben Sie gleich zwei besondere Jahrestage zu feiern – 45 Jahre **WELLERGRUPPE** und 70 Jahre Burkhard Weller. Dieses besondere „Doppeljubiläum“ haben Sie am 18. März 2024 im Rahmen einer glanzvollen Galaveranstaltung gefeiert. Und es ist mir ein besonderes An-

liegen, Ihnen auf diesem Wege nochmals sehr herzlich zu gratulieren.

Sie, lieber Herr Weller, waren von 1974 bis 1979 als Außendienstmitarbeiter für unser Unternehmen tätig. Im Jahr 1979 haben Sie in Osnabrück die Auto Weller GmbH & Co. KG als Zwei-Mann-Betrieb gegründet. Heute ist die **WELLER-**

**GRUPPE** mit 35 Niederlassungen sowie mit mehr als 2.000 Mitarbeitenden eines der führenden Automobilhandels-Unternehmen in Deutschland. Für diese herausragende Lebensleistung gilt Ihnen unser höchster Respekt!

Von Beginn an waren Sie mit Ihrem Unternehmen Kunde der Adolf Würth GmbH & Co. KG und ich möchte die Gelegenheit nutzen, mich bei Ihnen für die langjährige Treue, die enge Verbundenheit und die wertvolle Geschäftsbeziehung sehr herzlich zu bedanken. Insbesondere bedanken wir uns auch für Ihre Mitgliedschaft im Kundenbeirat, in welchen Sie seit mehr als 25 Jahren Ihre Erfahrungen mit einbringen.

Der gesamten **WELLERGRUPPE** wünschen wir auch weiterhin viel Erfolg und freuen uns darauf, Sie dabei weiterhin als zuverlässiger Lieferant und Geschäftspartner unterstützen zu dürfen.

Ihnen, lieber Herr Weller, wünschen wir auch weiterhin beste Gesundheit und Freude bei all Ihren Vorhaben.

Mit herzlichen Grüßen



Bettina Würth



Prof. Dr. Reinhold und Bettina Würth gratulieren zum Weller-Doppeljubiläum.

Foto: Frank Blümler

## MACHEN UND SPASS DABEI HABEN

» Mich fasziniert an Burkhard Weller, dass er in jeder auch noch so schwierigen Situation die positiven Aspekte sucht und herausarbeitet. Wenn andere noch diskutieren, setzt er bereits um. Machen und Spaß dabei haben, so könnte sein Credo lauten. Damit der Spaß nicht zu kurz kommt, ist er in der ganzen Branche als der bekannt, der die besten Feste feiert. Egal ob Jubiläum, Geburtstag oder Neueinführung eines interessanten Fahrzeugs, bei Burkhard Weller werden zur Freude der Gäste schon mal Box-Autos bereitgestellt. Im Kundenbeirat ist er schon eine Generation lang Ratgeber für die Division Auto. «

**Norbert Heckmann,**  
Sprecher der Geschäftsleitung  
der Adolf Würth GmbH & Co. KG



Foto: Würth

## PARTNER

# Vertrauensvolles Miteinander

Langjährige Kooperationen sind die Basis des Weller-Erfolgs. Ein Gespräch mit Sascha Schüren, CarGarantie, was für ihn das Besondere an Person und Unternehmen Weller ist.

von Andrea Haunschild

**D**ie Partnerschaft zwischen der **WELLERGRUPPE** und CarGarantie besteht seit über vier Jahrzehnten. Wir haben Sascha Schüren, General Manager Deutschland von CG Car-Garantie Versicherungs-AG, um ein Gespräch über diese Kooperation gebeten.

**AH:** CarGarantie arbeitet schon lange mit der **WELLERGRUPPE** zusammen. Wie würden Sie diese Verbindung beschreiben?

**S. Schüren:** Der erste Vertragsbaustein datiert vom Dezember 1982. Das sagt eigentlich schon alles: Eine solch beeindruckende Zeitspanne kann nur entstehen, wenn eine Partnerschaft gelebt wird und ein vertrauensvoller und fairer Umgang miteinander besteht. Wir sind stolz auf diese Kooperation und freuen uns auf viele weitere Jahre guter partnerschaftlicher Zusammenarbeit.

**AH:** Was macht die Zusammenarbeit mit der **WELLERGRUPPE** so besonders?

**S. Schüren:** Burkhard Weller hat sein Unternehmen mit seinem Team in die Top Ten der größten Autohändler Deutschlands geführt und wir durften ihn auf diesem Weg begleiten. Die **WELLERGRUPPE** und CarGarantie sind in den vergangenen Jahrzehnten gemeinsam gewachsen.

Die Zusammenarbeit zeichnet sich durch einen partnerschaftlichen Austausch auf gleicher Ebene aus. Insbesondere die Kommunikation mit den Führungskräften von Weller ist stets von gegenseitigem Respekt und innovativen Ideen geprägt.

**AH:** Was können andere Autohäuser von Weller lernen?

**S. Schüren:** Der Mensch macht den Unterschied! Weller hat es geschafft, trotz Wachstum und Größe seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Fokus zu behalten, ihnen Vertrauen zu schenken und gleichzeitig junge Menschen auszubilden, zu fördern und fordern. Und vor allem mit klar verständlichen Zielen zu führen.

**AH:** Was zeichnet den Menschen Burkhard Weller aus und verbindet CarGarantie mit ihm über das rein Geschäftliche hinaus?

**S. Schüren:** Burkhard Weller begegnet seinen Mitmenschen stets auf Augenhöhe, ist neugierig und jung geblieben, ein Mensch, der hart arbeitet, aber auch Feste und Jubiläen zu feiern weiß. Er steht für klare Worte, oft mit feinem Humor vorgetragen.

Ich erinnere mich an meine erste Woche bei CarGarantie vor fast genau 25 Jahren. Zu meiner Einarbeitung gehörte ein Besuch bei Weller. Schon damals haben wir in Osnabrück bemerkenswerte Menschen und eine imposante Location vorgefunden, jetzt habe ich die grandiose Jubiläumsfeier zum 45-jährigen Bestehen miterlebt, so schließt sich der Kreis! Weller hat einen weiteren Meilenstein in einer eindrucksvollen Vita erreicht.

**AH:** Was wünschen Sie dem Unternehmen Weller für die nächsten zehn Jahre?

**S. Schüren:** Ich wünsche der **WELLERGRUPPE**, dass sich die beeindruckende und nachhaltig positive Entwicklung



Sascha Schüren, General Manager Deutschland, CG Car-Garantie Versicherungs-AG, mit Burkhard Weller

» Burkhard Weller hat es geschafft, trotz Wachstum und Größe seine Mitarbeiter:innen im Fokus zu behalten. «

Sascha Schüren,  
CG Car-Garantie Versicherungs-AG

fortsetzt und der Erfolg auch in Zeiten des Wandels nicht abreißt. Und natürlich, dass das Unternehmen auch weiterhin den Mut hat, neue Wege zu gehen und der Mensch im Mittelpunkt bleibt. Wir stehen als Partner fest an eurer Seite. Vielen Dank für die langjährige Zusammenarbeit und für das in unser Unternehmen gesetzte Vertrauen!

**AH:** Herr Schüren, vielen Dank für das Gespräch.



Die **WELLERGRUPPE** in Berlin ist die Unternehmenszentrale. Hier werden mit 40 Mitarbeitern das strategische Projektmanagement und die Koordination der Kommunikation gesteuert.

## UNTERNEHMENSSTRUKTUR

# » Wir ziehen alle an einem Strang «

Die **WELLERGRUPPE** ist klar strukturiert. Die Geschäftsführung steht für Strategie und Kommunikation, die Brandmanager füllen die Geschäftseinheiten mit Leben.

Von Andrea Haunschild



Die Zentrale für BMW und Mini hat ihren Sitz in Hamburg-Harburg.



In Osnabrück ist die Zentrale für Toyota, Lexus, Seat, Cupra, MG und Horwin.

Die **WELLERGRUPPE** wird geführt von einem Triumvirat: Burkhard Weller als Geschäftsführender Gesellschafter zusammen mit den beiden Geschäftsführern Jörg Hübener und Werner Söcker. Die **WELLERGRUPPE** bildet die Holding, verantwortet das Strategische Projektmanagement und ist die Koordinationszentrale für Kommunikation. „Mit uns dreien haben wir eine Zusammensetzung in der Geschäftsführung, die sich gut ergänzt. Werner Söcker steckt tief in den Details der Vertreter unserer Marken, Jörg Hübener als CFO hält die Organisation von IT über Personal bis zu den Finanzen mit seinem Team in vorbildhafter Verfassung. Und ich? Mir geht alles immer nicht schnell genug“, sagt Burkhard Weller.

In der Zentrale in Berlin arbeiten 40 Mitarbeiter:innen in den Bereichen IT-Infrastruktur & -entwicklung, Risikomanagement, Recht- & Inkassomanagement, Personalgewinnung & Unternehmenskultur, Personalwirtschaft, Immobilienmanagement, Digitale Entwicklung, Bilanzierung & Steuern sowie kaufmännische Entwicklung.

### Intern und extern agil

„Wichtig ist uns vor allem, dass alle immer sehr gut informiert sind. Nur wenn alle wissen, warum wir etwas ‚machen!‘, stehen alle dahinter und ziehen an einem Strang“, sagt Werner Söcker. Und Jörg Hübener ergänzt: „Entscheidend ist für uns alle, dass wir auf Kundenwünsche individuell reagieren und neue Dinge und Formate ausprobieren – auch wenn nicht alles Neue funktioniert oder auch Fehler gemacht werden. Hauptsache, wir sind intern und extern agil und in Bewegung, so bringen wir unser Unternehmen voran.“ Das Motto der Geschäftsführung dabei: „Gemeinsam.Zukunft.Machen.“ Also der Reihe nach:

**AH:** Herr Weller, wofür steht „Gemeinsam“?

**B. Weller:** „Einer ist keiner! Wir arbeiten im Team, wir stimmen uns permanent ab, was nicht heißt, dass wir langsam sind, weil wir dauernd ‚meeten‘. Abstimmen geht auch im Vorbeigehen – auf dem Flur, am Telefon, von Auto zu Auto. Es ist eine Einstellung. Der Wille zu Kontakt und Kommunikation.“

**AH:** Herr Söcker, „Zukunft“?



» Durch ‚machen‘  
werden wir noch  
besser und schneller. «

Burkhard Weller, Geschäftsführender  
Gesellschafter



» Wir wollen entdecken  
und erobern. Das bedeutet  
für uns Spaß an der Arbeit. «

Werner Söcker,  
Geschäftsführer



» Entscheidend ist es,  
intern und extern agil zu sein  
– Fehler gehören dazu. «

Jörg Hübener,  
Geschäftsführer

**W. Söcker:** Wir müssen heute schon die Themen von morgen vorwegnehmen. Uns darauf einstellen und Vorreiter sein. Bei der Elektromobilität, bei neuen Ideen zur Unternehmensführung, beim Umgang mit unseren Mitarbeitern.

**AH:** Und „Machen“, Herr Hübener?

**J. Hübener:** Machen heißt entscheiden, tatkräftig Projekte voranbringen, sich durch Hindernisse und Schwierigkeiten nicht aufhalten lassen. Keine Bedenken tragen, sondern die Themen proaktiv und konsequent angehen.

#### FAST FACTS

34 Standorte mit Hauptsitz in Berlin	
Brandzentralen in Hamburg-Harburg und Osnabrück	
Mitarbeiter:innen	2.217
Neuwagenverkauf	12.728
Gebrauchtwagenverkauf	28.680
Umsatz	über 1,3 Milliarden Euro
Vertretene Marken	
▪ BMW / Mini / Alpina	
▪ Toyota / Lexus	
▪ Seat / Cupra	
▪ MG / Horwin / Microlino	

Alle Zahlen 2023

#### Zwei Säulen, ein Ziel

Die beiden Geschäftseinheiten der **WELLERGRUPPE** werden geführt von operativen Geschäftsleitern. Eine Einheit vereint unter ihrem Dach, geführt von Frank Perez, die Marken Toyota, Lexus, Seat, Cupra, MG und Horwin. Diese Sparte wird mit Salesmanagern und expliziten Markenverantwortlichen geführt. An neun Standorten verkauften hier 626 Mitarbeiter:innen gut 16.000 Fahrzeuge im Jahr 2023.

Die Betriebe der zweiten Einheit konzentrieren sich unter der Leitung von Julian Kaiser in einer Regionalleiterstruktur auf die Marken BMW und Mini, vertreiben aber auch MG, Microlino und Horwin. 23 Standorte hat dieser Zweig, mit rund 1.600 Mitarbeiter:innen und 24.913 verkauften Fahrzeugen.

#### Die Idee treibt es an

Frank Perez unterstellt sind Sales Manager Neuwagen Tom Kracheel, Sales Manager Gebrauchtwagen Jan Dückinghaus, Aftersales-Manager Heinrich Lampka, Performance Manager Kei Tang und kaufmännischer Leiter Carsten Hagedorn. Die neu geschaffenen Positionen der Markenverantwortlichen besetzt Tobias Madeira für Toyota und Lexus, Tobias Kerkeling für MG und Microlino sowie Marcel Fabbi für Seat und Cupra. „Was wir differenzieren, ist fachliche und disziplinarische Führung. Das ist nicht im-

mer trennscharf, aber die Idee treibt es an“, fasst Frank Perez zusammen. Julian Kaiser wird unterstützt von den beiden Regionalleitern Torben Tramm und Tobias Müller. Mithilfe der beiden Regionalleiter ist ein enger Austausch mit den 24 Filialen möglich. Komplettiert wird das Brandmanagement mit Torben Söhl, Sales Manager für Neue Automobile, Thorsten Reher, Aftersales Manager, und Martina Seelig als Sales Managerin für Mini. Matthias Schwartz bekleidet den Posten des kaufmännischen Leiters.

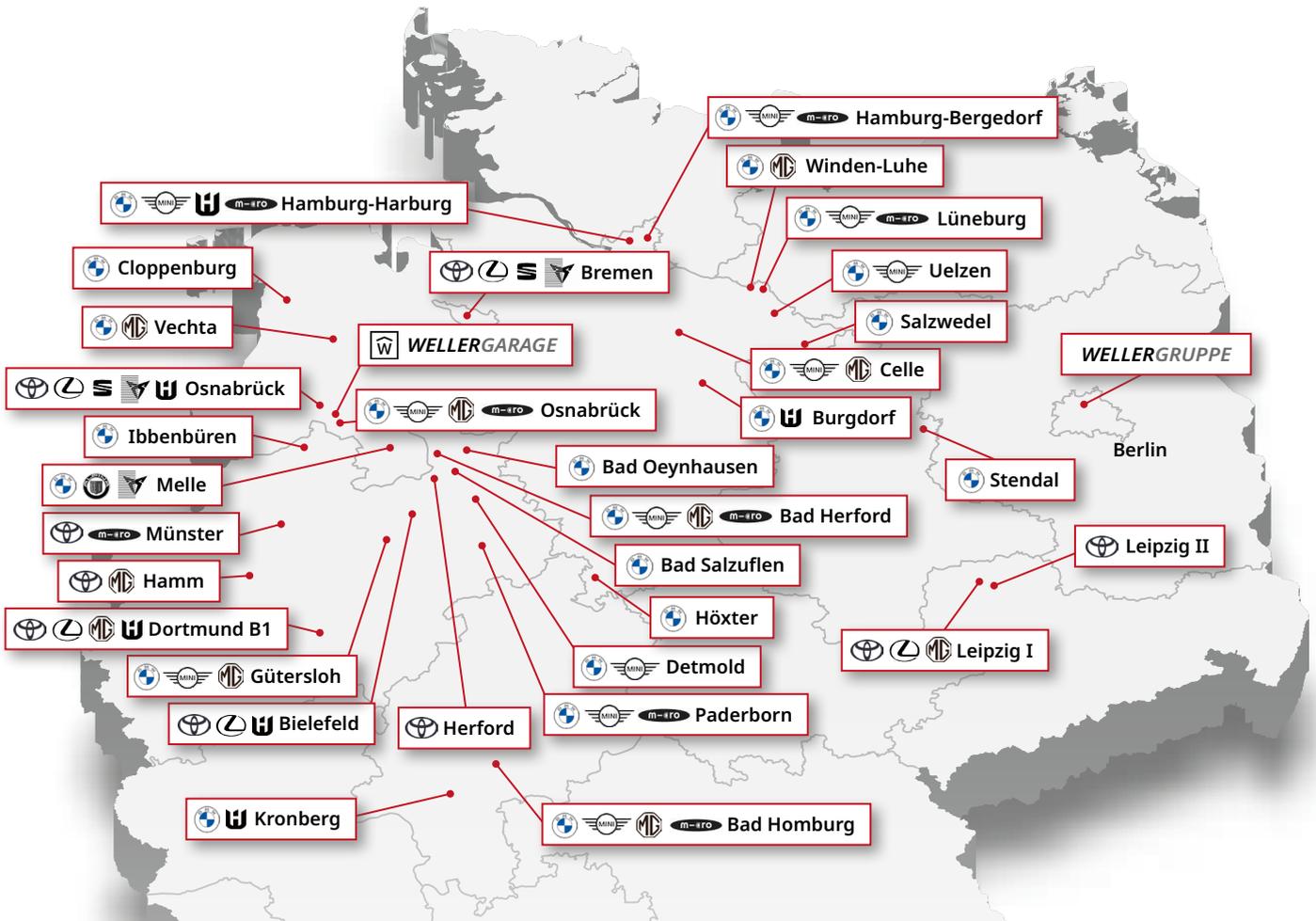
#### Junge Manager für die Marken

Auf der nächsten Ebene sind junge Mitarbeiter aktiv. Sie bringen die von ihnen vertretenen Markenwelten gruppenweit voran. Tobias Kerkeling ist Sales Operations Manager für die Marken MG, Microlino und Horwin. Er verfügt über



Die operativen Geschäftsleiter (v. l.) Julian Kaiser und Frank Perez

# Standorte in Deutschland



langjährige Erfahrung als erfolgreicher Verkäufer. Tobias Madeia ist als Sales Operations Manager für die Marken Toyota & Lexus zuständig und ebenfalls langjährig als erfolgreicher Verkäufer tätig. Sie werden das operative Bindeglied zwischen Brandmanagement und Filiale für beide Marken sein.

Marcel Fabbi ist als Sales Operations Manager für die Marken Seat & Cupra verantwortlich. Wie die beiden anderen Kollegen verfügt auch er über mehrjährige Erfahrung als erfolgreicher Verkäufer. „Wir sind mit jungen, motivierten Verkäuferpersönlichkeiten gut aufgestellt“, sagt Werner Söcker. „Die Mitarbeitenden schaffen den Erfolg und sind das Fundament des Unternehmens.“



Eine motivierte Truppe (v. l.): Frank Perez, verantwortlich für die Sparte Toyota, Lexus, Seat, Cupra, MG und Horwin, Tom Kracheel, Sales Manager Neuwagen, Tobias Madeia, Sales Operations Manager für die Marken Toyota & Lexus, Tobias Kerkeling, Sales Operations Manager MG, Micro-lino und Horwin, und Marcel Fabbi, Sales Operations Manager Seat & Cupra

Fotos: magr80/stock.adobe.com, Weller

BMW  
GROUP



Die WELLERGRUPPE ist seit Jahrzehnten ein engagierter und zukunftsorientierter Partner der BMW GROUP. Wir bedanken uns für die langjährige, vertrauensvolle Zusammenarbeit und freuen uns auf viele weitere erfolgreiche Jahre.

BMW und MINI Vertriebsteam Deutschland

## TOYOTA UND LEXUS

# Omotenashi in Osnabrück

Mit Toyota ist Burkhard Weller groß geworden. Vom ersten Hybrid bis heute prägt die beiden ein besonderes Verhältnis.

von Stefan Schmid

**M**it Toyota fing alles an. „Die machen doch Nähmaschinen“, war eine der Aussagen, mit denen sich der Jungunternehmer Burkhard Weller herumschlagen musste, als er sein erstes Toyota-Autohaus eröffnete. Fahrzeuge aus Fernost waren zu diesem Zeitpunkt noch Exoten – und alles andere als sexy. Zu viel Kunststoff innen, zu wenig Stil außen. „Unexakte und zu wenig Gefühl zur Fahrbahn vermittelnde Lenkung. Befriedigendes Bremsen“, lautete damals das Urteil des ADAC zum Toyota Cressida Coupé. Immerhin hatten die Japaner schon damals den Ruf, ausgesprochen zuverlässig zu sein. Mit den Jahren stellte sich dann auch der Erfolg ein. Die Marke wurde größer und bekannter – und mit ihr so mancher Autohändler der ersten Stunde. Burkhard Weller war einer davon.

## Herausragende Qualität

Am Ruf der Zuverlässigkeit hat sich auch 45 Jahre später nichts geändert. „Die Qualität der Fahrzeuge ist wirklich herausragend“, weiß auch Brand-Manager Frank Perez, in dessen Zuständigkeitsbereich die Ur-Marke der **WELLERGRUPPE** fällt. Abseits der herausragenden qualitativen Eigenschaften ist der Konzern bekannt dafür, in anderen Zeiträumen als so mancher Hersteller aus Europa zu denken. „Die Japaner haben einen sehr weiten Horizont, was ihre Planung angeht“, resümiert Perez.

## Vorreiter beim Hybridantrieb

Bemerkbar macht sich das an der zweiten Säule des Brand-Images: der Hybridtechnologie. Schon 1997 feierte der weltweit erste Serien-Hybrid sein Debüt im Toyota-

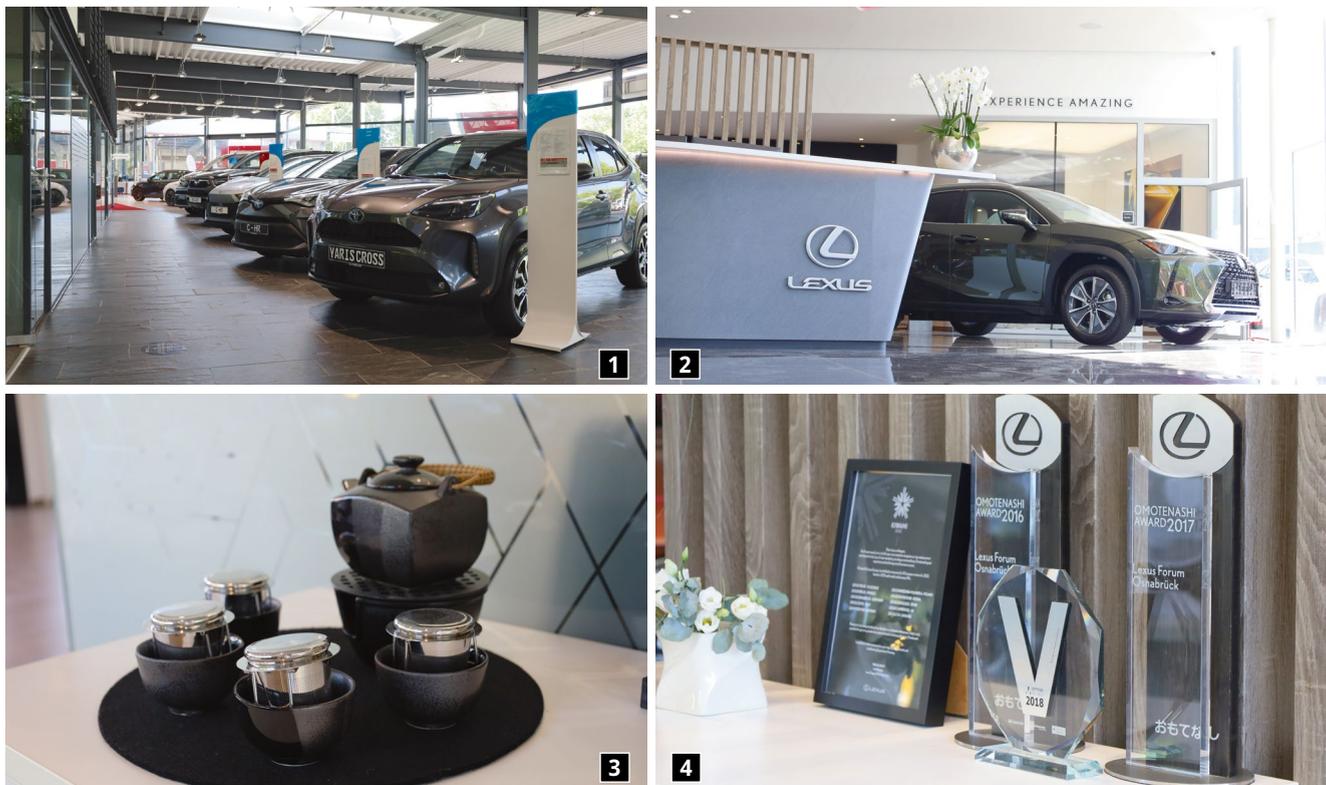
Konzern – und revolutionierte die Automobilindustrie. Ein Vierteljahrhundert später ist Toyota Marktführer und verkauft jährlich Millionen Fahrzeuge mit dem effizienten Hybridantrieb. BEVs findet man hingegen nur vereinzelt im Portfolio. Solange sich der Markt noch nicht festgelegt hat, hält man sich beim Antriebsstrang eben alle Optionen offen. „Das muss man sich leisten können. Und Toyota kann sich das leisten“, erklärt Perez.

Dem Duktus der Technologieoffenheit folgend hat man mit dem Mirai auch ein Fahrzeug mit Wasserstoffantrieb im Produktportfolio. Für die wenigsten Kunden erfülle das zwar den erforderlichen Use-case, erklärt Perez, dennoch ist das Fahrzeug „ein Teil der Aussage, die man als Händler treffen kann“, so der Brand-Ma-



Das **AUTOWELLER**-Stammhaus in Osnabrück wurde 1984 gebaut. Der erste Bauabschnitt war für die Marke Jaguar vorgesehen, dann folgte Toyota. Im Jahr 2000 wurde das Autohaus dann komplett umgebaut, um es fit für den Vertrieb von morgen zu machen.

Fotos: Stefan Schmid



**1** Alles der Reihe nach: Der Toyota-Standort in Osnabrück gehört zu den größten. | **2** Nebenan ist Lexus untergebracht. | **3** In der Teeceremonie wird jeder Aspekt mit größter Sorgfalt und Respekt vor dem Gast durchgeführt. | **4** Auszeichnungen des Lexus-Standorts

nager. Mit Lexus gibt es eine weitere Aussage, die er treffen kann und die das Angebot in den Sphären der automobilen Oberklasse abrunden.

### Langjährige Verbundenheit, starke Verkaufszahlen

Mit der langjährigen Verbundenheit einher gehen auch starke Zahlen. In Deutschland verkauft keiner mehr Toyota als Weller. Dabei hat man zuletzt noch mal draufgelegt: Seit 2020 kletterte der Absatz von rund 4.000 Einheiten auf 7.000 Einheiten in 2024 nach oben. Eine starke Leistung, die noch stärker wird, führt man sich vor Augen, dass sie mit weniger Betrieben erreicht wurde, da Teile der übernommenen Webergeruppe abgestoßen wurden.

Bei den qualitativen Zahlen ist man deutschlandweit ohnehin die Nummer eins. „Wir machen den meisten Bankumsatz bei der Toyota Kreditbank und wir vermitteln die meisten Versicherungspolice“, verkündet Perez stolz. Was die Marke im Weller-Kosmos besonders macht, lässt sich aber längst nicht nur an Zahlen festmachen. Auch das zugrundeliegende

Mindset der Japaner, der Wert, den sie auf vermeintliche Kleinigkeiten legen, macht sie für die **WELLERGRUPPE** zu einer ganz besonderen Marke.

### Gastfreundschaft auf Japanisch: Omotenashi

Immer wieder werden Führungskräfte der Gruppe nach Japan eingeladen, um sich dort mit einem wesentlichen Baustein der hiesigen Kultur auseinanderzusetzen: Omotenashi. „Das Thema belächelt man anfangs ein Stück weit, bis man merkt, wieviel mehr dahintersteckt“, weiß auch Toyotas Commercial Director Mario Köhler.

Es ist ein Konzept für selbstlose Gastfreundschaft, herausragenden Service und ein Voraussehen der Bedürfnisse des Gastes. Es kombiniert Höflichkeit, Aufmerksamkeit zum Detail und echtes Interesse am Wohlbefinden der Gäste – ohne, dass eine Gegenleistung verlangt werden darf. Für den Autohandel schlummert darin auch eine Botschaft, die das tägliche Miteinander und nicht zuletzt die Arbeit mit den Kunden beeinflusst. „Uns verbindet der Fokus auf den Kunden und

die Bereitschaft ambitionierte und ehrgeizige Ziele zu verfolgen und auch zu erreichen“, weiß auch Toyota-Vertriebschef Mario Köhler. Ganz ohne die branchenüblichen Reibungspunkte geht und ging es freilich auch in dieser Langzeitbeziehung nicht. Aber immer fair und auf Augenhöhe, wie man auf Seiten der **WELLERGRUPPE** betont. ■

## STATEMENT

» Für Toyota und Lexus ist die Wellergruppe ein besonderer Partner, bereits über viele Jahre, uns verbindet der Fokus auf den Kunden und die Bereitschaft ambitionierte und ehrgeizige Ziele zu verfolgen und auch zu erreichen – Machen, macht den Unterschied! «



**Mario Köhler**  
Commercial Director Toyota Deutschland

Foto: Toyota



From Weller with Love: Auch bei der Fahrzeugübergabe wird auf jedes Detail geachtet. Ein BMW X4 ist fertig für die Schlüsselübergabe.



B&K hat wie hier in Osnabrück einen großen Bestand an jungen Gebrauchten. Im Hasepark entsteht auch das neue Batteriezentrum.

PORTRÄT BMW / MINI

# Qualität und Strahlkraft

1996 übernimmt die **WELLERGRUPPE** vier Standorte des BMW-Händlers H. P. Brinkmann & Knoery GmbH. 28 Jahre später ist B&K mit 24 Standorten eine echte Unternehmenssäule, auch für den Münchener Premiumhersteller.

von Christian Richter



» **Gemeinsam wollen wir die Marktführerschaft im Premiumbereich.** «

Julian Kaiser, Brandmanager Sparte BMW/Mini

**E**s soll ein BMW oder Mini sein? Dann sind Sie bei B&K goldrichtig – Deutschlands größtem BMW- und Mini-Vertragshändler. „So lautet der Begrüßungstext auf einer B&K-Seite. Und es darf ruhig geklotzt werden, denn die Erfolgsgeschichte ist beeindruckend. Seit 1996 ist B&K Teil der **WELLERGRUPPE**, nachdem Weller die H. P. Brinkmann & Knoery GmbH, einen über 30-jährigen BMW-Vertragshändler, übernommen und die Autohaus B&K GmbH & Co. KG gegründet hatte. Bereits 1998 wurde B&K der größte BMW-Vertragshändler Norddeutschlands und ist heute der größte in ganz Deutschland. Im ersten Geschäftsjahr setzte B&K 70 Millio-

nen Euro um und verkaufte 3.000 Neu- und Gebrauchtwagen. Heute hat sich der Umsatz verzehnfacht und auch der Fahrzeugabsatz hat sich etwa in dieser Größenordnung gesteigert.

**Agenturmodell hilft allen**

Der Erfolg ist auch Ergebnis einer konstruktiven Zusammenarbeit, die Burkhard Weller so erklärt: „Seit 28 Jahren arbeiten wir mit BMW zusammen und das immer auf Augenhöhe. Zugegeben, wir waren nicht immer einer Meinung mit dem Deutschlandmanagement, aber wir sind am Ende nie uneinig auseinandergegangen.“ Auch die zukünftige Ausrichtung mit dem Agenturmodell kommt

Fotos: Stefan Schmid/AUTOHAUS, Weller, BMW

der **WELLERGRUPPE** entgegen. „Die anstehenden Veränderungen bei BMW mit dem Agenturmodell, dieses Jahr bei Mini und ab 2026 bei BMW stellt uns noch vor manch kleine Hürde, aber als Befürworter der Agentur sehe ich mittelfristig nur Vorteile für den Kunden, den Hersteller und natürlich für uns“, zeigt sich Burkhard Weller zuversichtlich.

**AH:** Was sind die Hauptaufgaben als Brandmanager bei B&K??

**J. Kaiser:** Ich bin verantwortlich für die Gruppe, Sorge dafür, dass wir unsere Ziele erreichen, und kümmere mich auch um die strategische Ausrichtung des Unternehmens.

## » Der Fahrzeugabsatz hat sich in knapp 30 Jahren nahezu verzehnfacht. «

**AH:** B&K wird ab Oktober als Markenname verschwinden. Hat das Auswirkungen?

**J. Kaiser:** Das heißt vor allem, dass wir dadurch auf dem Markt eine viel größere Strahlkraft haben werden. Wir können den Kunden ein deutlich breiteres Portfolio anbieten. Und ein weiterer entscheidender Punkt, der mir wichtig ist: Wir können aufgrund der Größe unseren Mitarbeitern auch viel mehr Perspektiven bieten. Das sehe ich als klaren Wettbewerbsvorteil, auch in der Personalsuche. Wir wachsen von 24 auf 35 Standorte.

**AH:** Mitarbeiter ist ein gutes Stichwort. Arbeitsklima und Aufstiegschancen scheinen zu passen?

**J. Kaiser:** Ganz klares Ja. Das ist eine der Unternehmensmaximen. Bei uns stehen der Kunde und auch der Mitarbeiter im Vordergrund. Wir machen viele Kundenevents, wir tun aber genauso viel für unsere Mitarbeiter. Wenn wir Ziele erreichen, feiern wir diese auch. Da geht es dann zum Beispiel mal ein Wochenende zum Skifahren oder auf eine kleine Schiffskreuzfahrt. Nicht zu vergessen die große Jubiläumsfeier in Osnabrück im Frühjahr mit 2.000 Mitarbeitern. Besondere Leistungen werden bei uns besonders gefeiert.

**AH:** 70 Prozent der Führungskräfte kommen aus den eigenen Reihen. Wie geht das?

**J. Kaiser:** Ich selbst habe gleich zu Beginn viel Verantwortung übernommen. Das bedeutet, früh in den Macher-Modus zu wechseln und das ist ja ein Teil des Leitspruchs von Weller: Kein hätte, wäre, würde, sondern machen! Fehler machen ist erlaubt. Der Weg ist das Ziel. Das zahlt sich später aus.

**AH:** Im Interview Anfang des Jahres hat Burkhard Weller für das laufende Jahr 50.000 verkaufte Autos anvisiert. Ein ambitioniertes Ziel von über 20 Prozent.

**J. Kaiser:** Es ist ausgegeben, also versuchen wir es und wir werden es schaffen. Mit BMW und Mini haben wir eine extrem partnerschaftliche Zusammenarbeit und sind sehr zufrieden. Gemeinsam wollen wir die Marktführer-

## STATEMENT

» Wir freuen uns sehr, dass wir mit B&K und der **WELLERGRUPPE** einen sehr engagierten Partner haben, mit dem wir die Chancen im Markt im Hier und Jetzt bestmöglich nutzen und zeitgleich an unserer gemeinsamen Zukunft arbeiten. B&K hat sich über die letzten Jahre zum größten BMW-Händler in Deutschland entwickelt und das beruht genau darauf, nämlich gute operative Performance, das richtige Mindset und die Weitsichtigkeit für die gemeinsame Zukunft. «

**Christian Ach,**  
Leiter Markt Deutschland, BMW Group



schaft im Premiumbereich erreichen. Dafür arbeiten wir hart in allen Filialen. Und bisher sieht es ganz gut aus.

**AH:** Herr Kaiser, vielen Dank für das Gespräch.



**B&K on Tour:** Werden große Ziele erreicht, wird das gefeiert. Hier ging es zum Beispiel auf eine Kreuzfahrt von Hamburg über Oslo und Kopenhagen bis nach Kiel.

## SEAT UND CUPRA

# Lifestyle und Begehrlichkeit

Seat und Cupra ergänzen sich hervorragend. Mit VW-Technik und jeder Menge Brand-Power eilt das Duo von Erfolg zu Erfolg.

von Stefan Schmid

**S**portliches Design, solide Technik aus dem VW-Konzern und eine junge Zielgruppe: Gründe gab es für Weller genug, sich 2016 Seat in den Showroom zu stellen. Am 13. August eröffnete AUTOWELLER dann den ersten Seat-Standort in Bremen. Das erklärte Ziel: neue Kundengruppen anzusprechen und damit weiter zu wachsen.

Kurze Zeit später wurde aus dem Seat-Performance-Ableger Cupra eine eigenständige Marke. Und was für eine. „Eine Lifestylemarke wie kaum eine andere“, meint Brand-Manager Frank Pe-

rez, in dessen Verantwortungsbereich der spanische Senkrechtstarter fällt.

## Cupra weckt Begehrlichkeiten

Die Marke spricht nicht nur einfach eine Zielgruppe an – sie hat sich ihre eigene Zielgruppe selbst aufgebaut. „Diese Kunden wissen im Vorfeld schon, dass sie einen Cupra haben wollen“, erklärt Perez.

Wer mit Supersportlern aus Italien arbeitet, kennt das Phänomen. Der kennt aber auch die astronomischen Summen, die für die Fahrzeuge aufgerufen werden.

Und die Spanier? Die spielen preislich in einer ganz anderen Liga – und bieten ziemlich viel fürs Geld. Begehrlichkeiten weckt Cupra dabei in erster Linie durch sein Image als blechgewordener Antagonist des automobilen Mainstreams. Man will ein bisschen provozieren, man will ein bisschen böse aussehen und man schafft es, genau damit einen Nerv zu treffen.

Dazu tragen auch das zerklüftete-sportliche Design, die starke Motorisierung und die grundsolide Technik bei. Kein Wunder also, dass die selbst-

Fotos: Stefan Schmid / AUTOHAUS



» **Allein am Logo sieht man, wie viel Power die Marke ausstrahlt.** «

Tobias Vornheder, Serviceleiter  
AUTOWELLER Osnabrück



ernannte „Challenger Brand“ gerade von Rekord zu Rekord eilt. Auch bei Weller. War man im letzten Jahr noch dreistellig, rechnet man dieses Jahr damit, rund 1.200 Modelle an Mann und Frau zu bringen.

Entsprechend zufrieden zeigt man sich mit der Entwicklung der Marke und mit der Rolle, die sie im Portfolio einnimmt. „Der klassische Toyota-Kunde ist kein Cupra-Kunde“, bringt es Perez auf den Punkt – und schiebt nach: „Das ergänzt sich gut.“ Mit Cupra spricht man nun eine Kundengruppe an, die man

sonst nicht erreicht hätte. Besonders ist auch der Beratungsaufwand. Obwohl die Fahrzeuge technisch durchaus anspruchsvoll sind, hält sich der Beratungsbedarf meist in Grenzen. „Die Kunden wissen in der Regel schon, bevor sie zu uns ins Autohaus kommen, bestens über die Fahrzeuge Bescheid.“

**Andere Marke, andere Kunden**

Tobias Vornheder kennt das Phänomen der Cupra-Kunden aus der Praxis: „Die gehen nicht weiter zu Toyota oder Lexus“, erklärt der Serviceleiter. Wieder ein In-

diz für die Brandpower. Cupra habe da eine ganz eigene Stellung, erklärt Perez. Wer es vernünftiger mag, wird bei Seat fündig. Gerade Geschäftskunden, für die es auch mal etwas dezenter sein darf, schätzen Seat. Für beide Marken scheint es, geht der Wachstumskurs weiter.

Die Entscheidung, sich Seat und Cupra ins Autohaus zu holen, war also goldrichtig, und das Kalkül, damit neue Kundengruppen zu erreichen, die man mit dem bestehenden Portfolio nicht vollumfänglich abholen konnte, ging voll auf. ■



- 1 Der VZ 5 ist die Top-Version des Cupra Formentor.
- 2 Mit dem Design des Formentor hat Cupra einen Nerv getroffen.
- 3 Viel Brand-Power und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis: Cupra bietet genau das.
- 4 Seat ist bei einem jüngeren Publikum sowie im Flottenbereich beliebt.
- 5 Im Osnabrücker Showroom teilen sich die beiden Marken eine Verkaufsfläche.

## GRÖSSTER MG-HÄNDLER DEUTSCHLANDS

# MG ist Booster und Shootingstar

Seit der Aufnahme von MG ins Markenportfolio entwickelt sich der SAIC-Ableger zu einer Erfolgsgeschichte. Die Absatzzahlen überzeugen und die neue Marke hat eine belebende Wirkung.

von Christian Richter



Der MG4 ist sehr beliebt, gerade beim jungen Publikum.

Seit Mai 2023 verkauft die WELLERGRUPPE die Marke MG. Bis Juli 2024 werden es schon zwölf Standorte sein, an denen der neue chinesische Ableger von Morris Garages (MG) bei Weller angeboten wird. MG war im vergangenen Jahr der stärkste chinesische Hersteller in Deutschland. Der Grund ist simpel, wie Burkhard Weller im AUTOHAUS-Interview Anfang des Jahres erklärt: „Für das Geschäft brauchen wir nur rund 200 Quadratmeter im Showroom, die Abwicklung läuft gut. Die WELLERGRUPPE wird der größte MG-Händler in Deutschland.“

Die Marken werden dabei strikt getrennt. Die Kunden stört das laut Burkhard Weller nicht. Es gibt keine Probleme, Zu- oder Abgänge zwischen den Marken.

## Junge Zielgruppe für MG

„Wir sprechen mit MG eine ganz andere Zielgruppe an“, sagt Nick Michailis, MG-Neuwagenverkäufer am Standort in Herford. Der junge Mann ist nach erfolgreicher Ausbildung bei B&K nun seit Anfang des Jahres im Sales-Team, kennt die Klientel und benennt ganz klare Gründe

für den starken Erfolg der Marke: „Im Bereich der BEVs stimmt einfach das Angebot, also Preis und Leistung. Wer nach kostengünstigen Elektrofahrzeugen sucht, kommt an MG nicht vorbei. Wir haben sogar wieder vermehrt Laufkundschaft, unter der Woche und auch am Samstag.“

Der „Boosteffekt“ hat auch Filialleiterin Nadine Hunneck begeistert: „Ich war positiv überrascht, wie eine neue Marke ein Autohaus an einem Samstag so neu beleben kann. Wir hatten durch MG auf einmal komplett neue Leute im Laden, eine ganz andere Klientel. Das war und ist sehr spannend für uns.“

## Der MG4 ist sehr gefragt

Topmodell und Bestseller ist aktuell der MG4, der über 90 Prozent der Verkäufe ausmacht. Neben den BEV-Modellen erweitert MG seine Palette aber sukzessive weiter, auch mit alternativen Antrieben. Jüngstes Familienmitglied ist der neue MG3 Hybrid+, der preislich unter der wichtigen 20.000-Euro-Marke bleibt und damit die Konkurrenz, zum Beispiel einen Opel Corsa ab 26.100 Euro, aussticht. Die Kunden sind überzeugt und

so wechselt fast jeden Tag ein MG den Besitzer. „Wir haben viele junge Leute, aber auch Familien, die nach einem Zweitwagen für die kurzen Strecken zur Schule oder zur Arbeit suchen“, sagt Michailis. Von Januar bis Mai 2024 wurden bei B&K Herford bereits 120 MGs verkauft. Im letzten Jahr waren es im Zeitraum Mai bis Dezember 263 über alle Standorte hinweg.

## Vorfreude auf den Cyberster

MG will in den nächsten Jahren die Erfolgswelle in Europa nutzen und kündigte bereits viele neue Modelle an. In Herford sind natürlich alle Neulinge willkommen. Auf den Cyberster, den ersten reinen elektrischen Roadster mit Scheintüren, ist man dennoch sehr gespannt. Im Herbst soll er kommen. ■

## STATEMENT

» MG Motor ist eine dynamische Marke, die zu den am stärksten wachsenden in Deutschland zählt. Wohl dem, der dabei auf Partner vertrauen kann, die dieses hohe

Tempo mitgehen und selbst noch mal für Beschleunigung sorgen. Die WELLERGRUPPE ist so ein Partner, der hoch professionell und enorm engagiert diese junge Zusammenarbeit mit Leben füllt. Wir freuen uns auf das Kommende und die anstehenden gemeinsamen Schritte.

«



Philipp Hempel,  
Vice President of Sales, SAIC Motor  
Deutschland

Fotos: Ralph Meunzel, Weller

## PARTNER

# Die Ideen junger Menschen nutzen

Viele Berufsanfänger bei Weller kommen vom Institut für Automobilwirtschaft. Ein Gespräch mit dessen Direktor Prof. Dr. Stefan Reindl über die Verbindung von Wissenschaft und Praxis.

von Andrea Haunschild

**AH:** Das Institut für Automobilwirtschaft (IfA) steht schon lange mit der WELLERGRUPPE in Beziehung. Wie würden Sie diese Verbindung beschreiben?

**S. Reindl:** Freundschaftlich-konstruktiv, das heißt, die WELLERGRUPPE hat uns am Institut immer gefördert, aber auch gefordert. Das liegt sicherlich am Unternehmenslenker Burkhard Weller, der ja bereits seit Mitte der Neunzigerjahre immer wieder das Gespräch mit uns am Institut und unseren Studierenden der automobil- und mobilitätswirtschaftlichen Studiengänge gesucht hat. Umgekehrt konnten auch wir oft auf seine Expertise bezüglich der Forschungsaktivitäten auf der Handelsebene vertrauen – und seine Argumente hatten immer auch eine gewisse Schlagkraft. Nicht zuletzt das große und langjährige Engagement bezüglich unserer Studierenden mit Vorlesungsveranstaltungen und Exkursionen von Burkhard Weller war verantwortlich dafür, dass er 2019 zum Ehrensensator unserer Hochschule ernannt wurde.

**AH:** Bei Weller arbeiten ja einige IfA-Absolventen. Was ist besonders attraktiv bei Weller für junge Berufseinsteiger?

**S. Reindl:** Schon beim Aufbau seiner Automobilhändlergruppe hat Burkhard Weller auf junge Menschen gesetzt. Sozusagen im beschleunigten Verfahren hat er bei geeigneten Persönlichkeiten dafür gesorgt, dass sie möglichst schnell Führungsverantwortung übernehmen. Das ist – so denke ich – auch ein wesentlicher Erfolgsfaktor der WELLERGRUPPE, die Ideen und die Sponta-



Professor Dr. Stefan Reindl, Direktor Institut für Automobilwirtschaft

» Unternehmensziele zu persönlichen Zielen der MitarbeiterInnen zu machen, ist wohl Wellers Paradedisziplin. «

Professor Dr. Stefan Reindl  
Direktor Institut für Automobilwirtschaft

nität junger Menschen zu nutzen, um möglichst agil am Markt zu agieren und die Unternehmensgruppe dynamisch weiterzuentwickeln. Und das ist eben gerade für junge Menschen attraktiv, denn die Unternehmensstrukturen sind weniger komplex und wesentlich durchlässiger als beispielsweise die Organisationsstrukturen bei Automobilherstellern.

**AH:** Wie bereiten Sie die Absolventen auf den Berufseinstieg im Autohandel vor?

**S. Reindl:** Wir setzen im Vorlesungsbetrieb insbesondere auf Praktiker, die auf den verschiedenen Wertschöpfungsstufen der Automobilwirtschaft agieren, mit einer Vielzahl an Tagungen und Kongressen, mit Veranstaltungen in der Esslinger Zukunftswerkstatt 4.0, mit zahlreichen Exkursionen, mit einer Vielzahl an Projekten in Branchenunternehmen sowie im wöchentlichen Forum Automotive.

**AH:** Was zeichnet den Menschen Burkhard Weller aus?

**S. Reindl:** Er ist eine unwiderstehliche Unternehmerpersönlichkeit, die durch eine große Begeisterungsfähigkeit geprägt ist. Unternehmensziele zu persönlichen Zielen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu machen, ist wohl seine Paradedisziplin. Er ist ein positiver Mensch, der auch mich immer wieder aufs Neue begeistert.

**AH:** Was können andere Autohäuser von Weller lernen?

**S. Reindl:** Es sind wohl immer die großen Ziele, keine kleinteiligen Erfolgsgrößen, die im Unternehmen diskutiert werden: Absatz, Umsatz und Ertrag. Alles andere muss sich solchen Key Performance Indicators unterordnen. Dabei läge zwar die Vermutung nahe, dass qualitative Faktoren keine Rolle spielen. Weit gefehlt, denn viele solcher „Hard Facts“ lassen sich nur erreichen, wenn beispielsweise qualitative Elemente der Kunden- und Mitarbeiterbeziehung in den Zielkorridor einbezogen werden. Und hier setzt die altbekannte „Wellertreppe“ an.

**AH:** Was wünschen Sie dem Unternehmen Weller für die nächsten zehn Jahre?

**S. Reindl:** Weiter so, immer weiter!

**AH:** Herr Professor Dr. Reindl, vielen Dank für das Gespräch.

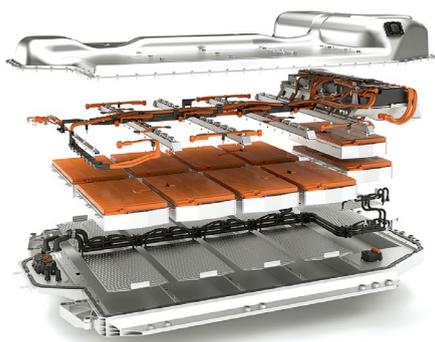


## ELEKTROMOBILITÄT

# Von A wie Auslieferung bis Z wie Zellreparatur

Der Elektromobilität gehört auch ein Teil der Zukunft. Showroom-Konzepte, Verkauf und Service müssen überzeugen. Die Weichen dafür hat die **WELLERGRUPPE** schon vor einiger Zeit gestellt.

von Christian Richter



Hochvoltspeicher von BMW: Wartung und Reparatur übernimmt die **WELLERGRUPPE** im Batteriekompetenzzentrum in Osnabrück.

Im Hause Weller bündelt sich ein wesentlicher Teil der hauseigenen Stromer-Strategie in der Region Osnabrück. Dabei steht der Kunde im Fokus und bekommt von A wie Auslieferung bis zur Reparatur der Batteriezelle alles geboten. Neben dem Citystore **WELLERGARAGE** plant die **WELLERGRUPPE** auch den Bau eines eigenen Batteriekompetenzzentrums im Hasepark. Ziel ist es, einen vollumfänglichen Service – vom Batteriecheck bis hin zur Batterieentsorgung – aus eigener Hand zu gewährleisten. E-Mobilität kommt. Das zeigt schon ein Blick auf die nackten

Zahlen. Im letzten Jahr wurden bei Weller im Einzelhandel rund 15.000 Neufahrzeuge verkauft. Davon war bereits fast jedes vierte voll- oder teilelektrisch angetrieben. Ein wichtiges Thema bleibt: Kunden mit der neuen Technik und den Fahrzeugen vertraut zu machen. Einen ersten Touchpoint hat die **WELLERGRUPPE** mit der **WELLERGARAGE** in bester Innenstadtlage in Osnabrück gesetzt.

## Showroom und Networking

Bereits im Frühjahr 2023 eröffnete die **WELLERGRUPPE** ihren Citystore am Nikolaiort 3 in Osnabrück. Hier werden

Fotos: BMW, Weller

TECHNO –  
DIE AUTOHAUS-KOOPERATION  
GRATULIERT!

# 45

JAHRE *WELLERGRUPPE*

Und freut sich auf viele weitere Jahre  
erfolgreicher Zusammenarbeit.

»TECHNO-KOOPERATION.DE

**HORWIN** Partner von *WELLER*

DIE NEUE ÄRA DER E-MOBILITÄT.  
**SEMENTI 0.**



**200** Km/h  
Geschwindigkeit

**300** Km  
Reichweite  
(bei 88 Km/h)

**30** min  
Quick Charge



die neuesten E-Modelle von MG, elektrisch angetriebene Motorräder und Roller (Horwin) präsentiert. „Wir haben uns für die Eröffnung der WELLERGARAGE entschieden, weil wir uns dahin begeben möchten, wo sich unsere Kunden aufhalten, mitten in der Innenstadt“, erklärt Burkhard Weller.

Die WELLERGARAGE ist darüber hinaus auch ein Ort für Ideen, an dem Kreativität, Innovation und Unternehmensegeist aufeinandertreffen. Mit diversen Mobilitäts-Events ist eine echte Netzwerk-Plattform entstanden. Die WELLERGARAGE ist Chefsache. Burkhard Weller, Jörg Hübener und Werner Söcker sind nicht selten bei den Events der MacherGarage persönlich vor Ort. „Wir sind begeistert von der überwältigenden Unterstützung“, sagt Shannon Hellmann, Mitinitiator der WELLERGARAGE.

### Batteriekompetenzzentrum ist nächster Schritt

Der nächste Meilenstein in der E-Mobilität ist bereits in Planung. Der Standort Osnabrück Hasepark soll durch die Errichtung eines Batteriekompetenzzentrums aufgewertet werden. Die WELLERGRUPPE wird sich hier auf die Instandsetzung von Hochvolt-Kompo-



» Das Hauptziel ist es, die Potenziale für die gesamte Unternehmensgruppe zu nutzen. «

Jörg Hübener  
Geschäftsführer WELLERGRUPPE

nenten, insbesondere Hochvoltbatterien, spezialisieren. Qualität steht auch hier im Fokus, deswegen wird der Hasepark nach den hohen Standards von „BMW i

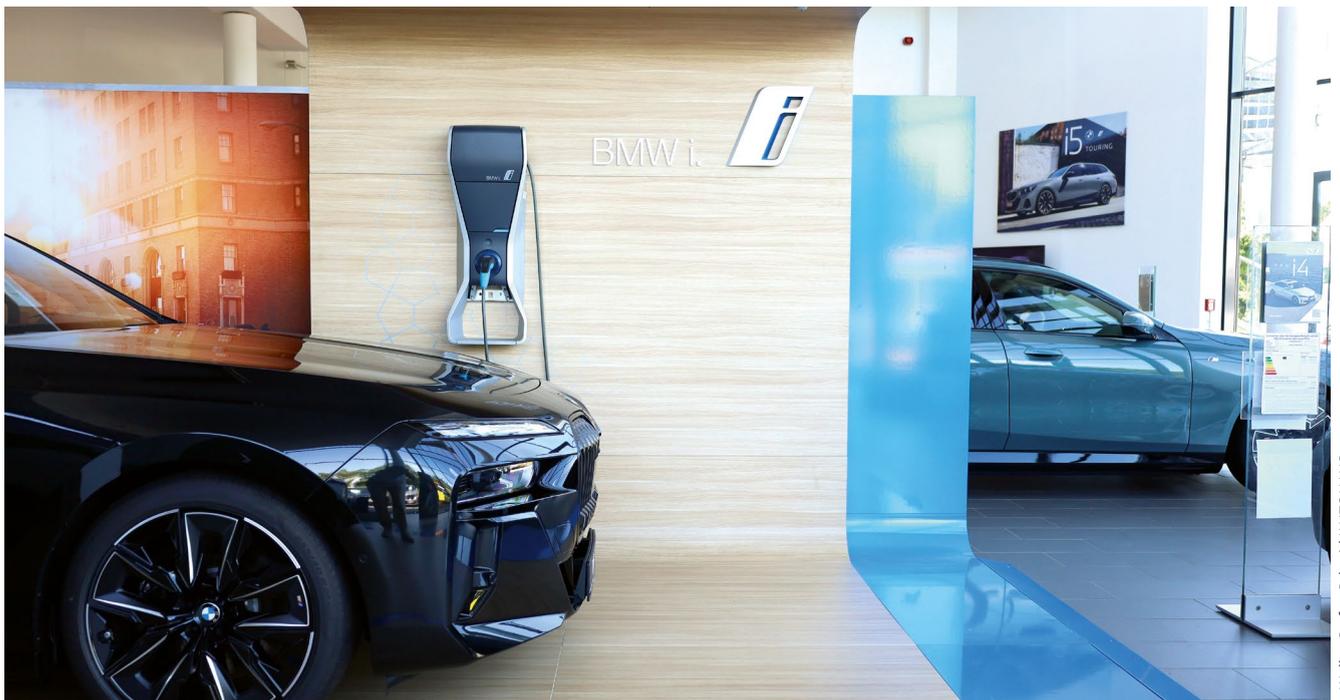
Battery“ zertifiziert. „Das Hauptziel ist es, den Standort Osnabrück Hasepark und die Potenziale für die gesamte Unternehmensgruppe bestmöglich zu nutzen“, sagt Jörg Hübener, einer der Geschäftsführer der WELLERGRUPPE. Die Einrichtung des Batteriekompetenzzentrums biete gleich mehrere Vorteile. Das speziell geschulte Fachpersonal sorge für hohe Qualitätsstandards.

Des Weiteren könne die Auslastung selbst bestimmt und besser verteilt werden, was wiederum zu kürzeren Vorlaufzeiten führe, sagt Hübener weiter. Ein schneller und guter Service bedeutet schließlich glücklichere Kunden.

### Umsetzung läuft nach Plan

Die Umsetzung eines solchen Projekts stellt natürlich auch einige Herausforderungen. Es braucht Platz, Fachpersonal, notwendige Sicherheitseinrichtungen, Spezialwerkzeuge und Hebebühnen.

Nicht zuletzt auch die ganze Logistik: Der Transport der Batterien von den Standorten zum Kompetenzzentrum und zurück muss organisiert werden. „Alle diese Maßnahmen sind aktuell in der Umsetzung und wir sind zuversichtlich, das Projekt nach Plan abschließen zu können“, sagt Hübener. ■



Fast jedes vierte bei Weller verkaufte Fahrzeug ist voll- oder teilelektrisch angetrieben.

Fotos: Weller, Stefan Schmid/AUTOHAUS

Mehr Wert.  
Mehr Vertrauen.



TÜV SÜD gratuliert  
zu 45 Jahren **WELLERGRUPPE**.

# Was für eine Erfolgsstory!

[tuvsud.com](https://tuvsud.com)

Wow!

TÜV®



Nett im Showroom drapiert, ist der Microlino ein schöner Gesprächsaufhänger, wissen Mustafa Yakar (Verkaufsleiter) und Guido Gottwald (Serviceleiter).

MICROLINO UND HORWIN

# Für Junge und Junggebliebene

Mit Microlino und Horwin-Zweirädern rundet Weller sein Modellportfolio ab. Sie bringen gute Laune und ein junges Publikum.

von Stefan Schmid



Der Horwin-Vertrieb startet an sechs Standorten und soll weiter ausgeweitet werden. Insbesondere junge Zielgruppen hat man dabei im Fokus.

**K**nuffig, kugelrund und bunt: Der Microlino ist der Gute-Laune-Bär im Showroom. Blicke zieht er auf sich und Mundwinkel nach oben. Nirgendwo werde mehr gelacht als beim Verkaufsgespräch eines Microlino, erklärt Brand Manager Frank Perez.

Wer glaubt, dass der kleine Elektroflitzer eine Verlegenheitslösung für die junge, klamme Stadtbevölkerung ist, der irrt allerdings: Gekauft werden die Fahrzeuge vorrangig von älteren Menschen oder Gewerbetreibenden. Bei Letzteren steht er als sympathisches Werbegesicht hoch im Kurs. Eine Idee, die man auch in den Showrooms von Weller längst für sich entdeckt hat. Entsprechend prominent sind die Fahrzeuge im Showroom postiert und beklebt. Da stört es auch nicht weiter, dass sich hinter dem Elektro-Zweig kein knallhart kalkulierter Businesscase verbirgt.

## Horwin: Die Zukunft der urbanen Mobilität

F flankiert wird die Idee der Verbreiterung des Modellportfolios von der Aufnahme der Marke Horwin.

Das Unternehmen ist noch relativ jung, wurde 2016 gegründet und bietet mit einem elektrisch angetriebenen Motorrad, einem E-Scooter sowie zwei Elektrorollern in unterschiedlichen Designvarianten ein recht breites Portfolio. An sechs Standorten vertreibt Weller die Elektro-Zweiräder aus Österreich. ■

Fotos: Stefan Schmid

BEI UNFALL  
**SCHADENPARTNER 24**



**Mit carento läuft's bei WELLER digitaler!**  
Digitales Schadenmanagement der Extraklasse.

[www.schadenpartner24.de](http://www.schadenpartner24.de)

Ein Produkt der

 **carento**  
UNTERNEHMENSGRUPPE



Emma Weller leitet das zentrale Marketing und ist auch für die **WELLERGARAGE** verantwortlich. Der Citystore zieht Menschen an und ist ein urbanes Zentrum der Kreativität.

## WELLERGARAGE

# Ein Ort der Inspiration

Der Weller-Citystore in Osnabrück ist der Elektromobilität gewidmet. Gleichzeitig dient er als Event-Location, die Menschen, Ideen und Innovationen zusammenbringt.

Von Andrea Haunschild

Viele große Dinge haben klein angefangen. Einige der größten Ideen starteten in einer Garage“, sagt Emma Weller. „Deshalb der Name **WELLERGARAGE**. In unserem Citystore wollen wir E-Mobilität voranbringen und gleichzeitig ein Anlaufpunkt für kreative Köpfe und Macher sein, die die Zukunft mitgestalten und etwas bewegen wollen.“ Die Tochter von Burkhard Weller leitet

im Unternehmen Weller das neu gegründete zentrale Marketing mit elf Mitarbeitern. Die 29-Jährige hat Marketing und Kommunikation studiert und ist für das Konzept **WELLERGARAGE** verantwortlich.

### Zurück zu den Wurzeln

Der Standort Osnabrück ist dabei kein Zufall. Denn hier gründeten Burkhard

Weller und Klaus Hellmann 1979 die Auto Weller GmbH & Co. KG. „Zurück zu den Wurzeln“ ist also das Motto. Besinnung auf die eigenen Stärken und auf dieser Basis ein Vorwärtsschreiten in die Zukunft. „Wir erleben gerade eine höchst interessante und aufregende Zeit der Veränderung. Fast alles ist im Wandel. Alles scheint veränderbar und mehr Ideen denn je denkbar. Wir wollen in diesem Prozess der Entwicklung unseren Beitrag leisten, indem wir Menschen und Ideen unterstützen, die den Unterschied machen können“, betont Burkhard Weller.

Im April 2023 hat Weller den Citystore in der Osnabrücker Innenstadt eröffnet. Dank der strategisch günstigen Lage am Nicolaiort 3 ist er bequem zu Fuß, mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder dem Auto zu erreichen, Autofahrer finden Parkgaragen in der Nähe. „Dies ist mit der zentralste Ort der Stadt und viele Besucher kommen einfach rein, weil sie gerade auf ihrem Weg vorbeikommen. Als die Stadtwerke vor zwei Jahren aus-

Fotos: Weller



gezogen sind, hat mein Vater gleich zugeschlagen, weil er sofort die Chance gesehen hat, hier einen zentralen Touchpoint einzurichten“, erzählt Emma. Ihr Vater formuliert es so: „Wir haben uns für die Eröffnung der **WELLERGARAGE** entschieden, weil wir uns dahin begeben möchten, wo sich unsere Kunden aufhalten, mitten in der Innenstadt.“

Wir möchten sie von unserer Idee, unseren Projekten und unserem Unternehmen begeistern und ihnen zusätzlich die Mobilität zur Verfügung stellen, die sie benötigen. Eine bessere Lage für dieses Konzept ist in Osnabrück nirgends zu finden.“

#### Terminal zur E-Mobilität

Der Store will sich aktuell auf die Marke MG konzentrieren, zudem wird hier der Lexus-Mini-SUV LBX promotet. Der Hybrid-Benziner bekommt in der **WELLERGARAGE** seinen großen Auftritt. Besucher des Stores können zudem spielerisch mit E-Mobilität in Kontakt kommen: An einem Terminal können sie



» Unser Citystore ist ein Anlaufpunkt für E-Mobilität und Menschen, die etwas voranbringen wollen. «

Emma Weller  
Marketing Weller

Fragen beantworten, die ihnen dabei helfen sollen, sich klar zu werden, welches E-Auto zu ihnen passt. Hier können sie auch Strecken eingeben, um zu sehen, wo Ladestationen sind und wie man mit einem E-Auto zu bestimmten Zielen kommen kann.

#### Freiraum für Ideen

Und die **WELLERGARAGE** ist noch mehr. Ein Ort, an dem Kreativität, Innovation und Unternehmergeist aufeinandertreffen. Weller realisiert hier eine lebendige Eventkultur, die Besucher einlädt, an inspirierenden Veranstaltungen teilzunehmen und sich mit klugen Köpfen auszutauschen. „In der Reihe ‚Einfach mal machen!‘ laden wir interessante Gäste aus anderen Bereichen ein, von ihren Erfahrungen zu berichten“, erzählt Emma Weller.

„Mit dem Kick-off unserer Networking-Plattform ‚MacherGarage‘ wollten wir verschiedene Vertreter aus Politik, Stadt, Wissenschaft und Wirtschaft zusammenbringen und den Austausch för-



dern. Die Idee der MacherGarage ist es, durch einen konstruktiven Austausch verschiedener Branchen und Unternehmen innovative Projekte voranzutreiben“, erklärt Emma. 150 Besucher drängten sich bei der Eröffnung in dem kleinen Store, in dem ansonsten Platz für zwei Autos und ein paar E-Roller ist.

### Gründer und Macher live

Ein voller Erfolg also, genauso wie der Vortrag der Gründerin Charlotte Rotherth, deren Projekt auf Instagram aktuell 20.000 Follower begleiten: die Sanierung eines Fachwerkhofs von 1549, der lange als Lost Place galt. Auch dieses Event war gut besucht und brachte aufgeschlossene, aktive Menschen zusammen. „MacherGarage goes Theater Beach“ hieß schließlich eine After Work Party in der Innenstadt von Osnabrück, die mit leckerem Food und entspannter Atmosphäre Menschen zusammen und die WELLER-

GARAGE in Gespräch brachte. Durch diese Veranstaltungen positioniert sich Weller als zukunftsorientiertes, agiles Unternehmen, das Trends mitgestaltet und den Austausch fördert. Durch attraktive Veranstaltungen werden neue Zielgruppen angezogen, die für E-Mobilität offen sind. So entstehen vielfältige Kontakte.

### #locals

Apropos Kontakte: Aus diesen „MacherGarage-Events“ resultierten vielfältige Kooperationen mit lokalen Unternehmen und Start-ups wie dem Netzwerk für Start-ups „SmartCityHouse“, dem nachhaltigen und sozial engagierten Osnabrücker Modelabel „Young Diversity“ und dem lokalen Catering-Service „WhoBERT“, der beim After Work den kulinarischen Teil übernahm. Beim Midnight-Shopping, das einmal im Jahr vom Gewerbering veranstaltet wird, verlor die

WELLERGARAGE Kleider-Bundles von Young Diversity und spendete den Erlös der Aktion an die Osnabrücker Tafel.

Das offene Konzept der WELLERGARAGE beinhaltet auch, dass der Raum für Workshops und Vorträge anderer Anbieter zur Verfügung gestellt wird. Die kommenden Events will Emma Weller lokal noch bekannter machen und auffälliger planen.

Dazu gehört auch die Präsenz auf Social Media und TikTok, wo die WELLERGARAGE eigene Accounts hat, die sich „jünger und krasser“ präsentieren als das Gesamtunternehmen Weller. „Wir wollen die junge Generation einbeziehen und einen Treffpunkt für offene Menschen schaffen“, sagt Emma Weller. „In der WELLERGARAGE entsteht eine lebendige Community, die Ideen teilt, neue Kontakte knüpft und die Leidenschaft für nachhaltige Mobilität verbindet.“



Toyota  
Insurance Services

# GUT, BESSER, WELLER.

Alles Gute zum 45. Jubiläum!

Zum 45. Jubiläum möchten wir allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der WELLER-Gruppe recht herzlich gratulieren. Gemeinsam mit uns und vielen anderen Weggefährten habt ihr in Verbundenheit Meilensteine erreicht und unermüdlich den Blick auf eine vielversprechende Zukunft gerichtet.

Vielen Dank für die Partnerschaft und den großartigen WELLER-Spirit, der immer wieder begeistert.



**WELLER**



**13 x BESTE  
KFZ-VERSICHERUNG**  
Sieger im Gesamtranking



masteroil

# König d

Von Werkstattmeistern empfohlen.

[masteroil.com](http://masteroil.com)

# der öle.



masteroil

C-Tec Power Longlife 3

**SAE 5W-30**

Mehrbereichs-Motorenöl  
auf HC-Synthesebasis für Pkw  
mit Otto- oder Dieselmotor  
und Partikelfilter

e0,5L



**Mit der  
Fast Fluid  
Formel.**

## PORTRÄT NADINE HUNNECK

## »Wir sind offen in der Kommunikation«

B&K in Herford ist einer der erfolgreichsten Standorte der **WELLERGRUPPE**. Filialleiterin ist Nadine Hunneck. Wichtig ist ihr, gemeinsam für die Ziele zu arbeiten und Führung vorzuleben.

von Christian Richter



Nadine Hunneck leitet die Filiale von B&K in Herford, hat im Haus fast alles schon gemacht.

Der Werdegang von Nadine Hunneck bis an die Filialspitze von B&K ist ein Zeugnis proaktiver Arbeit und einer extra Prise Engagement. Nach dem Abitur macht sie eine Ausbildung zur Automobilkauffrau und sammelt dort erste Erfahrungen. Es folgt eine Weiterbildung zur BMW-Serviceassistentin und ab 1. Januar 2011 der „Dienstantritt“ bei B&K in Herford. Schon nach wenigen Monaten merkt sie, dass Mitgestaltung großgeschrieben wird, und wagt den Schritt, parallel zur Arbeit zu studieren: Betriebswirtschaft. Ihr damaliger Vorgesetzter Tobias Müller stimmt zu.

Drei Jahre später und mit aktiver Unterstützung von B&K schließt sie das Studium ab, bekommt in der Zeit ihr erstes Kind und steigt zur Serviceberaterin

auf. Der Kundenkontakt ist vielseitig und macht Spaß. Um auch den Vertrieb besser kennenzulernen, verkauft Hunneck auch ein Jahr lang Neuwagen, bevor sie die erste Führungsposition als Serviceleiterin annimmt. Als der Filialleiter Tobias Müller in die Regionalleitung wechselt, wird sie die erste Filialleiterin bei B&K. Im Gespräch gibt sie zu, dass das nicht ganz zufällig war, und erklärt, warum proaktives Engagement in der **WELLERGRUPPE** immer schon den Unterschied ausmacht.

**AH:** Erste Filialleiterin bei B&K, ein toller Werdegang. Dennoch wirkt es in der Konsequenz nicht ganz zufällig. Würden Sie zustimmen?

**N. Hunneck:** (lacht) „Ja, wer mich kennt, weiß: Ich wollte immer schon erste Fi-

lialleiterin bei B&K werden. Das habe ich damals schon Tobias Müller gesagt. Ich konnte mir das schon früh vorstellen und hatte da immer Lust drauf.“

**AH:** Die Unternehmenskultur fördert dies aber auch.

**N. Hunneck:** Auf jeden Fall. Wer etwas machen will und sich proaktiv einbringt, darf das hier auch. Fehler sind erlaubt. Wir haben dadurch viele Führungskräfte aus den eigenen Reihen. Ich habe ein junges Abteilungsleiter-Team. Mein jetziger Werkstattleiter hat mal als Schrauber angefangen, war dann Serviceberater. Das Gleiche bei meinem Teilevertriebsleiter: Ausbildung bei uns, dann Serviceberater und jetzt Führungsposition.“

**AH:** Klappt es denn dann gleich mit der Verantwortung?

**N. Hunneck:** Wie gesagt, es ist ein extrem junges Führungsteam, und uns ist klar: Manches geht nur übers Ausprobieren. Viele Kollegen wollen das aber und sie dürfen es. Gerade wenn sie hier die Lehre gemacht haben und die Weller-DNA verinnerlicht haben, macht es unheimlich Spaß, zu sehen, wie sich alle Schritt für Schritt weiterentwickeln. Es gibt aber auch die Fälle, die nicht weg wollen und voll in ihrer Position aufgehen. Das ist genauso wichtig und völlig in Ordnung. Ein Beispiel: Ich habe eine Serviceassistentin, die nach drei Jahren zurück an ihren alten Platz wollte, weil ihr der Kundenkontakt fehlte.

**AH:** Was macht Ihren Führungsstil aus, welche Faktoren sind wichtig?

**N. Hunneck:** Wir sind offen in der Kommunikation, total transparent und wir mögen es, wenn sich Menschen einbringen. Das leben wir vor. Ich glaube einfach, wenn die Mitarbeiter viel wissen und auch viele Informationen zugänglich sind, identifizieren sie sich besser, und dann sind alle Ziele gemeinsame Ziele. Führung ist Verantwortung und die lebe ich auch vor. Dazu gehört dann auch mal, Kunden zu bedienen, Getränke zu bringen oder die Spülmaschine auszuräumen. Dieses Teamgefüge führt eben dazu, dass sich Kunden seit Jahrzehnten bei uns sehr wohlfühlen.

**LEGACY REINVENTED:  
DIE NEUE GENERATION VON SUPER ULTRA-  
HIGH PERFORMANCE REIFEN**

# **FALKEN REIFEN**

© TOYOTA AG Schweiz



**NEU**



## **AZENIS RS820**

Ultimative Höchstleistungsreifen für sportliche Fahrzeuge, entwickelt für maximales Fahrvergnügen, Sicherheit und Nachhaltigkeit im SUHP-Reifensegment. Ideal für sportliche Pkw und performance-orientierte Fahrer.

Mehr Informationen unter [falkenreifen.de](https://www.falkenreifen.de)

**FALKEN**

WELLER ALS ARBEITGEBER

# Kein hätte, wäre, könnte, sondern machen!

Weller heißt machen. Hinter der simplen Erfolgsformel steckt deutlich mehr, als es auf den ersten Blick scheint. 45 Jahre Unternehmensphilosophie unterm Brennglas.

von Stefan Schmid



Ab dem ersten Tag wird den Mitarbeitern die Weller-DNA vermittelt.

**F**rüher wurde Burkhard Weller belächelt. „Da kommt Weller mit seinem Jugend forscht“, witzelte manch einer. Inzwischen lacht keiner mehr, denn die Struktur, die der Unternehmer vor vielen Jahren geschaffen hat, sorgt nun dafür, dass in der Führungsriege von heute top Leute mit Weller-DNA sitzen. „Wer will, darf machen. Und wer viel macht und Einsatz zeigt, der wird belohnt“, bringt Verkaufsleiter Mustafa Yakar Wellers Unternehmensphilosophie auf den Punkt. Ihm hat sie, genau wie manch anderem, zu einer steilen Karriere verholfen.

Dass man bei Weller wirklich Karriere machen kann, ist nämlich kein gefälliger

Fotos: Weller



Im vergangenen Jahr haben 222 Auszubildende in acht verschiedenen Ausbildungsberufen ihre Tätigkeit bei der WELLERGRUPPE aufgenommen.

Marketingslogan, sondern Realität. „Alle Mitarbeiter, die sich bei Weller entwickeln wollen, können sich entwickeln. Das weiß auch Werner Söcker, der vor 27 Jahren in der IT-Abteilung begann und inzwischen Teil der Geschäftsführung ist. „Die Idee von Weller, mich zum kaufmännischen Leiter zu machen, war schon mutig. Mich danach als Brand-Manager einzusetzen, war zweifelsohne noch mutiger“, witzelt Söcker.

Dabei sind die Entscheidungen Wellers in dieser Hinsicht nicht vom Mut getrieben, sondern folgen in der Regel einem klaren Plan. „Wenn wir Leute erkennen, die so ähnlich ticken wie wir, dann geben wir denen Chancen“, klärt Söcker auf. Viele ehemalige Azubis sind daher inzwischen als Salesmanager, Team- sowie Filialleiter tätig. „Dies ist ein Beweis dafür, dass Fleiß und Motivation bei uns vielfältige Karriereoptionen eröffnen“, erklärt der geschäftsführende Gesellschafter Burkhard Weller.

### Frühes Heranführen an den Macher-Modus

Dass man viele Freiheiten hat und sich ausprobieren darf, gefällt auch Leon Breckel. Der Auszubildende betreut gemeinsam mit Azime Eroglu den Social-Media-Account des B&K-Standorts in Osnabrück.

» Wer will, darf machen. Und wer viel macht und Einsatz zeigt, der wird belohnt. «

Mustafa Yakar, Verkaufsleiter  
B&K Osnabrück



Letztes Jahr ging es für besonders engagierte Auszubildende zur Kieler Woche.

brück. Gemeinsam arbeiten die beiden Auszubildenden daran, die Marke Weller insbesondere bei der jüngeren Zielgruppe bekannter zu machen.

Gar nicht so einfach, denn Sprüche aus der Marketingabteilung und durchorchestrierte Imagefilme ziehen bei der Generation Z schon lange nicht mehr. „Bei der kommt es in erster Linie darauf an, dass die kurzen Clips authentisch rüberkommen“, weiß Breckel. Seine Strategie: kein Marketing-Blabla und kein Manipulieren, sondern „einfach sagen, was aus dem Herzen kommt. Die Leute sollen einfach denken: ‚Cool wie die Leute da arbeiten, ich will bei denen auch was machen!‘“, bricht Breckel den Social-Media-Ansatz für seine Vorgängergenerationen herunter.

### Team-Events stärken den Zusammenhalt

Tingelt man dort durch die Gänge, merkt man, dass es viele tatsächlich „cool“ finden, dass ihr Arbeitgeber nicht nur monatlich aufs Konto überweist, sondern sich ehrlich um den Zusammenhalt im Betrieb kümmert. Gemeinsames Grillen, Paddle-Tennis nach Feierabend oder eine Runde Hallenfußball: langweilig wird es bei Weller nicht. „Es soll nicht einfach nur ein Job sein, sondern der Platz, an dem man sich wohlfühlt“, erklärt Söcker.

Den Gipfel des Teambuildings und Vergnügens bildet die Weller-Gala. Für die 45-Jahr-Feier wurde kurzerhand ein Club gemietet, damit die rund 2.200 Mitarbeiter gemeinsam feiern konnten. Ein weiteres Highlight war für die Auszubildenden ein Ausflug zur Kieler Woche.

### Segeln mit dem Chef

Knapp 80 Auszubildende aus den 33 Filialen, die sich durch besonderes Engagement hervorgetan hatten, durften bei Kapitän Burkhard Weller an Bord gehen. „Das Segeln ist für mich schon seit meinem sechsten Lebensjahr eine Leidenschaft. Es war der ideale Ausgleich zur Schule, weshalb ich diese Begeisterung auch auf unsere Mitarbeiter:innen übertragen wollte“, erklärt Weller. Also Leinen los. Die Auszubildenden lernten unter Anleitung ihres Kapitäns das Segeln – und bauten zwischen Wendemannövern und Segelhissen eine einzigartige



Juniorverkäufer Artur Schütz im Kundengespräch



Burkhard Weller lebt die Macher-Mentalität vor.

Bindung untereinander auf. Die Belegschaft wird aber längst nicht nur auf hoher See zu einer Einheit geschmiedet. Auch an Land setzt man sich einmal die Woche zusammen, um über das zu reden, was das tägliche Miteinander, den Workflow sowie den Umgang mit den Kunden besser macht. Umgekehrt gilt: Wer es besser macht, für den kann es im Weller-Kosmos schnell nach oben gehen. „Nachwuchsförderung ist Teil der Weller-DNA“, erklärt Brand-Manager Frank Perez. „Stellen wir fest, dass wir gerne mit einem Auszubildenden in die Zukunft gehen würden, dann kriegt er auch

eine Übernahmezusage von uns.“ Ein striktes Raster gebe es allerdings dafür nicht.

**„Da wird man ordentlich geschliffen“**

Ein Art Spezialausbildung stellt die Stelle der Assistenz der Geschäftsführung dar. Ein Jahr lang gibt es sehr intensive Einblicke in die Unternehmensführung. Seinen Assistenten nimmt Burkhard Weller zu Terminen mit, „zu denen man in dieser Position eigentlich nie mitkommen würde. Da wird man ordentlich geschliffen“, erklärt Perez. Nach diesem Jahr geht es dann in der Regel in eine der Filialen, um dort Verantwortung zu übernehmen.

Bei der Führungsebene versucht man sich an einem Generationenmodell. „Es wird angestrebt, dass die Positionen mit der nachfolgenden Generation besetzt

werden,“ so Perez. Entsprechend ist in jeder Sprosse der Karriereleiter ein Alters-Delta vorgesehen. Um die 30 geht es los, die Brand-Manager sind um die vierzig und die Geschäftsführer Mitte fünfzig.

Um an die Führungskräfte von morgen zu kommen, streckt die WELLERGRUPPE schon frühzeitig ihre Fühler aus. Eine Richtung, die sich in dieser Hinsicht bewährt hat, ist die Hochschule in Geislingen. Die automobilen Studiengänge haben sich in der Praxis als solides Fundament erwiesen, auf das so manche Karriere – auch in der WELLERGRUPPE – fußt. Intern gibt es für die Mitarbeiter zudem die Möglichkeit, auf ein breites Weiterbildungsprogramm, das weit über die Fortbildung der Hersteller hinausgeht, zurückgreifen zu können.

Noch bevor es zu den Fortbildungen kommt, muss man dafür sorgen, dass die Fachkräfte und Auszubildenden sich zunächst einmal bewerben. Hier hat man sich dafür entschieden, die Hürden des Bewerbungsverfahrens deutlich abzusenken und den Prozess selbst zu entschlacken.

**Jobanzeigen über Social Media**

Bei der Bewerbung via Social Media reichen fünf Angaben, um in den Prozess geschleust zu werden.

Früher habe man darunter gelitten, gar keinen Kontakt zu den potenziellen Bewerbern zu haben. Inzwischen bearbeite man „Unmengen an Leads“ in Form von Interessensbekundungen am Arbeitgeber. Klar ist aber auch: Nicht jede Stelle lässt sich auf diese Weise besetzen, „für Verkaufsleiter ist das keine Gangart“, erklärt Perez. ■

**» Nachwuchsförderung ist Teil der Weller-DNA. «**

Frank Perez,  
Brand Manager AUTOWELLER



Egzon Sadiku,  
Nadine Hunneck  
und Barzum  
Ottmann

Azime Eroglu  
und Leon Breckel  
drehen ein Video  
für den Social-  
Media-Account.



Fotos: Weller, Stefan Schmid / AUTOHAUS

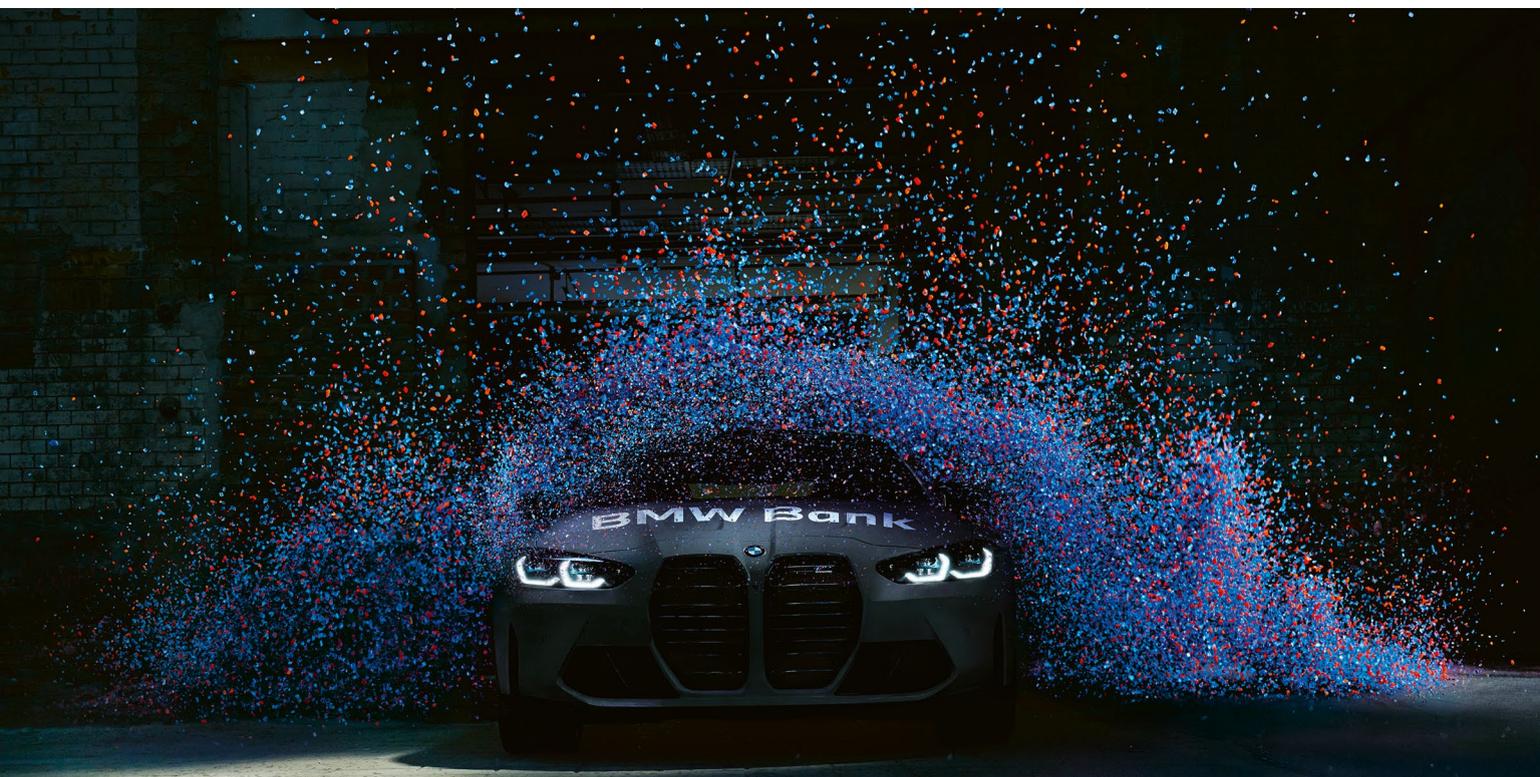
# TREFFEN SICH ZWEI TRADITIONSUNTERNEHMEN ...



**... entsteht ein Band aus Erfahrung, Vertrauen und Fortschritt.**

Als langjähriger Partner aus dem Zulassungsbereich gratulieren wir der *WellerGruppe* herzlich zum 45. Jubiläum und freuen uns auf viele weitere Jahre erfolgreicher Zusammenarbeit.

[zulassen.einfach.digital](http://zulassen.einfach.digital).



DIE BMW BANK GRATULIERT DER  
WELLERGRUPPE ZUM 45. JAHRESTAG.

**BMW Financial Services**

## WELLERCHANCE

# »Jugendliche nicht einfach abstempeln«

Weller gibt Bewerbern eine Chance, die ansonsten durchs Raster fallen würden. Am Ende profitieren beide Seiten davon.

von Stefan Schmid



Nicht nur in Bad Homburg ist man von **WELLERCHANCE** überzeugt.

**K**ein Abschluss, kaum Deutschkenntnisse: Kaum jemand würde so eine Person einstellen. In der Personalabteilung gehen bei einer solchen Vita die Alarmglocken an und auch Geschäftsführer Werner Söcker konstatiert: „In anderen Unternehmen hätte dieser Bewerber keine Chance.“ Zu groß die Gefahr, dass er keinen Anschluss findet, das Betriebsklima sich dadurch merklich abkühlt etc. pp. Gründe, sich gegen einen solchen Menschen zu entscheiden, gibt es genug. Nur allzu gern geht man daher den leichten Weg. Für die Bewerbung heißt dieser Weg: Ab in den Papierkorb. Rund 40 Auszubildende pro Jahr bekommen allerdings einen anderen Weg aufgezeigt. Die **WELLERGRUPPE** hat es sich zum Ziel gesetzt, genau diesen Jugendlichen eine andere Perspektive aufzuzeigen.

## Soziale Verantwortung

Im Projekt **WELLERCHANCE** versucht das Unternehmen benachteiligte Jugendliche aus ihrer Lethargie zu holen und für eine Ausbildung in einem der Weller-Autohäuser zu begeistern. Mit einer Ausbildung in der Tasche wird es für viele schließlich leichter. Ein erster Schritt Richtung selbstbestimmtes Leben sozusagen.

Bereits 2007 wurde das Projekt als Initiative ins Leben gerufen. Derzeit

**» In der **WELLERGRUPPE** bestimmen die Nachwuchskräfte die Zukunft. «**

Burkhard Weller, Geschäftsführender  
Gesellschafter **WELLERGRUPPE**

werden 44 Auszubildende im Rahmen des Projektes **WELLERCHANCE** gefördert. Ein besonderes Augenmerk wird im Rahmen der Ausbildung auf eine intensivere Betreuung gelegt, um schulische Defizite der Auszubildenden aufzufangen. Um den eigenen Ansprüchen gerecht zu werden, hat man eigens einen Sozialarbeiter angestellt. Die intensive Betreuung lohnt sich: Nur etwa jeder Achte bricht die Ausbildung ab.

„Wenn ein Unternehmen halbwegs funktioniert, hat es auch eine soziale Verantwortung“, stellt Burkhard Weller klar. Mit dem Projekt, erklärt der geschäftsführende Gesellschafter der **WELLERGRUPPE**, wolle man daher einen Beitrag leisten und Jugendlichen, die es schwer haben, „eine echte Chance zur Integration ins Berufsleben bieten“.

Wir können diese Jugendlichen nicht einfach abstempeln, auch diese Jugendlichen stellen unsere Zukunft dar. In der **WELLERGRUPPE** bestimmen die Nachwuchskräfte die Zukunft und den Erfolg des Unternehmens entscheidend mit.“

## Beide Seiten profitieren

Anfangs, gesteht Söcker, habe man natürlich lernen müssen. Mittlerweile hat man aber 60 Mitarbeiter, die das Programm absolviert und mit der Ausbildung in der Tasche die Arbeit im Betrieb aufgenommen haben. Wer erfolgreich am Chance-Programm teilgenommen hat, hat aber nicht nur sich selbst geholfen. Diese Mitarbeiter, weiß Söcker, seien besonders loyal und zeigten das auch im Arbeitsalltag. Fachkräftemangel adé.

Foto: Weller

# ZUSAMMEN

## SEITE AN SEITE PARTNERSCHAFTLICH



Sven Kalus | CEO  
ASC Automotive Solution Center AG  
Ein Unternehmen der Volaris Group

Ein herzliches **DANKESCHÖN** " " **an alle BETEILIGTEN** für das **GEMEINSAME ENGAGEMENT** " "



Werner Söcker | CEO  
WELLERGRUPPE  
AUTOWELLER | B&K

asc  **AUTOMOTIVE**  
at Volaris Group

#RoadToToyota

 @asc-ag  
 asc-ag.com

## Bieten Sie Ihren Kunden 360° Elektromobilität

[www.e-mobilio.de/autohandel](http://www.e-mobilio.de/autohandel)

**e-mobilio**  
enabling e-mobility



*Wir gratulieren  
**WELLER** zum  
45-jährigen Firmenjubiläum  
und danken für die  
erfolgreiche Partnerschaft.*



sammen mit seinen Kunden und Mitarbeitern sowie der Stiftung „Wald für Sachsen“ den Ausbau des SAXEWALDES. Dieser befindet sich entlang der BAB A9 und B87 in Markranstädt in Leipzig und hatte ursprünglich einen Bestand von etwa 45.000 Bäumen. Durch die zusätzliche Projektbepflanzung von über 17.500 Bäumen in über zwei Jahrzehnten umfasst das Gebiet inzwischen über 60.000 Bäume auf etwa 13,5 Hektar.

**Ehrenamt? Ehrensache!**

Mit der Initiative „Ehrenamt – Ehrensache“ unterstützt Weller auch Projekte der eigenen Mitarbeiter mit Zeit und auch Geld. So engagiert sich zum Beispiel ein Verkäufer privat für eine Förderschule mit Schwerpunkt Geistige Entwicklung oder ein Serviceleiter bei „Round Table“, einem Wohltätigkeitsverein. Für die Unterstützung ihrer Mitarbeiter und ihr soziales Engagement hat die WELLERGRUPPE den BMW Sustainability Award 2023 gewonnen. Jörg Hübener, Geschäftsführer und Verantwortlicher für Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung, sagt stolz: „Es freut uns besonders, dass wir nicht nur in unserem Kerngeschäft erfolgreich sind, sondern auch für Aktivitäten außerhalb davon ausgezeichnet werden.“

**WELLERHILFT**

# Soziales Engagement und Nachhaltigkeit

Die WELLERGRUPPE blickt neben 45 erfolgreichen Geschäftsjahren auch auf einen langen Zeitraum mit sozialem Engagement und Umweltschutz zurück.

von Christian Richter

**M**it den Projekten WELLERHILFT, WELLERCHANCE und SAXEWALD engagiert sich die Autogruppe sowohl für benachteiligte Kinder und Jugendliche als auch aktiv für den Umweltschutz. Und ein Ehrenamt ist bei Weller eine Ehrensache.

**Über 100.000 Euro für Kinder in Not**  
Mitte Mai übergab Burkhard Weller einen Jubiläums-Spendenscheck in Höhe von 101.841 Euro an die Vertreter der gemeinnützigen Osnabrücker Organisation „terre des hommes“.

Zum 45-jährigen Jubiläum der WELLERGRUPPE ging der traditionelle Spendenaufruf „Weller hilft Kindern!“ in eine neue Runde. Gespendet haben Hersteller, Händlerkollegen, langjährige Kunden und Partner. Die Spende wird für die weltweite Projektarbeit für Kinder in Krisengebieten eingesetzt und hilft Kindern in Ländern wie der Ukraine, Thailand, Myanmar, Sambia, Simbabwe, Jordanien und Kolumbien durch gesundheitliche und psychosoziale Be-

treuung, Bildung und wirtschaftliche Befähigung. „Wir bedanken uns bei allen, die unserem Spendenaufruf gefolgt sind und damit einen Teil zur Verbesserung der Lebensqualität der Kinder beitragen“, sagte Burkhard Weller.

**» Es freut uns besonders, dass wir nicht nur in unserem Kerngeschäft erfolgreich sind. «**

Jörg Hübener, Geschäftsführer

**SAXEWALD - Umweltschutz betrifft alle**

AUTOWELLER ist mit neun Standorten der größte Toyota-/Lexus-Händler Deutschlands. Mit dem Prius war und ist Toyota ein Vorreiter bei klimafreundlichen Antrieben. „Umweltschutz geht uns alle an“ – diesem Leitsatz folgt AUTOSAXE, der Leipziger Ableger von AUTOWELLER, seit 1997 und unterstützt zu-



AUTOSAXE unterstützt mit Kunden und Mitarbeitern den Ausbau des SAXEWALDES.

Fotos: Weller

# STARKER PARTNER.

Mit unseren innovativen und branchenunabhängigen Lösungen digitalisieren wir die Geschäftsprozesse unserer Kunden und machen sie für die Zukunft stark. Auch bei der **WELLERGRUPPE** haben wir mit Hilfe von d.velop documents bereits effiziente und papierlose Arbeitsabläufe gestaltet.



2B Consulting GmbH  
Sandhook 11  
48531 Nordhorn

## AUTOSAXE

# Mit dem Rückenwind der Begeisterung

Kurz nach der Wende startet Weller in Leipzig mit AUTOSAXE. Wie war das, im Osten einen Betrieb aufzubauen? Ein Interview mit Michael Franz, dem Mann der ersten Stunde.

von Ralph M. Meunzel und Andrea Haunschild

Zwei Jahre nach dem Mauerfall expandiert Weller in den Osten und startet in Leipzig AUTOSAXE mit einer Interimslösung. 1993 wird der Neubau an der Merseburger Straße fertiggestellt und Weller nimmt dort die Geschäftstätigkeit auf. Wie war der Aufbruch in den Osten Deutschlands, was waren die Herausforderungen und prägende Erlebnisse? Ein Gespräch über damals und heute mit dem Filialleiter von AUTOSAXE Michael Franz.

**AH:** Herr Franz, Sie haben den Einstieg von Weller in Leipzig begleitet. Wie war das damals?

**M. Franz:** Am besten lässt sich der Weller-Start in Leipzig mit „neu, modern, respektvoll, menschen- und zukunfts-zugewandt“ beschreiben. Wir hatten das, wovon viele Menschen drei Jahrzehnte geträumt hatten – moderne, zuverlässige und leistungsstarke Autos. Und wir hatten sehr schnell (Eröffnung am 19.12.1993) das größte und modernste Toyota-Haus in Europa: 30.000 qm, überdachte Durchfahrtsstraße, begehbare Besuchergalerie – Eigenschaften, die bei einer Eröffnung auch in der aktuellen Zeit zu Euphorie und Begeisterung führen würden. Damals kamen Hersteller- und Händler-Hundertschaften aus ganz Europa und Japan zu uns nach Leipzig, um dieses Haus zu erleben. Showbühne war täglich angesagt. Und wir waren stolz und haben vom ersten Tag das Wichtigste gelebt: Customer First.

**AH:** Die Infrastruktur war noch nicht so ent-

wickelt, wie konnte man die Kunden ansprechen?

**M. Franz:** Wir sind in die Tageszeitung gegangen und haben mit verfügbaren Autos und Marketing für Aufmerksamkeit gesorgt. Die Post beförderte unsere Angebote und von Tag zu Tag funktionierten die Festnetzverbindungen stabiler. Damals hatten wir vier Häuser, und Burkhard Weller war zwei bis drei Tage in der Woche vor Ort, unser Coach, Mentor und Vorbild. Wir starteten im neuen Haus mit 47 Kolleginnen und Kollegen – dabei waren damals auch schon 14 Auszubildende. Mit dem Rückenwind unserer dynamischen Energie und Überzeugung waren wir täglich von morgens bis abends aktiv und haben es bei allen Möglichkeiten selbst nach außen getragen.

**AH:** Toyota war in den neuen Ländern noch eine unbekannt Marke, wie konnte man die Käufer überzeugen?

**M. Franz:** Leipzig hatte zu allen Zeiten Kontakt und Zugang zum Westen. Zweimal im Jahr kam die internationale Wirtschaft aus aller Welt zur Leipziger Messe. West-TV war vollumfänglich verfügbar und die Historie als Welthan-

» Wir hatten das, wovon viele Menschen drei Jahrzehnte lang geträumt hatten: moderne, zuverlässige und leistungsstarke Autos. «

Michael Franz,  
Filialleiter AUTOSAXE, Leipzig



1993 startet AUTOSAXE im Neubau in der Merseburger Straße in Leipzig.

delsplatz und Kreuzungspunkt der beiden großen Welthandelsstraßen Via Regia und Via Imperii führte immer zu Weltoffenheit und Interesse der Menschen an Neuem. So waren auch die westdeutschen Automarken und internationale Marken wie Toyota bekannt und geschätzt. Dazu kam, dass ein silber-metallic-farbener Toyota Corolla Liftback Baujahr 1991 mit 75 PS bei 1.3 Liter Hubraum gegenüber 26 PS aus dem Trabant eine Rakete war. Und genau da liegt der Grundstein unseres Leipziger Geschäftsmodells. Wir haben die Inzahlungnahmen Trabant, Wartburg, Lada usw. gewertschätzt, denn diese waren viele Jahre gepflegter und geliebter Transporteur zur Arbeit und in den Urlaub.



**Großer Andrang bei Events von AUTOSAXE – das senkt die Hemmschwelle für Kunden.**

**AH:** *Wie kam AUTOSAXE bei den Sachsen an? Weller stammt ja aus Niedersachsen.*

**M. Franz:** Was konnte es Besseres geben, als dieses Haus in Anlehnung an Sachsen AUTOSAXE zu nennen: ein Stück Heimat, Vertrauen und Zukunft. So senkte sich schnell die Hemmschwelle in der Wahrnehmung der Gäste, die das hypermoderne Gebäude zuerst ausstrahlte. Alle Stellenanzeigen waren in der Region Leipzig ausgeschrieben und wurden regional besetzt. Die anfänglichen Osnabrücker Mentoren holte Burkhard Weller in der Folge schnell nach Hause. Bei Events, die vom ersten Tag zum Geschäft gehören, gab es stets Musik, Bier und Hüpfburg aus Leipzig. Legendär bis zum

heutigen Tag ist der AUTOSAXE-Wandertag, der jährlich gemeinsam mit unseren Kunden für lokale Aufforstung in lärm- und staubbelasteten Gebieten um unser Autohaus herum sorgt.

**AH:** *Wurden Ihnen die Autos direkt vom Transporter quasi aus der Hand gerissen?*

**M. Franz:** Wir haben zu allen Zeiten viel Wert auf Kundenverständnis und Kundenzufriedenheit gelegt. Burkhard Weller damals: „Wir sind nach Leipzig gekommen, um ab sofort den Mobilitätsbedarf für alle Zeiten in und um Leipzig professionell zu bedienen.“ Der Bedarf/Nachholbedarf an modernen Autos war enorm. Bei den Neuwagen hatten sich die Hersteller schnell eingestellt und rund um die Uhr produziert. Eine Wartezeit gab es, allerdings gehörten ehemalige Zeiten ab zehn Jahre aufwärts der Vergangenheit an. Bei den Gebrauchtwagen nutzen wir den Bestand der anderen Weller-Betriebe. Was wir nicht gemacht haben, ist „überlackierten Westschrott für überteuertes Geld vom Hänger unter die Leute zu bringen“, so ein Zitat von Burkhard Weller. Gab es Reklamationen, und waren es nicht Kulanz- bzw. Garantieteile, wie ein abgerosteter Endschalldämpfer, haben wir uns mehrfach entschuldigt, einen kostenfreien Ersatzwagen bereitgestellt, das

Fahrzeug repariert und bei der Rückgabe noch einen Gutschein übergeben.

**AH:** *Wie verlief die Kommunikation mit dem Headquarter in Osnabrück?*

**M. Franz:** Wenn Burkhard Weller im Haus war, lief das ganz easy und die Erreichung der monatlichen Sollzahl am 20. des Monats wurde mit „dann machen Sie mal noch zehn“ kommentiert. War der Chef nicht in Leipzig, klingelte mein Telefon und er sagte: „Herr Franz, gehen Sie mal zum Fax.“ Dann erhielten wir einen Gruß mit der Nachricht „MEHR VERKAUFEN“ und die Anleitung dazu. Geprägt war diese Zeit natürlich von Goldgräberstimmung, viel Arbeit und viel Weller-likem Feiern. Ein kleiner Exkurs in das Jahr 1994: Spontan lädt der Chef am Abend alle Verkäufer ein. Platz nehmen auf der Ladefläche auf dem Toyota Hilux und Dyna ist angesagt. Zwei Verkäufer immer zusammen mit einer Handschelle (Plastik) vereint. Nach zehn Minuten Fahrt in der Dunkelheit werden die Paare einzeln im Wald abgesetzt und das Ziel ist ein Paarmarsch durchs Unterholz zum

#### GELEBTE KUNDENBINDUNG

Wir fragen uns jeden Tag, wie wichtig ist es den Menschen gerade jetzt ...

- dass der Kaffee bei uns immer einen Keks dabei hat
- auf den Toiletten frische Blumen stehen und eine Säuberung mehrmals täglich stattfindet
- der Ansprechpartner sich an den kranken Hund beim letzten Kontakt erinnert und danach fragt
- dass wir mit dem Schirm zum Parkplatz begleiten
- dass wir mit jedem Kunden jährlich zwei Vertriebskontakte haben
- dass wir jede Servicerechnung verständlich erläutern und die tatsächlichen Kosten nicht die Kostenvoranschläge überschreiten
- dass wir spätestens nach dem zweiten Klingeln ans Telefon gehen und auf Mailanfragen innerhalb von 30 Minuten reagieren
- dass wir unseren Kunden bei jedem Kontakt ein inspirierendes Erlebnis schaffen



Der legendäre „AUTOSAXE-Wandertag“: Aufforstung in lärm- und staubbelasteten Gebieten rund um das Autohaus



Die Filiale in Leipzig West ist seit 33 Jahren stabil auf gutem wirtschaftlichen Niveau unterwegs.

„Gipfel“ einer Erhebung im Wald. Dort lodert das Feuer, es gibt Bratwurst und kühles Bier und lockere Gespräche zum Geschäft und dem Leben.

**AH:** *Wie schlägt sich die Filiale in Leipzig West, die ja immer noch AUTOSAXE heißt?*

**M. Franz:** Schauen wir in die Zahlen, ist unser Betrieb seit 33 Jahren (exakt am 01.07.2024) stabil auf gutem wirtschaftlichen Niveau am Start. Die Rendite pendelt jährlich um drei Prozent, der Toyota-Marktanteil bei dem Doppelten der Bundesrepublik, 14.000 Bestandskunden sind eine Bank. In der Folge „fallen“ immer mal wieder Preise ins Haus: viermal Ichiban; 2015 Gewinn des

Vertriebs-Awards; zweimal Weller-Treppe etc. All das ist nur möglich, wenn das Team täglich zusammen mit Freude und klarem Blick in eine Richtung läuft. Ca. 13 Jahre durchschnittliche Betriebszugehörigkeit bei den Festangestellten, respektvoller Umgang, gegenseitige Unterstützung, Herzblut und Engagement ALLER sind die Basis dafür. Ich bin stolz und dankbar, mit diesem Team arbeiten zu dürfen.

**AH:** *Wie lauten Ihre persönlichen Erfahrungen im Autohandel als Teil vom Weller Urgestein?*

**M. Franz:** Mit dem Einstellungsgespräch, welches Burkard Weller mit mir

führte, änderte sich mein Leben. Es startete eine Reise, die ich täglich genießen kann und die mir viel Kongruenz meines Wesens im Job und privat bietet. Zu keinem Zeitpunkt und in keiner Phase habe ich mich anders gegeben, als ich bin. Dafür bin ich sehr dankbar, und ich bin vital, neugierig und offen für Neues geblieben. Mein Herz geht auf, wenn ich immer wieder erleben darf, dass sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei AUTOSAXE wohl fühlen und eine erfolgreiche Entwicklung nehmen.

**AH:** *Herr Franz, herzlichen Dank für dieses offene, persönliche Gespräch.*

## HERR FRANZ, ERZÄHLEN SIE UNS DOCH ZWEI ANEKDOTEN!

### 1 Menschen nicht nach dem Äußeren beurteilen und sie nehmen, wie sie sind

Im August 1994 durfte ich meinen ersten Lexus LS 400 verkaufen. Ein Bauunternehmer aus dem Burgenlandkreis kam nach seinem Job in staubiger Baulatzhose in unser Haus. Ich ging auf ihn zu und startete die Bedarfsanalyse. Schnell erfuhr ich, dass er schon bei BMW und Mercedes gewesen war, um sich zu einem 7-er und einer S-Klasse schlau zu machen. Dort jedoch hatte man von ihm keine Notiz genommen.

Kurzum, er kaufte sofort den LS aus der Ausstellung, unter der Bedingung, dass er das Fahrzeug sofort mitnehmen könne und wir sein Telefon umbauten, denn er gab uns seinen 730-er in Zahlung. Auf meine Frage, wie er die Differenz begleichen wolle, griff er in die Brusttasche seiner Latzhose und übergab mir ein dickes Bündel D-Mark-Scheine. Nach Umbau und Abwicklung übergaben wir am selben Tag gegen 21.30 Uhr den neuen Lexus.

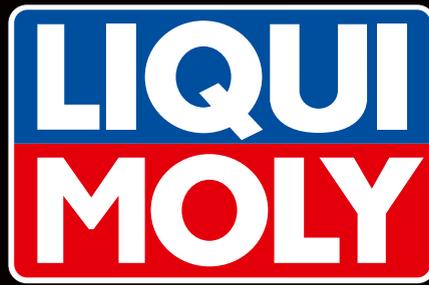
Lange Jahre war er Kunde unseres Hauses und sorgte für viele Empfehlungen.

### 2 Kreative Lösungen in schwierigen Zeiten

Im Januar 2021 startete der zweite Corona-Lockdown, der das gesellschaftliche Leben komplett erfasste, so dass wir nur noch systemrelevant in der Werkstatt aktiv sein konnten. Die Kunden-Kontaktarbeit im Sales setzten wir fort und erkannten, dass es einen Bedarf gab, Fahrzeuge zu erwerben. Einerseits Ersatzbeschaffung für auslaufende Verträge, Unfallersatz usw. Zusätzlich hörten wir, dass unsere Kunden in Kurzarbeit Zeit hatten, sich mit dem Kauf von Autos zu beschäftigen. Doch da gab es ja die Ausgangssperre. Da kam uns die Idee, die Systemrelevanz der Werkstatt für den Kaufbedarf unserer Kunden einzusetzen.

Alle Sales-Interessenten erhielten von uns eine SMS, zusammen mit einem Termin: „Für Ihr Fahrzeug mit der FIN X und dem amtlichen Kennzeichen Y liegt eine Qualitätssicherungsmaßnahme des Herstellers Toyota vor, die einen unmittelbaren Werkstattaufenthalt bedingt.“

Schnell waren die Verkäuferschreibtische zwischen den Hebebühnen platziert, Kaffee stand bereit, und auch in dieser Zeit durften wir „das Haus der guten Gefühle“ sein.



# Eine starke Partnerschaft für höchste Kundenzufriedenheit

LIQUI MOLY gratuliert zu 45 Jahren **WELLERGRUPPE**.  
Wir sind stolz, ein Teil dieser Erfolgsgeschichte zu sein!

Profitieren auch Sie von ausgezeichnetem Service  
und den besten Produkten!



## AUSZEICHNUNGEN

# Leistung zahlt sich aus

Burkhard Weller ist mit seinem Unternehmen auf Erfolgskurs. Dies spiegelt sich auch in vielen Awards, die sein Unternehmen über die Jahre verliehen bekommt.

von Andrea Haunschild

**B**urkhard Weller ist erfolgreich. Er ist charismatisch. Und tatkräftig. Der Erfolg seines Unternehmens drückt sich nicht nur in Übernahmen und Verkaufszahlen aus, sondern auch in vielfältigen Auszeichnungen, vor allem auch für den Einsatz seiner Mitarbeiter.

2015 wird der Macher Burkhard Weller mit dem „Executive Circle Award“ für sein Lebenswerk ausgezeichnet. Den erstmals vergebenen Preis nimmt der geschäftsführende Gesellschafter der **WELLERGRUPPE** im Rahmen des Executive Circle, einem Forum für die großen Autohändler Deutschlands entgegen. „Es macht mich sehr stolz, dass mit diesem Preis meine komplette Arbeit gewürdigt wird“, so der Unternehmer.

## Vertriebs-Award für AUTOSAXE

Ebenfalls 2015 gewinnt **AUTOSAXE** den Vertriebs-Award. Vergeben wird diese Auszeichnung für eine exzellente Orga-

nisation des Pkw-Handels. Zu den Bewertungskriterien zählen unter anderem die Fahrzeugpräsentation, der Einsatz des Verkaufspersonals, das Marketing für Neu- und Gebrauchtwagen sowie die Schnittstellen zum Service. „Diese tolle Auszeichnung bestätigt unseren täglichen Einsatz und motiviert uns zugleich, unser tägliches Geschäft weiter zu perfektionieren“, so Michael Franz, Filialleiter des Leipziger Toyota- und Lexus-Autohauses **AUTOSAXE**.

## Bester Unternehmer

Im Rahmen der BMW Awards im April 2018 gewinnt B&K die bedeutendste Auszeichnung des Abends „Bester Unternehmer 2017“. Die Geschäftsführer der **WELLERGRUPPE** Burkhard Weller, Jörg Hübener und Werner Söcker nehmen den Preis stellvertretend für das gesamte B&K Team entgegen. Burkhard Weller übergibt den Preis später an den Brand-

manager der Hamburger B&K Unternehmenszentrale.

## Zweifacher Mini-Award

Doppelte Freude bei der Verleihung der Mini-Awards im April 2019. Neben dem Gewinn in der Kategorie „Marketing“ belegt die B&K-Gruppe auch in der bedeutendsten Kategorie „Bester Mini-Unternehmer 2018“ den ersten Platz.



Bester Unternehmer 2017 im Rahmen des BMW Awards



Auszeichnung für sein Lebenswerk: Burkhard Weller 2015 mit dem Executive Circle Award

Fotos: Weller



2023 erreicht die Sparte BMW und Mini beim Proactive Care Award der BMW AG in gleich zwei Kategorien Spitzenpositionen.



## 45 Jahre WELLERGRUPPE

Wir gratulieren der **WELLERGRUPPE** zum 45-jährigen Bestehen! Ihr Einsatz für Qualität und Kundenzufriedenheit hat Sie zu einem Vorbild in der Automobilbranche gemacht. Dieses Jubiläum markiert einen Meilenstein und einen Ansporn für die Zukunft. Als Ihr Partner für IT-Security und Cloudtransformation freuen wir uns auf die Fortsetzung unserer Zusammenarbeit und wünsche Ihnen weiterhin viel Erfolg.



*Sebastian Eich*

**hanseConcept** ist Ihr Experte für Cloudtransformation, spezialisiert auf Microsoft Azure Infrastruktur und Microsoft 365, um Ihre IT-Umgebung sicher und effizient zu gestalten. Mit unserem Fokus auf Sicherheit im IT-Betrieb erstellen und betreiben wir die IT-Plattform für unsere Kunden und gewährleisten den Schutz von Daten und Anwendungen.

Zum Jubiläum der **WELLERGRUPPE** halten wir ein besonderes Spezialangebot für Sie parat. Unseren Security Quickcheck erhalten Sie als Sonderangebot mit dem Code **#WELLER45**





Vertriebs-Award 2015 für AUTOSAXE. Die Truppe um Michael Franz wird für eine exzellente Organisation des Pkw-Handels ausgezeichnet. Zu den Bewertungskriterien zählen unter anderem die Fahrzeugpräsentation, der Einsatz des Verkaufspersonals, das Marketing für Neu- und Gebrauchtwagen sowie die Schnittstellen zum Service.



Lexus Forum Osnabrück ist Preisträger des Kiwami Awards für hohe Standards in Service und Verkauf sowie bei Kundenzufriedenheit.



Doppelte Freude bei der Verleihung der Mini-Awards im April 2019. Neben dem Gewinn in der Kategorie „Marketing“ belegt die B&K-Gruppe auch in der bedeutendsten Kategorie „Bester Mini-Unternehmer 2018“ den ersten Platz.



AUTOSAXE freut sich über den Vertriebs-Award 2015: „Diese tolle Auszeichnung bestätigt unseren täglichen Einsatz und motiviert uns zugleich, unser tägliches Geschäft weiter zu perfektionieren“, so Michael Franz, Filialleiter des Leipziger Toyota- und Lexus-Autohauses.

### Triple für AUTOWELLER

2022 gewinnt AUTOWELLER den Automotive Business Award in den Kategorien „Digitalisierung“, „Vertrieb“ und „Service“.

### Proactive Care Award

2023 erreicht die Sparte BMW und Mini beim Proactive Care Award der BMW AG in gleich zwei Kategorien Spitzenpositionen. Insgesamt waren vier Kategorien in diesem Wettbewerb vertreten, bei dem alle BMW- und Mini-Händler sowie Niederlassungen teilgenommen haben.

Im Bereich Digitalisierung sicherte sich B&K den 3. Platz. Die Innovationskraft des Unternehmens in diesem Bereich wurde besonders gewürdigt, da die Automobilbranche, gerade im Rahmen der Transformation, immer mehr von digitalen Technologien geprägt wird.

„Digitalisierung ist ein Wettlauf. Der Start ist geschafft, aber das Ziel ist noch fern“, so Thorsten Reher, Aftersales Manager bei B&K.

### Attraktives Arbeiten im Autohaus

Die herausragende Leistung von B&K spiegelt sich jedoch vor allem in der Kategorie „Attraktives Arbeiten im Autohaus“ wider, in der das Unternehmen den ersten Platz belegt. „Der Dank gilt vor allem unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, welche hiermit ihr Vertrauen und Wohlgefallen nochmals zum Ausdruck gebracht haben. Wir sind sehr stolz, gerade in diesen Schlüsselbereichen an vorderster Front zu stehen, und wir werden uns weiterhin dafür einsetzen, die Erwartungen unserer Mitarbeiter- und Kundschaft zu übertreffen“,

betont Burkhard Weller. Mit dieser Auszeichnung positioniert sich B&K als der für Arbeitnehmer attraktivste BMW und Mini-Händler Deutschlands. „Die Anerkennung in der Kategorie ‚Attraktives Arbeiten im Autohaus‘ hebt nicht nur die betriebliche Exzellenz hervor, sondern setzt auch einen bedeutenden Maßstab in der Branche“, so Weller.

„Mit dieser Auszeichnung werden unsere Bestrebungen, nicht nur hochwertige Fahrzeuge und Dienstleistungen anzubieten, sondern auch ein herausragendes Arbeitsumfeld für unsere Mitarbeiter zu schaffen, nochmals verdeutlicht. Zudem ist es ein wichtiges Stilmittel für unsere Arbeitgebermarke und Personalsuche“, ergänzt Werner Söcker, Geschäftsführer der WELLER-GRUPPE. ■



# 45 JAHRE EIN TEAM

Wir von Toyota Deutschland, der Toyota Kreditbank und KINTO gratulieren der **WELLERGRUPPE** zum 45-jährigen Jubiläum. Wir bedanken uns für die langjährige und erfolgreiche Partnerschaft und freuen uns auf viele weitere Jahre erfolgreicher Zusammenarbeit!

## DIGITALISIERUNG

## »Das können wir doch selber«



Matthias Schwartz und sein Team treiben die Digitalisierung nach vorn.

Basis gelegt. Davor, erklärt er, lag der Fokus nicht so sehr auf dem großen Ganzen. Entsprechend schwer sei es anfangs gewesen, den Mitarbeitern zu erklären, warum Daten nun in dieser neuen Kleinteiligkeit abgelegt und gespeichert werden müssen. Sieht man Schwartz aber zu, wie er mit schlafwandlerischer Sicherheit die Nadel im Daten-Heuhaufen findet, wird klar: Datenpflege lohnt sich.

### Macher-Mentalität

Nichts, was Schwartz nicht schon wusste. Seit zehn Jahren ist er im Unternehmen, in dem die IT anfangs etwas stiefmütterlich behandelt wurde. Beim Coden war man auf externe Hilfe angewiesen und eine effiziente Schnittstelle zur Datenerhebung suchte man vergebens – bis er sich schließlich dachte: „Das können wir doch selber.“ Gemeinsam mit einem Team aus drei Informatikern fing er in bester Weller-Manier an zu machen. Das Ziel: Eine Anwendung, in welcher der Großteil der eigenen Geschäftsfelder abgebildet wird, sowohl die operativen als auch die administrativen.

### Learning by doing

Am Anfang hat man viel ausprobiert. Schnittstellen mussten geschaffen und ein Workflow erarbeitet werden, der dafür sorgt, dass die relevanten ins System gespült werden. Dabei „zapfte“ man die unterschiedlichen Systeme eines Autohauses an: Vom DMS über die Finanzbuchhaltung bis hin zu den Systemen der Hersteller und Banken: Überall galt es, Daten einzusammeln und für die eigenen Zwecke nutzbar zu machen.

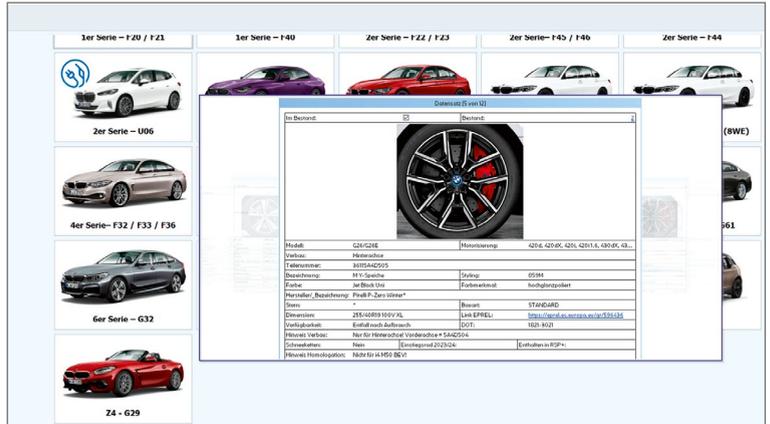
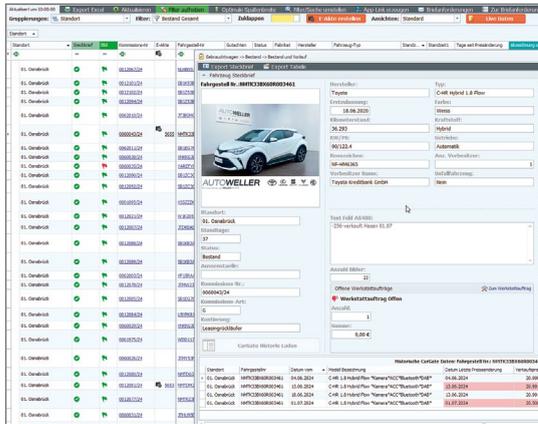
Was in der Vergangenheit mitunter aufwändig telefonisch und manuell erhoben oder händisch kopiert wurde, ist nun Teil des Workflows und läuft völlig automatisch ab. „Bis auf den Beleg herunter“ könne man das inzwischen, erklärt Schwartz. Um das zu ermöglichen, bedarf es auf der anderen Seite auch der Mitarbeiter, die nun deutlich mehr Informationen als in der Vergangenheit

Gemeinsam mit seinem IT-Team kanalisiert Matthias Schwartz die Datensammlung des Unternehmens. Das schafft nicht nur Überblick, sondern optimiert interne Prozesse.

von Stefan Schmid

**A**lle Informationen zum Fahrzeug, Fahrzeuggeschäft sowie der Werkstattsteuerung sind darin dokumentiert: Gemeinsam mit seinem Team hat Matthias Schwartz (Kaufmännischer Leiter) ein IT-System aus dem Boden gestampft, mit dem sich das Zah-

lenwerk der **WELLERGRUPPE**, ebenso wie die Prozesse, bis ins kleinste Detail nachvollziehen lassen. Die Initialzündung lieferte, wie so oft in der Welt der Bits und Bytes, die Corona-Pandemie. Mit der nötigen Ruhe ausgestattet, hatte man dann auch in Windeseile die nötige



Es gibt kaum etwas, das sich nicht mithilfe des Tools finden lässt.

erheben. Ständig wird das Programm erweitert und neue Ideen, auch der Mitarbeiter, mit aufgenommen. Genutzt wird das System nicht nur zur Dokumentation. „Wir können damit schon heute sagen, was wir in den folgenden Monaten für Fahrzeuge ausliefern werden und wie lange die Werkstätten ausgelastet sein werden“, erklärt Schwartz.

### Anfangs verhaltener Applaus

Unter den Mitarbeitern löste das Tool anfangs keine Begeisterungstürme aus. Zu groß war die Angst, zum „gläsernen Mitarbeiter“ zu mutieren, dessen ganzer Arbeitstag minutiös protokolliert und jede noch so kleine Schwäche offen zur Schau gestellt wird. Mittlerweile sieht das in der Belegschaft kaum jemand noch so. Denn

die Befürchtungen haben sich nicht bewahrheitet.

Inzwischen sind die Wogen geglättet und der „Mehrwert mittlerweile erkannt“, so Schwartz. Man freut sich darüber, dass der ein oder andere Arbeitsschritt mittlerweile deutlich schneller von der Hand geht – oder gleich gar nicht mehr nötig ist. ■



Werden Sie  
Partner:  
[www.mgmotor.de/  
partner](http://www.mgmotor.de/partner)

# Weller Gruppe

„Herzlichen Glückwunsch zu 45 Jahren Weller Gruppe!

Wir schätzen starke, engagierte Partner, die sich durch Engagement, Leidenschaft und Professionalität auszeichnen. Gemeinsam legen wir ein solides Fundament für eine erfolgreiche und langfristige Zusammenarbeit.“

## WELLERGRUPPE

# Strategische Säulen

Um sich nicht im täglichen Kleinklein zu verlieren, hat man sich bei Weller vor Jahren dazu entschieden, sich auf sechs Themenfelder zu konzentrieren.

von Stefan Schmid



Der Aftersales stellt eine der sechs strategischen Säulen dar.

Die Gefahr, sich im täglichen Kleinklein zu verzetteln, nimmt mit einer guten Strategie im Gepäck deutlich ab. Sie gleicht einem Kompass, der bei der Navigation durch die Unwägbarkeiten des Marktes hilft. Von denen gab es mit der Elektromobilität, dem Agenturmodell sowie einer Absatzdelle zuletzt mehr als genug.

Vor vier Jahren steckte die Weller-Führungsriege daher die Köpfe zusammen. Ein Kompass musste her, der das Unternehmen auf Kurs hält. „Die Gefahr war groß, das Wesentliche aus den Augen zu verlieren und sich an Themen festzubeißen, die uns nicht weiterbringen“, geht Werner Söcker auf die Beweggründe ein. Am Ende habe man sich für sechs strategische Säulen entschieden, die das Unternehmen auf Kurs halten sollen.

## Nachhaltigkeit und Verantwortung

Nachbessern wollte man unter anderem beim Image des Autohandels. Lange vor ESG hat man sich daher die Themen Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung auf die Fahne geschrieben. Weg vom schmutzigen Image der Autobranche, hin

zur gelebten Verantwortung im Arbeitsalltag. „Wir wollen dagegensteuern und zeigen, dass wir nicht wilde Sau spielen, sondern sehr wohl umweltbewusst mit unseren Ressourcen umgehen“, erklärt Söcker.

„Das wirkt nach innen und außen.“ Dem Achtzylinder wurden daher Solarflächen und Ökostrom zur Seite gestellt. Derzeit ist man außerdem dabei, einen Großteil der Filialen mit Batteriespeichern auszurüsten. Von utopischen Greenwashing-Fantasien ist man indes weit entfernt. „Wir sagen nicht, dass wir grüne Engel sind und die Welt retten. Aber dieses komplett schwarze Image wollten wir nicht haben“, so Söcker weiter.



Geschäftsführer Werner Söcker: „Wir haben uns für sechs strategische Säulen entschieden, die das Unternehmen auf Kurs halten sollen.“

## Ein gutes Miteinander

Auch das tägliche Miteinander ist eine der Säulen, auf denen die Weller-Strategie fußt. Gemeinsam mit den Führungskräften hat man ein Konzept entwickelt, wie diese sich gegenüber ihren Mitarbeitern verhalten sollten. Ebenso gibt es Feedback- und Mitarbeitergespräche im jährlichen Turnus sowie die Möglichkeit, die eigene Leistung und die damit verbundenen Stärken und Schwächen im Jahresturnus auf den Prüfstand zu stellen.

## Starke Arbeitgebermarke

„Das sind Sachen, die natürlich auch auf die Arbeitgebermarke einzahlen“, betont Werner Söcker. Genau diese Arbeitgebermarke hat man als dritte strategische Säule ausgemacht. Eine starke Arbeitgebermarke, so das Kalkül, sorgt auch für mehr Bewerbungen. Auch das geplante Rebranding trägt seinen Teil zur Markenbildung bei.

## Kunden im Zentrum und Digitales Autohaus

Damit eng zusammen hängt die Kundenzufriedenheit, die eine weitere strategische Säule darstellt. Zufriedene Kunden vertrauen einer Marke.

Um der nach wie vor weiter um sich greifenden Digitalisierung gerecht zu werden, hat man zudem mit Hochdruck damit begonnen, als fünfte Säule am Aufbau eines digitalen Autohauses zu arbeiten. Inzwischen liegt man mit der Aufgabe, das komplette Autohaus digital abzubilden, in den letzten Zügen. „Das ist nicht nur eine Website, die gut ist. Der Kunde soll alles, was er mit uns offline machen kann, auch online machen“, sagt Söcker.

## Aftersales schafft Kontakte

Die sechste und letzte Säule gehört dem Aftersales. „Dort finden Kontakte statt und dort wird auch die Kundenzufriedenheit geschaffen, um eventuell das nächste Auto auch wieder bei uns zu kaufen.“ Trotz seiner eminenten Wichtigkeit werde der Aftersales-Bereich oftmals nur stiefmütterlich behandelt. Diesem Umstand hat man Rechnung getragen und den Aftersales-Bereich zu einer der sechs strategischen Säulen des Unternehmens gemacht. Das erklärte Ziel: „Exzellent sein und den Kunden überraschen.“

LIEBER HERR WELLER  
LIEBES TEAM B&K/AUTOWELLER  
HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH ZUM 45-JÄHRIGEN JUBILÄUM!

Wir bedanken uns für das langjährige, vertrauensvolle „Machen“  
als Ihre Architekten für Ihre Unternehmen und Standorte in Deutschland.



BEICHLER | ROHR  
DIE AUTOHAUS-SPEZIALISTEN

30 Jahre Erfahrung in der Planung und Realisierung  
von Autohäusern, Niederlassungen und Werkstätten



Von der Machbarkeitsstudie über alle Leistungsphasen bis zur Fertigstellung sind wir Ihre  
Architekten/Generalplaner und begleiten Sie und unsere Bauherren mit vollem Engagement !

UNSERE LEISTUNGEN:

**Machbarkeitsstudien**

Mit einer Analyse des Grundstückes, einem Konzept des Gebäudes und einer Budgetierung schaffen wir die Grundlage für die weiteren Entscheidungs- und Investitionsprozesse.

**Bauberatung**

Wir begleiten Sie bei Neu- und Umbaukonzepten, Einrichtungsplanungen, Beleuchtungskonzepten, CI-Umsetzungen, Retail im Sales und After-Sales.

Zusammen mit Ihnen entwickeln wir Ihr Projekt und stehen Ihnen mit unserer langjährigen Kompetenz und Erfahrung beratend zur Seite.

**Ganzheitliches Konzept/Planung**

Bei der Planung wird von uns ein ganzheitliches Konzept für jedes Projekt entwickelt, bei dem neben einer außergewöhnlichen Autohausarchitektur auf Grundlage von perfekten Funktionsabläufen, auch die Werkstatt- und Gebäudetechnik, die Außenraumgestaltung, das Beleuchtungskonzept und die Einrichtung ein Gesamtkonzept bilden.

Abgestimmt auf die entsprechende Marken-Cl werden Um- und Neubauten geplant.

Niedrigenergiekonzepte und Nachhaltigkeitsthemen werden von uns zusammen mit Fachplanern, auch als Generalplaner, entwickelt. DGNB zertifizierte Bauvorhaben und bilanzielle Nullenergie-Gebäude werden durch uns ebenso umgesetzt wie die weiteren zukunftsorientierten Themen E-Mobilität und Wasserstoff.

**Ausschreibung, Vergabe, Bauleitung**

Wir schreiben Ihr Projekt je nach Bedarf als funktionale Generalunternehmer-Ausschreibung oder in Einzelvergaben aus, organisieren die Vergaben und übernehmen die Bauleitung.

**Projektsteuerung/Qualitätssicherung**

Die Steuerung und Qualitätssicherung sämtlicher Projektbeteiligten übernehmen wir für Sie. Als erfahrene und Autohaus-affine Generalisten schaffen wir für Sie jederzeit eine Planungs- und Kostentransparenz, von dem ersten Gedanken bis zur Fertigstellung.

**Spezialisten** für Neu-/Umbauten von Gebäuden im automotiven Bereich.

**30 Jahre Erfahrung** in der Planung und Ausführung von Bauvorhaben im Automobilssektor.

**195 Bauvorhaben** individuell geplant und realisiert.

**Kosten- und energieoptimierte Planung** mit Einzel- oder Generalunternehmer-Vergabe.

Besuchen Sie unsere Internetseite:

[www.beichler-rohr.de](http://www.beichler-rohr.de)

beichler + rohr GmbH & Co. KG

Bischoffstraße 8 • 28203 Bremen

Tel 0421 791796 • office@beichler-rohr.de





Die Firmenevents von Weller sind branchenweit bekannt.



Gute Stimmung, leckeres Essen und eine Band, die kräftig einheizt: Zum 45-jährigen Jubiläum hat man kurzerhand einen ganzen Club gemietet.



Das 45-jährige Firmenjubiläum feierte Weller gemeinsam mit seinen Freunden, Mitarbeitern und Wegbegleitern.



## TEAM-EVENTS UND JUBILÄEN

# Feiern gehört dazu

Harte Arbeit und Erfolg müssen belohnt werden. Dass man bei der **WELLERGRUPPE** auch diese Disziplin des Unternehmertums beherrscht, hat sich in der Branche längst herumgesprochen.

von *Stefan Schmid*

**W**er feiern kann, der kann auch arbeiten. Kaum jemand, der diese Binsenweisheit nicht schon in latent vorwurfsvollem Ton zu hören bekommen hat. Weller dreht den Spieß um. Harte Arbeit und Erfolge werden mit Events und legendären Feiern belohnt. Dafür werden Clubs gemietet und Flüge gechartert. Eines der Highlights im vergangenen Jahr war dabei zweifelsohne der Kurztrip nach Gran Canaria.

### Spektakuläre Team-Events

Von Freitag bis Sonntag lud Burkhard Weller die gesamte erste und zweite Führungsebene sowie einige ausgewählte

Mitarbeiter auf die spanische Insel ein. Der Grund: „Wir durften in den vergangenen Jahren einige Erfolge feiern. Nicht zuletzt das 5. Rekordergebnis in Folge. Das verdanken wir dem Engagement unserer Mitarbeiter:innen. Mit dieser Reise wollen wir uns in erster Linie für ihre tolle Leistung bedanken, sie aber auch motivieren, weiterhin, mit Leidenschaft und Ehrgeiz, das Beste für unser Unternehmen rauszuholen“, erklärte Burkhard Weller im Anschluss an die Reise.

In einer gecharterten Maschine ging es für die rund 100 Teilnehmer Richtung Süden. Dort warteten einige besondere Erlebnisse wie eine Schifffahrt bei Son-

Fotos: Weller

**Glückwunsch an die  
WELLERGRUPPE  
zu 45 Jahren Machen!**



Herzlichen Dank für die langjährige Zusammenarbeit und das Vertrauen

**PEOPLE  
MAKE IT  
HAPPEN.**





Für rund 100 Mitarbeitende ging es im vergangenen Jahr ab in den Süden: Auf Gran Canaria wartete ein Erlebniswochenende der Extraklasse auf sie. Das hält nicht nur die Motivation hoch, sondern zählt auch auf den Teamspirit ein.



nenuntergang oder eine Off-Road-Buggy-Tour auf Wellers Mitarbeiter. Paella-Essen im „Maroá Beach Club Anfi del Mar“ in Las Palmas durfte natürlich auch nicht fehlen. Selbiges gilt für die jährliche Teilnahme an der Kieler Woche.

Wer gemeinsam mit Kapitän Burkhard Weller segeln darf, unterscheidet sich dabei. Waren es im letzten Jahr die Auszubildenden, denen unter der Leitung von ihrem Kapitän und Chef Teamgeist vermittelt wurde, kamen in diesem Jahr die Partner der Wellergruppe in den Genuss.

### Legendäre Jubiläumsfeiern

Richtig krachen lässt man die Schwarte allerdings bei den Jubiläumsfeiern. Die Events sind in der ganzen Branche bekannt – zu Recht, wie die Teilnehmer immer wieder gerne bestätigen. Wie man bei Weller feiert? Zum 40-Jährigen ist man „zuhause“ geblieben. Jedoch wurde die am Ufer der Spree gelegene Firmenzentrale in Berlin kurzerhand in eine Eventlocation der Extraklasse umgebaut. 500 geladene Gäste sind der Einladung des Automobilhändlers gefolgt, darunter Wegbegleiter der ersten Stunde, Mitarbeiter sowie Kunden, die dem Unternehmen jahrzehntelang die Treue gehalten haben. Gefeierte wurde dann mit Marching Band, erlesenen Köstlichkeiten, Laser-Show und Autoscooter.

Zum 45-jährigen Jubiläum wurde es dann – analog zum starken Wachstum des Unternehmens – etwas größer. Zwei Tage lang war das Alando Palais in Osnabrück im Ausnahmezustand. Am Freitag feierten zunächst rund 1.000 geladene Gäste gemeinsam mit dem Kfz-Unternehmer, am Samstag schwang dann die Belegschaft das Tanzbein im Rahmen der „Weller-Gala“.

Für die rund 2.200 Mitarbeiter habe man „die Hotels von halb Osnabrück gemietet“, sagte ein sichtlich gerührter Burkhard Weller vor den versammelten Gästen. Der Einladung des Unternehmensgründers sind nicht nur seine rund 2.200 Mitarbeiter gefolgt, sondern auch Branchengrößen, Geschäftspartner und andere Wegbegleiter. Auch hier scheint der Weller-Grundsatz zu gelten: Kein hätte, wäre, könnte, sondern machen!



## WIR GRATULIEREN ZU 45 JAHREN WELLERGRUPPE. RESPEKT AN BURKHARD WELLER UND SEIN TEAM FÜR DIESE LEISTUNG!

**betzemeier liefert Software für alle Bereiche im Autohaus.**

Unsere Spezialistenlösungen lassen sich unabhängig vom eingesetzten DMS in Ihre bestehenden Prozesse integrieren. Plug-and-Play!



### Service

Werkstattplanung und -steuerung.

#### Beliebte Module

- ✓ Werkstattterminplanung
- ✓ Zeiterfassung
- ✓ Online-Termin-Anfrage



### Verkauf

Einfach managen, schnell verkaufen.

#### Beliebte Module

- ✓ Fahrzeugmanagement
- ✓ CRM/Leadmanagement
- ✓ Ankaufstool



### Marketing

Online-Handel und Digitalmarketing.

#### Beliebte Module

- ✓ Autohaus-Webseite
- ✓ SEA & Social-Media
- ✓ B2B-Verkaufslösungen



### Verwaltung

Verwaltung durch strukturierte Prozesse.

#### Beliebte Module

- ✓ Finanzbuchhaltung
- ✓ Online-Payment
- ✓ Lohnbuchhaltung



Scannen Sie den QR-Code oder kontaktieren Sie uns alternativ per Telefon oder Mail.

Telefon: 0571-38777-83  
Mail: [vertrieb@betzemeier.de](mailto:vertrieb@betzemeier.de)

betzemeier automotive software GmbH & Co. KG  
Hünenbrink 2  
D-32423 Minden-Dankersen

[www.betzemeier.de](http://www.betzemeier.de)



 **WÜRTH**

**PARTNERSCHAFT  
AUF AUGENHÖHE**

Zwischen Würth und der Wellergruppe besteht nicht nur eine jahrzehntelange Partnerschaft auf Augenhöhe. Burkhard Weller, Mitgründer und Geschäftsführer von AUTO WELLER, ist seit vielen Jahren Mitglied im Kundenbeirat bei Würth, wo er wichtige Impulse aus Kundensicht einbringt. Und das wissen wir wirklich zu schätzen! So leistet auch die Wellergruppe ihren Beitrag dazu, dass Würth seine Kunden begeistert.

Wir wünschen der Wellergruppe alles Gute zum 45. Jubiläum, bedanken uns bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihr Vertrauen und freuen uns auf eine weiterhin inspirierende Zusammenarbeit.