

Teilweise zum perfekten

ERFOLGSKONZEPT

Der Dortmunder BMW-Händler WÜDO erwirtschaftet die Hälfte seines Umsatzes mit dem Teile- und Zubehörgeschäft.

Ganze Heerscharen von Ingenieuren arbeiten tagein tagaus daran, möglichst vollkommene Motorräder zu entwickeln. Das gelingt ihnen auch immer besser, gleichwohl gibt es an jedem neuen Modell etwas zu optimieren. Oder zumindest besteht der Wunsch des Fahrers, sein Zweirad individuellen Bedürfnissen anzupassen.

In genau dieser Nische betreibt Helmut Wüstenhöfer einen wesentlichen Teil seines Geschäfts. Der Dortmunder BMW-Vertragshändler, der unter dem Namen WÜDO (Wüstenhofer Dortmund) am Markt auftritt, erzielt heute mehr als die Hälfte seines Umsatzes mit dem Verkauf von Teilen und Zu-

behör. Allerdings handelt es sich weitgehend nicht um die Produkte fremder Hersteller. WÜDO entwickelt und produziert eigenes Zubehör für BMW-Motorräder. „BMW bietet zwar mittlerweile eine ganze Reihe eigener Produkte an, aber wir sind genau da stark, wo das Programm des Herstellers Lücken aufweist beziehungsweise nicht marktgerecht ist“, erklärt Wüstenhöfer.

Als kleiner Anbieter habe man oftmals einen zeitlichen Vorteil. „Bis BMW das Zubehör auf den Markt bringt, vergeht in der Regel viel Zeit. Wir können schneller und flexibler reagieren“, erläutert der Unternehmer. Der Startschuss für die Unternehmerkarriere fiel 1975, als sich Wüstenhöfer und

Kurz-Vita

- Helmut Wüstenhöfer
- 55 Jahre
- Kfz-Elektrikermeister und Elektrotechniker
- Selbstständiger Motorradhändler seit 1975
- Sprecher des Arbeitskreises Technik des BMW-Händlerverbands

Gattin Sylvia mit einem Kfz-Elektrikbetrieb selbstständig machen. Schwerpunkt des Geschäfts waren von Anfang an Motorräder – und der Motorrad-Rennsport. 1976 platzierte sich die WÜDO-Mannschaft auf einer BMW als bestes deutsches Team in der Langstrecken-Weltmeisterschaft. Die Firma BMW honorierte das Engagement und die Kompetenz: 1977 unterzeichneten die Wüstenhöfers einen Vertrag als BMW-Motorradhändler.

Als echter Motorradkenner und leidenschaftlicher Tüftler hatte der Firmengründer jedoch immer eine Idee, wie sich die Produkte aus München noch verbessern ließen. Und so begann er 1978 mit der Entwicklung und Herstellung von Teilen und Zubehör. Der erste große Umsatzträger war eine Cockpitverkleidung für eine BMW R 45. Die abgewandelte Form der Verkleidung



«Die kleinen Teile, die das BMW-Fahren zum vollkommenen Vergnügen machen.»



△ „WÜDO Klassik“ sorgt für gleichmäßige Auslastung der Mechaniker im saisonabhängigen Motorrad-Geschäft.

FOTOS: JAGELS

Sichtbares äußeres Zeichen für das Firmenwachstum ist das neue Firmendomizil in Holzwickede bei Dortmund. Dort ist genügend Raum für diverse weitere Aktivitäten. WÜDO bietet individuelle Umbauten von BMW-Motorrädern an, was vor allem die Mechaniker im Winter auslastet. „Ich kann nicht jedes Jahr die Leute im Herbst entlassen und im Frühjahr wieder einstellen“, so der Unternehmer. Unter der Bezeichnung „WÜDO Klassik“ werden darüber hinaus alte Motorräder restauriert – und im Einzelfall sogar bis nach Japan geliefert. Ein weiterer Service ist die Motorradvermietung „WÜDO rent“. Somit scheint „Wüstenhöfer Dortmund“ gut gerüstet zu sein für das Motorradgeschäft der Zukunft. Denn eines ist klar: Auch künftig werden die Ingenieure der Hersteller keine perfekten Motorräder bauen.

INGO JAGELS ●

der legendären R90S verkaufte sich insgesamt 5000 Mal.

Aus den kleinen Anfängen ist in der Zwischenzeit ein nach DIN ISO 9001 zertifiziertes Unternehmen mit 20 Mitarbeitern geworden. Sieben Mechaniker arbeiten im Service-Team.

Weitere fünf Mitarbeiter verkaufen BMW-Motorräder, Teile und Zubehör. Der Rest der Mannschaft entwickelt und vertreibt das Zubehörprogramm, das in einem knapp 130 Seiten starken Katalog dargestellt wird und vom Motor über Fahrwerk und Bremsen bis hin zu Sitzbänken, Verkleidungen und Fußrasten reicht.

◆ IDEEN KOMMEN AUS DER PRAXIS

Die Idee für ein neues Zubehörteil kommt dem Motorrad-Experten beim Fahren selbst. Sein wichtigstes Kriterium ist die absolute Praxistauglichkeit. Zunächst müssen die Teile vermessen werden, da BMW in den meisten Fällen keine entsprechenden Daten zur Verfügung stellt. Anhand einer Hand-skizze werden die Musterteile aus

Metall in der eigenen Werkstatt hergestellt. Die Produktion übernehmen dann Zulieferer aus dem In- und Ausland.

„Vor allem in den absatzschwachen Zeiten vor dem großen Motorradboom haben uns Teile und Zubehör die Existenz gesichert“, resümiert

„Wir sind da stark, wo das Teileprogramm des Herstellers Lücken aufweist.“

Wüstenhöfer, der sich im Verband der BMW-Motorradhändler als Sprecher des Arbeitskreises Technik engagiert. Verkauft werden die Produkte überwiegend an Endkunden. „Mit der

Vermarktung an Händlerkollegen im großen Stil habe ich schon seit Jahren abgeschlossen“, sagt der 55-Jährige. In der Händlerschaft bestünden jedoch immer noch Vorurteile gegenüber der Qualität aller Teile, die nicht original aus dem Hause BMW kommen.

Folglich kostet das Marketing recht viel Geld. Die Firma WÜDO spricht die Endkunden vor allem mit kleinen Imageanzeigen in einschlägigen Fachblättern für Motorradfahrer an. Ein weiterer wichtiger Baustein der Eigenvermarktung ist das Engagement mit einem eigenen Stand auf den drei großen Motorradmessen in München, Dortmund und neuerdings auch in Leipzig.

Immer wichtiger wird zudem der Vertrieb über das Internet. Die erste WÜDO-Homepage wurde 1996 entwickelt, seit 1998 gibt es einen kompletten Internet-Shop, in dem 104 BMW-Motorrad-Modelle hinterlegt sind. „Über unseren Internet-Shop erzielen wir mit steigender Tendenz rund 15 Prozent unseres Umsatzes bei Teilen und Zubehör“, erklärt Wüstenhöfer.

Firmen-Porträt

- WÜDO am Flughafen
- Gottlieb-Daimler-Straße 3
59439 Holzwickede
- Tel. 02301/91880
E-Mail wuedo@wuedo.de
www.wuedo.de
- Jahresabsatz Neufahrzeuge:
126 Einheiten
- 20 Mitarbeiter, davon sieben
Mechaniker und fünf im Verkauf

Bike + Business 03.2003