

Matthias Galliker, Garagist & Mitglied der Geschäftsleitung der Galliker-Carplanet Gruppe

«Ich kaufe ein Auto und habe noch ein gutes Gewissen dabei – darum geht es in der Zukunft»



Matthias Galliker ist auch Geschäftsführer des Betriebs in Bellach.

Die Geschichte der Garage Galliker Gruppe ist eine Erfolgsstory. An 20 Standorten, u. a. in Bellach, arbeiten heute rund 400 MitarbeiterInnen. Carplanet Galliker vertritt 12 Automarken. Matthias Galliker spricht im Gespräch als Kopf der Woche u. a. über den rasanten Wandel in der Branche, spassige E-Mobilität, weniger lustige Lieferfristen, flexible Geschäftsmodelle, Visionen, Mustangs und das Polarlicht.

Matthias Galliker, 100 Jahre lief die Automobilbranche mehr oder weniger ähnlich: Verbrennermotor, Modellentwicklung. Heute ist alles anders. Ein riesiger Gamechanger hin zu elektrisch, nachhaltig, Co²-neutral, neuen Nutzungsmodellen, neuen Playern usw. ist in Gang. Wie erleben Sie den Wandel. Die Konzentration auf Grossgaragen wird sich noch mehr akzentuieren. Der Trend, dass immer mehr kleinere Betriebe verschwinden oder die Markenvertretung abgeben, weil die Wirtschaftlichkeit schlicht nicht mehr gegeben ist, wird weiter voranschreiten. Dieser Prozess wird sich aufgrund der neuen Technologien, die mehr und besser ausgebildetes Personal und zusätzliches, komplexes technisches Equip-

ment und Know-how erfordern, noch verstärken. Auch die Forcierung effizienterer Vertriebskanäle seitens der Hersteller – Stichwort Online Handel – fördert diese Entwicklung.

Und das alles unter dem gegebenen Fachkräftemangel? Ja, das ist ein echter Big Challenge.

Als familiär geführte Kleingarage hat man also nahezu keine Chance mehr, zu überleben?

Wenn man keine gewisse Grösse hat, wird es wirklich sehr schwierig. Nicht nur vom Umsatzvolumen und dem nötigen Investitionsbedarf her. Auch das ausgebildete Fachpersonal muss ja vorhanden sein. Wir können uns innerhalb

der Gruppe personell gegenseitig aus helfen, wenn das nötig ist. Aber für Nischen bleibt natürlich immer ein Markt.

Die Wachstumsstrategie ihres Unternehmens, das 1982 mit der Gründung der Autoroa AG in Luzern begann und heute rund 20 Standorte umfasst, war offenbar die genau richtige, um selbstständig zu überleben?

Wir haben uns im Jahr 2000, als ich und meine Geschwister in die Firma eingestiegen sind, für diese Entwicklung entschieden. Strategisch geschickt wachsen, überregional werden, Volumen- und Markenvielfalt erhöhen und dann Synergien – z. B. im administrativen Bereich – nutzen.

Wie wird bei Ihnen entschieden, ob ein Betrieb in die Galliker Gruppe passt?

«Die Nachfrage nach E-Autos hat, seit der Benzinpreis angestiegen ist, tatsächlich enorm zugenommen.»

Wir gehen nie aktiv auf Suche. Es sind immer Angebote, die an uns herange-

tragen werden. Wir prüfen diese und entscheiden dann in der Familie, ob die strategische Entwicklungsmöglichkeit, die Marke, die Region etc. zu uns passen.

Was passiert mit einem Betrieb, der neu in die Gruppe kommt?

Wir sind uns bewusst, dass wir es nicht alleine schaffen. Wir sind immer angewiesen auf ein gutes Team vor Ort und Mitarbeiter, die Verantwortung übernehmen wollen. Was wir von der Gruppe her bieten können, sind Rahmenbedingungen. Strukturen, Synergien, Know-how usw. So können sich die Mitarbeiter vor Ort ganz um die Kunden kümmern.

Was ist der Vorteil eines Familienunternehmens?

Am Schluss kann man bei uns immer noch mit einem Galliker reden, das wissen unsere Kunden und unsere Mitarbeiter. Diese Nähe wird geschätzt. Natürlich ziehen alle am gleichen Strick und die Entscheidungswege sind kurz.

Ihr Vater, Firmengründer Emil Galliker, arbeitet immer noch mit?

Er ist offiziell pensioniert, steht uns jedoch mit Rat und Tat noch zur Seite und gerade wenn es etwas um- oder neu zu bauen gibt, kümmert er sich leidenschaftlich gern darum. Das entlastet mich und meine Geschwister sehr.

Hatten Sie und ihre Geschwister freie Wahl bei der Berufswahl oder war von Anfang klar, dass sie in den Familienbetrieb eintreten?

Wir hatten völlig freie Wahl. Dass wir ins Geschäft einsteigen müssen, war nie ein Thema; selbst nach der Lehre nicht, die ich und mein Bruder z. B. extern in einer Werkstatt gemacht haben.

Wir sind also Praktiker. Vor rund 20 Jahren brauchte es dann allerdings die Gewissheit, ob und wer alles im Boot sitzt, um die Entwicklungsrichtung des Unternehmens festzulegen.

Jetzt rollt die E-Welle, was sagen Sie den Leuten, wenn sie zu Ihnen kommen und fragen, soll ich jetzt umsteigen? Allein die Benzinpreisentwicklung bringt es mit sich, dass sich derzeit so viele wie noch nie diese Frage stellen? Die Nachfrage nach E-Autos hat, seit der Benzinpreis angestiegen ist, tatsächlich enorm zugenommen. Ich sage immer: Ausprobieren und Erfahrungen sammeln. Bei einem Benziner reichen 2 bis 3 Stunden Probefahrt, bei einem Elektroauto sollten es mindesten 2 bis 3 Tage sein. Allein, um den ganzen Ladeprozess kennenzulernen und etwaige Bedenken hinsichtlich Reichweite, die meist unbegründet sind, abzubauen.

Wie erleben Sie das E-Auto-Fahren?

Sehr spannend, allein schon des sofort anliegenden Drehmoments wegen. Bremsen muss man je nach Rekuperationsstufe auch fast nicht mehr. Es macht Spass und gibt ein gutes Gefühl.

Viele Menschen sind noch nie E-Auto gefahren und kennen dieses Fun-Gefühl, dieses andere, entspannte Autofahren, gar nicht?

Es ist spannend. Wir haben in unserer Ersatzwagenflotte E-Autos. Wenn der eine oder andere Kunde so eines übernimmt, herrscht vielfach Skepsis. Wenn er oder Sie dann das Auto zurückbringen, möchten sie es am liebsten nicht mehr hergeben.

Früher waren E-Autos von aussen als solche klar erkennbar. Z.T. sahen sie aus wie Mondmobile. Heute gibt es die meisten Modelle im quasi Normaldesign. Was wollen die Kunden lieber?

Vor ein paar Jahren wollten die meisten, die in ein E-Auto investierten, explizit, dass man sieht, dass sie elektrisch unterwegs sind, und haben eher ein futuristisches Design bevorzugt. Man wollte als First Mover wahrgenommen werden. Dieser Approach ändert sich gerade – man will oder muss nicht mehr unbedingt aus der Masse rausstechen.

Macht der Bund punkto Ladeinfrastruktur genug? Man predigt seitens der Politik E-Mobilität überlasst das Hinstellen der Ladeplätze aber v.a. den Privaten – korrekt?

Grundsätzlich sollte man die Ladestationen der Privatwirtschaft überlassen. Wichtig ist jedoch, dass der Bund klare Rahmenbedingungen vorgibt. Also: Woher kommt der saubere Strom künftig und kommt er rechtzeitig und ausreichend – auch zu Spitzenzeiten. In dem Kontext stellt sich die Frage nach Fördergeldern und Abbau bürokratischer Hemmnisse für z. B. nachhaltige Stromerzeuger (Solar-, Wasser-, und Windkraft). Und auch die Installation von Ladeinfrastrukturen in Einstellhallen und bei Neubauten muss einfach und selbstverständlich geregelt werden.

Sie sagen es, anders als beim Benziner, wo sich niemand einen Gedanken übers nachtanken macht, ist der Ladeprozess, sprich das -management, Teil des Elektroautofahrens, den man beim Kauf bedenken muss?

Die Beratung ist in der E-Mobilität umfangreicher als beim Benziner – etwa um 50 %. Gerade wegen solchen Fragen: Wie, wann, wo lade ich, brauche ich eine eigene Wallbox, was kostet was, was kommt, wie verhält sich das mit der Reichweite und der Batterie etc.

Was erwarten Sie für eine Marktentwicklung hinsichtlich E-Autos?

Die Entwicklung geht rasanter vorwärts, als wir uns das vorgestellt haben, und das wird sich nicht ändern. Die Politik gibt die Marschrichtung klar vor.

Lyric von Phonak.

Das weltweit einzige unsichtbare, rund um die Uhr tragbare Hörgerät.

Lyric ist das weltweit erste Hörgerät, das komplett unsichtbar ist und rund um die Uhr in jeder Alltagssituation getragen werden kann: beim Duschen, beim Schwimmen, beim Sport und sogar nachts, beim Schlafen – und das bis zu mehrere Monate lang. Lyric erfordert keinerlei Handhabung. Es wird von uns tief im Gehörgang platziert und überzeugt mit einer hervorragenden Klangqualität.

Für Lyric: Akustik Schweiz Elsässer Hörberatung! Lassen Sie sich von uns beraten und finden Sie heraus, ob das neue Lyric auch für Sie geeignet ist: Telefon 032 623 75 76

 **akustikschweiz**
Elsässer Hörberatung
Schänzlistrasse 6 (Suva-Gebäude), www.elsaesser.ch

Eben, die EU-Verkehrsminister haben soeben beschlossen ab 2035 keine Neuwagen mehr zuzulassen, die Co² ausstossen – was halten Sie davon?
Faktisch ist es kein Verbrenner-Verbot, weil die Co²-neutrale Verbrennung – Stichwort synthetische Kraftstoffe, Wasserstoff – weiterhin erlaubt ist. Allein dieser EU-Beschluss wird die Entwicklung in der Richtung noch merklich vorantreiben.

Solange die Autos mit Benzin fahren, waren die Chinesen kein Gegner für Europa. Bei Elektroautos sieht das völlig anders aus, hier hat China viel Kompetenz und man kann attraktive Preis-Leistungs-Verhältnisse anbieten. Eine Herausforderung für Ihre Gruppe?
Definitiv. Es werden in Kürze neue Marken auf den hiesigen Markt kommen, z. T. sind sie schon da, die bei den Kunden absolut Potenzial haben, angenommen zu werden. Hier gilt es Ohren und Augen offenzuhalten, obwohl es bei uns natürlich strategische Pläne gibt.

Ihr Unternehmen hat sich unlängst entschieden, den Aufbau der rein elektrischen Marke mit Polestar in der Deutschschweiz zu starten. Dazu haben sie in Zürich einen Polestar Store und Ablieferungs-Center in Zürich, Luzern und Solothurn aufgebaut.
Für uns ist es sehr spannend, die Implementierung und den Aufbau der trendigen Marke in der Schweiz an vorderster Front zu begleiten.

Polestar hat wie Tesla ein ganz anderes Vertriebs-Modell als konventionelle Marken. Bei Polestar sind Sie als Galliker-Gruppe nicht der Händler, der durch Boni und Marge verdient, sondern quasi Angestellte des Herstellers sprich Importeurs?
Genau. Der Hersteller/Importeur macht den Vertrieb. Der ganze Vertriebsdruck liegt also allein bei ihm. Seine Partner, in dem Fall wir als Carplanet-Gruppe,

übernehmen in der Deutschschweiz die Abwicklung nach dem Verkauf – sprich das Bereitstellen der Autos, die Übergabe etc. Wir sind ausführendes Organ, das für seine Dienstleistung entlohnt wird. Darum sind wir in das Projekt eingestiegen, um zu sehen, wie das ankommt.

«Früher konnten wir garantieren, dass ein Neuwagen in 3 Monaten geliefert ist. Heute sind es 6 bis 12 Monate: aber auch die Hersteller können für nichts mehr garantieren.»

Und wie kommt es an? Ist ja eigentlich ein totaler Widerspruch. E-Mobilität verlangt viel mehr Beratungsaufwand und dieses Modell minimiert diesen?
Hat was – rein online ein Auto für 60 000 Franken zu verkaufen ist wie sich zeigt, schwierig. Die meisten Kundinnen und Kunden, zumindest privaten, haben immer noch den Anspruch auf eine persönliche Beratung und Testfahrt. Darum wird sich wohl ein Hybridsystem zwischen Online und Vor-Ort-Beratung etablieren.

Als Partner von Polestar dürfen sie keine Verträge abschliessen – das muss alles online passieren?
So ist es; das bedarf dann hie und da noch etwas Beratungsbedarf, wenn man z. B. den Kauf zusammen mit dem Kunden online tätigt.

Ist dieses Modell mit Polestar ein Modell, das Ihrem Unternehmen künftig Einnahmen sichert? Schliesslich brauchen E-Autos viel weniger Wartung und Ersatzteile und die Margen sind auch kleiner als beim Verbrenner.
Es ist für uns auch eine Investition in die Zukunft. Man muss in der Automobilbranche, die sich wie eingangs erwähnt gerade massiv verändert, zurzeit sehr flexibel und achtsam bleiben. Es

geht darum, sich immer wieder neu auszurichten und zu positionieren, und neue Dienstleistungen anzubieten.

Wie sieht es derzeit aus mit den Lieferfristen? Die erreichen ja wegen Corona und dem Krieg in der Ukraine gerade Rekordwerte?

Allerdings. Früher konnten wir garantieren, dass ein Neuwagen in 3 Monaten geliefert ist. Heute sind es 6 bis 12 Monate: aber auch die Hersteller können für nichts mehr garantieren. Teilweise müssen wir bis zu eineinhalb Jahre auf unsere Lagerfahrzeuge warten, das war früher undenkbar.

Das heisst, dass die Kundschaft viel früher anfangen sollte zu planen, wann sie ihr neues Auto haben will?
Ja; zumindest, wenn das Auto genau so konfiguriert sein soll, wie man das möchte. Viele Kunden nehmen heute die Autos, die schnell verfügbar sind, auch wenn die Farbe oder das Modell vielleicht nicht 1. Wahl war.

Werden folglich wieder mehr Autos repariert?
Wir stellen in der Tat eine höhere Auslastung der Werkstatt fest. Das kann eines Tages allerdings auch zu einem plötzlichen Nachholbedarf führen, was dann wieder zu einer grossen Herausforderung führen kann ... (lacht)
Sie bieten auch Auto-Abos an. Gefühlt bezahlt man dafür viel und hat am Ende nichts. Wie nehmen die Kunden das an?

Ein Abo bildet schwarz auf weiss die effektiven, monatlichen Kosten für Mobilität ab und das ergibt am Ende einen deutlich höheren Betrag, als allein die Leasingrate. Versicherung, Verschleiss, Unterhalt etc. werden beim Leasing vom Kunden eher ausgeblendet, obwohl sie auch da sind. Abos

bieten v.a. den Vorteil, dass ich so lange genau für das zahle, was ich will. Cabrio im Sommer, SUV im Winter etc. Diese Flexibilität jedoch hat ihren Preis.

Was machen Sie, wenn Sie einmal ohne Auto runterfahren wollen?
Mit den Kindern wandern, aber sie wandern nicht gern ... (lacht). Mit der Familie und Freunden zusammen sein, Joggen, Fussballspielen mit den Veteranen des FC Eschenbach – all das ist für mich Ausgleich. Und neu, wieder ein Töff.

Wieder ein Töff?
Ich hatte früher einen. Jetzt sind meine Kinder in einem Alter, das es zulässt, dass ich hie und da am Wochenende eine Ausfahrt mache.

Mit welchen drei Menschen aus der Geschichte, tot oder lebendig, würden Sie sich gern an einen Tisch setzen?
Aus dem Sport mit Zinedine Zidane, aus der Vergangenheit Henry Ford und aus der Gegenwart Elon Musk.

Was halten Sie von Tesla Gründer Musk?
Ein Querdenker, ein Visionär, der jede Vision resolut umsetzt, wenn er fühlt

und denkt, dass es funktioniert. Davor zieh ich den Hut.

Ohne Visionen kann sich ein Unternehmen nicht entwickeln – was sagen Sie dazu?

Richtig. Es braucht eine Vision, die man stringent verfolgt und von der man nicht abweichen sollte, wenn sich einem erste Hindernisse in den Weg stellen. Die Vision muss aufs Endziel fokussiert sein, und das kann z.B. ein Elon Musk enorm gut. Er hat es geschafft, mit Tesla eine Community zu bilden. Einem Teslafahrer ist es egal, ob das Spaltmass nicht europäischen Standards entspricht, Hauptsache, er gehört dazu und ist quasi Teil der Mannschaft.

Bei Polestar, mit dem nachhaltigen, pragmatischen Ansatz z.B. punkto verwendeter Recycling-Materialien, nachhaltiger Produktionsprozesse und auf das Wesentliche reduzierter Optionen, könnte man sich das mit der Community auch vorstellen?
Ja, nach dem Motto: Ich kaufe einen Polestar und habe noch ein gutes Gewissen dabei – das ist die Message.

Was steht auf Ihrer Bucket-List?
Das Polarlicht sehen! Meine Geschwister haben uns das zur Hochzeit geschenkt, hat aber bisher noch nicht stattgefunden. Und Amerika durchqueren, mit einem grossen Camper. Er muss gross ein, weil meine Frau sagt, sie brauche Platz... (lacht).

Gibt es ein Auto, das Sie unbedingt Mal besitzen möchten?
Mir gefällt vor allem der Mustang, ein 68er-Convertible zum Beispiel oder ein Porsche 356. Also Klassiker.

Was ist Glück für Sie?
Gesund zu sein und ein gutes Umfeld mit lieben Menschen zu haben.
MICHAEL SCHENK

Aktion

Aus Liebe zum Dorf und zum Portemonnaie.

Montag, 8.8. bis Samstag, 13.8.22



-25%
11.70
statt 15.75

PURINA ONE
div. Sorten, z.B.
Lachs, 1500 g



-42%
15.90
statt 27.70

MUNZ SCHOKOLADE
div. Sorten, z.B.
Branche weiss,
33 x 23 g



-23%
4.90
statt 6.40

DR. OETKER PUDDING
div. Sorten, z.B.
Vanille, 3 x 82 g



-20%
4.30
statt 5.40

HERO DELICIA KONFITÜREN
div. Sorten, z.B.
Himbeeren, 320 g



-20%
6.30
statt 7.95

JACOBS KAFFEEKAPSELN
div. Sorten, z.B.
Lungo classica, 20 Kapseln



-33%
4.80
statt 7.20

EVIAN MINERALWASSER
ohne Kohlensäure,
6 x 1,5 l



-21%
10.90
statt 13.90

STELLA LUNARE
Nero d'Avola Sicilia DOC,
Italien, 75 cl, 2020
(Jahrgangsänderung
vorbehalten)



-33%
5.60
statt 8.40

NIVEA DUSCH
div. Sorten, z.B.
Duschcreme soft, 3 x 250 ml



-42%
17.90
statt 31.-

ARIEL
div. Sorten, z.B.
Color, Gel, 2,75 l, 50 MG



-20%
8.40
statt 10.50

EVE
div. Sorten, z.B.
Litschi, 4 x 275 cl



-25%
1.60
statt 2.80

CRISTALLINA JOGURT
div. Sorten, z.B.
Erdbeer, 175 g



-30%
2.40
statt 3.45

EMMI MOZZARELLA
div. Sorten, z.B.
Mini, 145 g



-33%
1.95
statt 2.95

AGRI NATURA CERVELAS
2 x 100 g



-20%
2.45
statt 3.10

AGRI NATURA SPECKWÜRFELI
per 100 g

Folgende Wochenhits sind in kleineren Volg-Läden evtl. nicht erhältlich:

WERNLI BISCUITS div. Sorten, z.B. Caranoir, 2 x 110 g 6.70 statt 7.90	FIZZERS 2 x 200 g 4.60 statt 5.50	VOLG BIRCHERMÜESLI ohne Rosinen, 700 g 4.20 statt 4.95	RIO MARE THON div. Sorten, z.B. Insalatissime Messicana 3 x 160 g 11.30 statt 13.35
SUPERT DEFENCE Malve & Goldmelisse, 0,5 l 1.50 statt 1.80	VOLG CITRO 6 x 1,5 l 4.50 statt 5.70	NIVEA DEO div. Sorten, z.B. Dry Comfort, 2 x 50 ml 4.90 statt 5.90	CIF div. Sorten, z.B. Crème Citrus, 2 x 500 ml 7.60 statt 9.60

Alle Standorte und Öffnungszeiten finden Sie unter volg.ch. Dort können Sie auch unseren wöchentlichen Aktions-Newsletter abonnieren. Versand jeden Sonntag per E-Mail.

Druck- und Satzfehler vorbehalten.



frisch und fründlich