

Top in Down Under

hsy autoparts



NEXT
4 km





1963 als Werkstatt für Schneemobile gegründet, entwickelte sich das Unternehmen schrittweise zu einer Importfirma für Motorenteile – South Yarra Autoparts. Seit Mitte der 70er Jahre kooperierte South Yarra Autoparts mit Hanvic Automotive Imports. In den späten 90er Jahren folgte dann die vollständige Fusionierung zu Hanvic South Yarra Autoparts – ab 2002 hsy autoparts. Heute ist das Unternehmen zu Australiens größtem unabhängigen Importeur und Zulieferer europäischer Automobilersatzteile gewachsen. Dank seines dichten Vertriebsnetzes mit zwölf Niederlassungen ist hsy in der Lage, ca. 10.000 verschiedene Artikel, flächendeckend in ganz Australien anzubieten. Charakteristisch für das Unternehmen sind seine offene Kommunikationskultur und seine hoch qualifizierten Mitarbeiter, die mit ihrem fundierten Expertenwissen und einem beispiellosen Servicegedanken ihre Kunden betreuen.

Pluspunkt Mitarbeiter

Unterhält man sich mit Sidney Tworowsky und Mark Micic, den beiden Geschäftsführern von hsy autoparts, über ihr Unternehmen, wird deutlich: Die Beiden haben ganz spezielle Vorstellungen von Geschäftsbeziehungen – kurzfristige Gewinnmaximierung? Fehlanzeige! Dauerhafte Kundenbeziehungen, geprägt durch Respekt, Ehrlichkeit und Integrität, lautet die Maxime. Mit dieser Philosophie möchten sie sich bewusst von ihren Mitbewerbern abheben. Mit Erfolg: hsy ist als Spezialist bei Ersatzteilen für europäische Fahrzeuge führend in Australien. Das Erfolgsrezept sind laut Tworowsky die eigenen Mitarbeiter: „Unsere Angestellten haben unsere Philosophie durch und durch verinnerlicht. Darauf legen wir auch großen Wert. Kurzfristige Verkaufszyklen interessieren uns nicht. Wir streben lange und gute Geschäftsbeziehungen an. Hierfür benötigen wir kompetente und vertrauenswürdige Mitarbeiter, die unsere Kunden optimal in deren Sinne beraten und unterstützen.“ In erster Linie sind dies Werkstätten und Händler.



„So wie wir unsere Kunden als Partner sehen,

sieht Motorservice uns als Partner – das sind ideale Voraussetzungen

gemeinsam am australischen Markt zu wachsen“

Zuhören und mitbestimmen

Um auch bei neu eingeführten Produkten auf dem Stand der Technik zu sein, pflegt hsy einen engen Austausch mit Partnern aus der Automobilindustrie. So nutzt der Ersatzteilehändler das Angebot von MS Motorservice International an praxisnahen Produktschulungen zu dessen Marken Kolbenschmidt und Pierburg. „Motorservice ist ein Paradebeispiel für gute Zusammenarbeit. Neben Schulungen stellen sie uns jede Menge technische Informationen und Anleitungen zur Verfügung. Dieses Know-how geben wir wiederum an unsere Kunden weiter. So profitiert einer vom Anderen“, freut sich Tworowsky über den funktionierenden Wissenstransfer. Jedoch findet dieser Transfer nicht lediglich in eine Richtung statt: hsy ist es wichtig, im interaktiven Austausch mit seinen Partnern zu stehen. So führte das Unternehmen mit seinem „Steering Committee“ eine Diskussions-Plattform ein, bei der sich Kunden sowie Vertreter von hsy und der Industrie quartalsweise treffen, um sich über neue Entwicklungen und aktuelle Bedürfnisse auszutauschen. Bei den Meetings wird eine rege Feedback-Kultur praktiziert, die es den Kunden ermöglicht, ihre Eindrücke zu Produkten, Performance und Strategie von hsy und dessen Lieferanten zu schildern. Das „Steering Committee“ wird von allen Beteiligten als fruchtbare Institution mit echtem Mehrwert geschätzt. Auch die Zusammenstellung des Gremiums ist bestens durchdacht: sechs Kunden, je einer aus jedem australischen Bundesstaat, repräsentieren die Kundenseite, feste Ansprechpartner von hsy und des aktuellen Themas entsprechende Vertreter aus der Industrie komplettieren die Expertenrunde.

Passgenaue Lösungen

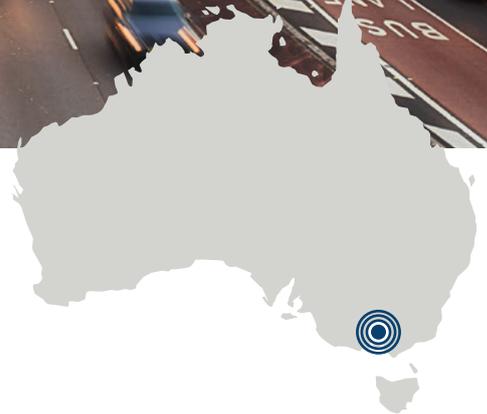
Enger Dialog und ein konstant hohes Qualifizierungsniveau seiner Kunden sind für hsy wichtige Bausteine einer funktionierenden Geschäftsbeziehung – ein umfangreiches und marktgerechtes Produktportfolio sowie einfache und schnelle Vertriebswege weitere. So bietet hsy die komplette Bandbreite an OEM-Teilen und Ersatzteilen für europäische Fahrzeuge an. Der eigens für Kunden entwickelte Online-Shop „myhsy“ ermöglicht zudem ein unkompliziertes Bestellverfahren gewünschter Teile. In den letzten fünf Jahren haben Tworowsky und Micic zudem eine verstärkte Nachfrage nach Diesel- und Abgasreinigungs-Komponenten festgestellt. Ihr Angebot haben sie umgehend an die Bedürfnisse ihrer Kunden angepasst.



Wachsender Markt



„Wir setzen weiterhin
auf gute Geschäftsbeziehungen anstatt auf
das bloße Verkaufen von Ersatzteilen.“



Der Pkw-Fahrzeugbestand Australiens wird aktuell von etwa 85 Prozent regionalen und asiatischen Marken bestimmt, ca. 15 Prozent stammen aus Europa. Jedoch befindet sich der Automotive-Bereich Australiens im Wandel. Tworowsky und Micic erkennen einen starken Rückgang australischer Fahrzeuge. Sie rechnen in fünf Jahren mit einer Marktabdeckung europäischer Marken von etwa 25 Prozent.

Durch vermehrte Unternehmensfusionen seien zunehmend Konkurrenzkämpfe mit den dafür typischen Symptomen, wie z. B. Preiskämpfen, zu beobachten. Eine Entwicklung, die man bei hsy kritisch sehe. So möchte man sich auch in Zukunft durch Qualität und Service vom Wettbewerb unterscheiden: „Wir setzen weiterhin auf gute Geschäftsbeziehungen anstatt auf das bloße Verkaufen von Ersatzteilen. Hierzu brauchen wir Partner wie Motorservice, mit denen wir dieselben Ziele und Standards teilen. So wie wir unsere Kunden als

Partner sehen, sieht Motorservice uns als Partner – das sind ideale Voraussetzungen gemeinsam am australischen Markt zu wachsen“, sieht Sidney Tworowsky gleichermaßen positive Zukunftsaussichten für sein Unternehmen, seine Partner und Kunden – eine echte Win-win-win-Situation.