



Reduce to the **max**

MCLAREN – In Düsseldorf entstand das weltweit einzige Autohaus, das exklusiv für die Sportwagenmarke errichtet wurde. VON DORIS PLATE

Der Name McLaren ist für Motorsport-Fans und Sportwagenliebhaber in aller Welt ein Begriff für technische Perfektion und Erfolge auf der Rennstrecke. Aber auch für Exklusivität. Gerade hat der Schauspieler Rowan Atkinson, alias „Mr. Bean“, für Schlagzeilen gesorgt, weil er seinen F1 gegen einen Baum gesetzt hat.

Ein anderer F1-Kunde, der die Nummer 71 von insgesamt 75 produzierten Einheiten dieser Sportwagenlegende sein eigen nennt, wird in Kürze den ersten MP4-12C in Düsseldorf in Empfang nehmen können, und zwar im nur für die Marke McLaren erbauten Flagship Store an der Willstätter Straße der Rheinmetropole. Mitte Juli hat der Betrieb eröffnet.

Die Moll-Gruppe hat in ihren nunmehr zwölften Betrieb 850.000 Euro investiert. Das Areal an der Willstätter Straße bot Platz und gute Nachbarschaft für McLaren: Gleich nebenan hat auch die Nobelmarke Aston Martin ein Zuhause gefunden.

Die Entscheidung für McLaren traf Geschäftsführer Timm Moll, weil die Marke

in den nächsten Jahren eine interessante Modellpalette aufbauen wird. „Jedes Jahr wird es ein neues Highlight geben“, berichtet Jens Nothelle, der als Brand Manager für das Fabrikat zuständig ist. Deshalb entschloss sich Moll, einen exklusiven Showroom zu bauen.

Exklusiv und trotzdem günstig

Für das Gebäude setzte das Unternehmen auf die bewährte Partnerschaft mit dem Stahlbauunternehmen Habau aus Heinsberg, das schon öfter für die Gruppe gebaut hat, unter anderem auch den Aston-Martin-Betrieb. Eine wichtige Vorgabe war, die Anforderungen des Herstellers wirtschaftlich umzusetzen. Die Stückzahlen, die vermarktet werden können, sind nämlich begrenzt: „Die erste Jahresproduktionsquote von 40 bis 50 Fahrzeugen, die wir zur Verfügung bekommen, ist bereits ausverkauft“, so Nothelle. Auch die Marge ist nicht üppig, Rabatte gibt es aber keine. Im Gegenteil: „Vereinzelt findet man Angebote für noch zu liefernde Fahrzeuge, welche über

dem eigentlichen Verkaufspreis gehandelt werden.“

Die meistens aus erfolgreichen Geschäftsleuten bestehende Klientel kann es sich leisten, auf den knapp 200.000 Euro betragenden Verkaufspreis noch eine Schippe draufzulegen. „Durchschnittlich kosten die hier verkauften MP4-12C um die 240.000 Euro. In individuelle Veränderungen wie zum Beispiel Carbon-Fibre Komponenten und eine besonders designte Lederausstattung investieren die Kunden 20.000 bis 70.000 Euro.“

Der Business Case ist klar: In drei Jahren will Moll die Investition refinanziert haben. Zu einer kostengünstigen Umsetzung des Ausstellungsraums trug auch bei, dass Habau-Geschäftsführer Jörg Schiffer in zahlreichen Gesprächen mit den McLaren-Verantwortlichen noch an den Vorgaben mitarbeiten konnte, die parallel zum Bau in Düsseldorf entwickelt wurden.

Vorgaben relativiert

„Der Betrieb ist ein Prototyp“, erläutert Schiffer denn auch. Um die Qualität gewährleisten zu können, arbeitete der Generalunternehmer weitestgehend mit Stammlieferanten zusammen. Bei der Umsetzung der vom Autohersteller gewünschten Einzelelemente kam Schiffer seine jahrelange Erfahrung im Autohausbau zugute: So konnte er das „Auditorium“ genannte Highlight des insgesamt 300 Quadratmeter großen Schaurooms nachkonstruieren und von einem Schreiner günstiger bauen lassen.