

50 Jahre jung und immer noch ein Vorbild

2017 feiert die Auto Baier AG in Herisau ihren 50. Geburtstag. Die Nissan-Vertreterin ist unverändert auf Erfolgskurs und Teil des Erfolgskonzeptes ist Innovation. Das wurde von Nissan Europa belohnt: Der Betrieb ist ein europäisches Pilotprojekt für kleine Landgaragen.

Was einst in einer alten Liegenschaft mit Kiesplatz für den Verkauf begann, ist heute ein moderner Betrieb, der von aussen und innen höchsten, repräsentativen und technischen Ansprüchen genügt. Dieses hohe Niveau wurde Schritt für Schritt erarbeitet. Wenn Kapital zur Verfügung stand, wurde wieder investiert. Hilfreich dabei waren auch die konstant guten Verkaufszahlen sowie eine gute regionale Verankerung.

Einspritzmotoren und EDV

Vater Max Baier ist über all die Jahre besonders die technische Entwicklung der Autos in Erinnerung geblieben, vor allem die Einführung von Fahrzeugen mit Einspritzmotor sei markant gewesen. Mutter Brigitte Baier erinnert sich noch gut an die Einführung der EDV, also der ersten Computer.

E-Autos im Trend

Von seinen Eltern hat der Sohn vor allem eines gelernt: In dieser Branche hat man nie



ausgelernt. «Das ist auch heute noch so», betont er. Technisch lautet seine grösste Herausforderung E-Autos, an deren Zukunft er glaubt und «in diesem Bereich ist die Entwicklung noch lange nicht abgeschlossen.» Überhaupt sei Nissan die erste Marke weltweit gewesen, welche ein E-Auto in Serie produziert habe. «Wir waren also von Anfang an dabei.»

Druck steigt

Im Verkauf wird er mit einer besonderen Aufgabe konfrontiert: Die Konkurrenz wurde grösser, heute hätten alle Marken eine viel breitere Produktpalette oder mit anderen Worten: Es wird schwieriger sich abzuheben. Trotzdem verkauft die Auto Baier AG rund 110 Neufahrzeuge jährlich, dazu kommen noch einmal so viele Occasionen. Den Erfolg begründet der Geschäftsführer mit ihrer unkomplizierten Art, kurzen Entscheidungswegen und dem guten Preis- und Leistungsverhältnis der Marke Nissan. «Wichtig ist aber auch, dass wir viele langjährige Mitarbeiter haben.» Auf diesen Werten basieren 80 Prozent Stammkundschaft, teilweise generationenübergreifend. Mehr Vertrauen geht nicht!

Investition in die Zukunft

Aktuell beschäftigt die Herisauer Auto Baier AG neun Mitarbeiter, darunter einen Lehrling. Der Betrieb wird im Bewusstsein geführt, dass die Zeit nicht stehen bleibt. Entsprechend wurde und wird wieder inves-





Das Team von der Auto Baier AG, von klein bis gross, ist mit vollem Tatendrang und grosser Motivation bei der Arbeit. Gerne helfen sie Ihnen bei Ihren Fragen weiter.

tiert. Aus- und Weiterbildung ist immer wieder ein Thema, aber auch der öffentliche Auftritt war erneut eine Investition wert. Aussenbereich und Showroom wurden neu gestaltet. Daraus ergibt sich ein komplett neues Erscheinungsbild. Tradition hin oder her. Die Zukunft kommt von vorne. Darin sind sich beide Generationen einig.

Pilotprojekt von nationaler Bedeutung

Die beständig guten Leistungen und die hohe Qualität des Herisauer Garagenbetriebes, der das ganze Dienstleistungspaket rund um das Auto anbietet, inklusive Abschleppdienst und Waschanlage, blieb auch Nissan Europa nicht verborgen. Immerhin verkauft die Auto Baier AG deren Fahrzeuge seit 45 Jahren. Der Vorzeigebetrieb wurde zum Pilotprojekt für kleine Landgaragen bei der Gestaltung von Aussenbereich und Showroom. Reto Baier bezeichnet das als Bonus. Andere Garagen müssen das ebenfalls übernehmen und entsprechend kann er immer wieder andere Schweizer Nissan-Vertreter begrüssen und deren Fragen beantworten.

Freude über das Engagement des Sohnes

Max und Brigitte Baier haben sich inzwischen etwas zurückgezogen und Geschäftsführer ist Sohn Reto Baier. Dass er ihr Lebenswerk übernommen hat, freut sie beide ganz besonders. Doch die Betonung liegt auf «etwas zurückgezogen», denn sie sind immer noch Inhaber und arbeiten mit. Sie hilft im Büro mit und er arbeitet in der Werkstatt.

Engagement und Identifikation

Wenn Max, Brigitte und Reto Baier Bilanz ziehen, sind sie sehr zufrieden. Beide Generationen machen sich keine Sorgen um die Zukunft, denn sie wissen worauf es ankommt, um Erfolg zu haben. Neben einer Marke mit Perspektiven ist das die eigene Leistung und das eigene Engagement. Bei ihnen spürt man: es kommt von Herzen und sie sind authentisch. Die Identifikation mit Marke und Kunden ist hoch. Da kann eigentlich schon fast nichts mehr schief gehen ...

