

Kult-Autocenter mit Dampf

Erst ein heisses Käfeli, dann coole Klänge und Düfte bei der Schlüsselübergabe: So geht bei **Kenny's Auto-Center** der Autokauf. Bei den Eichenbergers führt der Sohn die Tradition des Vaters weiter. Auch im neuen Flagship-Store.

TEXT AURELIA ROBLES
FOTOS JOSEPH KHAQSHOURI

Die Kaffeemaschine dampft. Marc Eichenberger, 38, bereitet sich einen Flat White mit zwei Espresso-Shots zu. Vis-à-vis glänzen die neusten Mercedes-Modelle. Gehts um die Kombination von Auto und Kaffee, ist das Kenny's Auto-Center legendär. Vor Jahren machte Gründer Kenny Eichenberger, 69, die Firma mit seiner Käfeli-Werbung zum Kult. Seit 2016 führt Sohn Marc die Kenny's Gruppe, welche die Marken Mercedes-Benz und Smart vertritt. Als CEO modernisiert er Altbewährtes. Und hebt im neuen Flagship-Store in Dietlikon ZH nicht nur das Kult-Käfel auf ein neues Level.

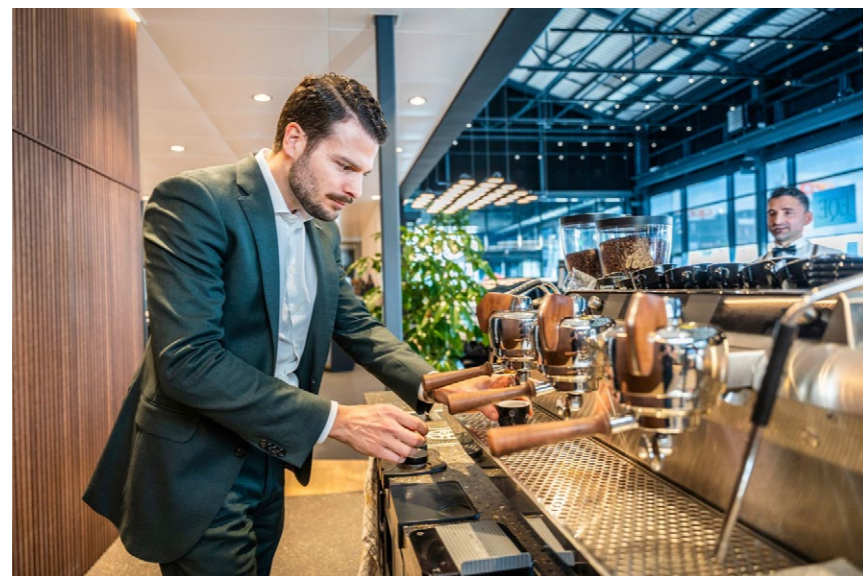
Marc Eichenberger führt durch die Hallen, die einst eine Kranfabrik waren. Wie früher sein Vater geht er täglich durch den Betrieb. Grüezi sagen, die verschiedenen Abteilungen wie die grosse Werkstatt (1600 m²) inspizieren, nah- und ansprechbar für die Mitarbeitenden sein. Den Frauenanteil von 15 Prozent möchte er erhöhen.

Verfrühter Generationenwechsel

Schon als Kind hilft Marc mit seiner älteren Schwester Carla bei Ausstellungen mit, verantwortet die Kinder-ecke, beklebt Prospekte. «Am Abend-tisch war die Firma omnipräsent. Und auf langen Autofahrten telefonierte Kenny – so bekam ich viele Entscheide



Kenny besitzt zehn Autos und hört beim Fahren gern «Y.M.C.A.». Marc (r.) hat ein Firmenauto und empfiehlt Elektromusik. Der bessere Fahrer? «Beide.»



CEO Marc Eichenberger bereitet sich im neuen Flagship-Store in Dietlikon ZH eines der berühmten Käfeli zu. Der Haus-Barista Eddy (r.) serviert bis zu 100 pro Tag.



Leidenschaft für Autos: Kenny Eichenberger chauffiert Sohn Marc im Mercedes-Benz 300 SL. Der lenkt dafür als CEO der Kenny's Gruppe das Auto-Center.

mit.» Trotzdem: Marc will zuerst seinen «eigenen Weg gehen». Der gelernte Informatiker gründet ein IT-Start-up – und verkauft es nach vier Jahren.

Mit 26 steigt Marc ins Familienunternehmen ein. «Allerdings an neutralem Ort, bei der Smart-Vertretung Keto Autocenter AG, wo mein Vater nicht operativ tätig war.» Als Marketingverantwortlicher etabliert er dort Mercedes-Benz im Smart Center. Jährlich gehts höher hinauf. Marc wird Chef der Keto-Gruppe, die damals rote Zahlen schreibt. Fast zeitgleich fällt bei Kenny's jemand in der Geschäftsleitung aus. «Es ergab Sinn, die Firmen zu fusionieren», erklärt Marc. Kenny

zögert. «Ich hatte Respekt wegen den unterschiedlichen Betriebskulturen: Bei Smart war diese jung, dynamisch, bei Kenny's konservativer und vorsichtiger.» Er überlässt Marc die Fusion. «Sozusagen seine Meisterprüfung.»

Der Generationenwechsel ging früher vonstatten, als es Kenny wollte – auch fünf Jahre eher, als Marc gedacht hatte. «Heute habe ich nichts mehr zu sagen», meint Kenny zufrieden. Er hält 20 Prozent der Firmenanteile, sein Sohn 80. «Ich war noch der Patron, der an der Sitzung gesagt hat, wie es läuft. Heute ist das anders.» Marc bezieht sein Team in Entscheidungen mit ein, führt nach dem Selbstverantwortlich-

keitsprinzip. Ein Ruheraum samt Playstation und Barbecue jeden letzten «Do im Mo» halten das Arbeitsklima hoch.

Obwohl der Durchschnittsschweizer sein Auto alle vier bis fünf Jahre wechselt: «Wir müssen in allen Prozessen effizient sein, sonst geht die Rechnung nicht auf.» Die Kundschaft sei besser informiert und verwöhnter als früher, sagen beide. Zum Abschluss eines Verkaufs gibts heute den goldenen Buzzer: Begleitet von Licht, Musik und aromatisiertem Dampf, erhält der Käufer oder die Käuferin das Auto überreicht: «Experience-Handover». Autokauf 2023: Es beginnt mit einem Käfeli und endet mit einer Show. ●