

World of Bike

Das Branchenmagazin für den Motorrad- und Scooterhändler für Deutschland – Österreich – Schweiz



Erfolgs-Gespann

Walter „Zabel“ Maygatt und sein Sohn Sascha führen das House of Flames, Harley-Davidson-Instanz in Ulm und München sowie Sieger im diesjährigen Wettbewerb „Händler des Jahres“. Wir waren in München zu Gast.

Ab Seite 34



präsentiert von



Eine Marke von TOTAL



Viel Maxiroller fürs Geld

Wir haben das neue Kymco-Flaggschiff AK 550i getestet.

Seite 52



Rückkehr auf die Rollerbühne

Lambretta wagt 2018 einen Neustart mit frischem Material.

Seite 09



Außendienst mal ganz anders

Peter Sens von NGK interpretiert seinen Job auf ganz neue Art.

Seite 38





Marken-Botschafter der Extraklasse

Der frisch gewählte „Händler des Jahres“ zeigt beim Redaktionsbesuch sehr eindrucksvoll, warum er 2017 ganz oben auf dem Siegertreppchen steht. Walter Maygatt (Foto oben, ganz vorne), der mit seinem Team den Harley-Markentempel „House of Flames“ unter anderem in München-Ost betreibt, im ausführlichen Portrait.

Wäre Harley-Davidson eine Religion – das „House of Flames“ in der Zamdorfer Straße im Münchner Osten wäre ihre Kathedrale. Wer das voluminöse Gebäude betritt, das auf den ersten Blick zunächst gar nicht mal so mächtig wirkt, beim Rundgang aber schnell seine schiere Präsenz und Fülle offenbart, dem wird klar: Hier werden nicht einfach nur Motorräder verkauft, gewartet, repariert. Hier wird auf satten 1.200 Quadratmetern Showroom – flankiert von einer Werkstatt mit zwölf Hebebühnen, einem hochmodernen Prüfstand, riesigen Lager- und Bereitstellungsflächen – der wahre Markenkult zelebriert. In diesem Haus, das den Charme wiederbelebter Altindustriekomplexe gekonnt nachahmt, wird er greifbar, der Spirit rund um die Kultheisen aus Milwaukee. Hier lebt der Mythos Harley. Ein Umstand, auf den Inhaber und Gründer Walter Maygatt, den in der Szene alle nur „Zabel“ rufen, durchaus stolz ist – auch wenn sich dieser Stolz beim Redaktionsbesuch der „World of Bike“ ein wenig hinter schwäbischem Understatement zu verstecken pflegte, das dem aus dem Raum Ulm

stammenden Wahl-Münchner anhaftet. Deshalb will er sich das Store-Konzept, das die „House of Flames“-Niederlassung in München Ost prägt, auch nicht alleine auf die Fahnen schreiben. „Als wir das Ganze hier geplant haben, bin ich vom Innenarchitekten und dem Team von Harley Deutschland bestens unterstützt worden. Die haben sich da hervorragend eingedacht und eingebracht“, betont Walter Maygatt. Die Machart im „House of Flames“ in München-Ost gilt Harley-intern längst als Paradestück in Sachen Marken-Inszenierung. Etliche Kollegen holen und holten sich hier schon die eine oder andere Anregung.

Authentischer Auftritt

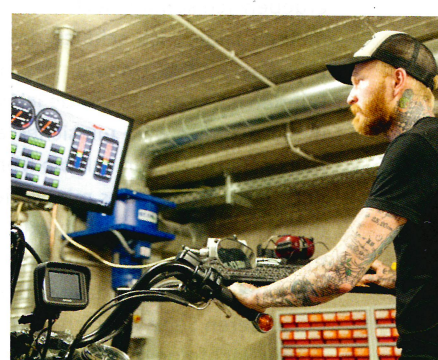
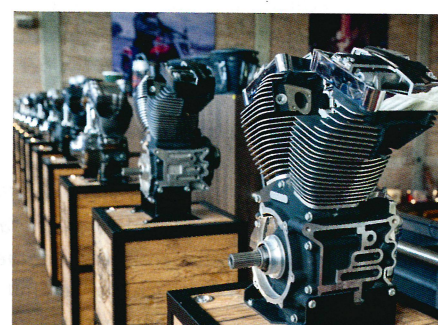
Beim Rundgang durch die Harley-Erlebnislandschaft in der Zamdorfer Straße – in der Nachbarschaft ist die US-Cars-Legende Geiger ansässig, auch der Medien-Gigant Süddeutsche Zeitung residiert in Steinwurfweite – offenbart sich der immense Aufwand, der hinter dieser Form der Kundenansprache steckt, vor allem aber die große Liebe zum Detail, die bei Ausgestaltung und

Dekoration des Showrooms zur Entfaltung kommt. An beinahe jeder Ecke trifft man auf Überraschendes, stets aufs Neue wird die lückenlose Auffächerung des satten Sortiments von Harley-Original-Bekleidung und -Parts flankiert von pfiffigen Gestaltungs- und Hingucker-Elementen, die Atmosphäre schaffen und den Charakter der Präsentation unterstreichen – ohne dass das Ganze gleich überladen wirkt. Die meisten der Ausstellungsstücke – mal ist es ein in Ehren ergrautes Verkehrsschild, mal eine lebensgroße Figur eines Highway-Polizisten – hat Walter Maygatt von seinen zahllosen Reisen durch die USA mitgebracht. Die über die Jahre anhaltende Sammelleidenschaft des Mitt-Fünfzigers hat derart viel Material abgeworfen, dass im Obergeschoss des Münchner Stores sogar eine eigene Museums-Ecke gefüllt werden konnte – mit unzähligen Gadgets im Stil und Zeitgeist der großen Jahrzehnte von Harley-Davidson. Die Ära von Walter Maygatt begann 1984 in einer kleinen Werkstatt bei Ulm. Dort kümmernte sich der US-Bike-Fan – unterstützt von seinem Kumpel Reiner Häfele, der noch heu-

te als Verkaufsleiter an seiner Seite steht – von Anfang an um die Kultheisen aus Milwaukee. Klassische Schrauberjobs, ein bisschen Handel mit gebrauchten Bikes, vor allem aber das Pimpen der Optik seiner Motorräder reizte den Autodidakten. Und schnell nahm sich der Schwabe die damals eher wenig aufsehenerregenden Original-Räder der US-Bikes vor – mit klarem Ziel: „Je breiter, desto besser“, erinnert sich Walter Maygatt an die Stoßrichtung, wenn es um Entwicklung und Bau seiner ersten Speichenfelgen für ordentlich spektakuläre Walzen an der Hinterhand ging. „Früher war cooles Aussehen noch viel wichtiger, als es vielleicht heute ist. Dem haben wir eben Rechnung getragen.“ Dieser Geschäftsansatz zündete in der Szene. Die Maygatt-Firma HPU – wie sie da schon hieß und noch heute heißt – und ihre sich stetig weiterentwickelnde Range an Customparts, die heute einen dicken Katalog füllt, hatte bald Klang in der Harley-Community.

Den Klang aus Süddeutschland vernahm man auch in der Harley-Deutschland-GmbH. Die Verantwortlichen dort boten Walter Maygatt 1999 an, die Vertretung in Ulm zu übernehmen und offizieller Harley-Dealer zu werden. Ein Angebot, das Walter Maygatt nicht ausschlug. Er griff zu, entwickelte sein Geschäft stetig weiter und wagte 2001 den Sprung vom ländlich-gemütlichen Idyll Ulm nach München, in die pulsierende Hauptstadt im Alpen-Vorland. In der Zamdorfer Straße, damals noch in einem Gebäude mit der Hausnummer 4, lief das Geschäft in der Bayern-Metropole an. 2011 kam das „House of Flames“ in der Anton-Böck-Straße im Münchner Westen hinzu. Dort wagte Walter Maygatt gleich auch das nächste Abenteuer: Er wurde Gastronom. Das „Flames – American Bar und Grill“ passt zum Markenauftritt, ist für den Motorrad-Mann aber klar dem Kernzweck seines Geschäfts untergeordnet. „Das Ganze soll sich rechnen, keine Frage. Ich sehe das aber vor allem als wirksame Kundenbindungsmaßnahme“, betont der Unternehmer, der seinem Schaffen 2016 mit dem Umzug des Standorts in der Zamdorfer Straße und dem Bau einer der größten Harley-Handelsniederlassungen in Europa eine vorläufige Krone aufsetzte.

Der Expansionsdrang im Hause Maygatt ist indes noch nicht gestillt. Vor allem auch, weil Walter Maygatt seine Nachfolge längst geregelt, seinen Sohn Sascha als weiteren Geschäftsführer an Bord genommen und damit die langfristige Ausrichtung des Familienbetriebs gesichert hat. Walter und Sascha Maygatt, der aktuell die Niederlassung in Ulm führt, haben bereits einen neuen Standort im Visier. In nicht allzu ferner Zukunft soll auch in Rosenheim ein „House of Flames“ das Harley-Fieber anheizen.



Das Siegerinterview mit dem „Händler des Jahres“ 2017



Schwaben-Power: Walter Maygatt (li.) hat auch mit Mitte 50 noch reichlich Spaß an seinem Geschäft. Mit Sascha Maygatt (re.) steht schon ein Nachfolger bereit.

Walter Maygatt ist mit seinem „House of Flames“ und drei Standorten in Ulm und München binnen zweier Jahrzehnte zu einer echten Harley-Davidson-Institution in Süddeutschland gereift. Wir sprachen mit dem „Händler des Jahres“ 2017 über seine Motivation und darüber, wie er die Zukunft für sich und sein Haus bewertet.

Mit Mitte 50 haben viele Händler bereits den Ruhestand im Visier. Ist Walter Maygatt ebenfalls bereits ein „Rentner in spe“?

Eigentlich hatte ich mal vor, mit 50 aufzuhören. Das hat sich aber irgendwie anders ergeben. Ich komme nach wie vor gerne in meinen Laden, ich schätze das Netzwerk und das soziale Umfeld, das damit verbunden ist, sehr. Das würde ich schon vermissen. Und es wäre mir sicher langweilig, nur zu Hause zu sein. Ich bin froh, dass ich das machen kann, was mir seit jeher Spaß macht. Ich bin in der glücklichen Lage, mein Hobby zum Beruf gemacht zu haben. Mal sehen, wie lange das noch anhält. Auf der anderen Seite weiß ich aber auch, dass meine Nachfolge bereits geregelt ist.

Apropos Nachfolge. Dein Sohn Sascha ist bereits als Geschäftsführer mit in der Firma, führt die Niederlassung in Ulm. Muss-test du ihn lange überzeugen?

Nein. Das hat sich ergeben. Sascha hat von Anfang an mitgearbeitet im Betrieb und ist in die Aufgabe hineingewachsen. Wir haben zusammen ein sauberes System auf die Beine gestellt, haben viele zentrale Prozesse – die Buchhaltung beispielsweise oder das Marketing – in Ulm konzentriert, so dass wir uns in den Niederlassungen voll auf das Fahrzeug- und Zubehörgeschäft konzentrieren können. Das macht die Sache doch wesentlich einfacher.

Wie läuft es aktuell, wie verteilt sich dein Umsatz, wie beurteilst du die Geschäftslage?

Es läuft sehr gut. Der Umsatz mit Fahrzeugen macht etwa 60 Prozent des Gesamterlöses aus, der Rest verteilt sich auf Werkstatt, Bekleidung, Zubehör. Grundsätzlich können wir sagen: Ein guter Fahrzeugverkauf befeuert auch die weiteren Umsatzbereiche. Wir haben einen großen

Shop, könnten aber auch schon wieder größer sein. Grundsätzlich schätze ich die Geschäftslage für die nächsten fünf Jahre als stabil ein.

Kundenbindung ist ein zentrales Element in eurer Geschäftsphilosophie. Was tut ihr alles für eure Kunden?

Wir organisieren zahlreiche Veranstaltungen – alleine vier Open Houses im Jahr – und sind auch punktuell bei Veranstaltungen hier in München präsent. Wir veranstalten geführte Kundenausfahrten, informieren unsere Kunden regelmäßig über einen Newsletter und sind auf Facebook aktiv. Grundsätzlich sind wir bestrebt, all unser Handeln am Kunden auszurichten, ihm viele Vorteile anzubieten, etwa bei jedem Werkstattaufenthalt ein Ersatzfahrzeug zur Verfügung zu stellen, generell möglichst hundertprozentig auf seine Wünsche einzugehen – auch wenn es für uns mitunter mal gehörig anstrengend wird. Auf diese Weise fühlt er sich gut umsorgt.

Vielen Dank für das Gespräch!