

**Martin Schachinger, Inhaber des Unternehmens Sound on Wheels im Gewerbepark Ost zu Gast beim Redlhamer Wirtschaftstalk
Redlham, 05. Februar 2013, 08:00 Uhr**

Martin Schachinger betreibt seit einigen Jahren ein erfolgreiches Unternehmen im Bereich Autotuning. Die Firma ist einzigartig in der Region und Herr Schachinger hat am 05.02.2013 über sein außergewöhnliches Geschäft erzählt.

Die Firma Sound on Wheels ist ein relativ junges Unternehmen. Wann wurde es gegründet? Was ist Ihr Kerngeschäft? Beschäftigen Sie Mitarbeiter?

Das Gründungsjahr der Fa. Sound on Wheels war 2004. Das Hauptgeschäft ist der Einzelhandel mit Autoradios, Auto-soundsystemen und deren Einbau.

Auch komplette Autotunings, bei denen nicht nur ein Soundsystem eingebaut wird, sondern im Fahrzeug der komplette Innenraum getunt wird, werden von mir durchgeführt. Die dabei anfallenden Näharbeiten, sowie die Lackier- und Airbrusharbeiten im Außenbereich werden an Spezialisten weitergegeben.



Ein weiteres Standbein ist der Verkauf und der Einbau von Navigationssystemen und Freisprecheinrichtungen, sowohl im privaten als auch im geschäftlichen Bereich.

Im geschäftlichen Bereich nimmt auch der Einbau von sogenannten Sat-Alarm-Boxen zu, mit denen die Fahrzeuge über GPS geortet werden können und welche Aufzeichnungen über die Fahrten und über den Kilometerstand usw. auf einer Festplatte speichern. Dadurch müssen keine manuellen Fahrtenbücher mehr geführt werden, Kundenaufträge können genau abgerechnet werden, bei einem Unfall schickt diese Box automatisch ein Notsignal an die Einsatzzentrale oder bei einem Diebstahl kann das Auto rasch geortet werden.

Im privaten Bereich werden neben den Autoradios mit integrierter Freisprecheinrichtung auch Fernsehbildschirme mit DVD-Player in die Kopfstützen eingebaut.

Mitarbeiter beschäftige ich nicht. Ich habe ein gutes Zeitmanagement und da bei größeren Projekten sowieso Stehzeiten entstehen, kann ich dazwischen viele kleinere Aufträge rasch erledigen.

Welchen Beruf haben Sie gelernt und was waren Ihre Beweggründe zur Selbstständigkeit?

Gelernt habe ich Radio- und Fernsehetechniker bei der Fa. Expert Thaller in Attnang-P. Nach der Lehre wurde ich zusätzlich als technischer Verkäufer eingesetzt. Bereits damals habe ich mich sehr für Car-HiFi und Autotuning interessiert. So kam es, dass ich bei der Fa. Thaller eine eigene Car-HiFi-Abteilung aufbaute. Nach der Pensionierung von Herbert Thaller wurde das Unternehmen umstrukturiert und ich

habe mich für die Selbständigkeit entschieden.

Wie entwickelte sich das Unternehmen seit seinen Anfängen? Welche Klientel gehört zu Ihrem Kundenstock? Wie werben Sie Kunden?

Das Geschäft ging von Anfang an gut. Da die Car-HiFi Abteilung der Fa. Thaller aufgelassen wurde, konnte ich den bestehenden Kundenstock übernehmen. Derzeit habe ich ca. 1600 Kunden in meiner Kartei, wobei davon ca. 1/3 Stammkunden sind. Der Großteil meiner Kunden kommt aus den Bezirken Vöcklabruck und Gmunden.

Etwa 90 % meiner Tätigkeit umfasst den Verkauf und den Einbau von Autosoundsystemen und Tunings. Dabei will die Gruppe der 18 bis 25jährigen vor allem sehr laute Anlagen mit starken Subwoofern, deren Bässe das Auto zum Beben bringen.



Die nächste Altersklasse geht bis ca. 30 Jahre, sie haben einen größeren finanziellen Spielraum und investieren häufig in Gesamtpakete (Sound und Tuning). Eine weitere Gruppe umfasst die Ü30 Generation und Menschen die beruflich viel Zeit im Auto verbringen – sie legen Wert auf ein perfektes Klangerlebnis und eine unkomplizierte Bedienung von Freisprecheinrichtung und Navi.

Das wichtigste Werbeinstrument ist für mich die Mundpropaganda. Car-HiFi Anlagen sind eine Prestigesache und sehr oft mit Wetteifern im Freundeskreis verbun-

den – jeder will die beste bzw. die lauteste Anlage haben.

Große Bedeutung in meiner Branche hat auch die Teilnahme an Tuningtreffen. Da trifft man Gleichgesinnte und kann wichtige Kontakte knüpfen. Ich nehme im Jahr an ca. 10 Treffen teil, dabei stelle ich meine eigenen zwei Autos aus, die natürlich mein Unternehmen und mein Können repräsentieren.

Wann und Warum haben Sie sich im Gewerbepark Ost in Redlham angesiedelt? Wie beurteilen Sie den Standort und wie nutzen Sie die lokalen Begebenheiten?

Die ersten Jahre war ich in der „Dünstingerhalle“ in Schwanenstadt eingemietet. Als der Platz zu eng wurde, habe ich mich auf die Suche nach einem größeren Mietobjekt gemacht. Allerdings wäre der Mietpreis für eine Halle mit meinen Wunschvorstellungen extrem hoch gewesen und bei den meisten Mietobjekten wären weitere Investitionen für Einbauten und Adaptierungen notwendig geworden.

Der Ankauf des Grundstückes im Gewerbepark Ost in Redlham war eine wichtige und richtige Entscheidung. Nach einer reibungslosen Bauzeit (die bauausführende Firma ist mein direkter Nachbar) übersiedelte ich im Jahr 2008 in meine neue Betriebsstätte. Die Lage und Erreichbarkeit ist optimal und inmitten eines Gewerbegebietes kann ich auch ohne Nachbarbeschwerden Soundsysteme testen.



Welche Auswirkungen hatte die Wirtschaftskrise 2008/2009 auf Ihr Unternehmen?

Die Wirtschaftskrise ist eigentlich spurlos an meiner Firma vorübergegangen. Allerdings hat sich der Atomunfall in Fukushima im Jahr 2011 auf Grund von extremen Lieferschwierigkeiten negativ auf mein Unternehmen ausgewirkt. Zum einen waren die Autoradios versandfertig in den Lagern in Fukushima, wurden verstrahlt und konnten nicht mehr ausgeliefert werden und zum anderen konnten die Hersteller oder die Subunternehmer in Japan wegen des Supergaus nicht für Nachschub sorgen, weil die Produktion vorübergehend eingestellt wurde.

Welchen Service bieten Sie Ihren Kunden an und welche Bedeutung hat der Online-Handel in ihrer Branche?

Einmal im Monat biete ich eine kostenlose dB-Messung an. Da dürfen alle teilnehmen, auch wenn die Anlage nicht von mir ist. Und wenn die Anlagen, die bei mir gekauft wurden nur um 1 Dezibel lauter sind als die vom Diskonter, ist das die beste Werbung für mich.

Ich biete zwar einen Online-Shop an, allerdings wird dieser kaum genutzt. Meine Produkte muss man sehen und hören und meistens ist auch eine gezielte Beratung notwendig. Die Kunden, die online bestellen, sind Kenner und haben das Produkt meist vorher schon gesehen und kaufen nur deshalb übers Internet ein, weil sie für die Selbstabholung zu weit entfernt wohnen.

Was sind Ihre Zukunftsperspektiven? Wo sehen Sie Entwicklungsmöglichkeiten?

Großes Potential sehe ich für mich noch im Firmenkundenbereich für den Einbau von Freisprecheinrichtungen. Zum Teil arbeite ich schon mit den umliegenden Autohäusern erfolgreich zusammen, aber die wirklich großen Autohändler sehen mich eher als Konkurrenz.

Die Entwicklungen im Bereich der neuen Medien und Kommunikationstechnologien sind sehr schnelllebig. Das Wichtigste ist, dass ich immer auf dem aktuellsten Stand der Technik bin, um meinen Kunden die passenden Produkte und Lösungen anbieten zu können.

