



23.03.2022

GLASURIT CLASSIC CAR COLORS: „60 PROZENT UNSERES UMSATZES GENERIEREN WIR MIT OLDTIMERN“

Kanada, Russland, Österreich – Im beschaulichen Rosengarten bei Hamburg stehen Old- und Youngtimer aus der ganzen Welt. Denn Krüger Classic, die Werkstatt von Helge Krüger, hat sich mit der Restaurierung und Instandsetzung der automobilen Schätze in dem Segment einen Namen gemacht.

FAMILIENBETRIEB MIT HERZ FÜR CLASSIC CARS

Inhaber Helge Krüger führt den 1973 gegründeten Familienbetrieb in zweiter Generation und „die dritte Generation steht schon in den Startlöchern“, wie er im Videointerview mit schaden.news erzählt. Rund 60 Prozent des Umsatzes generiert der Betrieb inzwischen durch Classic Cars. Das Geschäftssegment ist über die Jahre kontinuierlich gewachsen und hat vor allem in der Corona-Krise 2020 dafür gesorgt, dass Umsatzeinbrüche in der reinen Unfallschadenreparatur ausgeglichen werden konnten.

„NETZWERK WEITER PROFESSIONALISIEREN“

Seit über zehn Jahren ist Krüger Classic außerdem Teil des [Classic Car Colors-Netzwerkes](#) vom Werkstattnetz ColorMotion und der Reparaturlackmarke Glasurit. Dieses soll nun neu aufgebaut werden, wie Jürgen Book, Leiter und Gründer des Netzwerkes, erklärt: „Wir sind dabei, das Netzwerk weiter zu professionalisieren und suchen dafür Partner, die dieses Geschäftsfeld professionell betreiben. Dabei geht es mehr um Qualität als um Quantität.“ Dabei betont er, dass die Restaurierung aufgrund ihrer speziellen Anforderungen kein Lückenfüller sein soll.

NEUE SEMINARE RUND UM RESTAURIERUNG

Die Türen stünden dennoch auch Betrieben offen, die möglicherweise noch keine langjährige Erfahrung vorzuweisen haben, sich aber in diesem Segment besser aufstellen wollen. Eigens dafür hat

das Werkstattnetz zwei neue Seminare ins Leben gerufen. „Bei Classic Technik geht es vorrangig um Lackierverfahren, Qualitäts-Lackaufbauten mit chromatfreien Produkten, Farbtonfindung und die schonende Behandlung von Altlackierungen. Im Seminar Classic Business geben wir Anstöße, wie man sich in diesem Geschäftsfeld positioniert, um auch Geld damit zu verdienen“, führt Jürgen Book aus.

Die Seminare werden in dieser Woche erstmals auch bei der Oldtimer-Messe Techno-Classica in Essen vorgestellt.

MIT SOCIAL MEDIA ZU NEUEN KUNDEN

Wie man sich positioniert und vor allem auch richtig vermarktet, zeigt Helge Krüger. Seit zwei Jahren ist der Betriebsinhaber auf verschiedenen Social Media-Kanälen wie Instagram, TikTok und Facebook unterwegs. Dort gibt er mit Videos regelmäßig Einblick in die Arbeiten an Old- und Youngtimern. Und das mit Erfolg: „Wir bekommen inzwischen vermehrt Anfragen über diese Kanäle“, verrät er. Das Prinzip funktioniert ähnlich wie Mund zu Mund Propaganda: Jeder Follower hat ein eigenes Netzwerk, aus dem dann wiederum Oldtimer-Liebhaber auf Krüger Classic aufmerksam werden.

NEUBAU GEPLANT

Doch auch wenn in Rosengarten der Fokus auf der Erhaltung alter Fahrzeuge liegt, muss Helge Krüger sich und seinen Betrieb zukunftsfähig aufstellen. Dafür plant er demnächst den Neubau einer Lackiererei, die dann durch regenerative Energien betrieben wird, um den aktuell steigenden Energiepreisen entgegenzuwirken.

Carina Hedderich