

Chinesen nehmen Kurs auf die Ostschweiz

Mit BYD und Denza erweitert die St.Galler City-Gruppe ihr Markenportfolio um zwei chinesische Automarken mit starkem Elektro- und Premiumfokus. City-CEO Gregor Bucher erklärt, warum die neuen Marken eine eigene Zweigniederlassung erhalten, wie Vertrauen im regionalen Markt aufgebaut werden soll und weshalb Service, Beratung und Betreuung über den Erfolg entscheiden.

Gregor Bucher, die City-Gruppe übernimmt die Vertretung von BYD in St.Gallen und Appenzell sowie die Verantwortung für Denza in der Bodenseeregion. Was bedeutet dieser Schritt für Sie?

Für uns ist das ein wichtiger strategischer Schritt. Die Automobilbranche verändert sich stark, technologisch, wirtschaftlich und im Kundenverhalten. Mit BYD ergänzen wir unser Markenportfolio mit Fokus auf Elektromobilität, Batterietechnologie und ein starkes Preis-Leistungs-Verhältnis. Zudem bereiten wir uns auf Denza als spannende Ergänzung im Premiumsegment vor. Für diese Marken haben wir eine eigene Zweigniederlassung gegründet: die City Cars St.Gallen. Nach aussen treten wir mit BYD St.Gallen auf und bereiten den Auftritt für Denza St.Gallen vor. So geben wir den Marken eine eigene Identität, bleiben aber gleichzeitig Teil der City-Gruppe.

BYD ist global stark, in der Ostschweiz aber noch nicht breit verankert. Wie wollen Sie daraus eine hier vertraute Marke machen?

Ein «Neuling» wird vor allem durch persönliche Erfahrung zur vertrauten Marke. Dort setzen wir an: Die Ostschweizer sollen BYD und Denza direkt erleben können: anschauen, Probefahren, vergleichen und Fragen stellen. Unsere Aufgabe ist es, die globale Stärke von BYD und Denza in der Region erlebbar zu machen, mit einem professionellen Auftritt, ehrlicher Beratung und einem verlässlichen Ansprechpartner vor Ort.

«Der Schweizer Markt ist offen für neue Angebote.»

Und wie stark werden BYD und Denza künftig in der Schweiz vertreten sein?

Bei BYD betreuen wir ein Gebiet von der Stadt St.Gallen und den umliegenden Regionen über Appenzell bis Richtung St.Margrethen sowie Egnach. Für Denza bereiten wir uns auf die Verantwortung in der Bodenseeregion vor. Dieses Gebiet umfasst neben der Gallusstadt, der umliegenden Region und Appenzell auch grosse Teile des Thurgaus. Mit BYD St.Gallen und, sobald finalisiert, Denza St.Gallen schaffen wir für beide Marken einen klaren lokalen Auftritt. Entscheidend ist für uns nicht nur die geografische Abdeckung, sondern vor allem die Qualität der Betreuung, von der Beratung bis zum Service.

Ist der Markt bereit für chinesische Automarken im grösseren Stil?

Ich bin überzeugt: Der Schweizer Markt ist offen für starke neue Angebote. Schweizer Kunden schätzen vor allem Qualität, Sicherheit, Werterhalt, Service und



ein überzeugendes Gesamtpaket. Herkunft allein spielt heute eine kleinere Rolle als früher. Chinesische Hersteller wie BYD überzeugen mit moderner Technologie und exzellenten Fahrzeugen.

Viele Kunden haben Vorbehalte bezüglich Qualität, Sicherheit, Datenschutz, Ersatzteilversorgung oder Werterhalt. Berechtigt?

Wir freuen uns über jedes Interesse und beantworten alle Fragen gerne. BYD hat in den letzten Jahren enorme Fortschritte bei Qualität und Sicherheit gemacht und steht heute technologisch ganz vorne. Bei Datenschutz, Ersatzteilversorgung, Garantie und Service setzen wir auf klare Prozesse, verlässliche Importstrukturen und geschulte Mitarbeiter. Wer bei uns ein BYD- oder Denza-Fahrzeug kauft, kann sich auf eine erstklassige Betreuung nach dem Kauf verlassen.

BYD ist nicht nur Autohersteller, sondern auch ein bedeutender Anbieter von Batterietechnologie. Hilft dieser Hintergrund?

Sehr stark. Die Batterie ist das Herzstück eines Elektrofahrzeugs. Dass BYD diese selbst entwickelt und produziert, ist ein riesiger Pluspunkt. Ein Beispiel ist die neue Blade-Batterie 2.0 mit Flash-Charging-Technologie. BYD spricht hier von Ladeleistungen von bis zu 1500 kW! Unter idealen Bedingungen ist eine Ladung von zehn auf 70 Prozent in rund fünf und von zehn auf 97 Prozent in rund neun Minuten möglich ... Beeindruckend ist die Lithium-



Gregor Bucher:

**Verlässlicher
Partner.**



Eisenphosphat-Technologie: sicher, stabil, langlebig und gleichzeitig extrem schnellladefähig. Weil BYD Batterie, Fahrzeug und Leistungselektronik optimal aufeinander abstimmt, gehört sie in diesem Bereich zur technologischen Spitze.

Und wie positionieren sich BYD und Denza innerhalb des Konzerns?

BYD, Build Your Dreams, ist die Hauptmarke; sie steht für moderne Elektro- und Plug-in-Hybrid-Fahrzeuge mit einem hervorragenden Verhältnis von Technologie, Qualität und Preis. Damit spricht der Konzern eine breite Kundengruppe an. Denza ist als Premiummarke darüber positioniert und richtet sich an Menschen, die noch mehr Komfort, Ausstattung, Design und Premium-Erlebnis wünschen. Für uns steht aktuell BYD im Fokus; wir bereiten uns gleichzeitig auf die Einführung von Denza vor.

Muss eine chinesische Premiummarke mehr leisten, um ernst genommen zu werden?

Im Premiumsegment muss jede Marke in der gesamten Kundenerfahrung überzeugen. Das beginnt beim Produkt: Design, Verarbeitung, Fahrkomfort, Technologie, Bedienung und Qualität werden nur auf höchstem Niveau toleriert. Genauso wichtig sind ein professioneller Auftritt, kompetente Beratung, perfekte Übergabe und langfristiger Service. Wer in ein Premiumfahrzeug investiert, erwartet ein rundum überzeugendes Gesamtpaket, und genau das wollen wir mit Denza bieten.

Seit dem 1. Juni sind BYD und Denza im Pop-up-Store im Westcenter zu erleben. Warum starten Sie in einem Einkaufszentrum?

Der Umbau an der Fürstenlandstrasse nimmt mehr Zeit in Anspruch, als wir geplant hatten. Gleichzeitig haben wir in den letzten Monaten gespürt, dass das Interesse an BYD und Denza stark zunimmt. Deshalb war klar: Wir wollen die

«Ein ‹Neuling› wird primär durch persönliche Erfahrung zur vertrauten Marke.»

Marken rasch sicht- und erlebbar machen. Das Westcenter an der Herisauerstrasse in St.Gallen eignet sich dafür hervorragend: niederschwellig, nah bei den Menschen und optimal, um spontan mit BYD und perspektivisch auch mit Denza in Kontakt zu kommen.

Der definitive Showroom an der Fürstenlandstrasse soll im November eröffnet werden.

Ja, der Pop-up-Store ist der gelungene Einstieg; der Showroom an der Fürstenlandstrasse wird die dauerhafte Heimat für BYD und Denza. Dort schaffen wir ein vollständiges Markenerlebnis: Beratung, Probefahrt, Konfiguration, Finanzierung, Ablieferung und Service aus einer Hand. Der Standort wird modern und einladend gestaltet. BYD und Denza stehen für innovative Technologie, das soll man beim Betreten sofort spüren. Gleichzeitig bleibt es bodenständig, persönlich und verlässlich, ganz im Stil der City-Gruppe.

Neue Marken müssen über Jahre hinweg bei Service, Software, Garantie, Ersatzteilen und Wiederverkauf überzeugen. Wie stellen Sie das sicher?

Ein Autohaus beweist seine Qualität vor allem im After-Sales. Dort investieren wir konsequent: Wir schulen unsere Leute intensiv, bauen Prozesse, Werkstattausrüstung und Diagnosekompetenz auf und sorgen für klare Zuständigkeiten. Service, Software-Updates, Garantieabwicklung, Ersatzteilversorgung und Wiederverkauf sind für uns zentrale Erfolgsfaktoren. Als City-Gruppe bringen wir jahrzehntelange Erfahrung im Markenaufbau und im Kundenservice ein und setzen diese nun für den Erfolg von BYD und Denza ein.

Die City-Garage AG ist seit Jahrzehnten in der Region verankert. Wie wichtig ist dieses Vertrauen?

Enorm wichtig. Viele kennen die City-Garage seit Jahren oder sogar seit Generationen. Sie wissen, wie wir arbeiten und dass wir langfristig denken. Unser regionaler Hintergrund gibt den Kunden zusätzliche Sicherheit: Sie kaufen nicht bei einem anonymen Anbieter, sondern bei einem verlässlichen Partner, der hier verwurzelt ist und Verantwortung übernimmt.

Wenn Sie ein Jahr vorausblicken: Woran messen Sie, ob der Start gelungen ist?

Für mich ist er dann gelungen, wenn BYD in der Region sichtbar und beliebt geworden ist, wenn viele Probefahrten stattfinden und die ersten Kunden rundum zufrieden sind. Das gilt auch für Denza. Nach einem Jahr möchte ich sagen können: Wir haben den Grundstein für ein langfristiges und erfolgreiches Geschäftsfeld gelegt.

Text: Stephan Ziegler

Bild: Marlies Beeler-Thurnheer