Der neue Funke: Die 9 Meter hohe Ausstellungshalle mit Kundenzentrum und zwei Direktannahmen

Runderneuert

Autohaus Funke / Betriebsmodernisierung und Integration von Saab als zweiter Marke

VON DIETER RADL

Alles dreht sich um den Kunden im neuen Haus

Blick in die neue Ausstellung für Opel und Saab

Der Zahn der Zeit verschont nichts und niemanden: Auch das Opel Autohaus Funke in Neubeckum hatte darunter zu leiden. Die spezifischen Symptome: Ein Ausstellungsraum, der zwar stolze 1.370 qm maß, jedoch mit dunklen Betonsteinen gepflastert und nicht beheizbar war. Auch die Beleuchtung erwies sich als sehr spärlich und völlig veraltet. Der Eingang orientierte sich zwar zur Hauptstraße hin, war vom Kundenparkplatz aus aber kaum zu finden. Ebenso das viel zu kleine Kundenzentrum, das nur über eine Stahltür an die Ausstellungshalle angebunden war. Eine Direktannahme fehlte völlig.

Um im Service und im Verkauf seine Kunden wieder optimal bedienen zu können, entschloss sich Rolf Funke zu einschneidenden Verbesserungen für sein Autohaus. Ganz oben auf der Wunschliste standen zwei Direktannahmen. Rolf Funke: „Ich hatte mir von verschiedenen Planungsbüros Vorentwurfskonzepte erstellen lassen. Bei der genauen Analyse wurde sehr schnell klar, dass das Konzept der Planungsgruppe beichler + rohr sowohl von den Kosten wie auch von den Betriebsabläufen optimal war. Die Kostensicherheit war für mich wichtig, diese habe ich auch anhand der Referenzobjekte von beichler + rohr überprüft."

Teilabriss und Neubau

Die Kernpunkte der Planung von beichler + rohr: Abriss eines Teils der niedrigen Ausstellungshalle, um an dieser Stelle eine ca. 9 m hohe Ausstellungshalle mit Kundenzentrum, zwei Direktannahmen und Verwaltung im 1. Obergeschoss zu bauen.

Das Opel Autohaus Funke liegt an der Bundesstraße 475 und ist entlang einer rechtwinkelig verlaufenden Erschließungsstraße über eine breite Einfahrt zu erreichen. Hinter dem großen Kundenparkplatz, mit der Gebrauchtwagenpräsentation zur Straßenseite, empfängt den Kunden die neue, spektakulär um 10 Grad nach hinten geneigte Ausstellungshalle mit Haupteingang und zwei Direktannahmen. Sie ragt ca. 7 m weiter in Richtung Bundesstraße und zieht so und durch die auffällige Konstruktion die Aufmerksamkeit der Autofahrer auf sich. Durch den neuen Haupteingang betritt der Kunde die neue Halle und steht direkt im Kundenzentrum.

KENNDATEN DES BETRIEBS	
Autohaus Opel Funke, Up'n Kiwitt 2, 59269 Beckum	
Umbau	
→ Architekt	beichler + rohr, Bremen
Flächen (in qm)	
→ Grundstück	13.163
→ Nettogeschossfläche (Nutzfläche)	3.419
→ Showroom-Fläche	1.698
→ GW-Ausstellung rund ums Haus	1.800
Kosten in Euro (ohne MwSt.)	
→ Reine Baukosten und Betriebseinrichtung	1.400.000
Kennzahlen (Unternehmensgruppe gesamt)	
→ Mitarbeiter (davon Azubi)	77 (13)
→ Werkstattdurchgänge pro Tag	55 - 60
→ Opel Planzahl NW Verkäufe 2004	1.100
→ Saab Planzahl NW Verkäufe 2004	50
→ Gebrauchtwagen Planzahl 2004	1.000

An das neue Kundenzentrum schließen alle Funktionen des Autohauses Funke direkt an: Die zwei Direktannahmen, die Ausstellung, der Teileverkauf und die Werkstatt. Das Kundenzentrum wurde als Kundenkommunikationsfläche sehr großzügig mit Café, ADAC-Shop, Autovermietung und Teileshop gestaltet. Hier erhält der Kunde alle gewünschten Informationen und kann von hier aus fast die gesamte Ausstellung überblicken. Die Verwaltung sowie das Büro von Rolf Funke im 1. Obergeschoss über dem Haupteingang haben von oben den totalen Überblick, man kann fast alle Abläufe im Autohaus übersehen. Die vorhandene Ausstellungshalle wurde mit einem hellen Fliesenboden auf einer Industriefußbodenheizung, mit Oberlichtbändern und einer neuen Beleuchtung so umgestaltet, dass sie wie ein Neubau wirkt. Generell sind die Übergänge zwischen neuer und vorhandener Architektur zwar ablesbar, aber trotzdem wirkt das Gesamtkonzept wie selbstverständlich und aus einem Guss. Dabei war der Umbau des bestehenden Autohauses alles andere als leicht (auch für alle Mitarbeiter).

Architekt Reinhard Beichler: „Wir mussten, bis auf die Werkstatt, das gesamte Autohaus umbauen. Um die Abläufe so gering wie möglich zu stören, haben wir in mehreren Abschnitten den Umbau vollzogen. Durch eine gut abgestimmte Werbekampagne während der Umbauzeit konnte der Umsatz des Betriebes sogar gesteigert werden. Man muss dem Kunden die Umbauzeit mit vielen Angeboten und Aktionen nur schmackhaft machen."

Umbau in 3 Abschnitten

Der Umbau vollzog sich in drei Bauabschnitten:

1. Abschnitt: Bau von drei mobilen (rollbaren) Verkaufsbüros für die gesamte Bauphase. Umbau der rechten Hälfte der Ausstellungshalle mit Fußbodenheizung, Betonboden mit Fliesen, Oberlichtbändern, neuer Beleuchtung, neuen Toiletten und Malerarbeiten.

2. Abschnitt: Umzug der vorhandenen Verwaltung und der Verkäufer in die umgebaute Ausstellungshallenhälfte. Teilabriss von vier Achsen der linken Ausstellungshalle. Neubau der 10 Grad geneigten Ausstellungshalle mit Kundenzentrum, Direktannahme und Verwaltung im 1. Obergeschoss.

3. Abschnitt: Umzug der Verwaltung und der Verkäufer in das neue Kundenzentrum. Abriss der alten Reparaturannahme und Umbau zur Lagererweiterung. Neubau der Gebrauchtwagenausstellungsfläche im Außenbereich.

Nach dem Umbau wurde zusätzlich die Marke Saab im Autohaus integriert. Dies war zwar nicht langfristig geplant, ein Autohaus muss aber auf solche Anforderungen bzw. Chancen des Marktes schnell reagieren können. Die Marke Saab hat in der neuen Ausstellungshalle ihren separaten Bereich mit eigenem Eingang. Im hinteren Bereich der Ausstellungshalle wurde die neue Auslieferung integriert.

Das Fazit von Rolf Funke: „Der Umbau hat sich in allen Punkten für uns gelohnt. Die Atmosphäre ist überhaupt nicht vergleichbar mit unserem alten Betrieb. Wir haben hier in allen Bereichen das Optimale mit unserem bestehenden Betrieb erreicht. Die Betriebsabläufe konnten trotz der Erweiterung verkürzt und verbessert werden, unsere Umsatzerwartungen wurden bei weitem übertroffen. Als Fazit kann man nur sagen: Man hätte dies schon viel früher umsetzen sollen!" ◘

Schräger Charme: Keine Angst, die Statik hält