

Vier Marken-Autohaus

Vier unter einer Decke

Planungsgruppe Beichler + Rohr entwirft fiktives Mehrmarkenautohaus

Vier Marken in einem Autohaus vereint – das ist seit der neuen GVO durchaus möglich. Ein solches Vier-Marken-Autohaus entwarf – zumindest fiktiv – die „planungsgruppe beichler + rohr“. Der Entwurf zeigt, dass bei kluger Planung die durch die Hersteller gewünschte klare Trennung eine gemeinsame Nutzung von Ressourcen nicht ausschließt. Auch muss das Unternehmen durch eine Investition nicht für immer festgelegt sein.

Das Musterautohaus hat für drei Marken getrennte Ausstellungsräume, die in einem gemeinsamen Kundenzentrum mit Info, Kasse und Teileverkauf sowie einer doppelten Direktannahme münden. Die vierte Marke ist vollkommen separat und hat ein eigenes Kundenzentrum mit Info, Kasse und Teileverkauf und einer doppelten Direktannahme. Für das gesamte Autohaus gibt es nur ein zentrales Lager, eine zentrale Werkstatt und eine zentrale Verwaltung im ersten Obergeschoss. Diese Bereiche sind im hinteren Bereich des Gebäudes platziert und für den



Entwürfe: Beichler + Rohr

Kunden nicht wahrnehmbar. Die klare Markentrennung erfolgt im vorderen, zur Straße gewandten Bereich. Hier erstreckt sich ein langer geschwungener Baukörper, in dem alle vier Marken in separaten Ausstellungsräumen untergebracht sind. (siehe Abbildung). Die Ausstellungshallen sind durch Wände voneinander getrennt. Die Auslieferung und Fahrzeugübergabe für den Kunden erfolgt immer aus der jeweiligen Ausstellungshalle.

Jederzeit verwandelbar

Selbstverständlich könnte man den gesamten Ausstellungs-bereich aus vier separa-

ten Baukörpern mit einer jeweils individuellen Architektur gestalten. Zwischen diesen könnte man als zusätzliche Trennung die etwas niedrigeren Auslieferungshallen platzieren. So ein Bau wäre allerdings wesentlich teurer als das von Beichler+Rohr entworfene Konzept in einem Gebäudekörper.

Dieser Entwurf bietet außerdem den Vorteil, dass man die unterschiedlichen Ausstellungs-bereiche jederzeit verschieben und somit vergrößern oder verkleinern kann. Durch das gemeinsame Kundenzentrum für drei Marken entsteht ein attraktives Fahrzeugangebot. Der Inhaber erzielt zudem wertvolle Synergieeffekte im Aftersales-Bereich sowie bei den Personalkosten.

Beide Kundenzentren sind auf kurzen Wegen mit der zentralen Werkstatt und dem zentralen Lager verbunden, somit ist eine hohe Transparenz und Kommunikation gegeben. Die notwendigen Bürobereiche schließen direkt an die Kundenzentren an und

gewährleisten auch hier eine direkte Kommunikation. Service-räume für die Kunden, zum Beispiel Toiletten, sind im Gebäude an einer Stelle zentral und gut erreichbar platziert. Über eine Galerie mit offener Treppe ist die zentrale Verwaltung direkt aus dem Kundenzentrum erreichbar.

Das gemeinsame Lager bietet auf drei Ebenen über 700m² Nutzfläche und ist direkt mit der Werkstatt und dem Kundenzentrum verbunden. Die zentrale Werkstatt mit 18 mechanischen Arbeitsplätzen und einer großen Karosserie- und Aufbereitungs-abteilung ist in einem gläsernen und somit transparenten Gebäude untergebracht. Dadurch entsteht eine sehr helle, tageslichtdurchflutete Werkstatt mit sehr angenehmen Arbeitsplätzen und guten Arbeitsbedingungen. Hier wird dem Kunden hohe Transparenz, Offenheit und freundliche Atmosphäre signalisiert, was die Kompetenz des Unternehmens somit zusätzlich unterstreicht. *Elvira Minack*

Drei der vier Marken sind unter einem Dach untergebracht. Nach außen sind sie deutlich getrennt, doch im Hintergrund lassen sich gemeinsame Vorteile nutzen.



Jede Marke verfügt über zwei eigene Dialogannahmen.