

Das „Niemandland“ zwischen den beiden Ausstellungenräumen, links davon die Mazda-Übergabe, rechts die von Ford.

FORD + MAZDA / Im Jahr seines 75. Firmenjubiläums hat das Autohaus Langer in Kaufbeuren eine neue Ära eingeläutet und vertritt nun zwei Marken unter einem Dach.

Stürmische Zeiten

Zwei Marken unter einem Dach: Links der Mazda-Showroom, rechts davon etwas vorspringend der Ford-Showroom.

VON DIETER RADL

Wer auf eine 75-jährige Unternehmensgeschichte zurückblicken kann, die 1926 im Studentenland begonnen und nach dem Krieg im bayerischen Schwabenland ihre erfolgreiche Fortsetzung gefunden hat, dem ist offensichtlich auch im gegenwärtig stürmischen Strukturwandel unserer Branche nicht bange: Rudolf Langer, Sohn des Firmengründers und Inhaber des Kaufbeurer Autohauses Langer, führt mit seinen Söhnen Stephan (Ford) und Alfred (Mazda) das Unternehmen in eine neue Zukunft. Diese wird neben der seit Jahrzehnten betreuten Marke Ford auch vom Fabrikat Mazda geprägt sein. Dafür hat man jetzt kräftig investiert.

Automeile in Kaufbeuren

Nach langwieriger Grundstückssuche konnte man Anfang 1999 ein 14.000 m² großes Areal an der neuen Osttangente in Kaufbeuren erwerben. Diese entwickelt sich derzeit zu einer kleinen Automeile (Honda,

Blicken auch in stürmischen Zeiten optimistisch in die Zukunft:

Rudolf Langer (Mitte), Stefan (links) und Alfred Langer.



Bosch-Dienst, Automeister, GTÜ etc.). Vom Gesamtareal stehen dem Autohaus 8.500 m² zur Verfügung, die zweite Grundstückspartzeile ist für eine DEA-Tankstelle mit Waschstraße und SB-Waschplätzen vorgesehen, die demnächst für automobilen Frequenz sorgen werden.

Mit der Planungsgruppe Beichler + Vogt aus Bremen hatte man anfangs nur für Ford ein Gebäude mit attraktiver Halbrund-Ausstellung geplant. Dann wurde das Thema zweite Marke aktuell. Rudolf Langer: „Motiviert haben uns dazu die Synergienmöglichkeiten, die zwei Marken unter einem Dach im Verkauf und vor allem im Service bieten.“ Volvo hätte modellpolitisch sehr gut zu Ford gepasst, war aber zum damaligen Zeitpunkt in Kauf-

beuren besetzt. Mazda hingegen war seit 1991 ein open point „und deshalb fiel die Wahl auf die japanische Marke, der zudem der Ruf einer sehr treuen Kundschaft vorausleite“, erläutert Rudolf Langer.

60 m² Niemandland

Für die Planungsgruppe Beichler + Vogt bedeutete diese Entscheidung „Neustart“. Die Hersteller beharrten auf zwei getrennten Showrooms. Für eine Paraventlösung (wie z. B. bei Niedermair + Reich in München) gab es kein grünes Licht. Die Markentrennung in Kaufbeuren wurde baulich dann so umgesetzt: Das Gebäude gliedert sich in drei Riegel; der Werkstatt-Riegel (in Boxen-Bauweise) wurde so eng wie möglich an die hintere Grundstücksgrenze platziert; der mittlere Funktions-Riegel mit Direktannahme, Lager und Sozialräumen ist im Erdgeschoss durchgängig an einer stahlgrau melierten Steinzeugfliese zu erkennen; den dritten Riegel bildet der zur Schokoladenseite des Grund-



stücker hin ausgerichtete Ausstellungs- und Werkstatttrakt, der sich in zwei separaten Showrooms splittet. Von der Hauptstraße aus wirken diese jedoch wie aus einem Guß, was nicht zuletzt an der relativ großen Distanz liegt, die durch die piazzaartige Freifläche mit Stell- und Parkplätzen vor dem Haus geschaffen wird. Beim Näherkommen sieht man, dass zwischen der 1,5 Meter vorspringenden Fassade der Ford-Ausstellung (375 m²) und dem Mazda-Showroom (295 m²) eine Art „Niemandland“ zwischen den Markenwelten angelegt werden musste: ein drei Meter breiter, 20 Meter tiefer Spalt klafft im Gebäude, unter Dach aber ohne Fassade, mit großen Kopfsteinen gepflastert. Diese neutrale Zone fungiert nun als Bereitstellungsraum für die Fahrzeugübergaben, die unmittelbar links (Mazda) und rechts (Ford) daneben aus den Showrooms heraus stattfinden. „Wir haben die beiden Ausstellungsräume unter einem durchgehenden Dach jedoch so konstruiert, dass die Wände problemlos rückbaubar sind und wir so ohne viel Aufwand einen einzigen, großen Showroom daraus machen können“, erläutert Stephan Langer die Konstruktion.

Leuchttürme

Die beiden hohen Direktannahmen schmiegen sich als gläserne Flügelbauten an die Gebäudeflanken und fungieren als weithin sichtbare „Leuchttürme“ des Autohauses. Neben diesen separaten Direktannahmen – über die derzeit rund 90 Prozent (!) aller KD-Annahmen gehen – findet der Kunde auch seinen Marken-Parkplatz. Insgesamt ergeben sich dadurch vor Kunde zwei markenspezifische Work-flows im Verkauf und im Service. Sobald jedoch der Serviceberater die Ar-

beitskarte in die Arbeitsvorbereitung gesteckt hat, hört die bauliche Markenseparierung auf: In der Werkstatt gibt es keine markenspezifische Untergliederung, nur eine funktionale in die vier Bereiche Allgemeine Reparatur, Karosserie, Nasszelle/Aufbereitung sowie in einen Spezialbereich für Klimatechnik, Elektrik, AU und die seltenen „Langzeitpatienten“. Auch im Lagerbereich gibt es keine Trennung in einen Ford- und Mazdabereich. Wie insgesamt in den technischen und administrativen Bereichen des Autohauses kommen hier also die Synergieeffekte voll zum Tragen.

Insgesamt besticht das Gebäude durch seinen feingliedrigen Stahlbau, eine filigrane Pfosten-Riegel-Fassade, durch helle und freundliche Materialien. Viele hochwertige Ausstattungsdetails wie z. B. eine Industriefußbodenheizung, die sogar in der Werkstatt verlegt wurde, oder

Helle, großzügige Ford-Ausstellung, mit transparentem Galeriegeschoss

eine Klimatisierung der innen liegenden Büros. Offene Verkaufserbeitsplätze, gläserne Chef-Büros und ein Bistro, das in seiner jetzigen „Steh-Ausbaustufe“ bereits (oder gerade deswegen?) hervorragend angenommen wird, sind sichtbare Indizien der Kundenorientierung, die in diesem Familienbetrieb tagtäglich von früh bis spät gelebt wird.

Als Marktkoordinator für Mazda und als Allgäuer Wirtschaftsraumkoordinator (in Kooperation mit den Autohäusern Jäckle, Bad Wörishofen, und Hartmann, Sonthofen) für Ford beginnt in stürmischen Zeiten eine spannende Zukunft für das Traditionsunternehmen Langer. Der Bau eines neuen Zentrums für Ford und weitere Konzernmarken in Kempten ist die nächste Aufgabe, vor der das Autohaus Langer mit den genannten Partnern steht. Bange machen gilt schließlich nicht!

dieter.radl@bertelsmann.de

KENNDATEN DES BETRIEBES

Autohaus Langer, Ford und Mazda
Buronstr. 71, 87600 Kaufbeuren

Neubau

Bauzeit November 2000 bis Juni 2001
Architekt Beichler + Vogt, Bremen

Flächengrößen (in m²)

Grundstück:	14.000
Nettogeschossfläche (Nutzfläche)	2.025
NW-Ausstellungen	375 (Ford), 295 (Mazda)
Mechanische Werkstatt	350
Karosserie	75
2 Direktannahmen (Ford + Mazda)	je ca. 80
Teilelager (dreigeschossig)	350

Kosten in DM (ohne MwSt.)

keine Angaben

Kennzahlen

Mitarbeiter	35
Werkstattdurchgänge pro Tag	22
Pkw-NW-Verkaufsziel 2002 (Ford)	300
Pkw-NW-Verkaufsziel 2002 (Mazda)	70
Pkw-GW-Verkaufsziel 2002	300



Auftragseröffnung in der Direktannahme, die Leuchtturmfunktion fürs Autohaus hat.