

Ressourcenschonung

SUZUKI HÖFERT – Autohäuser müssen nicht neu und teuer sein und auf der grünen Wiese stehen. Volker Höfert in Goslar beweist es. VON THOMAS SEIDENSTÜCKER



Phönix aus der Asche: Aus einer alten Halle wurde ein neues Autohaus

LESEN SIE HIER...

... wie Suzuki-Partner dank überschaubarer CI-Standards von Seiten des Importeurs wirtschaftlich bauen können.



Mit zig Millionen Euro ein neues Autohaus zu errichten ist dank Masterplänen und Baukastenprinzip relativ einfach. Ob es am Ende wirtschaftlich zu betreiben ist, wie es beim Kunden ankommt und wie lange die Halbwertszeit der gerade aktuellen Baustandards des Herstellers ist, steht auf einem anderen Blatt. Mehr Vorsicht und eine rationale Betrachtung der Dinge war schon immer der bessere Weg, gerade beim Thema Bauen. Ein gutes Beispiel dafür, wie mit überschaubarem Kostenaufwand aus einer vorhandenen Immobilie ein optisch neuer Autohausbetrieb mit eigenständiger Erscheinung und optimierten Prozessen entstehen kann, zeigt sich beim Suzuki Autohaus Höfert in Goslar.

Umbau statt Neubau

Anfang des Jahres hat Volker Höfert mit zehn Mitarbeitern die neuen Räumlichkeiten seines Autohauses auf einem 5.200 m² großen Erbpachtgrundstück bezogen. Seit 1997 betreibt er sein Auto-Geschäft (100 NW, 150 GW per anno) in Goslar zuletzt in zu beengten Verhältnissen. Höfert: „Gemeinsam mit Karl van de Loo, seines Zeichens Bauberater bei Suzuki und Geschäftsführer von shop+office, war ich schon länger auf der Suche nach einem größeren Grundstück. Eines Tages wurden wir nur 500 Meter vom alten Betrieb entfernt in einer noch besser frequentierten Lage fündig. Dort stand die Halle eines ehemaligen Dachdeckerbedarfs mit angrenzendem dreistöckigen Bürogebäu-

de auf einem sehr großzügig geschnittenen Grundstück, die ich für 210.000 Euro kaufen konnte. Für unser Vorhaben ideal. Aufgrund der niedrigen CI-Baustandards von Suzuki ein Glücksfall, denn gemeinsam mit van de Loo und Architekt Wolfgang Tobias von „2m10 architekten“ aus Bremen konnten wir die Hallenbasis optimal für unsere Anforderungen umplanen und umbauen. Nur die alte Fassade mit Eternitschindeln musste als Sondermüll entsorgt werden und Wärmedämmung sowie Brandschutz entsprachen nicht heutigen Standards. Auf die Quadratmeter bezogen hatte ich Umbaukosten von rund 431 Euro (ohne Kaufpreis und Werkstatteinrichtung) und blieb damit voll im geplanten Kostenrahmen.“

Gewaltiger Bullerjahn

Entstanden sind eine 200 m² große Werkstatt und ein großzügiger Schauraum mit gut 300 m² Fläche, in dem der Kunde vom Eingang schräg nach rechts direkt auf den modernen Counter mit Suzuki-Logopanel zugeht. Besonders wichtig war Höfert, dass er von seinem per Glas abgetrennten Büro einen ungestörten Blick auf den Eingangsbereich, den Showroom, die Verkäufer und die direkt integrierte Dialogannahme hat. So ist er selbst stets im Bilde und signalisiert dem Kunden mehr Offenheit. Fällt der Blick vom Eingangportal aus leicht nach links, erfasst das Auge zentral in der Ausstellung ein schwarzes Ungetüm, das magisch lockt und an einen großvolumigen Motor erinnert. Bei näherer Betrachtung erkennt man einen Edelstahlschornstein und eine verglaste Frontpartie. So entpuppt sich der „Motor“ mit seinen zahlreichen Röhrenausslässen als gewaltiger 45 Kilowatt Bullerjahn-Ofen, der in der Heizperiode täglich mit meterlangen Holzscheiten beschickt wird und die Hauptwärmequelle des Betriebes darstellt. Per Lüftungssystem und Wärmetauscher heizt der Ofen alle anderen Räume des Betriebes.



1 Zauberten den Phönix aus der Asche (v. l.): Roland Agater (Key Account Suzuki), Volker Höfert, Wolfgang Tobias (Architekt 2m10 architekten), Karl van de Loo und Rudi Bouillon von shop+office. 2 Pragmatische CI: Möbel- und Farbkonzept plus Außensignalisation 3 Volker Höfert mit seinem Bullerjahn

Wenige Vorgaben

Passend zur Holzfeuerung und Umgebung des Autohauses im ländlichen Harz wählten Planer und Bauherr eine neue Dämmfassade, die überwiegend aus unbehandelter sibirischer Lärche besteht. Selbstredend, dass die neue Glasfassade mit anthrazitfarbenem Aluminiumrahmen zur Wärmedämmung des Gebäudes beiträgt, perfekt mit der grau hinterlegten Attika

am Dach harmonisiert und einen sehr guten Kontrast bildet. Roland Agater, Key Account Manager Suzuki und im Außendienst zuständig für das Autohaus Höfert: „Wichtiger als teure bauliche CI-Standards sind uns die Wirtschaftlichkeit des Betriebes, kurze Wege und schnelle Abläufe, genügend Parkplätze für die Kunden und die Erhaltung des familiären Gefühls. Mit seinen gut 300 m² Nettoausstellungsfläche

liegt das Autohaus Höfert deutlich über den von uns ab 1. Januar 2011 geforderten 150 m². Darüber hinaus wurde unser vorgegebenes Schauraumkonzept mit Logopanel, Prospekt-, Farbmustertafel und Zubehörwand vollständig umgesetzt. Viel mehr CI-Standards – abgesehen von hellen Räumlichkeiten, ausreichend Beleuchtung, dem Pylon und dem Suzuki Logo Clip - gibt es bei uns auch nicht.“

