



Der Neubau bietet ausreichend Platz für alle Funktionsbereiche. Auf 625 Quadratmetern Showroom präsentieren sich 18 Neuwagen.

BMW HAKVOORT

Reichlich Platz und kurze Wege

Von Juli 2017 bis April 2018 entstand gemeinsam mit den Architekten von archiNetwork ein neuer Benchmark-Showroom für BMW in St. Augustin bei Bonn. Damit hat sich die Hakvoort-Gruppe fit gemacht für die Zukunft.

Nach 35 Jahren war seine Zeit abgelaufen. Das BMW-Autohaus der Hakvoort-Gruppe in St. Augustin war in die Jahre gekommen. Der Befund: sanierungsbedürftig. Nicht nur die Bausubstanz bei Fassaden, Dach und Heizung war schwach, es fehlte auch an Stellplätzen für Autos, an einer Direktannahme und den aktuellen CI-Elementen der „Future Retail“-Architektur. Da sich eine Modernisierung des bestehenden Betriebs nicht rentierte, hatte sich Autohaus-Chef Frank Hakvoort anfangs noch nach einem neuen Grundstück umgesehen. Doch schnell war klar: Eine bessere Lage war nicht zu finden, ein Neubau auf dem bisherigen Grundstück die beste Lösung.

Von Juli 2017 bis April 2018 entstand daher nach einem Entwurf der Architekten von archiNetwork ein neuer Benchmark-Showroom nach den aktuellsten Vorgaben des Herstellers. Rund 4,7 Millionen Euro flossen in das repräsentative, zweistöckige Gebäude mit einer Nutzfläche von 5.760 Quadratmetern. Die Showrooms auf zwei Etagen sind so weitläufig,

dass das Haus baurechtlich nicht mehr in den Bereich Industrie fällt, sondern in die Verkaufsstättenverordnung, die beispielsweise auch für Einkaufszentren gilt. Damit ergaben sich deutlich andere Vorgaben, etwa beim Brandschutz, für den trockene Löschwasserleitungen mit Wandhydranten im Innenraum verlegt werden mussten.

Trotz der Größe ist den Architekten eine elegante Gestaltung gelungen – mit

dem BMW-typischen Vordach, filigranen Säulen und einer funktionalen Raumaufteilung. „Wir haben hier ja viel Erfahrung. Ab 2006 hatten wir etliche Jahre die Bauberatung für BMW übernommen. Das Gebäude in St. Augustin ist unser 18. Neubauprojekt für die Marke“, sagt Architekt und Firmeninhaber Michael Schramm, dessen Kollege Torben Eisen das Projekt betreute. Seit 2008 besteht die Verbindung zur Hakvoort-Gruppe, ein Mini-Show-



Transparenter Übergang zu der Direktannahme





Erfolgreiche Zusammenarbeit: Autohaus-Chef Frank Hakvoort (M.) mit Torben Eisen (l.) und Michael Schramm von archiNetwork.

room in Königswinter wurde bereits gemeinsam umgesetzt.

Future Retail auf neuestem Stand

Die prägenden gestalterischen Elemente des „Future Retail“-Designs sind neben der schwebenden Dachscheibe die „Driving Gallery“, die die Autos wie auf der Straße auf zwei Fahrspuren präsentiert, die Wandscheibe an der Glasfront, die nach außen als Design- und Signalisationselement dient und im Innenraum die Möglichkeit für zusätzliche Gestaltung bietet, und die dominierende Farbe Weiß. „Alle Vorgaben wurden von uns an die individuelle Situation hier angepasst, vor allem an die Zweigeschossigkeit“, so Schramm.

Umgesetzt wurden auch bereits die neuen Standards für 2018, dazu gehören ein abgetrennter Auslieferungsbereich, Wallboxen für Elektroautos und zwei öffentliche Ladesäulen im Außenbereich, deren Installation bei Hakvoort bereits vorberei-

tet sind. Damit sind auch die Voraussetzungen für den Vertrieb von Elektroautos, der im Oktober 2018 am Standort startet, vorhanden. Notwendig dafür war die Verdoppelung des Strom-Hausanschlusses und die Installation einer neuen Trafostation für die erwarteten Verbräuche. Im Werkstattbereich war schon alles auf Hochvolttechnik ausgelegt, da Hakvoort bereits seit fünf Jahren Servicepartner für BMW-i ist. Der Autohändler will „vernünftig“, das heißt mit Augenmaß in die Elektromobilität einsteigen. „Denn das Thema steht und fällt mit der Infrastruktur. Und da ist noch einiges zu tun“, sagt Hakvoort.

Großzügige Verkaufsflächen

Der Neubau bietet nun ausreichend Platz für alle Funktionsbereiche. 80 statt bislang 40 Ausstellungsfahrzeuge stehen heute unter Dach. Das war einer der entscheidenden Gründe für die Erweiterung, denn zuletzt war es ziemlich eng geworden auf



Die neue Gebrauchtwagen-Ausstellung liegt im Obergeschoss.



dem Grundstück. Im Erdgeschoss präsentieren sich auf 625 Quadratmetern 18 Neuwagen. Für BMW M und BMW-i gibt es an den Flügeln der Halle jeweils einen Highlightbereich. Auf der Innenseite sind die geschlossenen Verkäuferbüros platziert. In der Mitte geht es zum Eingang mit Annahmetresen. Neben einem Hakvoort-Logo an der Glasfront befindet sich der freistehende digitale Beratungstresen, an dem der Verkäufer dem Kunden mittels Computer oder Tablet Fahrzeuginformationen oder Konfigurationen auf einem großen Flatscreen zeigen kann. „Der Verkäufer hat damit die Chance, das Auto virtuell so darzustellen, wie der Kunde es später bekommt“, sagt Hakvoort. „Der Kunde kann sich sein Wunschmodell ja bereits zu Hause digital zusammenstellen. Es wäre fatal, wenn wir das hier nicht könnten.“ Die digitalen Elemente finden sich auch in der Serviceberatung mit iPad und in der Kundenwartezone wieder, wo für Besucher auch WLAN zur Verfügung steht.

Besonders großzügig fiel mit 1.200 Quadratmetern die Gebrauchtwagen-Ausstellung aus. Für sie wurde im ersten Obergeschoss ein großer und heller Showroom freigehalten, der rund 55 Wagen sowie Verkäuferbüros beherbergt. „Wenn wir umbauen, dann war klar: Stellplätze sollen nach oben kommen“, sagt Hakvoort. Dafür wurde ein eigener Lastenaufzug eingebaut. Obwohl die Zwischendecke die jeweils rund eineinhalb Tonnen schweren Gebrauchtwagen tragen muss, erreichten die Architekten eine Spannweite von 15 Metern ohne weitere Stützen im Ausstellungsraum.

Direktannahme integriert

Eine besondere Lösung haben sich die Bauspezialisten für die „Beratung am Fahrzeug“ ausgedacht. Dafür wurde das neue Showroom-Gebäude intelligent an einen bestehenden Verwaltungstrakt angeschlossen, sodass jetzt fließende Übergänge möglich sind. So kommen die Kunden nun vom Eingang links zu den Serviceberater-Arbeitsplätzen, dahinter liegen einsehbar drei neue Direktannahmeplätze. Im alten Betrieb hatte es keine geben, so musste dafür im Zuge des Neubaus Platz geschaffen werden. Die Lösung: Aus dem bestehenden Verwaltungstrakt wurde an der Schnittstelle zur Werkstatt ein Teil der Decke zwischen Erdgeschoss und Obergeschoss herausgenommen und so



Für BMW M und BMW-i gibt es an den Flügeln Highlightbereiche.

die nötige Höhe von rund fünf Metern für die Direktannahme erreicht. An diesen neuen Raum schließt sich nun organisch der bestehende Werkstattbereich an.

Auch energetisch ist der Standort auf der Höhe der Zeit. Die Kundenzonen und Büros im Erdgeschoss werden mit LED-Lampen beleuchtet, die Temperatur regelt eine Heiz- und Kühldecke. Interessant: Um den Lärm der vielbefahrenen Einsteinstraße zu dämmen, wurde hinter die gelochte Gipskartondecke ein Akustikfilter installiert. Integriert in das Gebäude ist zudem eine Lüftungsanlage mit Wärmerückgewinnung, das Warmwasser kommt aus einer umweltfreundlichen Luft-Wasser-Wärmepumpe. Ob es demnächst auch eine Photovoltaikanlage auf dem Dach geben wird, ist noch nicht entschieden. Die Voraussetzungen wurden aber im Neubau bereits geschaffen.

Kurze Wege bleiben erhalten

Trotz der Größe der Anlage war dem Hausherrn eines wichtig: die kurzen Wege des Vorgängerbaus zu erhalten. „Wir kommen vom Empfangsbereich innerhalb weniger Meter zu allen Kundenzonen – zum Showroom, zu den Serviceberater-Arbeitsplätzen und über Treppe oder Lift in die Gebrauchtwagen-Halle“, betont Hakvoort. „Bei uns steht immer die Funktionalität des Designs und der Raumplanung im Mittelpunkt. Es geht darum, etwas zu entwickeln, was den Prozessen im Autohaus folgt“, so Schramm. „Im Optimalfall entsteht dann eine Architektur, an der Kunden die Funktionalitäten direkt ablesen können.“

Hakvoort ist mit der Modernisierung sehr zufrieden. „Wir sind glücklich mit dem neuen Autohaus, und die Kunden fühlen sich hier auch sehr wohl“, sagt der Unternehmer. Mit der Investition hat er

den Standort fit gemacht für die sich verändernden Vertriebsprozesse, die neuen Technologien und die steigenden Kundenerwartungen. Fit gemacht also für die nächsten 35 Jahre.

Frank Selzle ■

KENNDATEN DES BETRIEBS

Hakvoort GmbH,
Einsteinstraße 30,
53757 Sankt Augustin

UMBAU / ERWEITERUNG

Bauzeit: von Juli 2017 bis April 2018

Planung: ArchiNetwork –
Inha. Michael Schramm,
Adalbert-Stifter-Weg 6,
97299 Zell am Main

Bauausführung: Giesers Stahlbau GmbH,
Isarstraße 16, 46395 Bocholt

Baukosten gesamt
(ohne MwSt.): ca. 4,7 Millionen Euro

FLÄCHENGRÖSSEN:

Grundstück: 11.083 qm

Überbaute 4.324 qm (Gebäude)

Grundstücksfläche: 6.294 qm (bef. Fläche)

Nettogeschossfläche: 5.760 qm

Verkauf Neuwagen: ca. 625 qm

Verkauf Gebrauchtwagen: ca. 1.200 qm

Werkstatt: 570 qm

Karosseriewerkstatt: 200 qm

Lackiererei: 300 qm

Teilelager (2 Etagen): 510 qm je Etage

Direktannahmeplätze: 3

Stellplätze: 56

Kundenparkplätze: 60

KENNZAHLEN:

Mitarbeiter (davon Azubis): 76 (13)

Werkstattarbeitsplätze: 13

Karosseriearbeitsplätze: 6

Lackiererarbeitsplätze: 4

Werkstattdurchgänge pro Tag: 70

Pkw-NW-Verkäufe 2017: 320

Pkw-GW-Verkäufe 2017: 550

Pkw-NW-Verkäufe Plan 2018: 400

Pkw-GW-Verkäufe Plan 2018: 720