

Fortsetzung von Seite 4

nicht alle Garagenbetriebe können sich zusätzliche Annehmer oder Kundendienstmitarbeiter leisten.

**... und ermöglicht mehr Zeit für den Kunden.**

Jetzt haben sich die Aufgabenschwerpunkte im Garagenbetrieb deutlich verschoben. Hat der Hersteller oder Importeur bisher die Service- und Wartungsqualität seiner Garagisten kontrolliert, wird nun deutlich die eigentliche Kundenzufriedenheit nachgefragt. Sicherlich haben Sie das Stichwort Dialogannahme (Direktannahme) auch schon von Ihrer Markenorganisation vernommen. Heute setzen bereits alle grösseren Hersteller voraus, dass diese Investition in die Auftragstransparenz und Kundenzufriedenheit bei ihren zukünftig verbleibenden Partnern realisiert werden wird. Die Architekten von B&P vertreten diese Meinung seit Anbeginn. Die Erfahrung mit zahlreichen, realisierten Dialogannahmeräumen seit mehr als 10 Jahren beweist, dass ein informierter Kunde gerne wieder kommt und seine guten Erfahrungen auch weitersagt. Das Prinzip ist einfach, wir sagen Ihnen gerne, wo es, richtig angewendet, auch täglich funktioniert.

**Präsenz nicht nur markieren!**

Was hingegen die Werkstatt für morgen am deutlichsten unterscheidet, ist zwar nicht auffällig, aber um so wirkungsvoller. Es handelt sich um die deutlich ausgedehntere Nutzung dieser kostbaren Hallen. Dabei wird nicht etwa die individuelle Arbeitszeit verlängert, sondern lediglich die Öffnungszeiten des Dienstleistungsbetriebs. Dies ist aus Kundensicht sehr attraktiv, wie andere Branchen längst gemerkt haben. Als Beweis sei hier der bis weit

in die Nacht gut frequentierte Tankstellenshop erwähnt. Und erfolgreiche Neuwagenverkäufer sind es oft darum, weil sie für ihre Kunden dann da sind, wenn diese auch die (Frei-)Zeit für ein Geschäft haben.

Eine täglich längere Nutzung der teuren Infrastruktur ist auch betriebswirtschaftlich sehr interessant. Wer sich bei seinen Mitarbeitern umhört, wird auch Menschen finden, die freiwillig und gerne andere als «normale» Arbeitszeiten akzeptieren. Zwar ist die Organisation verlängerter Präsenz deutlich anspruchsvoller, aber machbar. Dabei kann der Unternehmer auf die Toleranz und das volle Verständnis seiner Kunden zählen. Das Beispiel des Tankstellenshops zeigt, dass das Publikum dort nach Ladenschluss nicht mit dem Vollsortiment rechnet, sondern sich über das Kernangebot freut. Wer nach seinem Feierabend noch auf Werkstatt – Fachpersonal in «seiner» Garage trifft, welches nicht bereits geistig auf dem Heimweg ist, wird erst vielleicht überrascht, dann aber begeistert sein. Und er wird es weiter sagen.

Zugegeben, die Werkstatt muss nicht neu erfunden werden. Manchmal genügt es, sie mit neuen «Werkzeugen» zu versehen und optimale Arbeitsabläufe zu verordnen. Wer im aktuell drastisch veränderten Umfeld weiterhin zu den erfolgreichen Teilnehmern gehören will, muss sich auch ungewöhnliche Optionen vorschlagen lassen. Niedrige Fixkosten, originelle Rezepte, bewährte Lösungen, dafür stehen die Architekten von B&P schon seit vielen Jahren, aber nun gibt es für Garagisten mehr als einen guten wirtschaftlichen Grund, sich ernsthaft mit dem sichersten Ertragsbringer im Autohaus auseinanderzusetzen.

**Referenzen finden Sie im Internet unter [www.b-u-p.ch](http://www.b-u-p.ch), engagierte und persönliche Beratung für alle Vertreter und Unternehmer sämtlicher Marken in der ganzen Schweiz telefonisch unter 031 839 74 84 oder 056 401 41 81.**

# B&P Journal

Standpunkte unabhängiger Autohausarchitekten

2/03

## Die Werkstatt für morgen...

P.P.  
3067 Boll  
Bitte nachsenden,  
neue Adresse nicht  
melden

### IMPRESSUM

**Juli 2003, Nr. 2/03**

Erscheint: vierteljährlich, Februar/Mai/August/Dezember  
 Preise: Einzelpreis Fr. 5.–/Jahresabonnement Fr. 20.–  
 Nachdruck: mit Quellenangabe erlaubt  
 Redaktion: B&P BERATUNG & PLANUNG  
 Inserate: R. Suter + J. Zryd  
 Anschrift: Bernstrasse 6, 3067 Boll  
 Produktion: Druckerei AG Suhr, 5034 Suhr

Tel. + Fax 031 839 74 84  
 Tel. + Fax 056 401 41 81  
 Internet: [www.b-u-p.ch](http://www.b-u-p.ch)  
 Telefon 062 855 0 855

### INHALT

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| Die Werkstatt für morgen...           | 1 |
| 75 Jahre und kein bisschen langweilig | 6 |
| Editorial                             | 8 |

**Die neuen GVO-inspirierten Verträge stehen vor der Tür, Importeure und Hersteller suchen mit Nachdruck nach neuen Vertriebswegen und im Gewerbe herrscht Konfusion. Abwarten und Tee trinken, scheint die Devise zu sein. Habe ich morgen noch meine Hausmarke? Wird mein neuer Ausstellungsraum zukünftig leer stehen? Wird mein schöner Betrieb zur Servicestelle degradiert? Kein Wunder stecken viele Unternehmer den Kopf in den Sand und hoffen, dass dies alles vorbei sei, wenn man den Kopf wieder hebt, vielleicht in ein paar Jahren oder so. Die Architekten von B&P sind überzeugt, dass es Zeit ist, sich gerade jetzt um die bisher eher vernachlässigten Betriebselemente zu kümmern, weil gerade hier die neuen Chancen entstehen und die kommende Zeit gnadenlos zuschlagen wird.**

**Stetig ist nur der Wandel.**

Ein Augenschein in jedem Betrieb zeigt es deutlich: Die neue Technologie hat Einzug gehalten. Der Computer hat die elektrische Schreibmaschine ersetzt, welche damals die umfangreichen Formulare mit mehreren Durchschlägen und die endlosen Handarchive ersetzte. Das Funktelefon hat uns von den uralten Wand- und noch nicht so alten Tischapparaten befreit und uns im Gegenzug noch enger im Griff. Die Werkstattzeiten haben in den letzten Jahren drastisch abgenommen und eine brummende Werkstatt ist längst nicht mehr jedem Garagisten vergönnt. Dass für die Fehlersuche im Automobil ein Kabel zu einem elektronischen Diagnosegerät angeschlossen wird, ist Ihnen bereits selbstverständlich. Wer seinen Werkstattbetrieb kennt, der weiss genau, dass ein Fahrzeug für die normalen Servicearbeiten nur noch während kurzer Zeit auf dem Lift zu stehen braucht. Die Fehlersuche oder der Komponentenaustausch kann ohne Weiteres am geparkten Wagen geschehen. Stand früher ein Auto während 90% der Wartungszeit auf dem Lift, um die nötigen mechanischen Arbeiten auszuführen, beschränkt sich heute ein normaler Servicevorgang auf eine gründliche, aber kurze, mechanische Inspektion, verlängert allenfalls in seltenen Fällen für den Austausch von Aggregaten und Montageteilen.

**Unternehmerentscheide sind nötig.**

Aufgaben und Arbeitsabläufe im Wartungsbereich haben sich drastisch geändert, das Berufsbild der Mechaniker

ebenfalls, nur nicht deren Arbeitsumfeld. Das Produkt Auto 2000 und jünger ist mit jenem aus dem letzten Jahrhundert kaum mehr zu vergleichen. Elektronische Bauteile sind zwar nicht unfehlbar, aber weitgehend verschleissfrei, Ölwechsel und Wartungsintervall bereits im Dreijahresbereich eines durchschnittlichen Autofahrers, und fast nur die hiesigen Jahreszeiten mit regelmässigem Reifenwechsel garantieren für die stetige Nutzung von Hebewerkzeugen. Diese Tatsache hat die normalen Arbeitsabläufe in der Werkstatt drastisch verändert, jedoch nicht so die Werkstattkonzepte.

Vereinfacht ausgedrückt stehen dem Garagisten zwei deutlich unterschiedliche Konzepte zur Wahl, die je nach seiner unternehmerischer Ausrichtung deutliche Vorteile bringen: **Generalistenarbeitsplätze**, also «ein Mann, ein Lift», oder **Spezialistenarbeitsplätze**, also unterschiedlich eingerichtete Arbeitsplätze für unterschiedliche Aufgaben. Während das Fahrzeug während der ganzen Wartungszeit auf dem Generalistenarbeitsplatz stehen bleibt, wird das Auto je nach Wartungsvorgang von Spezialarbeitsplatz zu Spezialarbeitsplatz bewegt. Hier nun ein paar grundsätzliche Vor- und Nachteile jeder Variante:

**Ein Mann, ein Lift...**

... ist die heute übliche Norm. Die Effizienz einer solchen Werkstatt liegt in der Anzahl ihrer installierten Lifte. Jedem Mechaniker oder Mechatroniker seinen Arbeitsplatz mit Lift, und dazu noch den Lift für den Werkstattchef und ein zusätzlicher für den Getriebeschaden oder jenen Fall, wo man auf Teile warten muss. Ohne besonderen organisatorischen Aufwand ist für den problemlosen Arbeitsablauf gesorgt, falls auch die benötigten Geräte oder Spezialwerkzeuge in genügender Anzahl vorhanden sind. Die Werkstattausstattung einer modernen Werkstatt beschert hohe Fixkosten. Wer Autolifte installieren will, muss erst in eine genügende Gebäudehöhe investieren. Und bei An- oder Neubauten fällt genau dies hauptsächlich ins Gewicht. Die Architekten von B&P haben bereits vor 10 Jahren die einzelnen Kostenelemente einer Garage vorgerechnet und dabei nachgewiesen, dass ein einziger Arbeitsplatz mit Lift in der Werkstatt über Fr. 170 000.- kostet, also eine monatliche «Miete» von fast Fr. 1000.- pro Arbeitsplatz. So logisch «ein Mann, ein Lift» ist, hält es die Fixkosten schön hoch.

**Jedem Hafen sein Deckel...**

könnte eine Alternative sein. Analysiert man den unumgänglichen Einsatz eines Autolifts für jeden Werkstdurchgang, dann wird klar, dass diese Installation während des längeren Teils der Arbeitszeit nicht benötigt wird oder sogar im Weg steht. Der aufgabenoptimierte Arbeitsplatz



Ein Lift für alle Fälle...



... oder Arbeitsplätze...



... je nach Aufgabe...

unterstützt das optimale Erledigen von individuellen Aufgaben. 60% der herkömmlichen (80% zukünftiger) Arbeiten am Fahrzeug werden beim am Boden stehenden Fahrzeug vorgenommen. On-Board – oder online – Diagnose, Austausch von Baugruppen oder Arbeiten im Motoren- oder Fahrerraum, Einstell- und Regulierungsarbeiten, Aufbereitung oder Endkontrolle und Qualitätsprüfung brauchen keinen Lift. Eine gute Lösung wäre demnach der Arbeitsplatz pro Aufgabengebiet anstelle des herkömmlichen Lifts pro Mann. Und genau dies kann eine Chance sein. Bereits heute wird die Diagnose, die Abgaswartung oder die Spurvermessung meist je auf separierten Plätzen erledigt. Da wird das Fahrzeug frag- und klaglos von einem Ort zum anderen bewegt, ohne die angebliche «Zeitverschwendung» von zusätzlichen Manövern zu beklagen. Spezialarbeitsplätze erlauben nun einmal die optimale und damit zeitsparende Erledigung spezieller Aufgaben.

Der zeitliche Einsatz eines Lifts während der Wartungsarbeiten am Fahrzeug sind bekannt. Würden also diese teuren Arbeitsplätze nur bei tatsächlichem Bedarf genutzt, könnten leicht auf die Hälfte der Lifts und damit auf die entsprechende Raumhöhe verzichtet werden. Bei Neubauten ist das ein unschlagbares Kostenargument. Der nötige Einsatz ist hingegen die Beweglichkeit der Mitarbeiter, denn Fahrzeuge haben bereits Räder und sind also beweglich.

**Form follows function.**

Es gibt ihn nicht, den idealen Arbeitsplatz für all die unterschiedlichen Einsätze, die zur Wartung und Reparatur eines Fahrzeugs nötig sind. Weil Arbeitsabläufe auch von Gewohnheiten oder Neigungen des Garagisten abhängig sind, gibt es nicht einmal die «richtige» oder «falsche» Werkstatt. Wie dieser wichtigste Teil eines erfolgreichen Automobilbetriebs aussieht oder eingerichtet ist, hängt also davon ab, wie ein Unternehmer seine täglichen Aufgaben erledigen möchte.

Eine Garage ist ein Werkzeug, so lautet das Credo der Architekten von B&P. Und gerade Werkzeuge haben sich in jeder Autowerkstatt drastisch verändert. Wo steht heute denn noch eine Drehbank oder gar ein Amboss? Selbst in der Ausbildung der Mechaniker hat das Feilen dem Bedienen und Interpretieren elektronischer Diagnosegeräte Platz gemacht. Es ist also wirklich Zeit, das «Werkzeug» Werkstatt den neuen Anforderungen anzupassen.

**Alles wird anders!**

Wie in der Administration längst vollzogen, verändert der Computerterminal in der Werkstatt die gewohnten Arbeitsabläufe. Auch wenn vorerst nur zukunftsgläubige

Fantasten behaupten, dass es zur Wartung moderner Fahrzeuge bloss eine schnelle Internetverbindung zum Hersteller braucht, hat die Zukunft bereits begonnen. Der Computer oder Terminal wird zusehends zum normalen Arbeitsgerät des Mechanikers, Online-Unterstützung des Herstellers für Diagnose und Wartung wird zum Alltag in der Werkstatt. Elektronische Handbücher lösen die voluminösen Ordner ab und die vom Werk verlangte Garantie- und Qualitätskontrolle setzt voraus, dass jeder Mitarbeiter seine Aktionen elektronisch dokumentiert. Auch die Teilebewirtschaftung ist ohne Computer kaum mehr vorstellbar.

**Die Informatik in der Werkstatt...**

... ist heute bereits Voraussetzung für nur schon Serviceverträge mit Herstellern. Wo Computer oder Terminals eingesetzt werden, muss nicht nur das Klima stimmen, sondern auch die Licht- und Platzverhältnisse. Anstelle der bisher obligaten Werkbank stehen teure Prüfgeräte auf idealer Sicht- und Arbeitshöhe. Von der Decke hängende Energieampeln erhalten zukünftig vielleicht Informatikampeln zum Nachbarn, damit die Ergonomie am Arbeitsplatz verbessert wird. Der Mechatroniker-Arbeitsplatz ist eben, hell, staubfrei, immer online, und kann auch dort eingerichtet werden, wo die Raumhöhe für einen «normalen» Arbeitsplatz nicht genügen würde. Denn ein Lift ist für derartige Arbeiten nicht nötig. Als Radfreibeher könnte eine Kurzhubbühne installiert werden, die für die Aufbereitung oder dann in der Pneuwechselsaison gute Dienste leisten würde.

**... setzt auf gute Logistik...**

Voraussetzung für optimale Arbeitsabläufe waren bisher das verglaste Büro des Werkstattchefs, damit er stets alle Arbeitsplätze im Auge behalten konnte. Der Einzug der Informatik im Garagenbetrieb veränderte nicht nur die Arbeitsabläufe, sondern macht auch die optimale Einsatzplanung leichter. Die Autonomie und Selbstverantwortung des heutigen Personals bedingt kaum noch direkte Aufsicht, denn die individuelle Arbeitsleistung ist elektronisch jederzeit genau nachvollziehbar. Mit der längst vorhandenen Software sind bereits die nötigen Hilfsmittel vorhanden, die es dem Werkstattverantwortlichen erlauben, alle anstehenden Aufgaben genau zu terminieren und so seine Mitarbeiter und die unterschiedlichen Arbeitsplätze optimal einzusetzen. So kann er sich nun seiner wichtigsten Aufgabe widmen, dem direkten und persönlichen Kontakt mit seinen täglichen Kunden. Denn längst

*Fortsetzung auf Seite 12*



*... und Funktion.*



*Mehr Zeit für den Kunden.*



*Serviceannahme als Kundendienst!*

# 75 Jahre und kein bisschen langweilig ...

**Autohaus Wederich Donà AG, Muttenz**

*Man muss die Feste feiern, wie sie fallen. Es darf aber manchmal auch ein bisschen mehr sein. Dieses auch in der Autobranche seltene Jubiläum war zwar nicht Anlass, aber die gelungene Krönung der Einweihung des neuen Kundenzentrums der Autohaus Wederich Donà AG in Muttenz. Ein Meilenstein in der Firmengeschichte, ein deutliches Bekenntnis zur Hausmarke, ein unübersehbares Zeichen an der St. Jakobsstrasse ist entstanden, aber eigentlich nichts anderes als eine angenehme Umgebung für willkommene Kunden und liebe Gäste. Das perfekte Werkzeug für professionelle Gastgeber, Verkaufsarchitektur pur von den Architekten von B&P.*

Während der vergangenen 75 Jahre ist das Autohaus Wederich Donà AG an der vorzüglichen Lage stets gewachsen. In verschiedenen Ausbaustufen wurde aus dem Automobilbetrieb ein kompletter Anbieter aller automobilen Dienstleistungen mit leistungsfähiger Werkstatt, integrierter Karosserie und Malerei, einem gut assortierten Teilelager und grosser Tankstelle an der Hauptstrasse nach Basel. Weil die Präsentationsräume für die Marke Peugeot nicht mehr zeitgemäss waren, fiel der Entschluss leicht, im Zug einer Renovierung eine markengerechte «Blue-Box» zu realisieren. Die Architekten von B&P haben in der Konzeptphase das gesamte Peugeot-«Merchandising»-Programm vorgeschlagen, was die Bauherrschaft und den Hersteller sofort überzeugten.

## Aus alt mach neu ...

Wenig erfreuliche Überraschungen brachte die vorhandene Baustruktur. Der Mix aus unterschiedlichen Baumaterialien und Techniken zwang zu ungewöhnlichen, manchmal

speziell aufwendigen Lösungen. Hingegen konnten nun endlich auch ein paar versteckte Problemfälle lokalisiert und korrigiert werden. Nach Abschluss der Umbauarbeiten sind beispielsweise die Dächer nicht nur dicht, sondern stellenweise nachisoliert, was sich in einem deutlich besseren Raumklima niederschlägt.

Die einzelnen Verkaufsräume entlang der St. Jakobs-Strasse sind mit einem neuen Zwischenbau zu einer einheitlichen Präsentationsfläche zusammengefasst. Die bisher separaten Administrations- und Verkaufsbüros sind nun offen im grossflächigen Neuwagen-Ausstellungsraum integriert, was die Offenheit und Transparenz eines bekannten Fachbetriebs reflektiert. Neu findet auch die Service-Annahme mitten in der Ausstellung statt. Für die leichtere Orientierung wird der Besucher- eingang näher an die Strasse gelegt und mit einem Portalschild deutlich markiert. Für Besucherparkplätze ist hier auch der ideale Standort. Im Hintergrund wurde ein neuer Dialog-Annahmeraum angebaut, wo im Beisein des Kunden während einer Kurzdiagnose alle nötigen Arbeiten am Fahrzeug besprochen werden können. Separate Administrations- und Direktionsbüros befinden sich neu in bisher wenig genutzten Räumen und schaffen damit die nötige Distanz und Diskretion zum lebendigen Präsentations- und Verkaufsbereich. Diese Verwaltungsfläche wird nun zur eleganten Verbindung vom neu gestalteten Verkaufsraum zum bereits bestehenden Neuwagen-Übergaberaum.

Die übrigen Betriebsteile wie Werkstätten und Teilelager blieben unverändert. Mit diesem Projekt sind ausschliesslich kundenrelevante Bereiche grundlegend verbessert worden. Investition in klaren Kundennutzen, und das ist ganz besonders heute die richtige Strategie.

## ... zur Freude der Kunden und Besucher!

Es ist unübersehbar, das «neue» Autohaus Wederich Donà AG in Muttenz. Die neueste Peugeot-«Blue-Box» ziert einen langen Abschnitt der stark befahrenen Hauptstrasse. Durch die optisch verkleinerten Schaufenster wirken die ausgestellten Fahrzeuge wie eingerahmt und verführen zum näheren Hinschauen. Und das ist kein Problem, sind doch auch die Besucherparkplätze schon von der Strasse aus deutlich sichtbar und leicht befahrbar. Kunden, Passanten oder spontane Besucher sind hier willkommen.



Autohaus Wederich Donà AG, das mit dem Löwen...



... wo Besucher freundlich empfangen werden...

# Des Kaisers neue Kleider

Erfolg ist ansteckend. Smart ist eines der Beispiele dafür, denn die originelle Knutschkugel hat Geschwister erhalten. Weniger klein, weniger kurz, dafür beinahe schon ein richtiges Cabriolet oder gar eine Limousine mit vier Plätzen. Und richtig, das vor langer Zeit, sicherlich noch im letzten Jahrhundert, erfundene Smart-

Verkaufszentrum ist nun plötzlich zu klein. Dumm gelaufen? Oder vielleicht doch nicht?

Wer sich damals über die zukunftsweisende Turm- und Rondellarchitektur äusserte, sparte nicht mit Eigenschaften wie transparent, originell, auffällig

und modular, ja, modular, was immer das heissen sollte. Es soll Leute geben, die verstehen unter «modular», dass Einzelteile leicht ausgetauscht werden können. Welch ein Irrtum. Heute ist klar, dass das Modul «Präsentationsrondell» in allen Smart-Centers zu klein ist. Naheliegender wäre es, dieses Modul mit einem neuen, grösseren Modul zu ersetzen, aber wer so denkt, hat offenbar nicht mit den Erfindern gerechnet. Die haben nämlich längst ein neues Center erfunden, in welchem nun auch alle neuen Modelle gezeigt werden können.

Wer also bereits einschlägig investiert hat und dabei bleiben möchte, kann sich die neuen Baupläne bereits bestellen. Wer aber aus finanziellen Gründen noch etwas zögert, sucht nach Möglichkeiten, die verglaste «Trommel» zu erweitern. Wenn ihm dazu nicht der Turm im Weg steht, dann merkt er, dass sich auch eine Baulinie nicht so leicht ausser Kraft setzen lässt. Da ist einfach kein Platz mehr zwischen Ausstellung und Trottoir.

Wer damals diese Projekte zu kritisieren wagte, die angebliche Modularität oder gar den Sinn solcher Glaspaläste in Frage stellte, wurde als neidischer Besserwisser bezeichnet. Schnee von Gestern. Heute stellt das überraschte Publikum fest, dass des Kaisers neue Kleider eben keine sind. Aber dieser ist bereits auf der Suche nach seiner alten Unterwäsche.

B&P Jürg Zryd

Schliesslich ist es nur ein kleiner Schritt vom Parking durch den eleganten Eingang hinein in die neue, spektakuläre Autowelt dieser Weltmarke.

## Die Bühne ist frei...

Im Inneren wird der Unterschied zu herkömmlichen Ausstellräumen deutlich. Hier wird auf die Interessen und Bedürfnisse des Kunden eingegangen und mit einem Blick nicht nur die neuesten Modelle der Marke Peugeot, sondern eine Palette von Dienstleistungen und Spezialitäten eines kompletten Autohauses präsentiert: Persönlicher Kundenempfang, kompetenter Kundendienst mit technisch versierten Serviceberatern, attraktives Zubehör, High-end-Fahrräder der Hausmarke, kleines Bistro oder Kinderecke für kleine Besucher, Beratungsinselfür ungestörtes Produkte- oder Prospektstudium, und, stets sichtbare, aber diskrete Ansprechpartner und Verkaufsberater des Hauses Wederich Donà.

Die Ausstattung hält sich genau an die Ansprüche des Herstellers. Für die Marke Peugeot stehen die vier Grundmaterialien wie Metall als Basismaterial (fast) aller Peugeot-Produkte, Holz als nobles Produkt aus dem Jura, dem Ursprungsort der Marke, Pflanzen als Symbol sauberer Luft, und Sand als Grundfarbton der Wärme. Mit dem Peugeot «Merchandising»-Konzept ist die Umgebung ihrer Produkte konsequent mit diesen schlichten Materialien versehen, was zusammen mit der prononcierten Beleuchtung für die sinnliche, ehrliche, aber ausgesprochen unverwechselbare Ambiance in jedem Peugeot-Verkaufsraum sorgt. Ein hölzerner Gehweg führt den Besucher zwanglos durch die gesamte Auslage. Man flanirt wie auf einem Steg durch eine spektakuläre Markenwelt, vorbei an den neuesten Modellen, Accessoires und Attraktionen. Die Beleuchtung unterstützt die Orientierung in diesem abwechslungsreichen Ambiente und schafft den intimen, und trotzdem unverwechselbaren Rahmen für jedes einzelne präsentierte Modell.

## Dienstleistung wortwörtlich!

Im Interesse des Kunden stehen auch die integrierten Dienstleistungen wie die konsequente Serviceberatung am Fahrzeug. Den Kundendienstberatern steht mit der integrierten Dialogannahme das perfekte Werkzeug für eine optische und technische Kurzdiagnose gemeinsam mit dem Kunden direkt am Fahrzeug zur Verfügung. Diese auf jeden einzelnen Servicekunden ausgerichtete, persönliche Fachberatung erleichtert aber nicht nur die interne Betriebsorganisation, weil sicherheitsrelevante Zusatzreparaturen sofort erkannt und spontan vereinbart werden können. Der stets freie Annahmelift erlaubt es dem Fachmann auch, einen sonst unsichtbaren Mangel



... und kompetente Serviceberatung im Vordergrund steht!



Die neuesten Modelle im besten Licht...



... die Erlebniswelt mit Überraschungen und Abwechslung...

**WIR ÜBER UNS**

im Beisein des Kunden festzustellen, ausgeführte Reparaturen am Objekt zu erklären, Eintauschofferten fundiert zu begründen oder einfach dem Laien einmal sein Fahrzeug aus der Mechanikerperspektive zu präsentieren. Alle weiteren Gespräche finden mitten im Verkaufsraum statt, wo der Kunde auch noch die neuesten Modelle vergleichen, attraktives Zubehör bewundern oder einfach nur einen Kaffee geniessen kann. Der Wagen wird vom Werkstattpersonal abgeholt und in die Arbeit genommen.

Nach neun Monaten Umbauzeit in mehreren Etappen und ohne Betriebsunterbruch ist in Muttenz ein attraktives und zeitgemässes Autohaus mit komplettem Angebot für anspruchsvolle Autofahrer entstanden. Die extrem lange

Strassenfassade, die grosszügigen Kundenparkplätze, die Autos der Marke Peugeot, das automobile Zusatzangebot, die Offenheit und Transparenz des gesamten Kundenbereichs lädt jetzt zum ungezwungenen Flanieren ein und unterstützt so den intensiven und ganz persönlichen Kontakt zwischen dem bekannten Fachbetrieb und seinen anspruchsvollen Kunden. Die Architekten von B&P sind stolz, in diesem Projekt ihre kundenbezogenen Grundsätze realisiert zu sehen und nennen das Verkaufsarchitektur pur. Damit hat das Autohaus Wederich Donà AG ein attraktives und effektives Werkzeug für professionelle Gastgeber geschaffen. Auch nach einem Dreivierteljahrhundert keinerlei Anzeichen von Langeweile.



... für noch Unentschlossene, ...



... für grosse ...



**Car Wash Systems**

made by Christ



Otto Christ AG • Industriestrasse 3 • 6345 Neuheim ZG  
 Tel. 041 755 31 52 • Fax 041 755 30 08 • <http://www.christ-ag.com>

**Christ**



... und für kleine Gäste ...



... und markenbewusste Sportler!