

# B&P *Journal*

*Standpunkte unabhängiger Autohausarchitekten*

**3/05**

**Aufgeschoben  
ist nicht  
aufgehoben**

ARLIEE  
DU  
SALUT

**P.P.**

**3063 Ittigen**

Bitte nachsenden,  
neue Adresse nicht  
melden

## **INHALT**

**Aufgeschoben ist nicht aufgehoben 2**

**Editorial 6**

**Nur die Spitze des Eisbergs! 8**

**Sie sind die Stars aller Events, Magnete für Familien, Gesprächsstoff für Kenner und eine Augenweide für Alt und Jung, die rüstigen Oldtimer. Die mächtigen Räder, die ausladenden Kotflügel, die mit gewichsten Lederriemen verspannten Motorhauben, dem elegant geschwungenen Verdeck aus schwarzem Wachstuch, glänzendem Lack und polierten Chromleisten, der wuchtige Charme eines vergangenen Jahrhunderts auf Rädern. Liebhaber machen es mit ihrem Enthusiasmus möglich, auch heute noch derartige, kostbare Raritäten fahren zu lassen. Aber nur Kenner wissen, dass sich der Aufwand zum Erhalt derartiger Schmuckstücke in Grenzen hält, so lange man sie regelmässig und fachmännisch unterhält. Bei Gebäuden ist es genau so. Die Architekten von B&P erinnern hier an ein paar elementare Grundsätze für kostenbewusste Unternehmer.**

### **Freundin, Auto oder Haus: jeder Unterhalt kostet ...**

Eigentlich wäre es ganz einfach, die Sache mit dem Unterhalt. Schon beim ersten Finanzierungsgespräch mit seiner Hausbank fällt dieses Wort, wenn auch immer gemeinsam mit Fremdwörtern wie «Hypothek» und «Amortisation». Beim Kauf eines Autos ist der Garagist der Experte. Wie oft muss er seinen Kunden klar machen, dass die üblichen Unterhaltskosten weder in der Leasingrate noch in der Garantie inbegriffen sind. Aber dann macht der gleiche Garagist grosse Augen, wenn ihnen der Buchhalter erklärt, dass die Miete des Garagenbetriebs neben der Verzinsung der Hypothek und des Eigenkapitals auch die Amortisation und den Gebäudeunterhalt abdecken sollte. Schliesslich ist der Zustand der Gebäude ein wichtiger Teil des Erscheinungsbilds. Wer den Unterhalt vernachlässigt, riskiert, dass man das sieht. Das beste Produkt in etwas zweifelhafter Umgebung wirkt nicht sehr überzeugend. Ein Blick in die eigenen Werbekampagnen könnte tiefe Einsichten bringen, man müsste sie nur selber einmal mit anderen Augen lesen. Warum nicht mit jenen Ihrer Kunden (Kundenaugencheck, B&P-Journal 1/1992!)?

### **... damit Schönes schön bleibt, ...**

Jeder Kunde eines Markenbetriebes kennt sie, die jahreszeitlich gestaffelten Botschaften zum Feriencheck, zur Herbstkontrolle, der Wintersicherung und dem Frühlings-Checkup. Da kümmert sich ein Freund professionell um den perfekten Zustand meines Autos, auf dass es noch lange Jahre so schön bleibe wie je. Türdichtungen silikonieren, Bodenmatten ersetzen, den Unterboden von Tausalz befreien, kleine Lackschäden ausbessern, Stein-schlagspuren in der Frontscheibe unsichtbar machen, brüchige Manschetten auswechseln oder gar stumpfen Lack aufpolieren, vielfältig sind die für seinen Besitzer fakturierten Unterhaltsmassnahmen zum Wohl des Autos. Schliesslich muss der Wiederverkaufswert stimmen. Und wann haben Sie zuletzt eine Rechnung für den Gebäudeunterhalt bezahlt? Nicht für Reparaturen, nein, für ganz einfachen Unterhalt!

Wer täglich seine eigene Umgebung erlebt, nimmt sie bald gar nicht mehr wahr. Ganz anders der gelegentliche Besucher. Er sieht zuerst alle Risse im Verputz, die blät-ternde Farbe, die Roststellen am Stahlbau, die gesprungenen Leuchtkästen, das Gras, welches aus allen Ritzen wächst. Es ist selten eine finanzielle Frage, wenn auf die- sen verschönernden Unterhalt verzichtet wurde, sondern der Betreiber sieht die Mängel gar nicht. Höchste Zeit, sein Marketingbudget zu überprüfen. Ist es denn tatsäch- lich sinnvoll, mit all den mehr oder weniger originellen Aktionen mögliche Kunden auf den Platz zu locken, um sie bereits wieder mit einem fragwürdigen Erscheinungs- bild zu verunsichern? Weil dieser Verschönerungsunter- halt mit verhältnismässig kleinen Kosten verbunden ist, fragen sich nicht nur die Architekten von B&P, warum ge- rade dieser Unterhalt oft versäumt und aufgeschoben wird. Es kann doch nicht existenzgefährdend sein, alle zehn Jahre wenigstens die Strassenseite neu zu streichen. Ganz im Gegenteil, finden viele Kunden. Es ist ja nur Farbe.

### **... und keine Folgeschäden entstehen.**

Automobilisten kennen das Problem. Aus dem kleinen Lackschaden wächst nach kurzer Zeit eine hässliche Rost- stelle. Auf der Karosserie ist dies eigentlich nur unschön, am Chassis hingegen kann dies zu gröberen Folgeschäden führen. Auch wenn das Auto jahrelang nur draussen her- umsteht, altert sie deutlich sichtbar und jeder Fachmann wird sofort die Standschäden erkennen. Aber der nächste Vorführtermin zwingt den Besitzer, wenigstens die sicher- heitsrelevanten Schäden reparieren zu lassen. Für Gebäude gibt es zum Glück noch keinen regelmässigen Vorführter- min. In vielen Köpfen altert ein Gebäude jedoch nicht, ob- wohl es jahrelang draussen im Regen, Schnee und der Sonne steht. Bis es tatsächlich zusammenbricht und als stilvolle Ruine gilt, vergehen tatsächlich mehrere Dutzend Jahre.



*... und das finden Kunden  
einfach heimelig.*

*Dem gut unterhaltenen Gebäude  
sieht man das wahre Alter nicht an...*



*Meist fehlt es nur  
an einem Kübel Farbe.*

Sofortiger Unterhalt ist angesagt bei ausgebrochenen Randsteinen, zerbrochenen Dachziegeln, braunen Flecken an Flachdachdecken, verschimmelten oder feuchten Wänden und Rostschnäuzen unterhalb tragender Metallteile. Für Aussenstehende ist es manchmal schwer nachvollziehbar, mit welcher Geduld an derartigen Alarmzeichen bewusst vorbei geschaut wird. Es weiss doch jeder, dass im Verlauf der Zeit die Schäden grösser, umfangreicher werden, und immer teurer zu beheben sind. Ein Beispiel gefällig? Schnee auf Teilen des Flachdachs schmilzt teilweise schneller als in der Umgebung. Möglicherweise ist die darunter liegende Isolation durchnässt, das Dach ist also undicht und in ein paar Monaten wird Schimmel in Wänden und Decke sein. Die Folgen neben den normalen Flachdachsanierungen sind neue Verputze, aufwendige Renovationen im Innern, wenn nicht gar noch strukturelle Folgeschäden zu beheben sind. Noch ein einfacheres Beispiel? Ausgebrochene Randsteine begünstigen das Verwittern und Brechen des Asphaltbelags oder der Kiesfläche, die Schadenstelle wird ausgewaschen und wächst rasant in die Breite und Tiefe, Schlaglöcher wie Bombenkrater entstehen. Wer erst jetzt zum Unterhalt ansetzt, bezahlt nicht nur den Schaden, sondern auch die folgenden Schäden an Teer, Unterbau und Entwässerung. Zum Glück kehrt man auf dem Hof nur im Schrittempo. Aber welches Image verbreitet dieser Anblick?

## Unterhalt senkt Betriebskosten . . .

Ob Immobilien oder Autos, gepflegte Stücke sind günstiger im Unterhalt. In der ersten Erdölkrise haben wir unsere Fenster mit Schaumgummi nachgedichtet und damit die horrenden Heizkosten etwas bremsen können. In der zweiten Erdölkrise hat dann sogar der Staat reagiert und energietechnische Mindeststandards verfügt. Während des Umbaus einer Grossgarage haben die Architekten von B&P mit der konsequenten Montage modernster Leuchtkörper im ganzen Betrieb den Energiebedarf des Betriebs und damit die Energiekosten um einen Drittel gesenkt. Die angeblich ach so teuren Lampen waren innert Jahresfrist amortisiert. Auch wenn der tatsächliche Grund bereits längst vergessen ist, geniesst der Inhaber die reduzierte Energierechnung noch heute jedes Jahr.

Sie laden Ihre Kunden jedes Jahr zum Check der Klimaanlage ein, weil eine saubere und optimal eingestellte Anlage effektiver arbeitet, also weniger Energie, d. h. Treibstoff verbraucht. Das fällt bei den aktuellen Preisen ganz schön ins Gewicht. Und wie ist das mit den alten Werkstatttoren? Den einfach verglasten Fenstern? Der verbeulten Blechfassade? Undichte Bauteile verschwenden viel mehr teure Heizenergie. Wer die Rechnung macht, renoviert. Wie ist das mit dem unerträglichen Klima im schlecht isolierten Ausstellungsraum? Sonnenstoren, Vor-

hänge, Kühlgeräte oder gar Klima installieren? In den meisten Fällen genügt zusätzliche Isolation und allenfalls öffnbare Oberlichter und die Gäste und Ihre Mitarbeiter atmen auf. Und keinerlei Folgekosten entstehen, schon atmet Ihr Buchhalter auf.

## . . . und unterstützt den guten Ruf

So sind nun mal die Menschen. Liegt irgendwo eine Zigarettenkippe, fällt bald eine zerknüllte Verpackung daneben und nach kürzester Zeit ist dieser Ort vermüllt. Das ist schlecht für die Optik, schlecht für die Stimmung, schlecht für das Geschäft und schlecht für das eigene Ansehen. Für jedes Problem gibt es eine billige und eine gute Lösung: Verbotsschilder sind billig und wirkungslos, Abfalleimer und minutiöse Pflege der Anlage teurer, aber sehr effektiv. Die Kunden sind, wie wir alle, eher einfache Geschöpfe. Sie fühlen sich gerne willkommen und kommen gerne an saubere, ordentliche Orte zurück.

Wie ist das mit dem Moos auf den Deckenfenstern? Den rostigen Occasionsunterständen? Den blinden oder gesprungenen Glasscheiben? Sicherlich könnten Sie gut damit leben, noch wesentlich länger als Sie es bereits tun. Man gewöhnt sich daran. Aber es sieht einfach sch. . . . aus. Und das sehen Ihre Kunden immer zuerst.

Gebäudeunterhalt macht besonders dort Sinn, wo man es sieht. Ein sauberer, unkrautfreier Vorplatz, gepflegte Grünflächen, blitzblanke Fenster und gut erhaltene Fassaden sind ebenso wichtig für das Betriebsimage wie die guten Umgangsformen der Verkäufer oder die perfekte Arbeitskleidung des Werkstattpersonals. Dies deshalb, weil das Betriebsgelände täglich 24 Stunden sichtbar und damit werbewirksam ist.

## Kosten mässig, falls regelmässig!

Die aktuelle Welle der individuellen Markenstandards sorgt für Aufruhr im Gewerbe. Überrissen, unverhältnismässig teuer seien die vom Hersteller vorgeschriebenen Anpassungen im Betrieb. Diese Standards seien der finanzielle Untergang eines ganzen Gewerbes. Die herumgebotenen Zahlen für diese zusätzlichen Investitionen scheinen es zu beweisen. Ein Blick in die veranschlagten Kosten würde oft eine ganz andere Wahrheit an den Tag bringen: Das vom Hersteller verlangte «Face Lifting» bildet meist den kleinsten Teil der nötigen Investitionen. Die grossen Beträge im Kostenvoranschlag nennt der Fachmann «aufgeschobener Unterhalt», also das, was eigentlich schon lange anstand, aber was man nun erst im Zug der Standarderfüllung endlich machen lässt.

Sicherlich gibt es Ausnahmen, aber die meisten den



*Die wirklichen Schäden sind bereits geschehen,  
auf dem Dach!*



*Niemand erwartet einen Fachbetrieb  
hinter solchen Toren.*



*Einfache Verglasung besser heute schon auswechseln...*



*... weil Energiekosten langsam ins Geld gehen!*



*Das war vor 20 Jahren wirklich hoch modern...*

## Schleichwerbung!

Mit der letzten Sendung zum «Traumjob» des Schweizer Fernsehens DRS SSR IDEE SUISSE GoH. ging eine unvergleichliche Staffel hemmungsloser «Produkt-Placements» und penetranter Schleichwerbung zu Ende. Man kann sich fragen, wer denn tatsächlich etwas einzuwenden hat gegen die namentliche Erwähnung von Luxushotels, Champagnermarken, Bergbahnen, Fluggesellschaften und ähnlichem. Schliesslich hilft dies möglicherweise einer etwas stotternden Wirtschaft. Aber natürlich nur dann, wenn es auch das richtige Publikum gesehen hat. Möglicherweise gehört der normale Zuschauer dieser Sendung (noch) nicht unbedingt zum auserlesenen Zielpublikum solcher Lifestyle-Produkte oder -Angebote.



Es geht auch anders. Wenn Sie auf die Tagesschau oder die Wetterfee warten, zeigt man Ihnen manchmal glückliche Ehepaare auf dem Weg zu ihrem Traumhaus, Vater und Sohn beim Generationenwechsel vor ihrem Firmensitz, die junge Hausfrau in ihrer gestylten Wohnung, und immer mit diesem voll gelben Fussgängerstreifen. Ob auf dem Rasen im Park bis zur Parkbank, im Korridor auf dem Eichenparkett bis zum Sofa, über den Kiesvorplatz bis zur Haustüre, immer diese gelben Fussgängerstreifen. Und das ist alles bezahlte Werbung von der PostFinance. Und eigentlich fast eine Schleichwerbung für die Architekten von B&P. Denn Garagisten und Branchenfachleute wissen, dass wo ein Fussgängerstreifen auf dem Plan ist, ist es (fast) immer ein Konzept von B&P.

Nein, definitiv keine Schleichwerbung. Das wäre etwas zu viel der Ehre (sprich Spesen) für die Architekten von B&P. Aber es ist doch ein gutes Gefühl, dass teuer bezahlte Marketingfachleute auf die gleiche, schlichteste Zeichensprache setzen, wenn sie dem umworbenen Publikum den kürzesten Weg zur richtigen Lösung weisen möchten. Dass diese Spots derart lang laufen, ist ein Zeichen, dass sie verstanden werden, also erfolgreich sind. Gelbe Fussgängerstreifen wirken eben nicht nur auf dem Bildschirm oder dem Hochglanzprospekt, sondern auch auf Ihrem Vorplatz, wenn Sie damit den Eingang zu Ihrem Verkaufsraum markieren. Es ist nur billige, gelbe Farbe, aber sie wirkt direkt auf Ihre Gäste. Das bestätigen Ihnen auch gerne die zahlreichen Autohausbesitzer, die sich von dieser originellen, aber eigentlich schlichten Idee von B&P überzeugen liessen. Weitere Beispiele heute Abend im Fernsehen DRS.

B&P Jürg Zryd

Architekten von B&P bekannten Markenstandards können mit finanziell überschaubarem Einsatz realisiert werden. Und einige dieser Standards bilden durchaus sinnvolle Investitionen in Kundennutzen und Kundenfreundlichkeit. Da müsste jeder Unternehmer voll dahinter stehen. Abschreckend sind die hohen Folgekosten des bisher aufgeschobenen Unterhalts. In der Tat ist dies das grosse Problem der Branche. Den Unterhalt einer Immobilie aufzuschieben ist nichts anderes als Leben aus der Substanz, und das kann die Gesundheit eines Unternehmens wirklich gefährden, nicht die meist harmlosen Markendekorationen.

## Unterhalt steigert den Wiederverkaufswert

Jedes Auto wird alt. Aber nicht jedes alte Auto wird ein bewunderter Oldtimer. Den Unterschied zum Exportmodell macht eigentlich lediglich der regelmässige Unterhalt. Und das sagen Sie auch zu Ihrem Kunden, der sich über die hohe Werkstattrechnung zum gesetzlichen Vorfahrtstermin wundert. Im Gegensatz zum Auto steht Ihr Betriebsgebäude Tag und Nacht draussen und nicht in einer Garage. Warum finden Sie es logisch, dass ein Auto nach 6 Jahren zum alten Eisen gehört, aber Ihr Autohaus auch noch nach 20 Jahren wie neu aussehen soll? Mode wechselt saisonal bei Kleidern, jährlich bei Autos; und bei Gebäuden? Manta, Fiesta, und Käfer lassen grüssen. Modisch längst out, gut unterhalten machen sie noch viel Freude. Eben genau wie Ihr Autohaus.

Alle seriösen Berater, von der FIGAS über Banker bis zu Baufachleuten, kalkulieren für den Unterhalt einer Immobilie jährlich eins bis zwei Prozent der investierten Summe. Bei jeder immobilien Million stehen so jährlich zwischen Fr. 10000.– und 20000.– zur Verfügung. Was würde sich damit nicht alles anstellen lassen? Genau, Unterhalt beispielsweise. Und nach 20 Jahren ohne nennenswerten Unterhalt ständen zwischen Fr. 200000.– und 400000.– für sämtliche nötigen Verbesserungsarbeiten bereit. Nicht zu vergessen ist die konjunkturell bedingte Risikoanalyse des Geldgebers. Gut unterhaltene Immobilien haben auch hier bessere Karten. Sie sehen, es ist ganz genau so wie bei den Autos auf Ihrem Verkaufsplatz.

Die Architekten von B&P sind mit ihrer Branchenerfahrung die richtigen Fachleute für Immobilien und deren fachgerechten Unterhalt. Ein Anruf genügt. Engagierte und persönliche Beratung für alle Vertreter und Unternehmer sämtlicher Marken in der ganzen Schweiz finden Sie telefonisch unter 031 839 74 84 oder 056 401 41 81. Vielleicht liegt dann sogar noch die neue Markenidentifikation drin.



... und transparent eingedeckt – welch ein Verkaufspalast!



Unterhalt ist alles von reinigen bis ersetzen, gut fürs Image.



Zusätzliche Isolation, die beste Gelegenheit bei Renovationen...



... und steht vor jeder Modernisierung.



Unterhalt und Renovation, die Besucher sind beeindruckt.

# Nur die Spitze des Eisbergs!

## Automobil Center Münchenbuchsee

**Der Wunschzettel von Herrn Rolf Grünig war nicht eben kurz. Das Raumprogramm umfasste eine Spenglerei, eine Malerei mit Einbrennkabine und eine mechanische Werkstatt mit je drei Arbeitsplätzen, dem Waschraum für Motoren- und Chassiswäsche, dem Ersatzteillager mit separatem Pneuhotel, 19 Einstellhallenplätze und selbstverständlich Verkaufsräume mit den dazugehörigen Büros für Verkauf, Administration und Direktion. Und seine Parzelle für all dies war mit ihren 2020 m<sup>2</sup> relativ klein. Sorgfältige Planung war angesagt, unkonventionelle Lösungen gefragt. Das Resultat erinnert an den schwimmenden Eisberg, dessen wahre Grösse auch verborgen bleibt.**

Für die geplante Expansion seiner Aktivitäten konnte Herr Rolf Grünig an der Bielstrasse in Münchenbuchsee (BE) eine noch unbebaute Parzelle erwerben. Zum umfangreichen Raumprogramm kamen noch ein paar voluminöse Auflagen der Behörden, die unter anderem ein Rückhaltebecken für das Regenwasser zwingend machten. Das rückwärtig stark abfallende Gelände, normalerweise ein Nachteil, welcher mit teuren Stützmauern korrigiert werden muss, erwies sich bald als vorteilhaft, weil damit der Standort einer entsprechenden Einstellhalle bereits definiert war. Nun steht das Kellergeschoss exakt auf der obersten Felsschicht. Der Baugrund mit Sandstein erwies sich glücklicherweise als tief und weich genug, so dass er noch mit normalen Mitteln abgebaut werden konnte.

## Gebaute Kundenfreundlichkeit ...

Bei Neubauten gelten keine Ausreden. Das Autohaus muss für seine Besucher und Kunden konzipiert sein, und die schätzen nun mal gut erreichbare Parkplätze, möglichst dicht beim Eingang zum Verkaufsraum. Das Projekt der Architekten von B&P beherzigt die kundenrelevanten Grundsätze und legt die Werkstätten diskret, fast unsicht-

bar in den Hintergrund. Der vordere Bereich der Parzelle wurde für Verkaufsflächen reserviert. Während der Planungsarbeiten entstand der Wunsch, eine zusätzliche Marke im Betrieb zu integrieren, was auf Grund der Flächenbedürfnisse nur mit einem Verkaufsraum im Obergeschoss zu realisieren war. Platz für eine Rampe als Zufahrt war nicht vorhanden, deshalb musste eine angepasste Lösung gefunden werden. Der Unternehmer hat sich für eine Hebebühne als relativ kostengünstigen Autolift entschieden, die Sicherheitsauflagen dazu waren vertretbar.

Wer in einer «Energistadt» bauen will, hat sich an rigoros verschärfte Vorschriften zu halten. Beispielsweise müssen alle vorgeschriebenen Isolationswerte um 30% überschritten werden, damit man noch mit fossilen Brennstoffen heizen darf. Nur lassen sich Einbrennkabine noch nicht mit Sonnenkollektoren oder Erdsondenheizungen betreiben. Die lokalen Behörden haben dem Investor mit zahlreichen Auflagen und uninspirierten Einspracheverhandlungen nicht nur viel Zeit gekostet, aber im Juli 2004 wurde die Bewilligung erteilt.

## ... in kürzester Zeit ...

Die Hoffnung bei Baubeginn, während eines «normalen» Winters ohne besondere Einschränkung durcharbeiten zu können, wurde leider nicht erfüllt. Extremtemperaturen von -15 °C waren gar nicht so selten, was denn auch zu entsprechenden Verzögerungen führte. Trotzdem wurde das gesamte Bauvolumen von ca. 8800 m<sup>3</sup> innerhalb von nur 9 Monaten fertig gestellt. Das Untergeschoss und der Gebäudekern sind in Massivbauweise, also hauptsächlich Beton realisiert, während die Fassade ab Erdgeschoss aus Metall erstellt wurde. Das Rückhaltebecken für maximal 80000 Liter, das entspricht einem kleinen Schwimmbad von 8.0 x 5.0 x 2.0 m, muss dafür sorgen, dass das Regenwasser zeitlich und mengenmässig nur mit Verzögerung in die Kanalisation fließen darf. Damit werden Überlastungen der unterdimensionierten, öffentlichen Kanalisation vermieden.

## ... und mit vorbildlichen Isolationswerten!

Das extensiv begrünte Flachdach, wie auch Teile des Untergeschosses mussten mit 40 cm Wärmeisolation versehen werden. Die Metall-Aussenwände sind ebenfalls mit



*Auf diesem idyllischen Parking...*

*... ist ein kundenorientiertes Autohaus entstanden.*

*Klare Zeichen heissen Kunden herzlich willkommen.*



*Übersichtlich, transparent, kompakt, und nur die Spitze des Eisbergs.*

üppigen 18 cm isoliert, um den hohen Ansprüchen der Behörden gerecht zu werden. Das grössere Problem stellt allerdings in der Realität eher das Abführen der Abwärme von Beleuchtung, EDV-Anlagen und der Sonneneinstrahlung durch die grosse Fensterflächen dar, deshalb wurden, wo immer möglich, Oblichter zum Öffnen eingebaut. Selbstverständlich mussten diese, wie auch die Schaufenster und alle Sektionaltore in der Werkstatt auch wieder den erhöhten Isolationswerten entsprechen. Neben den sehr guten Isolationswerten bietet das kompakte Gebäude intern sehr kurze Wege und zwei Ausstellungen von total 500 m<sup>2</sup>, im Erdgeschoss für die Marke Opel, im Obergeschoss für Skoda und im Untergeschoss zusätzliche 200 m<sup>2</sup> für Gebrauchtwagen.

### **Die inneren Werte ...**

... zeigen sich dem Fachmann auf den ersten Blick. Die zentrale Annahme für den Kundendienst aller Marken ist Teil des grossen Ausstellungsraums und liegt nur wenige Schritte neben der vorbildlich eingerichteten Werkstatt. Eine breite Treppe führt in die obere Etage, wo zusätzliche Büros für die Administration und Besprechungen gestaltet wurden. Eine externe Treppe könnte nachträglich noch jederzeit angebaut werden, um das Obergeschoss den Kunden noch besser zu erschliessen. Zahlreiche Bodensteckdosen in den Verkaufsflächen erlauben es, die Ladung der Batterien aller präsentierten Fahrzeuge stets frisch zu erhalten. Die konsequent indirekte Beleuchtung, teilweise sogar mit Leuchtdecke, lassen die glänzenden Modelle blendfrei stets im besten Licht erscheinen. Teeküche und Bistro, grosszügige Kundentoiletten und eine Kinderecke sorgen für gelebte Gastfreundschaft.

In den Werkstätten sorgt die vorbildliche Ausstattung dafür, dass in allen Bereichen nach aktuellsten Methoden professionell gearbeitet werden kann. Auch hier sorgen grosse Oberlichter für viel Tageslicht. Das Raumangebot für Maschinen und Aggregate in den grosszügigen Werkhallen ist beispielhaft. Weil der Kundenbereich konsequent vom internen Betriebsbereich getrennt wurde, ist ein vom Besucherverkehr ungestörtes Arbeiten garantiert.

### **... zum günstigsten Preis!**

Die Schlussrechnung der Baukosten hat uns alle überrascht, wurde doch der erste Kostenvoranschlag vorab um über Fr. 500 000.– gekürzt und der gekürzte zweite exakt eingehalten. Die Kontrollkalkulation mit dem Bauvolumen ergaben nun einen Kubikmeterpreis von sagenhaften Fr. 275.–. Das ist ein phänomenaler Wert für ein massiv gebautes Autohaus und das Resultat einer genauen Kosten-

kontrolle und der Bereitschaft der Bauherrschaft, günstige Lösungen konsequent den noch schöneren oder aufwändigeren vorzuziehen. Also nicht nur von Kosten sprechen, sondern sich auch für günstigere Lösungen entscheiden, das ist möglicherweise die einfachste Erklärung für tiefe Baukosten. Und dazu braucht es nicht nur kostenbewusste Architekten, die einfache und günstige Lösungen kennen, sondern auch eine Bauherrschaft, die solche annimmt und voll dahinter steht. Das Resultat kann sich sehen lassen und braucht keinen Vergleich zu scheuen. Die Architekten von B&P sind stolz, durch die konsequente Realisierung ihrer kundenbezogenen Grundsätze ein weiteres, effektives Werkzeug für professionelle Gastgeber geschaffen zu haben. Die ausgesprochen niedrigen Anlagekosten bieten dem Garagisten und Auftraggeber eine äusserst vorteilhafte Ausgangslage im immer härteren Wettbewerb im Automobilgewerbe. Nimmt man den Erfolg der ersten Betriebswochen als Massstab, danken es die zahlreichen Kunden und versprechen dem Automobil Center Münchenbuchsee eine glänzende Zukunft.



*Zentrale Annahme, kurze Wege, gut für Kunden und Mitarbeiter.*



*Hier macht professionelles Arbeiten Freude.*



*So kommen die Autos unters Dach.*

Die Konsumenten sind zurückhaltend, die Verkaufszahlen neuer Autos sinken, die Vorgaben der Handelspartner steigen: konkrete Massnahmen sind angesagt. Mit den neuen Händlerverträgen liegen die Bedingungen der Hersteller auf dem Tisch. Das aktuelle B&P-Kompaktseminar will Ihnen konkrete und unkonventionelle Entscheidungshilfen zum Thema bieten.

## Neue Standards, und nun?

Abwarten, aufgeben, aufrüsten, ausbauen, andere oder zusätzliche Marken integrieren, jeder Unternehmer hat seinen eigenen Lösungsweg zu finden. Die Profis mit Branchenkenntnis diskutieren mit Ihnen Ihre Chancen und Möglichkeiten, zeigen worauf es ankommt und was all dies kosten sollte. Bringen Sie dazu Ihre eigenen Unterlagen mit. Die Architekten von B&P haben bereits zahlreiche Anpassungen realisiert und stellen Ihnen ein paar Beispiele aus der Praxis vor. Dieses Angebot richtet sich an unternehmerische Garagisten und lösungsorientierte Verkaufsdirektoren oder Netzverantwortliche, die praktische Lösungen der grauen Theorie vorziehen. Das B&P-Kompaktseminar 2005 findet statt am

### Donnerstag, 20. Oktober 2005 im Kreuz-Rössli-Kornhaus in Balsthal SO

und dauert von 9.30 bis 15.30 Uhr. Die Teilnahme bei 5 Stunden geballter Information und lebendiger Diskussion kostet Sie Fr. 390.– (inkl. MwSt.) und das Mittagessen sowie die ausführlichen Seminarunterlagen sind darin inbegriffen. Ausführlichere Informationen erhalten Sie unter Tel. 056 401 41 81, Ihre Anmeldung mit diesem Talon bitte an Fax 056 401 41 81.

II

Ich will dabei sein. Senden Sie mir bitte eine Bestätigung und die rechtzeitige Erinnerung.

Name \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Strasse, PLZ/Ort \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_

Datum und Unterschrift \_\_\_\_\_

## I M P R E S S U M

### August 2005, Nr. 2/05

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: Grauholzstrasse 61, 3063 Ittigen  
 Produktion: Druckerei AG Suhr, 5034 Suhr

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