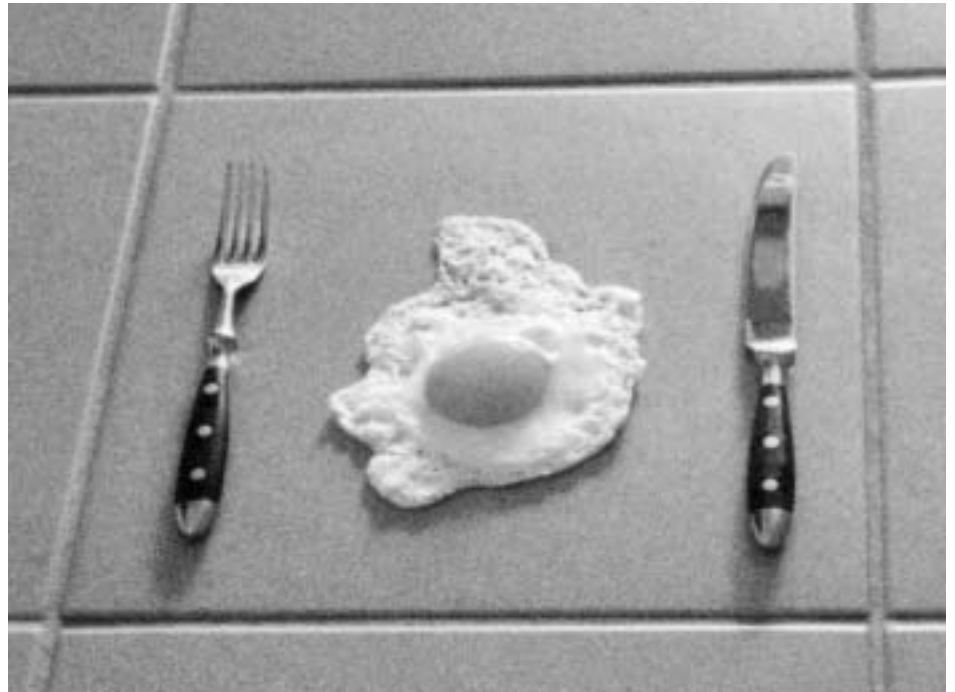


Eine saubere Sache...

Der neue Gault & Millau ist soeben erschienen. Ein kleines Heer von unbestechlichen Feinschmeckern hat zahllose Restaurants in ganz Europa heimgesucht und die kulinarischen Götter in Weiss getestet. Die neuen Sieger und Verlierer stehen fest. Wer nun glaubt, dass für das Urteil nur der feine Gaumen für erlesene Speisen und beste Weine und die kompetente Bedienung zählte, vergisst ein weiteres, wichtiges Kriterium: Die Sauberkeit. In den Kommentaren zu den geprüften Fresstempeln ist nachzulesen, wie dieses wenig beachtete Element zum Killer für die Punktzahl wurde. Heutige Gäste, auch die weniger «professionellen», sind auch in diesem Punkt gnadenlos. Die Architekten von B&P haben sich ein paar Gedanken gemacht, wie es leichter fällt, auf diesem Gebiet zu punkten.



AZB
3067 Boll

Bitte nachsenden,
neue Adresse nicht
melden

Redaktion: B&P BERATUNG & PLANUNG Tel.+Fax 031 839 74 84
Inserate: R. Suter + J. Zryd Tel.+Fax 056 401 41 81
Anschrift: Bernstrasse 6, 3067 Boll Internet: www.b-u-p.ch
Produktion: Druckerei AG Suhr, 5034 Suhr Telefon 062 855 0 855

Impressum

Dezember 2001, Nr. 01/4
Erscheint vierteljährlich Februar/Mai/August/Dezember
Einzelpreis Fr. 5.- / Jahresabonnement Fr. 20.-
Nachdruck mit Quellenangabe erlaubt

Der erste Eindruck ist entscheidend. Zigarettenstummel und verwehte Plastikabfälle auf dem Vorplatz, Schrottlager und Altölfässer neben Werkstatttoren, schmutzige Türgriffe, schmierige Fensterflächen, verschleppte Fussspuren bei Eingängen, Staub auf glänzendem Lack und Schmutzränder im Sockelbereich sind wenig erfolgversprechend fürs Geschäft. Über diese Äusserlichkeiten schliessen Besucher gerne auf die Qualität der Arbeit und Dienstleistungen. Unglücklicherweise findet das Kerngeschäft des Autohauses auf besonders grossen, vielfältigen und meist sehr exponierten Flächen statt, wo es schwierig ist, mit vertretbarem Aufwand für absolute Sauberkeit zu sorgen. Ein klares Unterhalts- und Reinigungskonzept für Aussen- und Innenräume ist deshalb unumgänglich.

Abfälle vermeiden

Das kennt jedermann von Parkanlagen und Bahnhöfen: eine saubere Anlage wird weniger verschmutzt. Wo bereits Abfall lagert, wird weiterer Müll hingeworfen. Im öffentlichen

Raum haben sich Abfallkörbe und Aschenbecher bewährt. Warum soll das ums Autohaus herum nicht ebenfalls funktionieren? Bauliche Voraussetzungen erleichtern diese Aufgabe. Rabatten mit gepflegtem Rasen statt stacheliger Bepflanzung oder wuchernder Büsche verführen weniger zur Deponie von Unrat und sind leichter zu reinigen. Ein Wasseranschluss auf dem Vorplatz erlaubt es, grosse, asphaltierte Flächen mit dem Schlauch zu säubern. Eine wöchentliche Besenaktion der ganzen Belegschaft jeweils am Freitag Nachmittag fördert nicht nur die Reinlichkeit, sondern auch die Teambuilding. Der anschliessende, gemeinsame Umtrunk mit Apfelsaft wäre der perfekte Ausklang für eine arbeitsreiche Woche.

Für die Trockenreinigung grosser Flächen sind Kehrmaschinen bereits erfunden. Ob Asphalt, Pflasterung oder Kompaktkiesflächen, der spezialisierte Handel kann in (fast) allen Fällen mit einer wirtschaftlichen Lösung dienen. Nur für die Problembereiche der Fahrzeugstellflächen oder Bewuchs in Pflasterungsfugen gibt es keine Patentlösungen. Mit tragbaren Industriesaugern können auch Flächen unter den ausgestellten Autos gesäubert werden,

Inhalt

Eine saubere Sache...	1
Editorial	3
Zehn Jahre B & P	3 - 5



Sauberkeit sieht man...

wenn man das reihenweise Verstellen vermeiden will. Auch die seriöseste Verlegeart von Pflasterungen sind nicht vor Bewuchs gefeit. Moose und Gräser in Belagsfugen sollen beim ersten Auftreten entfernt werden. Eine jährliche Chemiekeule ist oft nur eine halbe Lösung und Abwarten macht die Sache lediglich schlimmer.

Auf gepflegten Aussenräumen lässt sich das Angebot überzeugender präsentieren, weil Sauberkeit einfach professioneller wirkt. Stellen Sie auf grossen Gebrauchtwagenparks, bei der öffentlichen Waschanlage und besonders auf dem Staubsauger- und Pflegeplatz ein paar Abfallkörbe auf, montieren Sie an strategisch wichtigen Stellen Aschenbecher, sorgen für deren regelmässige Leerung und die Besucher werden automatisch mithelfen, den ganzen Platz sauber zu halten.



...auch auf «pflegeleichten» Belägen!

stellt, stellt sicher, dass diese trockenen Fusses eintreten können. Wo diese elegante Lösung nicht möglich ist, müssen andere Massnahmen getroffen werden. Geeignete Roste vor der Türe entsorgen den grössten Schmutz, spezielle Matten im Eingangsbereich sammeln Feuchtigkeit und Staub, und nur das, was es trotzdem noch bis auf den Bodenbelag des Verkaufsrums schafft, muss konsequent aufgewischt werden. Wer seine Gebrauchten auf Split oder Kies präsentiert, wird mit Vorteil die Eingänge zum Verkaufsraum auch mit zusätzlichen Massnahmen wie Sohlenkratzer oder Borstentretrosten versehen müssen. Oder er entschliesst sich, auf allen ungedeckten Ausstellflächen eine zusätzliche Deckschicht aus Rindenschnitzel einzuwalzen. Damit wird eine Verschmutzung der Schuhe bei schlechtem Wetter beinahe ausgeschlossen.

Integriertes Reinigungssystem...



Schmutz vermeiden

Bei Regen und Schneematsch werden Besucher zum Problem. Nasse Schuhe schleppen Dreck und Wasser in die eleganten Ausstellungsräume und hinterlassen hässliche Spuren genau dort, wo jedermann zuerst hinsieht. Da kann der sauberkeitsbewusste Garagist zum Sisyphus werden. Ein paar bauliche Vorkehrungen können das Problem wirksam dämpfen. Wer seinen Kunden gedeckte Parkplätze zur Verfügung

Architektur-Praxis

B&P im Internet: www.b-u-p.ch

Editorial

Eine unangenehme Wahrheit muss hier deutlich ausgesprochen werden. Es gibt keine schmutztoleranten Bodenbeläge. Es wäre ein Selbstbetrug, den dunklen und gesprenkelten Belag einfach deshalb zu wählen, weil darauf allfälliger Schmutz weniger gut sichtbar sein soll. Eine typische Männerlösung. Ein Boden, der für uns sauber aussieht, auf dem würde eine Mutter ihre Kleinen nur ungern spielen lassen. Frauen sehen eben den Schmutz, Männer offenbar nur die Autos. Das wichtigste Kriterium muss deshalb die Reinigungsfreundlichkeit sein. Die oft geschmälzten, hellen Plattenbeläge lassen eben nicht nur die ausgestellten Fahrzeuge elegant aussehen, sondern sind mit einem feuchten Lappen im Nu wieder sauber. Und wer damit umgehen kann, wird auch mit einem relativ hellen Natursteintepichbelag glücklich werden. Voraussetzung dazu ist die konsequente Schmutzschleuse im Eingangsbereich.

Sauberkeit erhalten

Wo gearbeitet wird, fliegen Späne, in der Automobilbranche leider eher fette und ölige Substanzen, die nicht so leicht einzusammeln sind. In einer brummenden Werkstatt ist Schmutz nicht zu vermeiden. Hier kommt es nur darauf an, dass er möglichst leicht wieder zu entfernen ist. Die dafür geeigneten Bodenbeläge sind Klinkerplatten, versiegelte Holzzementbeläge oder Bodenbeschichtungen. Eine richtig platzierte Rinne, entsprechende Wasseranschlüsse und ein einfachster Gummischieber machen die sofortige Reinigung zum Kinderspiel. Und für die nötige Disziplin ist der Werkstattchef verantwortlich.

Auch in Werkräumen sind ein paar Sauberkeit erhaltende Einbauten möglich. Gitterroste im Ölbarbereich, Fussmatten überall dort, wo mit Wasser hantiert wird, Handwaschbecken mit Seife und Handtuch und Schmutzschleusen vor Ausgängen zu Nebenräumen. Wenn diese Vorkehrungen regelmässig unterhalten werden, bleibt auch die Umgebung sauber. Probleme mit der Sauberkeit von Waschräumen ist eher rätselhaft. Gerade in diesen Hallen wären eigentlich alle Voraussetzungen dazu gegeben: Boden und Wände gefliest, Wasseranschluss mit Hochdruck und Warmwasser vorhanden und der Ablauf in grossflächige Bodenroste meist gewährleistet. Sauberkeit ist offenbar nicht abhängig von Materialien und Einrichtungen, sondern von der Einstellung dazu.

Für die industrielle Reinigung grosser Flächen werden heute neben den wirksamsten Reinigungsmitteln bewährte Geräte und Maschinen angeboten. Einsprühen, bürsten, absaugen und polieren in einem Arbeitsgang, vom einfachsten Schiebeglied bis zum sportlichen Aufsitzmodell ist heute alles erhältlich. Vergessen Sie dabei aber nicht, dass eine Werkstatt mit vielen Hindernissen für derartige Geräte ausgestattet sein

kann. Liftsäulen und ihre Bodenplatten, fest eingebaute Maschinen und schwere, nicht so leicht verschiebbare Geräte zwingen zur Nacharbeit von Hand, weil die Reinigungsmaschine eben nicht in alle Ecken kommt. Wer also eine Putzmaschine einsetzen will, soll sich rechtzeitig die angemessene Einrichtung dafür einbauen lassen.

Sauberkeit planen

Reinlichkeit und Sauberkeit ist nicht Selbstzweck, sondern ein wichtiges Erfolgskriterium für die Kundenakzeptanz. Sie erreichen dies am Besten mit einem eigentlichen Sauberkeitskonzept. Restaurants, Hotels, selbst Autobahnraststätten machen es vor. Sie haben sicherlich auch schon die konsequent nachgeführten Reinigungskontrollen auf deren Toiletten bemerkt. Machen Sie es ebenso.

Führen Sie den Sauberkeitsplan in Ihrem Betrieb ein. Eine Anleitung dazu bilden die Antworten zu folgenden Fragen: **Wann? Was? Wo? Wie? Wer?**. Lassen Sie Ihre Mitarbeiter daran mitdenken und dann bleibt Ihnen nur noch die Schlusskontrolle. «**Wann?**» bezeichnet die Intervalle wie sofort, täglich, wöchentlich oder halbjährlich, und «**Was?**» bedeutet Staub, grober Schmutz, Abfälle, Laub, Öl, Fette, gefährliche Stoffe, «**Wo?**» sind Räume wie Teilelager, Garderobe, Werkstatt, Ausstellung, Aussenräume, «**Wie?**» nennt die einzusetzenden Mittel und Geräte wie Lappen, Wedel, Kehrmaschine oder Besen, «**Wer?**» definiert die dafür verantwortliche Person.

Es versteht sich, dass eine regelmässige Anpassung an veränderte Gegebenheiten gewährleistet sein muss und der Erfolg des Konzepts auch mit individuellen Anerkennungen belohnt werden soll. Sauberkeit als Event: Laden Sie drei Damen aus Ihrer Kundenkartei als unabhängige Experten ein und feiern Sie gemeinsam das beste Putzteam des Betriebs. Ausgefallene Meldungen werden in der Regionalpresse immer gerne angenommen und oft entsprechend aufgemacht. Die Architekten von B&P sind sicher, dass ein konsequent angewendetes Sauberkeitskonzept mit namentlich bezeichneten Verantwortlichen zum vorbildlichen Auftritt des Autohauses beiträgt. Sprechen Sie mit spezialisierten Fachleuten der Reinigungsbranche und profitieren Sie von der Erfahrung ausgewiesener Spezialisten. Sauberkeit kann geplant und eingebaut werden.

Angst vorm Fliegen...

Die Automobilbranche ist alarmiert, einzelne Betriebe kämpfen um den Verbleib in der Vertriebsorganisation, um Liquidität, ums Überleben. Andere investieren in Kooperationen, modernste Infrastruktur, in noch elegantere Paläste. Für einige Marktteilnehmer

hat bereits die Stunde der Wahrheit geschlagen. Andere wollen es noch nicht glauben, dass sie ihre Fehlinvestitionen abschreiben müssen. Investitionsruinen, nicht nur Gebäude, auch andere Projekte, stehen in der Landschaft, weil niemand auf die Warner hören wollte.

Der letzte, wirtschaftspolitische Sündenfall namens Swissair/Crossair steht noch auf schwachen Beinen, diesmal in äusserst grosser Dimension. Und alles ohne Gewähr. Die Strategie war angeblich perfekt, da waren sich alle einig. Und bei den Veranstaltern handelte es sich nicht ausschliesslich um ökonomisch eher ahnungslose Politiker. Die übrigen Namen versprachen Sachkompetenz. Und dann der Kollaps innerer Jahresfrist, die Swissair im Konkurs, und keiner will es gewesen sein. Wir werden die Sache jetzt ausbaden, ob wir wollen oder nicht.

War da nicht schon seit Jahren ein kleiner Kläffer, der es immer vorausgesagt hatte? War er uns nicht allmählich auf den Wecker gegangen mit seinem Schwarzmalen und der Rechthaberei? Nachträglich sind selbstverständlich alle gescheitert, aber Sepp Moser kann als Einziger von sich behaupten, bereits vor Jahren davor gewarnt zu haben. Schämen wir uns ein wenig und behandeln den nächsten «unangenehmen Kläffer» etwas vorsichtiger, die Zeit könnte ihm ja Recht geben.



Jürg Zryd B&P

Wir über uns

B&P im Internet: www.b-u-p.ch

Zehn Jahre B & P

«Freude herrscht», rief einst ein begnadeter Kommunikator, und wir schliessen uns dem gerne an. Es ist tatsächlich erst zehn Jahre her, dass sich die beiden Architekten Rolf Suter und Jürg Zryd mit ihrem eigenen Architekturbüro auf ein kleines Wagnis einliessen. Mit B&P BERATUNG & PLANUNG wurde ein Name zum Programm. Kein Feld-, Wald- und Wiesenbüro, sondern die Konzentration auf eine Branche im konstanten Umbruch, das Automobilgewerbe. Das Erfolgsrezept war neben klar wirtschaftlichem Denken eine konsequente Umsetzung kundenfreundlicher Gedanken und Elemente im Autohaus, gebautes Marketing, Verkaufsarchitektur. Und sie haben einiges bewegt. Ein kurzer Rückblick auf ein paar Schlagworte macht dies deutlich.

Was kostet eine Garage? Diese Frage haben die Architekten von B&P schon früh klar beantwortet. Es gab Leute in der Branche, welche es für vermessen hielten, dass sich Architekten in die Betriebswirtschaft einmischten. Sollen sie doch schöne Garagen bauen. Und wenn es sich der Garagist eigentlich gar nicht leisten konnte? Heute wird endlich offen darüber gesprochen, ob zum erfolgreichen Geschäft mit faszinierenden Produkten wirklich immer ein Glas und Marmorpalast nötig ist. Die zahlreichen realisierten Autohäuser von B&P beweisen, dass industrielle Bauten nicht nur deutlich günstiger sind, sondern auch ganz schön attraktiv sein können. Dialogannahme, wer will denn schon so etwas? Der Kunde!, sagt B&P seit zehn Jahren, sicherlich nicht die Garagisten. Mit dieser konsequenten Haltung haben wir uns nicht überall Freunde gemacht, aber bis heute haben zahlreiche Unternehmer bewiesen, dass eine richtig konzipierte und kompetent geführte Dialogannahme zum Erfolgsergebnis gehört. Und in den nächsten Jahren werden sie auch die Importeure und Hersteller zum Margenkriterium machen. Auch dort hat man dazugelernt. Es gibt eben kein besseres Werkzeug, um den persönlichen Kontakt mit seinen Kunden intensiver zu leben. Erlebniswelt bestand damals aus jahreszeitlich wechselnden Dekorationen im viel zu engen Schau- raum. B&P hat Zusatznut-



Klare Zeichen...

zer in den Verkaufsraum gebracht, Zentralkasse mit Kiosk gebaut, Büros für andere Dienstleister integriert oder zuletzt einen Coiffeursalon mitten in der Ausstellung eingerichtet. Schliesslich haben erst die Zusatznutzer jene riesigen Einkaufszentren mit dem Shop-in-shop-Konzept zur berühmten Erlebniswelt geführt, aber die Architekten von B&P haben sie fürs Autohaus angepasst. Weg von den langweiligen Museen, hin zum vielfältigen Angebot einer gewerblichen Kooperation. Wer damals auf B&P gehört hat, wurde vielleicht noch ausge- **Tranparenz mit Ambiance...**



25 Jahre Garage-Einrichtungen



Unterflur Hebebühnen
Solist • Duett • Gemini • Maestro • Quartett

- ▲ **Neubauten:**
Unverbindliche
Planungshilfe
- ▲ **Umbauten:**
Preisgünstige
Einbaumöglichkeiten
- ▲ **Sondereinbauten:**
zum Beispiel Decken-
einbauten in Keller
oder Einstellhalle

Gouchertweg 2 • 3252 Worben bei Biel
Telefon 032 384 39 17 • Telefax 032 384 03 69

Inserat

Kooperation, Fusion, Margen- und Netzanpassung, sinkende Erträge und eine ungewisse Zukunft; die aktuellen Themen einer Branche im Umbruch. Das B&P-Kompaktseminar 2001 will intelligente Alternativen zeigen, weil im Verdrängungswettbewerb halbherzige Einzelmassnahmen längst nicht mehr genügen. Die Architekten von B&P möchten Sie zu einer etwas anderen An- und Einsicht verführen:

Nur Verkaufsarchitektur schafft Erlebniswelt !

Die Erlebniswelt in der Garage ist hier nicht einfach ein Schlagwort, sondern in verschiedenen B&P-Projekten längst realisiert. Die vielen Ideen und Rezepte für die Belebung eines Betriebs sind erfolgreicher, wenn die Architektur mithilft im täglichen Verkauf. Intelligente Verkaufsarchitektur kann das. Profis mit Branchenkenntnis verraten Ihnen, worauf es ankommt. Dieses Kompaktseminar richtet sich an unternehmerische Garagisten, neugierige Investoren und alle Verkaufsdirektoren von faszinierenden Investitionsgütern, wie es eben nur Autos darstellen. Das B&P-Kompaktseminar 2001 findet statt am

Donnerstag, 22. November 2001

im Kreuz-Rössli-Kornhaus in Balsthal SO

und dauert von 10.00 bis 15.00 Uhr. Die Teilnahme an 5 Stunden geballter Information und lebendiger Diskussion kostet Sie Fr. 390.- (inkl. MwSt.) und das Mittagessen sowie die ausführlichen Seminarunterlagen sind darin inbegriffen. Für weitere Informationen rufen Sie bitte Tel. 056 401 41 81

Anmeldungen mit diesem Talon bitte an Fax 056 401 41 81

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



Name _____

Firma _____

Strasse _____

PLZ, Ort _____

Telefon _____

Datum und Unterschrift _____

Wir über uns

B&P im Internet: www.b-u-p.ch

lacht, hat heute aber längst Recht bekommen. Zusätzliche Kundenfrequenz scheint nun auch immer weniger Garagisten Angst zu machen. Die Besucher freuts.

Fussgängerstreifen haben wir nun tatsächlich nicht erfunden, aber damit ein grosses Problem mit wenig Aufwand gelöst. Wer immer seinen Eingang besser sichtbar machen wollte, dem wurde meist ein auffälliges Vordach verkauft. «Kunst» am Bau, zwar nicht so schön, aber dafür viel teurer und mit wenig praktischen Stützen. Ökonomisch denkende Architekten wie B&P lassen mit gelber Bodenfarbe einen simplen Fussgängerstreifen aufmalen und erreichen damit nicht nur, dass sich jeder Besucher unbewusst orientieren kann, sondern auch, dass auf den Vorplätzen vorsichtiger gefahren wird. Und diese smarte Idee wird bereits so oft kopiert, was beweist, dass sie gut ist.

Garage als Gastgeber, Emotionen im Autohaus, diese Stichworte hört man heute in jedem Branchenseminar. Da hat man offensichtlich erkannt, dass nur eine persönliche Beziehung zu jedem Kunden die Gewähr bietet, dass er wieder zurückkommt. Das schafft eben nur ein guter Gastgeber, welcher für möglichst positive Emotionen im Kontakt mit seinen Besuchern sorgt. Wer unser Journal regelmässig liest, dem werden solche Töne bekannt vorkommen. Bereits vor Jahren waren dies jeweils die Themen unserer Zeitung. Heute spricht auch ein allgemein anerkannter Autohausexperte wie Hannes Brachat in seinen Vorträgen von positiven Emotionen als Kundenbindung, dem Garagi-



Erlebnisswelt mit Zusatznutzung...

sten als Gastgeber. Es ist ein gutes Gefühl, wenn man zitiert wird, aber noch schöner die Bestätigung, dass wir schon damals auf dem richtigen Weg waren.

Die eigene Meinung offen sagen, das kann auch falsch verstanden werden. Denn eigentlich mögen wir Menschen, die frisch heraus sagen, was sie denken. Vorausgesetzt, sie denken das Selbe wie wir. Ob im eigene Journal oder als Gast in Fachzeitschriften der Branche, die Architekten von B&P haben mit ihrer Überzeugung nie hinter dem Berg gehalten. Und all dies sogar schriftlich. Und trotz alledem waren wir immer offen für bessere Argumente. Oft hat dies zu anderen, aber noch besseren Lösungen geführt. Eine Diskussion kann eben nur dann geführt werden, wenn die Standpunkte klar sind und es Argumente gibt, über die man diskutieren kann. Zuhören, reden, prüfen, und dann schlimmstenfalls die eigene Meinung ändern, eben ganz wie im richtigen Leben.

Architektenhonorare als Pauschalpreise sind heute allen geläufig. Die Architekten von B&P haben von Anfang an nur mit klaren, unveränderlichen Pauschalpreisen gearbeitet. Ob Konzeptstudien, Projekte oder Bauleitungen, immer wusste der Auftraggeber vorher genau, mit welchen Kosten er zu rechnen hatte. Heute ziehen ein paar Kollegen, vielleicht eher widerwillig, mit und das ist gut so. Denn warum sollen qualitative Mehrkosten, etwa kostbare Marmor- statt billige Keramikplatten, mit zusätzlichem Honorar belohnt werden?

B&P BERATUNG & PLANUNG, die spezialisierten Architekten für das Automobilgewerbe gibt es also mittlerweile seit zehn Jahren. Eine lange Zeit für die Vorreiterrolle, welche gegen Vorurteile, Neid und Filz erkämpft wurde, aber eine kurze Zeit für all die ausgelösten Änderungen und Fortschritte im Autohausbau. Auch die nächsten zehn Jahre wird B & P BERATUNG & PLANUNG konsequent unabhängig, absolut kundenorientiert und garantiert frei von partikularen Rücksichten nach den besten Lösungen für ein Gewerbe im Umbruch suchen. Rolf Suter und Jürg Zryd bedanken sich hier ganz herzlich bei den vielen Kunden für das Vertrauen, welches sie gewährten und freuen sich auf zahlreiche neue Kunden, welche dieses Wagnis eingehen wollen.

Und 10 Jahre B&P, dieses Jubiläum verdient ein Fest. Bleiben Sie dran, wir sind mitten in der Planung. B&P ist eben immer für eine Überraschung gut.



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