

# Familie als Fundament

**AUTOHAUS B13** – Familie Schwarzbauer hat ihr Škoda Autohaus B13 in Karlskron modernisiert und expandiert nun nach Neuburg. VON DIETER RADL

Es ist ein moderner Familienbetrieb, der an der B13 im Süden von Ingolstadt die Marke Škoda vertritt: Sieglinde und Josef Schwarzbauer hatten 1982 mit einer Tankstelle und Freien Werkstatt direkt in Ingolstadt begonnen, verlagerten 13 Jahre später den Standort ins Gewerbegebiet von Karlskron/Brautlach und wurden kurz danach Škoda Vertragshändler. „Der Octavia war für mich der Auslöser gewesen: ich hatte das Auto in Prag gesehen und wusste zudem, dass die Tschechen perfektionistische Techniker und Handwerker sind. Da war klar, dass ich Škoda Händler werden wollte. Und die Freude an der Marke hält bis heute an“, resümiert Josef Schwarzbauer. Was jeder Branchenkenner nachvollziehen kann, der die Entwicklung der Marke vom grauen Nischen-Aschenputtel zur heute stärksten Importmarke mit fast 5 Prozent Marktanteil mitverfolgt hat. Die drei Kinder

Stefan, Josef und Nicole sind bereits voll aktiv in dem Unternehmen, das regelmäßig Preise für hervorragende Leistungen einheimst, so z. B. die wiederholte Mitgliedschaft im „Škoda Club“, über die sich jedes Jahr die „25 besten deutschen Škoda Partner“ freuen dürfen. Auch die Unternehmens-Nachfolgeregelung ist schon unter Dach und Fach. Keine Selbstverständlichkeit in der Branche, in dieser Familie aber wohl doch: „Wir haben nie etwas festgehalten, also müssen wir auch nichts loslassen“, sind sich Sieglinde und Josef Schwarzbauer senior einig.

## Erweiterung bei laufendem Betrieb

Das rasante Wachstum der tschechischen Marke und der Škoda-Gemeinde vor Ort aber hatten das Autohaus an der B13 in Platz- und Kapazitätsnöte gebracht. Zeit für eine Erweiterung und Modernisierung.

Man hegte Umbaupläne, zusammen mit dem Schneider Planungsbüro aus München. „Wir hatten im AUTOHAUS einiges von der Firma Schneider gelesen, daraufhin haben wir einfach Kontakt zu Architekt Markus Rickerl aufgenommen. Uns war wichtig, dass es ein Planungsbüro spezifisch für Autohäuser ist. Wir haben überzeugende Referenzbetriebe angeschaut, die mit dem Planungsbüro Schneider sehr zufrieden waren, und so sind wir Baupartner geworden“, beantwortet Josef Schwarzbauer die Frage, wie er seinen Generalunternehmer gefunden habe.

Das am 22./23. September mit ca. 1.500 Begrüßungsgästen eingeweihte rundneuereute Autohaus wirkt wie ein Neubau: die Showroom-Fläche wurde von 250 auf 450 m<sup>2</sup> erweitert, wobei der angebaute Showroom-Teil mit 6 Metern Raumhöhe rund 2 Meter mehr Luftraum aufweist als



Partner beim Bau: (v.l.) Josef Schwarzbauer senior und junior, Nicole und Sieglinde Schwarzbauer (Sohn Stefan nicht im Bild) sowie Maria Spajic und Markus Rickerl vom Schneider Planungsbüro

## KENNDATEN DES BETRIEBS

<b>Autohaus an der B13 GmbH &amp; Co. KG, Münchener Straße 29, 85123 Karlskron/Brautlach</b>	
<b>UMBAU/ERWEITERUNG:</b>	
Bauzeit 10/2011 bis 09/2012	
Planung und GU: Schneider Planungsbüro GmbH, München	
<b>FLÄCHENGRÖSSEN:</b>	
Grundstück	4.000 m <sup>2</sup>
Nettogeschossfläche	2.200 m <sup>2</sup>
NW-Ausstellung (inkl. Büros)	790 m <sup>2</sup>
GW-Verkaufsfläche	2.000 m <sup>2</sup>
Mech. Werkstatt mit Portalwaschanlage	400 m <sup>2</sup>
Karosseriewerkstatt mit Aufbereitung	150 m <sup>2</sup>
Reifenlager	450 m <sup>2</sup>
Dialogannahme Plätze	3
<b>KENNZAHLEN:</b>	
Mitarbeiter gesamt (davon Azubi)	34 (7)
Werkstattdurchgänge pro Tag	28
Pkw-Neuwagen-Planzahl 2012	400
Pkw-GW-Planzahl 2012	550



1 Das neue Autohaus B13 mit vergrößertem Showroom und neuen Dialogannahmen 2 Blick in die erweiterte Ausstellung mit neuer Fassade; die niedrigere Decke rechts markiert den Baubestand 3 Blick in die neue Dialogannahme, die die Kunden gerade an den Räderwechsel erinnert 4 Die Liebe zum Detail: Eingangsgestaltung beim Autohaus B13

die renovierte Showroom-Hälfte aus dem Baubestand. Somit ist die Ausstellung nicht nur größer geworden, sondern wirkt insgesamt heller und einladender mit großzügiger dimensionierten Verkäufer-Arbeitsplätzen. „Generell sind die Schnittstellen zwischen Service und Verkauf, die Kundenkontaktbereiche, alle Blickachsen und Wege optimiert und damit auch die Prozesse im Autohaus verbessert worden“, fasst Nicole Schwarzbauer die funktionalen Auswirkungen dieser Bau-Rochade zusammen.

Was heute wie aus einem Guss wirkt, war im Bauprozess eine echte Herausforderung gewesen, erläutert Maria Spajic vom Schneider Planungsbüro: „Wir mussten die Erweiterung ja bei laufendem Autohaus-Betrieb realisieren, also zunächst den Anbau mit neuer Fassade andocken, dann die alte Ausstellung renovieren und schließlich beide Bereiche durch Rückbau der alten Fassade zusammenführen.“ Im neuen Ausstellungsbereich wurde wie schon im alten Showroom eine Fußbodenheizung verlegt, für deren Warmwasserversorgung die Kapazität des vorhandenen Brennwert-Kessels ausreichte. „Wir brauchen für die verdoppelte Ausstellungsfläche kaum mehr Heizenergie als vorher“, erklärt Markus Rickerl, „denn Anbau und neue Fassade verfügen über wesentlich bessere Dämmwerte als die alte Fassade.“

### Mit professioneller Ruhe

Gleich neben der erweiterten Ausstellung wurde die neue Dialogannahme mit zwei Arbeitsplätzen errichtet, die die alte, angrenzende Dialogannahme entlastet, so dass nun für die rund 25 bis 30 Werkstattdurchgänge/Tag wieder genügend „Dialog-Kapazität“ zur Verfügung steht. Eine Christ Portal-Waschanlage mit Wasseraufbereitungsanlage und Regenwassernutzung war schließlich der dritte Gebäudeteil, der im Zuge der Modernisierung angebaut wurde. Kleinere Nachjustierungen im Raumprogramm der Bestandsimmobilie und Anstricharbeiten komplettierten das Runderneuerungsprojekt an der B13.

Bauherren, die in einer Phase des CI-Faceliftings ihrer Marke bauen, wissen davon oft ein Lied zu singen. Auch in diesem Fall hatte man mit den noch immer nicht endgültig feststehenden Vorgaben, Fassadenfarben, Fliesenformaten etc. für das neue Škoda Corporate-Design zu kämpfen. Die endgültige Marken-Signalisation des neuen Betriebs lässt deshalb noch etwas auf sich warten. Aber diese kleinen Widrigkeiten können einen gestandenen Autohaus-Inhaber wie Josef Schwarzbauer nicht aus der Ruhe bringen: „Es geht ja darum: Wir wollen Škoda Autos verkaufen. Dabei erwarten unsere Kunden kompetente Beratung und tollen Service. Selbstverständ-

lich bieten wir dies unseren Kunden.“ Dass dem so ist, davon ist offensichtlich auch Škoda Deutschland überzeugt, hat man den Schwarzbauers doch angetragen, im 25 km entfernten Neuburg ein weiteres Autohaus zu eröffnen. In einem ehemaligen Toyota-Betrieb, dessen Inhaber in Ruhestand gegangen war, wird derzeit unter der Regie von Stefan und Nicole Schwarzbauer der neue Škoda Standort ausgebaut. „Wir nennen den Neuburger Betrieb jetzt auch ‚Autohaus B13‘ wie unseren Stammbetrieb hier in Karlskron, der bisher ‚Autohaus an der B13‘ hieß“, erläutert Nicole Schwarzbauer, die für das Marketing der beiden Autohäuser zuständig ist. Zusammen mit ihrer Cousine Jennifer Schwarzbauer wurde das neue Markenlogo der Unternehmung entwickelt. Das runde, grüne Autohaus B13-Logo ist seitdem das Fundament eines ganzen Marketingprogramms: Von tollen B13-Dosen mit Energydrink oder Prosecco bis hin zu Ansteck-Buttons und Kundenkarten, die zugleich Kundenbindungsmittel sind. Und das liegt sozusagen in der Logik der bisherigen Entwicklung: Ein Autohaus-Familienbetrieb, personifiziert mit motivierten Mitarbeitern und professionellen Leistungen, bringt die Marke Škoda in der Region auf die Straße und gibt sich ein erkennbares Handelsmarkengesicht („Autohaus B13“). ■