



Aus einem alten Opel- einen neuen Seat-Betrieb gemacht: In den zwei OG-Fenstern gut sichtbar die unten am Eingang von außen per Info-Panel aufgerufenen Informationen zu einem bestimmten Ausstellungsfahrzeug

Multi-touch-Verkauf

SEAT HAMBURG – Restrukturierung, CI-Pilot, digital signage: Es gibt Innovatives zu entdecken in der Seat Niederlassung der Hansestadt. **VON DIETER RADL**

Wer wissen möchte, in welche Richtung sich im iPhone/iPad-Zeitalter der Automobilverkauf entwickelt, der kann sich in der Seat Niederlassung in Hamburg einige Anregungen holen: Im Multi-touch-Verfahren bedienbare Screens stehen hier an vielen Stellen Kunden und Verkäufern für Information und Entertainment zur Verfügung. Dazu später mehr. Es sind noch zwei weitere Aspekte, die einen Besuch lohnen: Hier kann man sich ein Bild von der neuen Seat Innen-CI machen, und man kann studieren, wie sich der Phönix eines neuen Seat-Autohauses aus der „Asche“ eines alten Opel-Betriebs erhoben hat.

Gelungene Restrukturierung

Seit 2002 gibt es die Seat-Niederlassung in Hamburg, die zunächst an der Automeile Nedderfeld auf dem Gelände eines Audi-Betriebs beheimatet war. Der GW-Platzbedarf von Audi wuchs, Seat musste einen neuen Standort finden. Erik Händler, seit 2007 Geschäftsführer der Seat Deutschland Niederlassung GmbH (Standorte: Ham-

burg, Berlin, Frankfurt, Stuttgart), begab sich mit den Spezialisten von Volkswagen Immobilien (VWI) auf Grundstückssuche und wurde schließlich in der Osterfeldstraße 20 fündig. „Wir liegen hier an der hochfrequentierten B2, die Automeile Nedderfeld ist gleich ums Eck, wir sparen hier aber 58 Prozent Pacht jährlich gegenüber Nedderfeld-Niveau“, skizziert Erik Händler die positiven Seiten des neuen Standorts.

Dafür musste man aber auch zwei Kröten schlucken: Das handtuchförmige Grundstück erlaubt nur eine sehr schmale Fassade zur B2, und der GW-Platz („Seat Selection“) trennt das Verkaufshaus vom Werkstatttrakt. Zudem machte der Baubestand des alten Opel-Betriebs (siehe kleines Foto) eine Restrukturierung zu einem kühnen Unterfangen: Massiver Stahlbeton (statisch für 6 Stockwerke ausgelegt!), ein 3-Stufen-Versatz in der Fassade (Bebaugungsgrenze), zwei separate Geschosse, erschlossen durch eine quer durchs Haus verlaufende Rampe und eine Außentreppe. „Mit Gunther Fricke, der seit Jahren die Bauberatung für Seat macht, haben wir

eine Lösung erarbeitet, die hohe Funktionalität bietet und die Seat-Markenwelt widerspiegelt“, erläutert Erik Händler. Die Essentials dieser Lösung: Die trennende Decke wurde aufgebrochen und so ein luftiger Showroom geöffnet, vom ehemaligen OG blieb nur eine Galerie, die heute Chefbüro, Verwaltungs- und Besprechungsräume beherbergt; an Stelle der Rampe wurde eine Dialogannahme eingebaut und so der „Service“ vom entfernt liegenden Werkstattgebäude nach vorne ins Verkaufshaus geholt; der Versatz in der Hauptfassade verschwand hinter einer geschickten Kaschierung, die als „Werbebau“ eingestuft und somit trotz Bebauungsgrenze errichtet werden konnte; der disparate alte Baukörper wurde schließlich insgesamt mit einer rahmenartigen Verkleidung eingefasst und wirkt heute wie aus einem Guss.

Zeichneten Gunther Fricke Architekten für die HOAI-Phasen 1 bis 4 verantwortlich, hatte ab Phase 5 (Werkplanung) die DELTA Bauplanung aus Braunschweig die Generalplanung für diese beeindruckende Restrukturierung übernommen.

Fotos: mann Objecta, Seat Hamburg, Radl

Pilot für Innen-CI

Die neue Hamburger Niederlassung ist Pilotbetrieb für das neue Seat Innen-CI-Konzept (siehe Fotos). Einziger gelisteter Lieferant (Produzent und Einrichter) für Deutschland ist die mann Objecta, die nach diesem Ende 2010 fertig gestellten Hamburger Pilotobjekt derzeit weitere Seat-Autohäuser mit der neuen CI-Linie einrichtet. „Die wesentlichen Elemente sind der Empfangstresen, die Service-Annahme, die Kundenzone – „Mainia-Programm“ – und der Verkäufer-Arbeitsplatz, der auch deswegen bemerkenswert ist, weil hier erstmals ein großer Monitor im Rücken des Verkäufers den Kunden-Dialog unterstützt“, erläutert Thomas Fohrmann von mann Objecta. Diese Inneneinrichtung ist für die Seat-Händler kein margenrelevantes Muss, sondern eine Empfehlung. Mit gut 15.000 Euro kann ein durchschnittlicher Seat-Händler kalkulieren, wenn er seine „Schnittstellen“ zum Kunden als gut durchdachte Seat-Welt ausgestalten will.

„Greifbare“ Information

Der erwähnte Monitor des VK-Arbeitsplatzes ist nur einer von vielen Screens in der Seat Niederlassung: Unter dem Arbeitstitel „future store“ hat man hier mit Hilfe von Markus Lienhart, Creative Director der Firma „Raum + Schall“, viele interaktive Schnittstellen installiert, die fast das ganze Autohaus zur „begreifbaren“ Informationsfläche werden lässt: Bei den präsentierten Neu- und Gebrauchtwagen stehen als stumme Verkäufer Stelen mit interaktiven Touchscreens, auf denen sich Kunde und/oder Verkäufer schnell zu den gewünschten Informationen rund um das Auto durchtasten/-wischen/-klicken können. Auf das vernetzte, multimediale Informationssystem („digital signage“) kann auch in der Kundenwartzone via großem 42-Zoll-Touchscreen zugegriffen werden. Und auch jenseits der Öffnungszeiten kann der Kunde sich spielerisch mit den elf präsentierten Fahrzeugen im Showroom beschäftigen: Neben dem Eingang ist in der Scheibe ein Panel eingelassen, auf dem der Kunde von außen das Auto auswählen kann, das ihn interessiert, worauf ein moving head (= kopfbewegter Scheinwerfer) genau dieses Fahrzeug ins Rampenlicht setzt und das System entsprechende Informationen anbietet. Gleichzeitig wird dieses Fahrzeug oben in zwei großen Fensterscheiben des (ehemaligen) OG auf eine



1 Der luftig-hohe Showroom mit neuem Seat-CI-Interieur 2 Der Empfangstresen mit Info- und Begrüßungsmonitor 3 Die Kundenwartzone mit 42-Zoll-Touchscreen 4 Die Verkäufer-Arbeitsplätze mit Info-Monitor für den Kunden im Rücken des Verkäufers 5 Die KD-Arbeitsplätze aus dem Blickwinkel der Dialogannahme 6 Statt Preisschild ein interaktives Multimedia-Infoangebot zu jedem Showroom-Fahrzeug 7 Stolz auf ihr Werk: NL-Leiter Erik Händler (r.) und seine Kollegen Michael Post (2. v. r.) und Torsten Ahlfänger (2. v. l.) sowie Andreas Kohushöter (Mitte) und Thomas Fohrmann (l.) von der mann Objecta

Rückprojektionsfolie gebeamt, so dass auch Passanten sehen, dass hier „was los“ ist. Das ganze Autohaus wird auf diese Weise zu einer von innen wie außen aktivierbaren Info- und Action-Box rund um die Seat-Angebotspalette. Da zudem professionelle Bühnentechnik vorhanden ist, können Erik Händler, Michael Post (Serviceleiter/Centerleiter) und Torsten Ahlfänger (Verkaufsführer) ihr Autohaus als städtische Event-Bühne für Konzerte, Vernissagen etc. einsetzen. Als großes Kompliment für sein neues Haus wertet Erik Händler den Satz, den er beim Eröffnungsereignis aus dem lautstarken Dialog zweier top gestyler Mädels mitbekommen hatte: „Meeensch, das ist ja hier so geil, das habe ich ja noch nicht mal bei Porsche erlebt!“ ■

KENNDATEN DES BETRIEBS

SEAT Deutschland Niederlassung GmbH, Osterfeldstr. 20, 22529 Hamburg	
UMBAU/RESTRUKTURIERUNG	
Bauzeit: 01.05.2010 bis 15.10.2010	
HOAI-Phasen 1-4: Gunther Fricke Architekten, Braunschweig	
HOAI-Phasen 5-8: DELTA Bauplanung, Braunschweig	
KOSTEN (IN EURO OHNE MWST.)	
Gesamt-Umbaukosten	1.300.000 Euro
- davon Investition „future store“	75.000 Euro
KENNZAHLEN	
Nettogeschossfläche Verkaufshaus:	575 m ²
Mitarbeiteranzahl	21
Werkstattdurchgänge / Tag	25
Geplante NW-Verkäufe 2011	690
Geplante GW-Verkäufe 2011	300