



SEAT UND CUPRA BEI AUTOMOBILE SCHNEIDER

Gemeinsam – aber getrennt

Automobile Schneider in Lübecke hat für Seat und die neue Marke Cupra einen Showroom im neuesten Design gebaut – mit technologischen Weitblick und viel Liebe zum Detail.

von Frank Selzle

Genau 30 Jahre ist es nun her, dass Markus Schneider auf dem Land der Eltern in Lübecke seine Firma gründete. Was als Werkstatt mit GW-Verkauf anfang, entwickelte sich schnell zu einem erfolgreichen Autohaus mit bis zu zehn Prozent regionalem Marktanteil. Geholfen hat dabei die Entscheidung für die aufstrebende Marke Seat. „Als der Importeur 1992 auf mich zukam, hatte ich gerade auf der grünen Wiese begonnen. Wir haben dann gleich neben der Werkstatt einen ersten Ausstellungsraum gebaut“, erzählt Schneider. Danach ging es steil bergauf. Im Jahr 2000 ergänzte der Unternehmer eine Waschanlage und eine Karosseriewerkstatt, 2017 folgte eine Räderhalle mit Montagearbeitsplatz und Reifenwaschmaschine. Zudem entstand ein neuer, 2.000 Quadratmeter großer Gebrauchtwagenplatz mit eigenem Verkaufs- und Auslieferungspavillon. Als im selben Jahr auch noch die Marke Cupra abge-

trennt wurde, war klar: Der bestehende Showroom war nicht mehr zukunftsfähig.

„Wir haben schnell gemerkt, ein Umbau auf die damals aktuelle CI wäre rausgeschmissenes Geld gewesen. Das hätte uns nicht nach vorne gebracht“, betont

Schneider. „Der bestehende Platz war viel zu klein geworden. Dort hätten wir auch Cupra gar nicht machen können.“ Deshalb holte er gemeinsam mit seinem Sohn Felix, der sich seit nunmehr vier Jahren im Familienbetrieb um Marketing und Digi-



Markus und Felix Schneider mit Gerold Urmelt, Projektentwickler bei Borgers (v. r.)

Fotos: Oliver Krato

talisierungsthemen kümmert, die Spezialisten von Borgers ins Boot. Gemeinsam plante man 2019 einen völlig neuen Showroom für die beiden Marken.

Glück im Unglück

Schon in dieser Phase mussten die Pläne immer wieder neuen Überarbeitungsanforderungen der Marke Seat angepasst werden. Doch die eigentliche Herausforderung sollte erst noch kommen. Als im Frühjahr 2020 das Altgebäude bereits abgerissen und der Bau der neuen Halle begonnen hatte, erreichten Schneider erste Gerüchte über eine völlig neue CI bei Seat und Cupra – für die Performancemarke gab es nun auch einen eigenen Händlervertrag. Bilder von Musterbetrieben in Chile machten die Runde. Und Bauherr und Generalbauer stoppten den Bau in Lübbecke.

In enger Zusammenarbeit mit der Seat-Bauberater wurden dann die Details für die brandneue CI geklärt. „Es gab ja einen Auftrag für einen schlüsselfertigen Bau, den mussten wir jetzt komplett umplanen. Da ging es nicht nur um Fliesen und Möbel, sondern auch um Details wie Steckdosenplätze“, erklärt Gerold Urmelt, Projektentwickler bei Borgers. Mit neuem Plan und neuen Anforderungen konnte der Bau dann im Sommer 2020 wiederaufgenommen werden. „Natürlich war das nervenaufreibend, aber im Nachhinein war es für uns auch ein Glücksfall. Hätten wir mit der dann veralteten CI weitergebaut, würden wir jetzt überlegen, wie wir das umbauen“, sagt Felix Schneider. „Vor allem die Integration von Cupra ist für uns enorm wichtig.“

„Shared CI“ für Seat und Cupra

Herausgekommen ist nun eine moderne und gleichzeitig einladende Ausstellung mit Galerie. Auf 750 Quadratmetern Grundfläche und rund 930 Quadratmetern Nettogeschossfläche ist ausreichend Platz für die beiden Marken, Büros und Sozialräume. Die sieben Meter hohe Fassade ist zur Landstraße und zum GW-Platz hin vollverglast; auf der längeren Südseite sogar mit Sonnenschutz.

Die Einrichtung des Showrooms ist aufregend vielseitig, dabei aber genau komponiert. „Shared CI“ heißt das Konzept – und meint so etwas wie „gemeinsam, aber getrennt“: Die Marken teilen sich den Showroom an einer gedachten Linie entlang. Die Seat- und Cupra-Bereiche unterscheiden sich dabei nicht nur



Auf zwei Etagen ist ausreichend Platz für die beiden Marken, Büros und Sozialräume.

„Central Island“: Boden in Holzoptik, abgehängte Holz-Decke, bequeme Sessel und Sofas, Vitrinen für Zubehör sowie ein großer Bildschirm schaffen eine Wohlfühlatmosphäre für den Kunden.

durch die jeweiligen Ausstellungsfahrzeuge, sondern auch durch die spezifische Einrichtung. Während die Cupra-Seite ein wenig edler und zurückhaltender daherkommt, spielt das Seat-Design mit Farben und Formen. In der Mitte teilen sich beide Fabrikate eine gemeinsame Kundenlounge – die „Central Island“: Boden in Holzoptik, abgehängte Holz-Decke, bequeme Sessel und Sofas, Vitrinen für Zubehör sowie ein großer Bildschirm schaffen eine Wohlfühlatmosphäre für den Kunden; Erfrischungsgetränke und Kaffee gibt es in der kleinen Küche dahinter.

Verkaufs- und Serviceleiter haben ihre Büros an der Rückseite des Showrooms unter der Galerie, die Serviceberater sitzen am Übergang zur neuen Dialogannahme und dem Aufbereitungsplatz. Wie bei allen neuen Autohäusern setzt die Architektur auf kurze Wege und Übersichtlichkeit für Kunden und Mitarbeiter. Für die Verkaufsgespräche gibt es im Raum verteilt mehrere Tische und Lounge-Nischen mit großen Screens für die digitale Fahrzeugkonfiguration – sogenannte „Operational Spots“.

Freude an den Details

Spaß macht es vor allem, Markus Schneider zuzuhören, wenn er die vielen kleinen Details erwähnt, mit denen sich meist auch eine Geschichte verbindet. Etwa das Stück weiße Außenfassade an der Seite, die der Nachbar dem Händler im Gegenzug für das Einverständnis zur grenznahen Bebauung abgetrotzt hat. Oder die eigentlich weißen WLAN-Verteiler an der Decke, die in der Original-Deckenfarbe nachlackiert wurden. Oder die vielen Design-Elemente im Showroom, die Louis Poulsen-Lampen, die FC-Barcelona-Bälle, das Carbon-Fahrrad. Ein Coup ist auch die Fototapete an den Wänden, die genauso aussieht wie der ursprünglich geforderte Spezialputz in Betonoptik – nur ist sie deutlich günstiger. Man muss sie anfassen, um es zu glauben.

Einige Entscheidungen während des Baus haben sich im Nachhinein als echte Treffer herausgestellt. „Ich bin wirklich froh, dass wir uns für die schalldämpfende Lochdecke entschieden haben – und für die Klimatisierung des Gebäudes über den Fußboden“, betont Felix Schneider. Betrieben wird diese über eine eigene Wärme-



Links: Die Seat- und Cupra-Bereiche unterscheiden durch die spezifische Einrichtung. Für die Verkaufsgespräche gibt es im Raum verteilt mehrere Tische und Lounge-Nischen mit großen Screens für die digitale Fahrzeugkonfiguration.

Rechts: Neue Dialogannahme mit Übergang zu den Serviceberater-Schreibtischen im Showroom



Neben einem öffentlichen 75-kW-Schnelllader (Bild) haben die Schneiders auch in weitere 22-kW-Ladesäulen investiert.

pumpe mit Strom aus der 85 kW/h starken Photovoltaikanlage auf dem Dach. Gemeinsam mit weiteren Energieeffizienzmaßnahmen wie Dämmung und LED-Beleuchtung erreicht der Betrieb damit den KfW-55-Standard für Niedrigenergiehäuser, für den es Zuschüsse gab. „Mit der neuen Bundesförderung gibt es seit diesem Jahr sogar noch mehr Geld vom Staat“, rät Urmelt künftigen Bauherren.

Mit Batterie in die E-Zukunft

In Lübbecke fließt nicht benötigte Energie in das öffentliche Netz, das bringt zusätzlich ein wenig Geld. Der Hauptnutzen aber ist die Eigenversorgung – und damit eine deutliche Entlastung bei den Stromkosten. Auf halber Strecke wollten die Schneiders aber nicht stehen bleiben – und haben sich zudem für einen Batteriespeicher mit 63 kW Leistung entschieden. Dafür gab es weitere Zuschüsse aus der Landesförderung. Der mehrzellige Akku ist in einem Schrank im Keller untergebracht. Für Markus Schneider ist er eine Investition in die Zukunft: „Wir haben den Fokus dabei gar nicht so sehr auf die Wirtschaftlichkeit gelegt, sondern wollten einfach alles umsetzen, was uns möglich war. Jetzt haben wir einen Vorsprung!“ Die Batterie nimmt den Überschuss aus der selbstproduzierten Energie auf: „Bei gutem Wetter ist der Speicher um 10 Uhr morgens voll“, sagt Felix Schneider. Nutzen lässt sich der Strom nicht nur für die Haustechnik, sondern auch für die Ladeinfrastruktur – etwa am Abend, wenn die Photovoltaik ruht.

Mit dem Start des Cupra Born geht es dann so richtig los mit der Elektromobilität. Dafür haben die Schneiders kräftig in Ladesäulen investiert: in der Dialogannahme, der Auslieferung und auf dem Parkplatz. An einem öffentlichen 75-kW-Schnelllader und zwei 22-kW-Ladesäulen können nicht nur Kunden, sondern alle Stromer der Region „tanken“ – und das wird reichlich genutzt, denn mit der modernen Technik hat das Autohaus in der Region die Nase vorn. „Da gibt es bei uns noch nicht so viele Angebote“, bestätigt Schneider. Bezahlen können die Nutzer mit allen gängigen Ladekarten. Dem Händler geht es dabei gar nicht so sehr um das Zusatzgeschäft, er will vor allem Kompetenz beweisen in Sachen Elektromobilität. „Wir können mit dem Kunden eine viel bessere Übergabe inszenieren, wenn wir ihm künftig sein neues E-Auto direkt an der Ladesäule erklären und gleich zeigen, wie man das Fahrzeug lädt“, sagt Felix Schneider.

Vater und Sohn freuen sich darauf, wenn das Geschäft jetzt nach den Lockdown-Monaten wieder in die Gänge kommt. Corona hatte die langjährige Wachstumsphase ausgebremst – auch weil Autos fehlen. „2019 hatten wir ein sensationelles Jahr. Daran wollen wir jetzt wieder anknüpfen“, sagt Markus Schneider. Der neue Showroom soll dabei helfen. „Die Kunden sind begeistert. Die Atmosphäre hier ist wohnlich und lädt zum Verweilen ein.“ Zur Einführung des Cupra Born im November will Schneider mit seinen Kunden die Einweihung und das Jubiläum nachfeiern. Dann, so hofft er, lässt Corona das Verweilen auch wieder zu. ■

KENNDATEN DES BETRIEBES

Schneider Automobile, Rahdenerstraße 57, 32312 Lübbecke	
Neubau von März 2020 bis Januar 2021	
Planung und Bauausführung: Borgers GmbH, Stadtlöh	
Kosten insg. (ohne MwSt.):	2.214.000 Euro
FLÄCHENGRÖSSEN	
Grundstück:	12.000 qm
Überbaute Grundstücksfläche:	1.738 qm
Nettogeschossfläche Neubau:	930 qm
NW-Verkauf (davon im Haus):	1.200 (556) qm
GW-Freifläche:	1.500 qm
Werkstatt:	380 qm
Karosseriewerkstatt:	80 qm
Teilelager (2 Etagen):	180 qm
Direktannahme:	2
Fahrzeug-Stellplätze:	34
Kundenparkplätze:	16
KENNZAHLEN:	
Mitarbeiter gesamt (davon Azubi):	30 (4)
Mechanische Werkstattarbeitsplätze:	6
Karosseriearbeitsplätze:	2
Werkstattdurchgänge pro Tag:	35
Pkw-NW-Verkäufe 2020:	301
Pkw-GW-Verkäufe 2020:	244
Pkw-NW-Planzahl 2021:	360
Pkw-GW-Planzahl 2021:	280