

**Löhr-Automeile Mainz**

# Neubauleasing sichert Expansion

Traditionsunternehmen investiert rund 30 Millionen Euro in vier markenexklusive Autohäuser

Die Geschichte der Löhr & Becker Aktiengesellschaft ist beeindruckend: Seit über 100 Jahren expandiert das Koblenzer Unternehmen, investiert in neue Kfz-Betriebe und kauft bestehende Firmen hinzu. Mit insgesamt 27 Autohäusern in Rheinlandpfalz und Hessen, rund 1.200 Mitarbeitern und 23.000 verkauften Autos zählt das Traditionsunternehmen heute zu den größten Handelsgruppen in Deutschland.

Seit der Übernahme des VW- und Audi-Händlers Kraft 2004 ist Löhr & Becker in Mainz vertreten. Als die genutzten Räume von Auto-Kraft im Zentrum der Landeshauptstadt zu eng wurden, suchten die Verantwortlichen des Unternehmens ein passendes Grundstück für ihre Automeile.

„Eine geeignete Fläche für unsere neuen Autohäuser zu finden, war fast ein Irrweg“, erinnert sich Hans-Jürgen Persy, Vorstandsvorsitzender der Löhr-Gruppe. Zahlreiche Grundstücks- und Immobilienangebote wurden geprüft – mitten im Herzen von Mainz und in der Peripherie der Stadt. Persys Wunsch: „Wir wollten in der Nähe von anderen



Fotos: Rubbel

*Sind Bau- und Finanzpartner: (v. li.) Holger Würk von der DAL Bautec, Wolfgang Bolles und Kai A. Eberhard von der DAL sowie Hans-Jürgen Persy von der Löhr-Gruppe.*

Premiummarken wie Mercedes-Benz und BMW sein.“ Der Vorstandsvorsitzende hatte Erfolg: Löhr & Becker entschied sich 2007 für den 50.000 m<sup>2</sup> großen Standort an der Hechtsheimer Straße – nicht weit von seinen Mitbewerbern und nur 1.500 Meter vom Stadtkern entfernt.

Am 17. Dezember 2008 legten die Bauherren dann den Grundstein für das erste Objekt. Von September 2009 bis April 2010 entstanden an der Löhr-Automeile vier markenexklusive Autohäuser: zuerst der Porsche- und Toyota-Betrieb, dann das Audi- und VW-Zentrum. Rund 30 Millio-

nen Euro investierte der Bauherr in Gebäude, Grundstück und Betriebsaustattungen.

**Bilanzeffekte und Freiräume**

Finanzpartner der Löhr-Gruppe ist die DAL Deutsche Anlagen-Leasing GmbH & Co. KG. Mit ihr haben die Autohausbetreiber einen Immobilien-Leasingvertrag abgeschlossen – mit einer Laufzeit von 20 Jahren und einem fest definierten Restwert. Möchte Löhr & Becker das Objekt nach der ersten Mietperiode nicht kaufen, verlängert sich die Laufzeit um weitere zehn Jahre. „Das Finanzierungsmodell bietet uns viele positive Bilanzeffekte und entsprechende Freiräume“, erläutert Persy. Dies sei aber nur möglich, wenn man mit seinem Finanzpartner ein schlüssiges Konzept erarbeite, fügt der Vorstandsvorsitzende hinzu.

„Unser Kunde ist zwar nicht Eigentümer der Immobilie. In einer bis zu 30-jährigen Partnerschaft kann er sich aber eigentümerähnlich verhalten“, erklärt DAL-Geschäftsführer Kai A. Eberhard. So sei Löhr & Becker als Leasingnehmer je-

*Auf dem 50.000 m<sup>2</sup> großen Grundstück an der Hechtsheimer Straße in Mainz entstanden vier markenexklusive Autohäuser für Volkswagen, Audi, Porsche und Toyota. Die Betriebe führt die Löhr-Gruppe zwar als eigenständige Gesellschaften. Events wie Sommerfeste oder Serviceaktionen werden auf der Löhr-Automeile jedoch gemeinsam veranstaltet.*





*Kennzeichen der Terminal-Architektur sind die gekurvten Räume und geneigten Wände.*



*Wie im Porsche-Zentrum setzte Löhr & Becker auch in allen anderen Neubauten die markenexklusiven Baustandards der Automobilhersteller um.*

derzeit dazu berechtigt, die Autohäuser umzubauen, zu erweitern oder unterzuvermieten. Somit könne das Unternehmen auf Marktveränderungen schnell und flexibel reagieren. „Wir sind keine Immobiliensammler, sondern Autohausbetreiber. Dafür ist es nicht zwingend erforderlich, dass wir die Gebäude kaufen“, betont Vorstandssprecher Persy.

**Projektsteuerung und Kostenkontrolle**

Die DAL Bautec, eine hundertprozentige Tochter der DAL, übernahm das Baumanagement sowie die Kosten-

Termin- und Qualitätskontrolle des Mainzer Projekts. „Wir sind der juristische Bauherr und Auftraggeber der Baumaßnahme. Unsere Leistung ist die klassische Projektsteuerung“, erläutert Holger Würk, Geschäftsführer der DAL Bautec.

Geplant und fertiggestellt hat die Markenbetriebe die Heinsberger Habau GmbH. Dass alle Autohäuser in der Löhr-Automeile „erste Sahnemaßstäbe setzen“, meint Hans-Jürgen Persy.

In zehnmonatiger Bauzeit und nach den strengen Richt-

linien der Automobilhersteller entstanden Ende 2009 im nördlichen Bauabschnitt der Automeile das Porsche-Zentrum und das Toyota-Autohaus. Charakteristisch für beide Architekturkonzepte sind die transparenten Räume und silberfarbenen Gebäudehüllen mit ihren großflächigen Glasfronten.

„Ein Autohaus ist ein lebendes Unternehmen, das funktionieren muss“, beschreibt der Vorstandsvorsitzende der Löhr-Gruppe die Markenarchitektur. Dies gilt besonders für die Modulbauweise von Volkswagen und den Audi-Terminal. Denn beide Architekturkonzepte lassen sich je nach Platzsituation des Grundstücks und den Bedürfnissen der Bauherren gestalten – ohne dass der unverwechselbare Markenauftritt verloren geht.

Besonders auffällig ist die weiße Farbe der Volkswagen-Cl. Sie umrahmt die Eingangsbereiche des VW-Autohauses und betont die Empfangstheke sowie das Mobiliar im Innenraum.

Die Fahrzeugpräsentation im Volkswagen-Zentrum ist offen, übersichtlich und großzügig angelegt. Für jedes Exponat haben die Planer eine Fläche von 30 m<sup>2</sup> vorgesehen. Helle Keramikfliesen und hölzerne Podestflächen im Zubehörschop und Kundenwarte-

bereich gehören ebenso zum VW-Masterplan wie der blaue Schriftzug „Willkommen bei Volkswagen“ und der separate Auslieferungsplatz.

Zu den wohl markantesten architektonischen Merkmalen des Audi-Terminals zählen die

**AUF DEN PUNKT**

Die Löhr-Gruppe investierte in vier markenexklusive Autohäuser. Investitionsvolumen: knapp über 30 Millionen Euro. Finanzpartner des Unternehmens ist die DAL. Sie ist Eigentümer der Immobilien und des Grundstücks und hat die Autohäuser langfristig an die Löhr-Gruppe vermietet. Die Vorteile für den Betreiber: bilanzneutrale Investition, Sicherung der Liquidität und finanzielle Freiräume.

geschlossene Fassade aus perforiertem Aluminiumblech und die „asymmetrische Kurve“ im Inneren des Gebäudes. „Mit ihren gekurvten Räumen und geneigten Wänden werden die Ausstellungsräume zum bestimmenden Element der Architektur“, heißt es im Baukonzept von Audi.

„Mithilfe unserer Baupartner haben wir die Marken-Cl der Automobilhersteller punktgenau umgesetzt und in den letzten Jahren viel in unsere Autohäuser investiert. Jetzt konzentrieren wir uns auf das Geschäft – auf den Fahrzeugverkauf und Service“, resümiert Hans-Jürgen Persy.

*Norbert Rubbel*

