

AUSGABE 4 - APRIL 2017

AUTO INSIDE

Das Fachmagazin für die Schweizer Garagisten

Auto-Salon-Nachlese: Hoher Besuch, Rundgang mit Lernenden, neue Produkte der Zulieferer

Seiten 8 bis 41

Garagen-Marketing: Warum es gefährlich ist, sich nicht damit zu beschäftigen

Seiten 44 und 45

AEC-Herbstkampagne: Wie stark und vielfältig der AutoEnergieCheck wirkt

Seiten 56 und 57

#ROCKTHEROAD

FEEL THE FREEDOM. EXPERIENCE THE DRIVE.

KONTROLLE UND PRÄZISION - SPORTLICH WIE NIE ZUVOR

Hervorragendes
Bremsverhalten auf trockener
und nasser Fahrbahn

Präzise und feinfühlig
Lenkung bei hoher
Geschwindigkeit

Hohe
Lenkpräzision
bei Kurvenfahrten

REDESTIN

YOUR PERFORMANCE TYRES SINCE 1909

Das **grösste** Ersatzteilsortiment...

- Umfangreiches Ersatzteilsortiment für Pkw, Lkw und Motorräder in Erstausrüsterqualität
- Innovativer Online-Shop mit vielen Suchmöglichkeiten
- Kompetente Beratung
- Hervorragende Verfügbarkeit
- Schneller Lieferdienst

... mit dem
besten Service

TECHNOMAG

Technomag AG
www.technomag.ch

Über **250'000 Artikel** sofort lieferbar

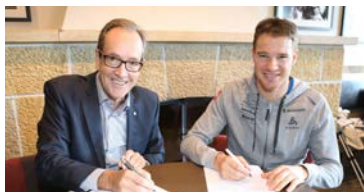
April 2017



11 Besuch des Bundesrates: Johann Schneider-Ammann eröffnete am 9. März den Auto-Salon in Genf und stattete dem AGVS-Stand bei seinem Rundgang durch die Palexpo-Hallen einen längeren Besuch ab.



20 SAA-Expo: Während die Verantwortlichen eine erste positive Bilanz ziehen, stellen sich andere in der Branche die Frage nach der Zukunft von Halle 7.



56 Umfrage AEC-Herbstkampagne: So stark und vielfältig wirkt der AutoEnergieCheck.



Vredestein Ultrac Vorti: Kontrolle und Präzision – sportlich wie nie zuvor.

Editorial

5 Beste Dienstleistungen bedingen hervorragende Bildung

6 Kurz notiert

Auto-Salon

- 8 Das Auto im Mittelpunkt des Interesses
- 11 Hoher Besuch am AGVS-Stand
- 12 Beliebte Begegnungsstätte
- 16 Salon-Rundgang mit Lernenden
- 20 Wichtige Phase für die Zukunft von Halle 7
- 22 Salon-Nachlese: Highlights der Zulieferer

Werkstatt und Kundendienst

- 44 Garagen-Marketing ist ein Muss
- 46 So wird die Frühlingsausstellung zum Hit
- 49 Werkstatteinrichtungen: Effizienter arbeiten
- 52 Digitale Unterstützung für den Garagisten
- 54 AEC-Newcomer des Monats Februar
- 55 Altreifenentsorgung ist Vertrauenssache
- 56 AEC-Kampagne mit herausragenden Werten
- 58 Vom Schweisser zum Künstler

Verkauf

59 Eurotax: Marktanalyse und Insights

Dienstleistungen

60 Stieger Software hilft dem Garagisten

Beruf und Karriere

- 62 Business Academy
- 63 Ausschreibung: Berufsprüfung KDB
- 64 Athena-Preis: Auszeichnung für Lernende
- 65 Informationsabend Automobil-Diagnostiker
- 66 Regionale Weiterbildungskurse
- 67 Lehrgang zum Automobil-Verkaufsberater
- 68 So wirbt der AGVS um Lernende
- 69 PK-Mobil-Kunden blüht auch 2017 Gutes
- 70 Neue Jugendarbeitsschutzverordnung
- 71 BAZ-Schulungen 2017

Verband

73 5. AGVS-Golf Trophy 2017

74 Garagenwelt

75 Impressum



Ihr Partner für das kundenfreundliche Autohaus:

Planung und Beratung bei Neu- und Umbau von Garagen und Autohäusern, Tankstellen, Shops

Profitieren Sie von unserer Erfahrung! Verlangen Sie ein unverbindliches und kostenloses Beratungsgespräch.



AWS ARCHITEKTEN AG
 Muristrasse 51
 CH-3006 Bern
 Telefon 031 351 33 55
 Telefax 031 351 33 68
 Homepage: www.aws.ch
 e-mail: architekten@aws.ch



Mit
Höchstleistung
zum Erfolg!

Einladung zur ordentlichen Generalversammlung

Donnerstag, 18. Mai 2017 | Kursaal Interlaken

Tagesprogramm

- Ab 13.30 Uhr Eintreffen der Mitinhaberinnen und Mitinhaber und Gäste im neuen Kursaal Interlaken. Kaffee und Gebäck werden serviert.
- 15.00 Uhr Beginn der Generalversammlung im neuen Kursaal gemäss Traktandenliste
- Ab 17.45 Uhr Apéro im Foyer des neuen Kurssaals oder im Kursaal-Garten (je nach Witterung)
- 18.45 Uhr Beginn des Nachtessens
- 21.45 Uhr Schluss der Veranstaltung

Traktandenliste für die ESA-Generalversammlung

1. Eröffnung der Generalversammlung durch den Präsidenten
2. Ehrung der verstorbenen Mitinhaberinnen und Mitinhaber
3. Protokoll der Generalversammlung vom 25. Mai 2016
4. Vorlage und Genehmigung des Jahresberichts, der statutarischen Jahresrechnung, der Konzernrechnung sowie der Berichte der Revisionsstelle
5. Verwendung des Jahresergebnisses
6. Entlastung der verantwortlichen Organe
7. Mutationen
 - 7.1. Demissionen
 - 7.2. Wahlen in den Vorstand
 - 7.3. Wahl der Revisionsstelle für das Jahr 2017
8. Beschlussfassung über eingereichte Anträge gemäss Art. 15 der ESA-Statuten
9. Varia

Traktanden unter Vorbehalt der Genehmigung an der ESA-Vorstandssitzung vom 6. April 2017

Beste Dienstleistungen bedingen hervorragende Bildung

Liebe Leserin, lieber Leser,

Auch am diesjährigen Auto-Salon durften wir den Ehrengast, diesmal Bundesrat Johann Schneider-Ammann, am Stand des AGVS begrüßen. Der Magistrat zeigte sich sehr interessiert an den von Studenten der ETH Zürich und der FH Bern entwickelten Elektro-Rennwagen. Beeindruckt war unser Bildungsminister auch von den Anstrengungen des AGVS, damit die Autoberufe stets mit den neusten Entwicklungen Schritt halten können. Meine Hinweise zur sich rasch verändernden Rolle des Garagisten – weg vom Verkäufer und Reparateur hin zum Mobilitätsdienstleister – quittierte er mit einem Schmunzeln und der Aussage: Das werden ihre Garagisten schaffen, sie sind sich ja gewohnt, sich in einer schnelllebigen Branche stetig anzupassen.

Die anwesenden Lernenden aus der AGVS-Sektion Genf waren – begleitet von ihrem Präsidenten – sehr angetan von der Spontaneität des Bundesrates. Gefreut hat mich die positive Haltung der jungen Berufsleute zu ihrer beruflichen Weiterentwicklung. Sie sind überzeugt, dass nur eine hervorragende Ausbildung die beste Dienstleistung garantiert, und sie sind interessiert, sich zum Automobiliagnostiker oder Werkstattkoordinator weiterzubilden.



«Die Fähigkeiten im Umgang mit Hilfsmitteln aus der digitalen Welt sind zu fördern.»

Diese Eindrücke vom Auto-Salon mit seinen wiederum rund 700 000 Besucherinnen und Besuchern zeigen: Das Interesse am Auto und damit an der individuellen Mobilität bleibt gross. Die breite Palette an Neuheiten und Innovationen belegt, dass die Autobranche in sehr guter Verfassung ist. Für die Garagisten sind dies positive Signale für die unternehmerische Zukunft.

Ich bin überzeugt, dass das AGVS-Schwerpunktthema dieses Jahres «Der Garagist – Unternehmer mit Zukunft» die Chancen im Autogewerbe kurz und bündig zum Ausdruck bringt. Natürlich muss der Erfolg weiterhin hart erarbeitet werden.

Entscheidend für das Vorankommen waren und bleiben die hervorragenden Aus- und Weiterbildungen, um den Kundinnen und Kunden die besten Dienstleistungen zu garantieren. Dabei sind die Fähigkeiten im Umgang mit Hilfsmitteln aus der digitalen Welt zu fördern. Dies wird immer wichtiger für Themen wie Arbeitsabläufe, Akquisition, Verkaufsprozesse, Administration sowie in der Auseinandersetzung mit neuen Mobilitätsthemen wie beispielsweise Carsharing oder Connected Car.

Zu den im Nachgang zum Auto-Salon zahlreich stattfindenden Autoausstellungen wünsche ich Ihnen viele auto begeisterte Besucher und gute Geschäfte.

Herzliche Grüsse

Urs Wernli
Zentralpräsident

Weiter mit Bildung
→ Mit der STFW praxisnah zum Berufserfolg.

GRATIS ANMELDEN:
INFOVERANSTALTUNG
**WEITERBILDUNGEN IM
AUTOMOBILGEWERBE**
MITTWOCH, 12.04.2017
19.00 - 20.30 Uhr
stfw.ch/infoveranstaltungen

Tel 052 260 28 01
marketing@stfw.ch
www.stfw.ch/at

**AUTOMOBIL-
DIAGNOSTIKER PW / NFZ**
→ eidg. Fachausweis
04./05.09.2017 - 10.07.2019

**WERKSTATT-
KOORDINATOR**
→ eidg. Fachausweis
04./05.09.2017 - 10.07.2019

**BETRIEBSWIRT
IM AUTOMOBILGEWERBE**
→ Höhere Fachprüfung
23.08.2017 - 10.07.2019

**AUTOMOBIL-
VERKAUFSBERATER**
→ eidg. Fachausweis
22.08.2017 - 18.12.2019



Die Spieler des FCA mit Kia-Markenbotschafter Köbi Kuhn (2.v.l.).

Kia wird neuer Hauptsponsor des FC Aarau

Bereits seit 12 Jahren ist Kia Motors Premiumsponsor des FC Aarau und als solcher visuell sowohl im Stadion wie auch auf den Dresses präsent. Jetzt geht der koreanische Automobil-Hersteller einen Schritt weiter und engagiert sich ab Beginn der Saison 2017/18 als Hauptsponsor des Traditionsclubs. Anlässlich einer Präsentation in Safenwil, an welcher der ehemalige Fussball-Nationaltrainer **Köbi Kuhn** als Kia-Markenbotschafter teilnahm, wurde eine Laufzeit von mindestens drei Jahren bekannt gegeben.

Energie 360° startet Ladeinfrastruktur-Offensive

Energie 360° baut das Netz von öffentlichen Ladestationen für Elektroautos aus. So erhalten die Fahrerinnen und Fahrer von Elektroautos Lademöglichkeiten an wichtigen Standorten in der ganzen Schweiz. Mittelfristig lautet das

Ziel, gemeinsam mit Partnern in der ganzen Schweiz Ladestationen an bester Lage zu erstellen. Lademöglichkeiten sollen einerseits entlang der Hauptverkehrsachsen entstehen und andererseits dort, wo Autos längere Zeit parkieren – etwa in Städten, bei Ausflugszielen und in Einkaufszentren.

Emil Frey und BASF arbeiten noch enger zusammen

Neue Kooperation im Schweizer Automobilgewerbe: Die Emil Frey Tochterfirma Fibag AG und die BASF Coatings

Services AG unterzeichneten einen Kooperationsvertrag. **Kurt Schürch**, Leiter Einkauf & Verkauf bei der Fibag AG, erklärt: «Seit über 70 Jahren liefert die Fibag AG über den Fachhandel Komponenten rund ums Auto: Ersatzteile, Reifen, Schmierstoffe, Batterien und Zubehör. Mit den Premium-Autoreparaturlacken der BASF Coatings, R-M und Glasurit, ergänzen wir unser Sortiment mit erstklassigen Produkten.» **Ramesse Florean**, Geschäftsführer der BASF Coatings Services AG ergänzt: «Die Emil Frey Gruppe und die BASF Coatings sind bereits heute starke Partner. Wir freuen uns sehr, dass unsere Premium-Autoreparaturlacke R-M und Glasurit in das Vertriebssortiment der Fibag AG aufgenommen werden.» Händlerkunden der Fibag AG profitieren nebst der Sortimentsergänzung durch die zwei Premium-Autoreparaturlacke R-M und Glasurit von weiteren Vorteilen. So erhalten Lackanwender in allen Sprachregionen der Schweiz regelmässig technischen Support vor Ort durch die BASF-Kundenberater und -Anwendungstechniker.

Claudia Meyer übernimmt bei Nissan Schweiz

Die Geschäfte von Nissan in der Schweiz stehen seit 1. März unter neuer Verantwortung: **Claudia Meyer** (47) amtiert neu als Country Director Switzer-



Claudia Meyer.

land bei der Nissan Center Europe GmbH. Sie folgt auf **Cédric Diserens**, der das Unternehmen nach dreieinhalb-jähriger Tätigkeit verlässt. Claudia Meyer arbeitete seit April 2014 als Marketing Director bei Nissan Schweiz. Sie hat sich in ihrer langjährigen beruflichen Tätigkeit eine umfassende Expertise in der Automobilbranche verschafft. Sie war neben Jaguar, Daimler und Chrysler in verschiedenen



Stärkung der Partnerschaft: die Teams der Fibag AG und der BASF Coatings Services AG bei der Vertragsunterzeichnung in Härkingen.

Unternehmerische Freiheit

... einer von vielen Vorteilen als le GARAGE-Partner!

Funktionen für Fiat-Chrysler-Automotive tätig. Bei der Fiat-Gruppe arbeitete sie zuletzt in verschiedenen Funktionen, bevor sie 2014 den Posten als Marketing Director von Nissan Switzerland übernahm.

Neue Köpfe bei Bridgestone

Torsten Classen wird neuer Direktor für die PW-Reifen-sparte bei Bridgestone und **Geert Schoors** wird General Manager der Global Business Solution Strategy. Torsten Classen ist somit für alle



Torsten Classen.

Marketing- und Sales-Aktivitäten im Bereich PW in Deutschland, Österreich und der Schweiz verantwortlich. Geert Schoors ist ab sofort General Manager der Global Business Solution Strategy. Schoors war



Geert Schoors.

zuletzt im EU Head Quarter und DACH Head Quarter bei Bridgestone tätig. Die Verantwortung des Gesamtgeschäfts in der Schweiz liegt bei Urs Lüchinger, Country Manager und Leiter der Bridgestone Europe NV/SA Niederlassung Schweiz.

Peugeot: Cédric Diserens übernimmt das Steuer

Cédric Diserens (49) ist neuer Generaldirektor der Marke Peugeot in der Schweiz. Er folgt auf **Frederic Drouin**, der sich entschieden hat, die PSA Gruppe zu verlassen. Cédric Diserens war seit 2013 Generaldirektor Nissan Schweiz. Er hatte in der Vergangenheit bereits verschiedene Funktionen bei Citroën Schweiz ausgeübt. «Wir danken Frederic Drouin für sein Engagement bei der PSA-Gruppe und wünschen ihm viel Erfolg für seine berufliche Zukunft. Wir heissen Cédric Diserens herzlich



Cédric Diserens.

willkommen und wünschen ihm viel Freude und Erfolg bei seinen neuen Aufgaben», sagt **Olivier Gandolfo**, Verantwortlicher Zentral- und Südeuropa beim PSA-Konzern.



Der Betrieb der Nutzfahrzeug AG Zentralschweiz in Kägiswil.

Mehrmarkenservice unter einem Dach

In der Schweiz bestehen die meisten Fuhrparks aus Nutzfahrzeugen verschiedener Marken. Gefragt sind deshalb Servicebetriebe, die kompetent und schnell Reparatur, Wartung und Service ausführen können – egal, um welche Marke es sich handelt. Mit dem Alltrucks-Werkstattssystem bietet die Nutzfahrzeug AG Zentralschweiz Mehrmarkenkompetenz in Diagnose, Reparatur, Wartung und Service an leichten bis schweren Nutzfahrzeugen, Anhängern und Aufliegern sowie Bussen.

Dank dem Alltrucks-Portal hat die Werkstatt in Emmen und Kägiswil rund um die Uhr Zugriff auf die Originaldaten der Hersteller, alle technischen Informationen einschliesslich Dokumentation und Teilefindung, Diagnose, Schulung sowie 24-Stunden-Pannenhilfe. Alle Servicearbeiten erfolgen gemäss Herstellervorschriften und werden von hochqualifizierten Fachkräften ausgeführt. Dabei kommen ausschliesslich Originalteile zum Einsatz.

Hess und Hostettler mit Motorrad-Kompetenzzentrum

Im Gümligental bei Bern hat am 11. März ein zukunftsweisendes Motorrad-Kompetenzzentrum seine Tore geöffnet: Der 4000-m²-Store basiert auf einer neuartigen Kooperation zwischen dem Motorradanbieter Hess Motorrad AG und dem Yamaha-Generalimporteur Hostettler AG. Mit einem Yamaha-Flagshipstore, einem Ducati-Store und dem über 500 Motorräder umfassenden Occasionsmarkt setzen die Betreiber neue Massstäbe. Die Kooperation der neu gegründeten Hess-Hostettler AG weist weit über bisher gängige Modelle der Zusammenarbeit hinaus: Hess und Hostettler bieten mit dem neuen Gümligental-Zentrum ein Begegnungszentrum für Töff-Liebhaber. Mit Bekleidung, Helmen und Zubehör der Marken iXS, Belstaff, Rokker, Alpinestars, Arai, Shoei und Stylmartin runden die Betreiber das umfassende Angebot ab.



Täglich aktuelle News: www.agvs-ups.ch

le GARAGE,
das partnerschaftliche
Garagenkonzept Ihrer ESA



le GARAGE

Die Marke Ihrer Wahl

87. Auto-Salon in Genf

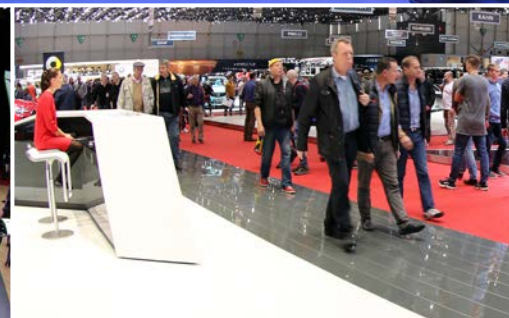
Das Auto im Mittelpunkt

Einmal im Jahr ist die Schweiz Nabel der internationalen Automobil-Welt. Der 87. Auto-Salon lockte wieder um fast 700 000 Garagisten. Auch 2017 standen nicht nur die neusten Modelle im Fokus der Besucher, auch die Zulieferbranche präsentierte



■ Bereits zum 87. Mal lud der Auto-Salon die Autowelt nach Genf. Die «Geneva International Motor Show» hat ihren festen Platz unter den grössten fünf Autoausstellungen der Welt und durfte entsprechend zahlreiche Premieren dem Publikum – und vorab der Weltpresse – enthüllen. Stolz vermeldete die Salon-Organisation, dass in den Hallen der Palexpo 175 neue Modelle und Concept Cars präsentiert wurden. Unterstrichen wird die internationale Bedeutung des Salons durch die Anwesenheit von 10 700 Journalisten aus 100 Ländern.

Neu war in der Halle 7 auch der Auftritt der SAA Expo. Nach der Premiere ziehen wir mit den Organisatoren der Zubehörausstellung eine Bilanz zur Premiere (Seiten 20–21). Ausserdem haben wir die wichtigsten und spannendsten Neuigkeiten der Zulieferer zusammengetragen (Seiten 22–41). Als grosse Attraktion erwiesen sich die beiden Elektro-Rennautos am AGVS-Stand, die für die zahlreichen Besucher mehr als nur ein Blickfang waren. Die Vertreter der Teams ETH Zürich und der Fachhochschule Bern waren gefragte Auskunftspersonen – auch für Bundesrat Johann Schneider-Ammann (Seiten 11-15). <



des Interesses

Besucherinnen und Besucher nach Genf in die Palexpo-Hallen – darunter auch zahlreiche sich im Rahmen der SAA-Expo in einem neuen Gewand. *Sascha Rhyner, Redaktion*





extra.
Prämiensystem

**Jetzt punkten.
www.extra-praemien.ch**

Das Prämiensystem extra: Machen Sie mit!

Neue Partner, noch mehr Vorteile:
Das Prämiensystem extra



Kaufen und punkten – so einfach ist das bei extra, einem der bekanntesten Prämiensysteme im Automotive-Bereich. Wer hier mitmacht, der kann sich freuen. Denn hier belohnen die Lieferanten der Erstausrüstung Bosch, Motul und Hazet die Treue der extra-Teilnehmer mit attraktiven Prämien und Sonderaktionen. Und das laufend neu und immer wieder anders. Gehen Sie in unserer Prämienwelt auf Entdeckungstour: www.extra-praemien.ch.

Bundesrat Johann Schneider-Ammann erwies dem Autogewerbe seine Ehre

Hoher Besuch am AGVS-Stand

Bundesrat Johann Schneider-Ammann eröffnete den 87. Auto-Salon in Genf und stattete bei seinem Rundgang durch die Palexpo-Hallen dem AGVS-Stand einen längeren Besuch ab. **Sandro Compagno**, Redaktion



AGVS-Zentralpräsident Urs Wernli begrüsst Bundesrat Johann Schneider-Ammann und Salon-Direktor André Hefti am AGVS-Stand in der Halle 2.

■ Als Bildungsminister interessierte sich Johann Schneider-Ammann für die beiden Elektro-Rennwagen der Formula Student, die dieses Jahr am AGVS-Stand viele Blicke auf sich zogen. AGVS-Zentralpräsident Urs Wernli stellte dem Bundesrat die beiden Teams der ETH Zürich und der Fachhochschule Bern vor und sprach mit dem Magistraten angeregt über die Entwicklung des Garagisten vom Verkäufer und Reparaturmann zum Mobilitätsdienstleister.

In seiner offiziellen Eröffnungsrede outete sich Johann Schneider-Ammann als Autofan. Daher sei es eine «wahre Freude» für ihn, den 87. Auto-Salon zu eröffnen: «Ich liebe Autos.» Er erwähnte auch die Herausforderungen, die auf die Branche zukommen: Elektromobilität, Car-Sharing oder auch der drohende Protektionismus. Er sei überzeugt, dass die Autoindustrie eine Antwort darauf finden werde, so der Bundesrat und frühere Unternehmer: «Dazu muss sie das Beste aus der analogen und der digitalen Welt kombinieren.» Als Bildungsminister wies er in diesem Zusammenhang auf die Vorteile des dualen Bildungssystems mit seiner Offenheit und Durchlässigkeit hin.

Vom Genfer Staatsrats-Präsident François Longchamp war Schneider-Ammann mit den Worten «Rire c'est bon pour la santé» auf die Schippe genommen worden – in Anlehnung an seine Rede zum «Tag der Kran-

ken», die zum viralen Hit wurde. Staatsmännisch antwortete er mit der Anekdote, die sich einige Tage später im Weissen Haus ereignete: Präsident Barack Obama habe ihn mit einem Augenzwinkern und den Worten «I know you» begrüsst ...

«Switzerland First!»

In seiner Rede sprach Schneider-Ammann auch den amtierenden US-Präsidenten Donald

Trump an – ohne in namentlich zu erwähnen – und warnte vor protektionistischen Tendenzen. «Protektionismus ist für die Schweiz keine Option. Wir bauen Tunnel, die Menschen verbinden. Und wir empfehlen den anderen, keine Zäune und Mauern zu bauen.»

Schneider-Ammann schloss seine Rede mit einem Ausruf, der für etwas Erheiterung sorgte: «Viva la Suisse! Switzerland First!» <



Johann Schneider-Ammann hört gespannt, was ihm Joël Ingold von der Berner Fachhochschule über den Elektro-Rennwagen erzählt; Urs Wernli und Leiv Andresen sind ebenfalls interessierte Zuhörer.

Treffpunkt AGVS-Stand

Beliebte Begegnungsstätte

Der AGVS-Stand war am 87. Auto-Salon in Genf ein Hingucker. Die beiden ausgestellten Elektro-Rennwagen waren wahre Publikumsmagnete und bescherten dem AGVS zahlreiche interessierte Besucher. Für die Garagisten war der Stand auch 2017 wieder eine Insel der Ruhe im hektischen Salontreiben. Sascha Rhyner, Redaktion



AGVS | UPSA

AMZ

Schweizer Nachwuchs schafft Weltklasse

Une relève suisse de classe mondiale

**WORLD
RECORD
0-100 kph
1.513s**

Der 87. Auto-Salon in Genf feierte zahlreiche Welt- und Europapremieren. Am AGVS-Stand wartete ausserdem noch ein Weltrekordhalter. Der Elektro-Rennwagen der ETH Zürich, der in 1,513 Sekunden von 0 auf 100 km/h beschleunigt, war wie sein «Bruder» von der Berner Fachhochschule Publikumsmagnet. Zahlreiche Besucherinnen und Besucher bestaunten



AGVS-Zentralpräsident Urs Wernli und Albert Bonelli, Präsident Sektion Genf, nehmen die beiden Lernenden Daniel de Resende und Samuel Bouvron in die Mitte.



Von links: Charles Blätter, ehemaliger Vorsitzender der ESA-Geschäftsleitung, Karl Baumann, Verantwortlicher Arbeitssicherheit und Umwelt beim AGVS, Sven Heinzelmann, Leiter Organisation bei der Emil Frey AG in Zürich, und Giorgio Feitknecht, ESA-CEO.



die beiden Formula-Student-Racer und liessen sich von den anwesenden Mitgliedern der beiden Teams ausführlich informieren. Vor allem am Wochenende war das Gedränge um die beiden Rennwagen riesig.

Trotz des hohen Besucheraufkommens war der AGVS-Stand auch ein Ort der Begegnung und Erholung im hektischen Trubel des Auto-Salons. Die Lounge wurde von Garagisten und anderen Gästen rege zu Gesprächen genutzt – gerne begleitet von einer feinen kalten Platte und Tranksame. <



Von links: Leiv Andresen, CEO des Formula Student Teams der ETH Zürich, mit Thilo Sauer, Filialleiter Dosch Garage in St. Moritz, Karl Baumann, AGVS, und Felix Gremlich vom Team ETH Zürich.



Von links: Philippe Robert, Garage Robert SA Neuchâtel, Pierre Daniel Senn, AGVS-Zentralvorstand, und Urs Wernli.



Heidi Rüeger Huber und Kurt Huber vom Corvette Sportcar Center AG.



Thomas Gut (l.), Roger Schlup (2. v. l.) und Thomas Stieger (r. Garage Gut Bad Ragaz) mit Motorenpapst Mario Illien (3. v. l.) und Urs Wernli.



Von links: Mike Hendy, Verkauf Auto Marbacher, Beat Bölsterli, Gastwirt und Kunde, Hans Marbacher, Auto Marbacher Schachen LU, und Alois Wirz, Kunde.



Roland Bandieri, Garage Bandieri Sàrl Bassins, mit Ehefrau Francine.



Urs Wernli mit TCS-Zentralpräsident Peter Goetschi.



Peter Stehle, Schulleiter AGVS-Ausbildungszentrum St. Gallen, mit Gattin Maya.





Von links: Urs Wernli mit Nationalrat Walter Wobmann, Mitarbeiter der Karl Ernst AG.



Von links: Kurt Pfeuti, AGVS-KDB, Walter Neuenschwander, Betriebsleiter Heinz Schaub AG Ormalingen, und Heinz Schaub, Inhaber Heinz Schaub AG.



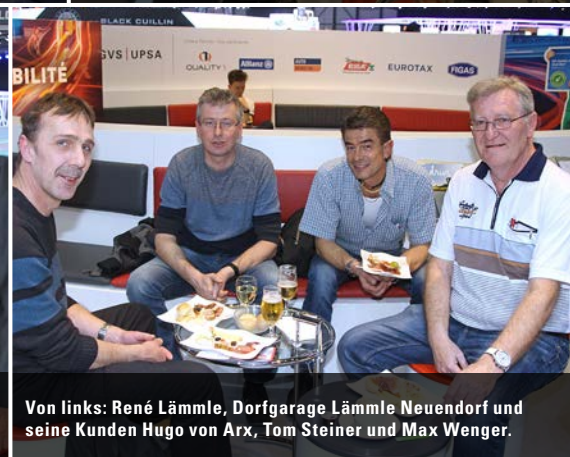
Von links: Fritz Ingold, Autocenter Ingold Langenthal, mit seinen Kunden Anton Günther und Jörg Niederer.



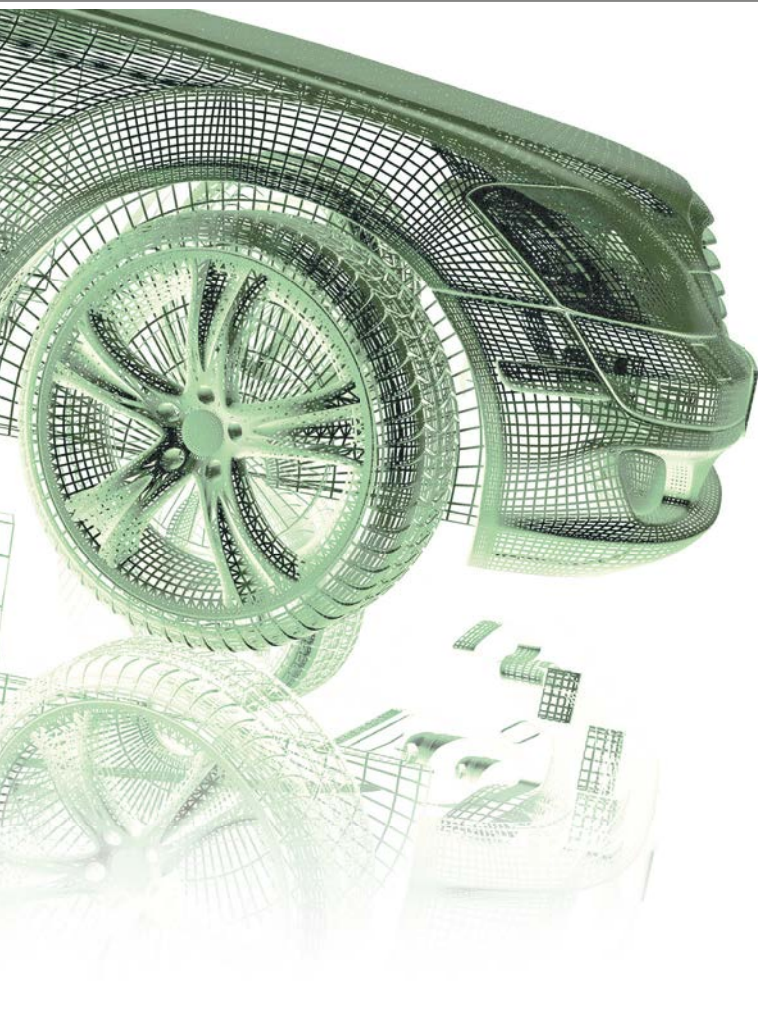
Von links: Patrick Schwerzmann, Schwerzmann Automobile Kriens und Präsident AGVS Sektion Zentralschweiz, mit seinen Kunden Ivo und Otto Sidler.



Benoît Revaz, Direktor Bundesamt für Energie, mit Urs Wernli und Dario Cologna als Pappkamerad.



Von links: René Lämmle, Dorfgarage Lämmle Neuendorf und seine Kunden Hugo von Arx, Tom Steiner und Max Wenger.



Erstklassige Fahrzeugdaten aus der Schweiz, für die Schweiz

Fahrzeugdaten als Basis für Ihre Entscheide. Das ist es, worum sich alles bei uns dreht. Wir erfassen alle Daten von Personenwagen, Nutzfahrzeugen und Motorrädern, die in der Schweiz zugelassen sind. Daraus entsteht unsere Datenbank, die bis ins Jahr 1980 zurück reicht. Das ist die Basis unserer breiten Palette an Produkten, die unseren Kunden ihre tägliche Arbeit erleichtern. Und das hat uns zum Schweizer Marktführer gemacht.

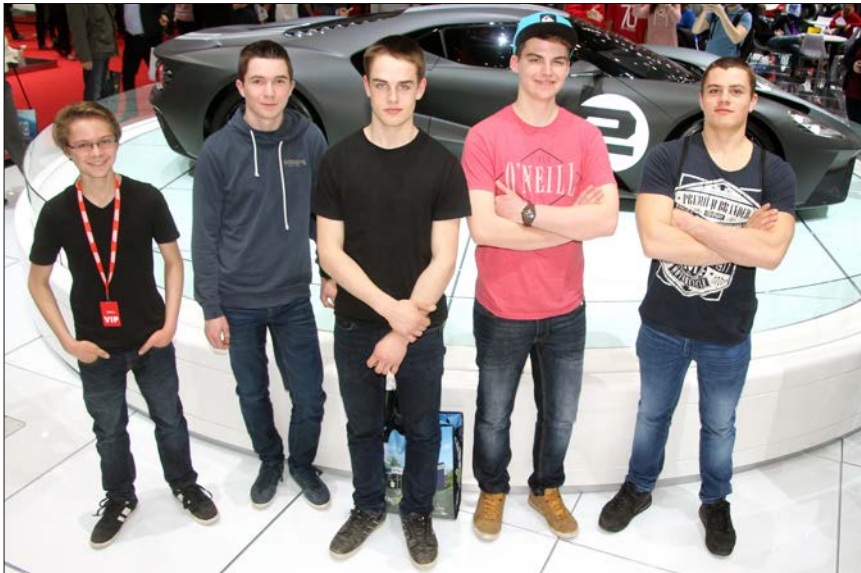
autoⁱⁱ

Schweizer Partner für Fahrzeugdaten

Salon-Rundgang mit Lernenden

«Elektromobile? Tönen muss es!»

Unter den rund 700 000 Besuchern des Auto-Salons waren auch mehr als 1000 Lernende aus dem Autogewerbe. Die Jugendlichen kamen primär nach Genf, um am Technischen Rundgang teilzunehmen und dabei etwas zu lernen. Aber natürlich wollten sie auch die neusten Modelle sehen. AUTOINSIDE hat neun angehende Automobil-Mechatroniker und -Fachmänner auf ihrem Salon-Rundgang begleitet. Bei einem Thema waren sich alle einig: Elektromobile sind okay, ein richtiges Auto muss aber tönen. **Mario Borri**, Redaktion



Von links: Micha Oberholzer (16), 1. Lehrjahr als Automobil-Mechatroniker (Central Garage AG Uznach), Luca Wild (17), 1. Lehrjahr als Automobil-Mechatroniker (Garage Helbling AG Rapperswil), Simeon Siren (16), 1. Lehrjahr als Automobil-Mechatroniker (Central Garage AG Uznach), Tobias Grob (17), 2. Lehrjahr als Automobil-Mechatroniker (Bruno Bachmann AG Kaltbrunn), Jan Loppacher (17), 1. Lehrjahr als Automobil-Mechatroniker (Garage Helbling AG Rapperswil).



Fasziniert: Jan und Luca vor dem Cadillac CTS-V mit 6,2-Liter-V8 und 649 PS.



Gibt was zu sehen: Tobias, Jan, Luca, Simeon und Micha auf ihrem Salon-Rundgang.



Ein Töff am Auto-Salon: Tobias wäre mit der Ducati am liebsten gleich losgefahren.



Kofferraumtest: Simeon und Tobias nehmen das Ladeabteil des Hyundai Sante Fe unter die Lupe.



Steht auf RS: Micha vor dem neuen Audi RS6 Avant Performance mit 605 PS.





Von links: Claudio Kaufmann (16), 1. Lehrjahr als Automobilfachmann (Garage Zahner AG Rufi), Reto Thoma (16), 1. Lehrjahr als Automobil-Mechatroniker (Garage Gmür AG Amden) und Sven Siegenthaler (17), 1. Lehrjahr als Automobilfachmann (Elsener AG Ennenda).



Ist der dick, Mann: Die von Brabus aufgemotzte Mercedes G-Klasse liess die Jungs staunen.



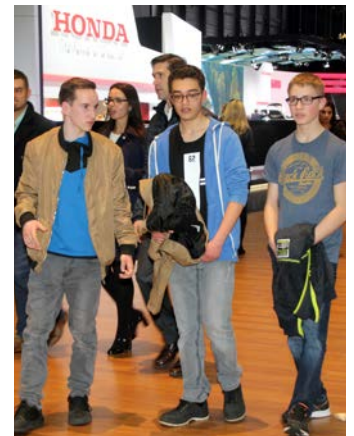
Was ist denn das? Reto, Sven und Claudio am Italdesign-Stand. Die Designschmiede kreierte für Flugzeugbauer Airbus eine fahrende Drohne.



Golf im Schafspelz: Der neue Golf R hat es Reto angetan.



Markentreu: Claudios Lehrbetrieb ist Kia-Vertreter und der Kia Stinger sein absolutes Traumaauto.



Spannend: Claudio, Sven und Reto diskutieren auf dem Weg zum nächsten Stand.



Teil des Technischen Rundgangs: Über diesen 4-Liter-TDI von Audi galt es eine Frage zu beantworten.



Blingbling: Bewunderne Blicke für diesen Porsche Panamera von Tuner Mansory.

BAUMGARTNER AG



Abend Anlass der Sektion Genf

Jährliches Rendezvous am AGVS-Stand

Inmitten des herrschenden Trubels am Autosalon in Genf lud der AGVS-Stand die Verbandsmitglieder ein, in lockerer Atmosphäre zusammen anzustossen, sich kennenzulernen, wiederzusehen und auszutauschen – die ideale Gelegenheit, um etwas Zeit mit jenen zu verbringen, die den AGVS stark machen, aber auch eine der seltenen Gelegenheiten, um mehrere Sektionspräsidenten in ausgelassenerer Stimmung als an den Arbeitssitzungen anzutreffen. **Jean-Pierre Pasche**, Redaktion

■ Alle AGVS-Mitglieder unter dem Dach des Autosalons in Genf zu vereinen, ist kein leichtes Spiel. Für viele ist das internationale Genf zu weit weg. Dies ist schade, denn sie verzichten auf einen erholsamen Moment im Rahmen eines Umtrunks. Sie erfahren auch nicht das Neuste aus der Branche bei geselligem Klatsch und Tratsch. Und schliesslich verpassen sie die gemütlichste Atmosphäre, die an einer internationalen Messe überhaupt herrschen kann. Nebst Mitgliedern des Zentralvorstandes vermochte Genf aber dennoch einige Mitglieder von jenseits des Röstigrabens anzuziehen, was einmal mehr beweist, dass in der Welt des AGVS alles möglich ist.

Voll gefüllte Agenden erklären wohl einige Abwesenheiten, denn AGVS-Mitglied zu sein, heisst alles andere als Trübsal zu blasen. Ziel dieses Abends war vor allem, für ein paar Momente loszulassen und dem Alltagsstress zu entfliehen. Tatsache ist, dass der Stand 2017 besser besucht war als 2016. Die Mund-zu-Mund-Propaganda trägt ihre Früchte. Zu den Besuchern zählten zahlreiche Mitglieder der Westschweizer Sektionen sowie mehrere Präsidenten. Die Organisation eines solchen Anlasses ist aufwändig, denn es müssen verschiedene Berufe berücksichtigt und koordiniert werden.

Ausbildungsbetriebe als Eckpfeiler der dualen Ausbildung

Unter den Gästen befanden sich auch mehrere Vertreter der Ausbildungsbetriebe. Sie sind ein wichtiges Bindeglied innerhalb der Lehrlingsausbildung. Ausbildungszentren sowie kompetente Ausbilderinnen und Ausbilder sind nur zwei wichtige Voraussetzungen für einen erfolgreichen Lehrabschluss. Denn ohne die Ausbildungsbetriebe könnten die Lernenden die Arbeits- und Unternehmenswelt nicht



Von links nach rechts: Charles-Albert Hediger, Präsident der Walliser Sektion; Albert Bonelli, Präsident der Genfer Sektion; Urs Wernli, Zentralpräsident; Roland Bandieri, ehemaliger Präsident der Waadtländer Sektion; Georges Bovet, Präsident der Freiburger Sektion; und Jean-Luc Pirlot, Sekretär der Waadtländer Sektion.

richtig kennenlernen. Die Lehre ist wie ein grosses Puzzle, in dem jedes Teilchen wichtig ist – und die oder der Lernende ist das Ganze, das aus allen Teilchen geformt wird. Dadurch, dass die Lernenden die während der Lehre erworbene Theorie in der Praxis umsetzen können, werden sie ideal auf ihr Berufs- und Privatleben vorbereitet. Nach dem Erhalt des Diploms sind sie der Spiegel unseres Berufsbildungssystems, um das die Schweiz oft beneidet wird. Der Erfolg der Lernenden hängt stark von den Personen ab, die sie während der Lehre begleiten. Deshalb, liebe Ausbilderinnen und Ausbilder, möchten wir Sie an dieser Stelle ins Rampenlicht stellen. Wir ziehen den Hut vor Ihnen und danken Ihnen für Ihren Einsatz – bravo! <



«Wer vorne sein will, macht keine Kompromisse.»

LEISTUNG BEWEGT. SPEEDLINE CORSE ist eine bekannte Grösse in der Welt des Motorsports. Die exklusiven Felgen werden in Europa produziert – nach strengsten Qualitätsvorgaben. Sie bestechen aber nicht nur durch höchste Qualität, sondern auch durch ihre extreme Leichtigkeit und Festigkeit – was für Topleistungen entscheidend ist. Erfahren Sie die SPEEDLINE-Spitzenklasse!

ronal-wheels.com


speedline CORSE



NEUHEIT

SL7 Gladiatore FM/FC/L

RONALGROUP



Das nächste saubere
Putztuch ist nur
einen Handgriff entfernt.

WIR MANAGEN DAS





Premiere der SAA Expo am Auto-Salon

Entscheidende Phase für die Zukunft der Halle 7

Von vielen Ausstellern mit Spannung erwartet wurde das neue Ausstellungskonzept unter dem Titel SAA Expo, Fachmesse des Schweizer Automotive-Zubehörmarktes. Während die Verantwortlichen bereits kurz nach der ersten Messewoche eine erste positive Bilanz zogen und sich Neuaussteller zufrieden zeigten, stellen sich andere in der Branche die Frage nach der Zukunft von Halle 7. **Reinhard Kronenberg**, Redaktion

■ Die SAA Expo versprach neben Informationen und Trends des Zubehörmarktes rund um Fahrzeuge aller Art auch ein «exklusives Rahmenprogramm». Sie fand vom 9. bis 13. März, also nur während der ersten Salon-Woche, in Halle 7 statt und wurde anschliessend durch eine Wand abgedeckt. Der für die Fachmesse verantwortliche Swiss Automotive Aftermarket (SAA) sprach bereits kurz nach der ersten Messewoche von «durchwegs positiven ersten Feedbacks». Die Aussteller seien mit der Organisation und der Dauer der Kurzmesse zufrieden, sagte SAA-Geschäftsführer Diego De Pedrini gegenüber AUTOINSIDE. Auch das Rahmenprogramm sei «auf reges Interesse gestossen und bei den Ausstellern und Besuchern gut angekommen».

Das bestätigen auch und gerade Aussteller, die wegen dem neuen Konzept wieder nach Genf gekommen sind oder überhaupt zum ersten Mal ausstellen. Stellvertretend für sie sagt Samir Moursy, Geschäftsführer der Südo AG: «Für uns ist das Konzept perfekt – wir müssen nicht über die ganze Dauer von zwei Wochen präsent sein, haben dank dem Montag aber trotzdem noch eine Präsenz in der zweiten Woche.» Auch mit dem Verlauf von Verkäufen und Gesprächen zeigt sich Moursy zufrieden, was dazu führt, dass seine Firma nächstes Jahr «mit einiger Sicherheit wieder dabei sein wird».

Eine Woche für die ESA «keine Option»

Wer sich im Verlaufe der ersten Ausstellungswoche bei verschiedenen Ausstellern umgehört hat, der spürt aber deutlich: Die Ausstellung in Halle 7 steht an einem Scheideweg. Für viele Aussteller stehen die finanziellen und personellen Aufwände nicht



Bernadette Langenick.

mehr im Einklang mit dem Ertrag. Ohne Hilfe der Lieferanten könnten auch grössere Aussteller den Aufwand inzwischen nicht mehr stemmen. Die meisten Aussteller würden deshalb eine kürzere Messe bevorzugen. Diesem Wunsch gegenüber steht die Aussage eines hohen ESA-Kadernmanns: Eine Kurzmesse sei für seine Organisation «keine Option».

Das ist verständlich, denn die Herausforderung für die ESA liegt primär im Umstand, dass sie mit 22 000 Kunden, von denen 7000 Genossenschafter sind, schlicht zu viele Gäste betreuen darf, um sie alle innerhalb einer Woche einzuladen, zu beraten und zu verköstigen. Das wäre selbst mit der schon heute bemerkenswerten Grösse des Standes logistisch nicht zu bewerkstelligen. Kommt hinzu, dass sich die Garagisten oft in Teams aufteilen: Geschäftsführer in der ersten Woche, Werkstattchefs in der zweiten. Die einen stellen eine Auswahl zusammen, die anderen treffen schliesslich die Wahl – sie und ihre Teams müssen ja mit dem Equipment arbeiten.

Eine Woche «organisatorisch machbar»

Auf der anderen Seite stehen grosse Zulieferer wie Hostettler oder die Swiss Automotive Group (SAG), zu der unter anderen Derendinger und Technomag gehören. «Organisatorisch wäre das für uns machbar», sagt ein Vertreter dieser Fraktion, man könne sich sehr gut vorstellen, nur eine Woche präsent zu sein.

Mit den Händen zu greifen ist deshalb der Wunsch nach einem Kompromiss, denn diese Zwiespältigkeit bedroht die Zukunft von Halle 7. Der Tenor lautet: Es sitzen alle im selben Boot – da würde es Sinn machen, sich zusammenzurufen und in dieselbe Richtung zu rudern und

diesem wichtigen gemeinsamen Event Sorge zu tragen. Nur: Gemäss Recherchen von AUTOINSIDE zeichnet sich dieser Kompromiss zumindest für 2018 noch nicht ab. SAA-Präsidentin Bernadette Langenick ist jedoch «sehr zuversichtlich», dass ein solcher erreicht werden kann. Sie sagt das mit der Rückendeckung des Auto-Salon-Stiftungsrates, der das neue Ausstellungskonzept mitträgt und dafür eine längerfristige Perspektive verfolgt.

Hausmessen sind nur Ergänzung

Im Grunde sind sich alle einig: Das Schweizer Autogewerbe braucht eine nationale Fachmesse für die gesamte Branche. Und sie muss angereichert sein mit einem nutzwertorientierten Rahmenprogramm. Ziel muss es sein, dem Garagisten, seinen Mitarbeitenden und vielleicht sogar auch dem Nachwuchs eine interessante und effiziente Plattform zu bieten. In dieses Kapitel fällt auch, dass Einladungen künftig möglicherweise besser koordiniert werden und den Gästen ein Service geboten wird, der diesen Namen verdient. Solange das nicht der Fall ist, droht die Ausstellung in Halle 7 weiter an Bedeutung zu verlieren. Dass langjährige Aussteller wie Rhiag, Stieger und andere inzwischen ei-

gene Hausmessen organisieren und der Halle 7 in Genf fernbleiben, ist die logische Konsequenz daraus; dies selbst angesichts der Tatsache, dass Hausmessen auch in den Augen jener, die sie organisieren, nur eine, wenn auch wichtige, Ergänzung zu einer nationalen Ausstellung sein können – oder sollten. Aber diese Entwicklung ist auch ein klares Signal

an die Organisatoren der Fachmesse in Genf. Beim SAA ist man sich dieser Verantwortung bewusst: «Der SAA-Vorstand wird an seiner Sitzung Anfang April eine ausführliche Bilanz ziehen – und dann auch über Verbesserungsvorschläge und Anregungen diskutieren», stellt SAA-Geschäftsführer Diego De Pedrini in Aussicht. <



Die Durchgänge in zu den Ständen der SAA-Expo wurden in der zweiten Woche geschlossen.

WORKSHOP SOLUTIONS

Für den Klimageservice von Alfa bis Zafira

FREUND DER FREIEN WERKSTATT



Hella Gutmann Solutions versorgt Werkstätten längst nicht mehr nur mit erstklassigen Multi-Marken-Diagnoselösungen. In unserem breiten Sortiment an Werkstattausrüstung findet sich alles für den schnellen und rentablen Klimageservice. Allem voran unsere leistungsstarken Husky-Klimageservicegeräte für R134a und R1234yf. Hinzu kommt ein riesiges Ersatzteil- und Zubehörsortiment. Damit steht der Wartung und Reparatur sämtlicher Klimaanlage-Komponenten nichts mehr im Weg. Und Ihrem zusätzlichen Umsatz Tür und Tor offen. Mehr über den Klimageservice mit Hella Gutmann auf unserer Website und bei Ihrem Hella Gutmann-Vertriebspartner.

HELLA GUTMANN
SOLUTIONS

Auto-i-dat AG

Kundenkontakt via App



«Viele positive Reaktionen»: Wolfgang Schinagl will die Kommunikation zwischen Garagist und Automobilist auf ein neues Niveau heben.

■ sco. Noch ist die neuste Innovation von Auto-i-dat nicht auf dem Markt. Geschäftsführer **Wolfgang Schinagl** präsentierte am Salon in Genf eine Demo-Version eines neuen digitalen Werkzeuges für Garagisten: die **Garagisten-App**.

Noch in diesem Jahr wird ein Testlauf mit interessierten Händlern durchgeführt, 2018 soll die App auf den Markt kommen. «Sie ist ein digitales Kundenbeziehungs-Instrument», erklärt Wolfgang Schinagl.

Die App wird die Kommunikation zwischen Garagist und Automobilist auf ein neues Niveau heben. Der Kunde findet auf ihr nicht nur sämtliche relevanten Dokumente seines Fahrzeugs oder die Kontaktdaten seines Garagisten. Die App erlaubt dem Garagisten auch die direkte Kommunikation mit seinem Kunden, beispielsweise via Push-Meldungen. Wolfgang Schinagl: «Der Garagist kann seinem Kunden auf diese Weise einen Gutschein zukommen lassen, er kann ihn an seine Ausstellung einladen oder ihm auch einfach zum Geburtstag gratulieren.» Die Kosten halten sich dabei im Rahmen: 750 Franken pro Betrieb und Jahr, als Flat Rate. Bei grösseren Garagen-Betrieben kommen pro Standort weitere 150 Franken dazu. Und was sagen die Garagisten zur neuen App? Schinagl: «Ich habe viele positive Reaktionen erhalten.» <



Weitere Infos unter:
www.auto-i-dat.ch

Rema Tip Top

Mit dem neuen Webshop online

■ sco. Seit dem 1. April ist Rema Tip Top mit dem neuen Webshop online. Den Auto-Salon in Genf nutzte **Manuel Morales**, Mitglied der Geschäftsleitung, als Testphase für das neue, kundenfreundliche Tool.

Weiter präsentierten Manuel Morales und sein Team die Produktlinie Hautpflege von Rema Tip Top, die einen ganzheitlichen Hautschutzplan für die Werkstatt und den Fachbetrieb umfasst: Schutz vor dem Arbeitsbeginn (**Skin Protect**), Reinigung (**Hand Cleaner**), und Pflege nach dem Waschen (**Silk Skin**) in einer Produktlinie. Speziell zu erwähnen ist **Rema Tip Top Clean-Up**, eine Reinigungspaste für unterwegs. Ohne Wasser können auch gröbere Verschmutzungen an den Händen problemlos beseitigt werden, natürlich auf hautschonende Art und Weise.

Als Weltneuheit stellte Rema Tip Top in Genf ausserdem die **Promaxx Force 1130i** aus, eine automatische Pneu-Montiermaschine für Räder von 12 bis 30 Zoll. <



Weitere Infos unter:
www.rema-tiptop.ch

Noch näher am Kunden: Manuel Morales präsentiert den neuen Webshop von Rema Tip Top.

Yokohama

Kult-Reifen neu aufgelegt

■ sco. Yokohama-Direktor **Reto Wandfluh**, resp. **Romana Möckli** als amtierende Miss Yokohama, durften am Auto-Salon in Genf gleich zwei Europa-Premieren präsen-

tieren: den **BluEarth-Es ES32** und den **BluEarth V905**, den ersten Winterreifen der Produktlinie BluEarth. Der BluEarth-Es ES32 wird in diesem Frühjahr in insgesamt

73 Grössen auf den Markt kommen. Er vereint ein gut ausbalanciertes Paket der vier Kern-Qualitäten, die ein Reifen mitbringen muss: Haftung im Regen, Verschleissfestigkeit, Langlebigkeit und Treibstoff-Verbrauch. BluEarth ist eine von Yokohamas globalen Reifen-Brands und steht für umweltfreundliche, treibstoff-effiziente und leise Reifen.

2017 wird die Marke Yokohama 100 Jahre alt. Aus diesem Anlass hat der japanische Reifenhersteller seinen «Kult-Reifen» **Yokohama A008P** neu aufgelegt und in Genf enthüllt. Der A008P wurde 1989 eingeführt und gehörte zum Original-Equipment des damaligen Porsche 911. Der Reifen war ein Wegbereiter für die dauerhafte Partnerschaft zwischen Yokohama und Porsche, darin eingeschlossen der heutige Flaggschiff-Reifen **Advan Sport V105**. <



Romana Möckli präsentiert den A008P.



Weitere Infos unter:
www.yokohama.ch

Luginbühl Fahrzeug- und Werkstatttechnik

Salon-Comeback nach 18 Jahren

■ sco. Erstmals seit 18 Jahren war die Luginbühl Fahrzeug- und Werkstatttechnik AG wieder am Auto-Salon in Genf und stellte dabei kein einziges Produkt aus! Das neuartige Standkonzept basierte auf grossen Leucht-Kuben, auf denen kürzlich realisierte Projekte abgebildet und beschrieben waren: eine Abgassaug-Anlage in Sion, eine Scherenbühne in Villmergen, eine Parkbühne in Visp. «Wir arbeiten projektbasiert», sagt Inhaber **Erhard Luginbühl**. Dreh- und Showbühnen gehören zu den Spezialitäten des Unternehmens aus Möriken AG. Erhard Luginbühl: «Wir bieten Massanfertigungen für Spezialbühnen.» Das Engineering findet inhouse statt und erlaubt individuelle und massgeschneiderte Lösungen; aber auch Standardprodukte ab Lager oder vom Hersteller gehören zum Angebot von Luginbühl.

In Genf konzentrierte sich Luginbühl ganz auf die Werkstatttechnik. Ein zweites Standbein ist die Fahrzeugtechnik. <



Inhaber Erhard Luginbühl präsentiert seinen Stand an der SAA Expo.



Weitere Infos unter:
www.luginbuehl-ag.ch

Aquarama Swiss AG

«2,52 Meter ist der neue Standard»

■ sco. Die Autos werden immer breiter und mit ihnen auch die Waschanlagen. Am Auto-Salon in Genf präsentierte Aquarama seine Portalwaschanlage **Stargate S111** mit der um 10 Zentimeter auf 2,52 Meter erweiterten Waschbreite. «2,52 Meter ist der neue Standard bei Aquarama», erklärt Geschäftsführer **Frank Müller**. So müssen auch bei einem SUV keine Spiegel mehr eingeklappt werden. Doch das Stargate S111 hat weitere Vorteile. «Es ist ein sehr schnelles Portal», so Frank Müller.

Neben Portalanlagen bis 4,4 Meter Höhe für die LKW-Wäsche und Waschstrassen stellt Aquarama seit über 20 Jahren Selbstbedienungs-Waschplätze her. Eine SB-Anlage stellte Frank Müller auch an seinem Stand in Halle 7 aus. Nach dem Salon wird sie in der Nähe von Fribourg montiert. <



Aquarama-CEO Frank Müller (links) und Gebietsleiter Peter Gysi.



Weitere Infos unter:
www.aquaramaswiss.ch

Weckerle AG

Fahrzeugpflege für Profis

■ sco. Weckerle stellte an der SAA Expo pünktlich zur neuen Fahrzeugpflege-Saison die neuen **Polytop-Produkte** vor. Geschäftsführer **Marc Thommen** verwies vor allem auf die drei Highlight-Produkte **Diamant 3000 Ultra Cut**, eine silikonfreie Intensivschleifpaste, den **Kunststoffpflege Gel** und den **Wipe Down Spray**. Dieser entfernt nach dem Poliervorgang am Lack haftende Poliermittelrückstände, Füllstoffe, Wachse und Fette.

Daneben überraschte Weckerle mit dem Korrosionsschutz von **Dinitrol**. «Lange dachte man, das Thema habe sich erledigt», erklärt Marc Thommen. Doch dem ist nicht so: Einerseits stellen einige Kantone auf Flüssigsalz um, das Autos stärker angreift als das herkömmliche Streusalz. Und da zudem viele Autos nicht mehr vollverzinkt sind, entsteht Korrosion vor allem in Hohlräumen, Falzen und weiteren Stellen, wo sich Schmutz, Salz und Wasser sammeln. Hier ist Dinitrol eine ideale Ergänzung zum werkseitigen Basis-Rostschutz. <



Weckerle-Geschäftsführer Marc Thommen.



Weitere Infos unter:
www.weckerleag.com

AutoScout24

Rennfahrer-Talente gesucht!

■ sco. Gemeinsam mit **Seat** lanciert AutoScout24 die **Young Driver Challenge**. Das Nachwuchsprojekt soll talentierten Rennfahrern im Alter von 16 bis 21 Jahren den Schritt in die Profilaufbahn ermöglichen. Am Salon in Genf wurde der Seat Leon Cupra enthüllt, der auf die besten jungen Fahrer wartet.

Seit dem 17. März finden schweizweit Ausscheidungsrennen auf sieben regionalen Kartbahnen statt. Am 22./23. Mai treffen danach die Top 35 der Nachwuchsfahrer auf nationaler Ebene in Wohlen aufeinander. Wer sich hier für einen der 10 Top-Plätze qualifiziert, darf im Juni an die Leon Cupra Race Days in Anneau du Rhin (F). Im Juli folgen ein Testtag in Dijon (F) und der Erwerb der Schweizer Rennlizenz. Als grosses Finale wartet zum Schluss für die besten drei Fahrer zwischen August und Oktober ein Rennen im Rahmen der TCR Germany. Wer sein Talent auch hier unter Beweis stellt und sich für den Rennzirkus und somit für den

Profi-Rennsport entscheidet, der erhält von AutoScout24 und Seat gezielte finanzielle und beratende Starthilfe für die kommende Rennsaison. «Wir sind überzeugt, dass wir gesamtschweizerisch junge, noch unerkannte

Talente hervorbringen», meint **Christoph Aebi**, Direktor von AutoScout24. <



Weitere Infos unter:
www.autoscout24.ch



Christoph Aebi (l.) und Seat-Markenchefin Sandra Grau enthüllen den 350 PS starken Seat Leon Cupra.

P

PETRO-LUBRICANTS

Performance %

IHR PARTNER FÜR SCHMIERSTOFFE

Panolin AG

«Öl ist eine Wissenschaft»

■ sco. Mit der **Panolin Oil Academy** führte der Schweizer Schmierstoff-Spezialist die Besucherinnen und Besucher der SAA-Expo in die Geheimnisse des Motorenöls ein. «Wir wollen mit unserer Academy visualisieren, was in einem Motor passiert», erklärt CEO **Silvan Lämmle** den Bereich an seinem Stand, in dem die Besucher aufgefordert waren, ihrem Spiel- und Experimentiertrieb freien Lauf zu lassen.

In Genf präsentierte das Familienunternehmen aus Madetswil im Zürcher Oberland mit dem **Panolin Exclusive JP 5W-40** ein neues Motoren-Öl, das eigens für die neuen Spezifikationen des **Jeep Grand Cherokee 3.0 Diesel** produziert wird. Panolin ist der erste europäische Hersteller dieses Motoren-Öls. Mit jeder Spezifikation nehme die Komplexität im Bereich Öle und Schmiermittel zu. «Öl ist eine Wissenschaft», sagt Silvan Lämmle und verweist auf die rund 500 bis 600 Basis-Öle und tausende Additive, aus denen heute Moto-

ren-Öle produziert werden. Und damit der Automobilist mit Sicherheit das passende Öl für sein Fahrzeug finde, sei er nach wie vor beim Garagisten am besten aufgehoben, so Lämmle: «Im Baumarkt oder an der Tankstelle findet er kaum das richtige Produkt.» <



Weitere Infos unter:
www.panolin.com



Silvan Lämmle präsentierte an der SAA-Expo die Panolin Oil Academy.

Wälchli+Bollier AG

Zugriff auf 250 000 Artikel

■ sco. Von Profis für Profis lautet der Slogan von Wälchli+Bollier. «Wir beliefern den Grosshandel», erklärt **Giovanni Giuliani**, Vertriebsleiter der SAG-Tochter. Es sind vor allem regionale Händler in der ganzen Schweiz, die von Wälchli+Bollier mit Ersatzteilen, Autozubehör und Reifen beliefert werden. Giuliani: «Wir haben Zugriff auf 250 000 Artikel; im Durchschnitt sind 97 Prozent davon verfügbar.» Im E-Shop findet der Kunde nicht nur das gesuchte Produkt, sondern sieht auch gleich dessen Verfügbarkeit. «Niemand sonst in der Schweiz hat ein derart breites Sortiment», sagt Giovanni Giuliani.

Am Salon lancierte Wälchli+Bollier die deutsche Werkzeug-Marke **KS-Tools**. Zudem nimmt der Zulieferer neu **Texa-Diagnosegeräte** und **Aral-Öl** ins Sortiment auf. «Wenn man die Ansprüche der heutigen Motoren sieht, dann kann man nicht mit einem Billig-Öl kommen», stellt Giovanni Giuliani unmissverständlich klar. <



Weitere Infos unter:
www.waelchli-bollier.ch



Verkaufsleiter Giovanni Giuliani führt neu KS-Tools in seinem Sortiment.

Karl Ernst AG

1,3 Kilogramm leichtes Kraftpaket

■ sco. Seit sagenhaften 59 Jahren ist die Karl Ernst AG am Auto-Salon in Genf vertreten. «Wir sind der älteste Aussteller im Zubehörbereich», sagt Verwaltungsrat **Markus Ernst** nicht ohne Stolz. Mit 24 Paletten voller Material reiste der Zürcher an den Genfersee: «Die Mechaniker möchten die Werkzeuge in die Hand nehmen. Sie möchten die Ergonomie des Werkzeugs spüren oder erleben, wie die Schubladen eines Werkzeug-Wagens laufen.»

Ein grosser Teil des Standes der Karl Ernst AG widmete sich der Werkzeug-Marke Hazet. «Hazet ist unsere Hauptmarke», bestätigt Markus Ernst, «aber wir bieten auch günstigere Linien an.» Das Sortiment der Karl Ernst AG umfasst Produkte von mehr als 25 Herstellern und mehr als 35000 Artikel. Als besondere Neuheit präsentierte Markus Ernst am Salon den **Hazet 9012 MT**, einen äusserst kompakten Schlagschrauber. Das nur 1,3 Kilogramm leichte Kraftpaket erreicht Stellen, an die sonst kein Schlag-



Mit 24 Paletten Material in Genf: Markus Ernst mit dem Hazet 9012 MT.

schrauber gelangt, und erreicht ein maximales Lösemoment von 1400 Nm. <



Weitere Infos unter:
www.karlnstag.ch

E. Klaus AG

Reparieren statt ersetzen

■ sco. Am Stand von Wälchli+Bollier genoss während der SAA Expo die **E. Klaus AG** Gastrecht. Die Fahrzeugtechnik-Firma mit Hauptsitz in Rickenbach bei Wil bietet mechanische Arbeiten an: Revisionen von Zylinderköpfen, von Einspritzventilen oder Turboladern. «Gerade bei älteren Fahrzeugen kann es sich lohnen, beispielsweise einen Turbolader zu revidieren, statt einen neuen einzubauen», erklärt **Christian Hess**, Leiter Produktion in Rickenbach.

Das Ostschweizer Unternehmen ist der führende Schweizer Lösungspartner im Bereich Revision, Prüfung und Reparatur von Diesel, Turbo-, Elektro-, Heizungs- und Klimaaggregaten sowie in der Aufbereitung von Bremsbacken, Bremszangen, Kühlern und Kupplungen. So verfügt die E. Klaus AG als einzige Schweizer Firma über einen Reinraum für die Instandsetzung von Common-Rail-Komponenten. <



Weitere Infos unter:
www.klaus-ag.ch.com

Christian Hess, Leiter Produktion bei der E. Klaus AG in Rickenbach SG.

Hostettler Autotechnik AG

«Tendenz steigend» bei Autofit

■ sco. Es ist nicht ganz einfach für Severin Kollros, Leiter Marketing & Sales bei **Hostettler Autotechnik AG**, ein Ausstellungs-Highlight zu nennen. Zu breit ist die Palette an Produkten und Lösungen, welche die Hostettler Autotechnik AG in Genf präsentiert. Schliesslich entscheidet sich Severin Kollros für das **Texa-Diagnosegerät Axone Nemo**, das weltweit erste smarte Diagnosegerät. «Ein modulares, intuitives Tool», beschreibt Kollros das Gerät, das modernste Technologien enthält, angefangen beim 12" Ultra Wide Bildschirm mit einer aussergewöhnlichen Auflösung von 2440x1820, geschützt durch das hoch robuste «Gorilla Glass», und perfekter Ablesbarkeit auch bei direkter Sonneneinstrahlung. Um die Softwarefunktionen der IDC5, die neuste Entwicklung der bekannten Texa-Software, umsetzen zu können, verfügt der Axone Nemo über ein Sensorpaket, das aus einem Barometer, einem Beschleunigungssensor, einem Gyroskop, einem

Kompass, einem Lichtsensor und einem GPS-Modul besteht.

Ein weiterer Schwerpunkt bei Hostettler ist das Garagenkonzept **Autofit** mit seinen rund 280 Partnern, «Tendenz steigend», so Kollros. «Autofit ist ein gesamtheitliches Garagenkonzept, dessen Leistungen sukzessive ergänzt werden. Zu nennen

sind neben Hardware wie Ersatzteilen auch Zusatzelemente wie Weiterbildung, technischer Support oder Marketing-Support.» <



Weitere Infos unter:
www.autotechnik.ch



Severin Kollros, Leiter Marketing & Sales, mit Hostettler-Geschäftsleiter Gianfranco Hirschi (rechts).

MTS Multi Technology Services GmbH

«Ein Auto muss glänzen und funkeln»

■ sco. Pflege-Produkte für den Einsteiger bis zum Profi bietet **MTS**. Und da für die Profis in der Fahrzeugaufbereitung neben dem perfekten Resultat vor allem auch die Zeit ein bedeutender Faktor ist, präsentierte MTS am Auto-Salon die bewährten Produkte von **Meguiar's**. «Was gut und gerne drei Stunden dauern kann, schaffen wir in anderthalb Stunden», verspricht Verkaufsleiter **Lorenzo Viscusi** und zeigt auf den schwarz-glänzenden Mercedes an seinem Stand in Halle 7. Am Auto-Salon stellten Viscusi und sein Team drei Produkte ins Zentrum: Das **Meguiar's Ultimate Lederbalsam**, das alle Arten von Leder in einem Schritt reinigt, pflegt und schützt, das **Meguiar's Hot Shine Reflect**, das Reifen in einem einzigartigen Glanz erscheinen lässt, und den **Meguiar's Ultimate Interior Detailer**, der die Optik aller Innenraumboflächen wie Plastik, Vinyl, Leder, Gummi, Metall oder Hifi-Einrichtungen pflegt.

«Es gibt doch nichts Schöneres, als ein

schönes Auto, das glänzt und funkelt», sagt Lorenzo Viscusi und zeigt zum Abschluss des Gesprächs mit **AUTOINSIDE** den **Big Foot-Nano**, eine Poliermaschine mit speziell kleinen Polierpads – ideal für Felgen, Kühler und sämtliche Stellen am Wagen, wo grosse Poliermaschinen nicht hin gelangen. <



Weitere Infos unter:
www.meguiars.ch



Glänzender Auftritt: Lorenzo Viscusi (l.) und Brailio Martin.

Bucher AG Langenthal, Motorex-Schmiertechnik

Ein Must für jeden Salon-Besucher

■ sco. Was vor 100 Jahren mit Produkten für die Leder- und Bodenpflege unter dem Namen «Rex» begann, ist heute mit einem jährlichen Umsatz von 130 Millionen Franken das grösste unabhängige Frischöl-Veredelungsunternehmen der Schweiz. 1952 erschien die erste Werbung für Motoren-Öl – aus «Rex» war **Motorex** geworden. «Dadurch kamen wir auf die Idee, unseren Stand am Salon im Stil der 50er-Jahre zu gestalten», erklärt Product Manager **Patrick Wyss**. Die Idee überzeugte und die Ausführung ebenso. Der doppelstöckige Motorex-Stand war ein Must für jeden Salon-Besucher. «Wir haben sehr viele Komplimente erhalten», sagt Marketingleiterin **Linda Hüse-mann**.

Am Salon feierte das neue, niedrig-viskose Motoren-Öl **Concept A-XL SAE 0W/20** für Fahrzeuge der Volkswagen-Gruppe seine Premiere. Es zeichnet sich durch sicheren Verschleiss-Schutz über den gesamten Temperaturbereich



«Sehr viele Komplimente»: Marketingleiterin Linda Hüse-mann und Product Manager Patrick Wyss.

hinweg aus, überzeugt mit optimalem Kaltstart-Verhalten und kürzesten Durchölungszeiten. <



Weitere Infos unter:
www.motorex.com

Krautli (Schweiz) AG

«Garagisten-Partner im DAB-Bereich»

■ sco. Der Stand von Krautli (Schweiz) AG in Halle 7 zeigte, wohin die Reise des Handelsunternehmens aus Weinigen ZH geht. «Unser angestammtes Geschäft mit Ersatzteilen führen wir selbstverständlich weiter. Aber hier am Salon konzentrieren wir uns auf neue Produkte», erklärt General Manager **Flavio Zani**. Und das ist vor allem Zuhör, beispielsweise im Hifi-Bereich. «Wir sind der Partner für Garagisten im DAB-Bereich», sagt Flavio Zani. Bis 2019 müssen rund 600 000 Fahrzeuge in der Schweiz mit dem neuen **DAB+-Standard** umgerüstet werden, kein schlechtes Geschäft für die Garagisten...

Nicht nur an den Garagisten, sondern auch an den Endverbraucher richtete sich Krautli in Genf mit der Produktlinie von **TowCar**: Träger für Bikes, Motorräder, Ski, Snowboards oder andere Güter. Für Aufsehen sorgte dabei die Gepäckbox **TowBox** als Alternative zur herkömmlichen Dachbox. Die TowBox wird nicht auf dem Fahrzeugdach, sondern auf

der Anhängerkupplung befestigt. Die Vorteile liegen in der im Vergleich zur Dachbox einfacheren Montage und Demontage und in einer besseren Aerodynamik. <



Weitere Infos unter:
www.krautli.ch



600 000 Fahrzeuge müssen in der Schweiz auf DAB+ umgerüstet werden: Krautli-General-Manager Flavio Zani.

Bopp Solutions AG

Prototyp eines U-Nummernschranks

■ mbo. Gemäss dem Motto des Garagenanbieters Bopp Solutions AG – «Lösungen statt nur Produkte» –, hat Geschäftsführer **Jean-Claude Bopp** am Auto-Salon den Prototypen eines U-Nummernschranks präsentiert. «In grösseren Betrieben mit mehreren Garagennummern gibt es das Problem, dass man nicht immer weiss, wer mit welcher Nummer unterwegs ist. Falls es mal eine Busse gibt oder das Auto einen Schaden hat, kann man den Verursacher nicht ermitteln», schildert Firmeninhaber Bopp den Beweggrund für die Neuentwicklung.

Basis des Prototyps ist ein herkömmliches Schlüsselübergabesystem. Jean-Claude Bopp: «Wir haben das Aufhängesystem etwas angepasst, damit die Nummernschilder Platz haben, und vorne eine Plexiglasscheibe montiert. Um an die Nummer zu kommen, muss der Mitarbeiter seinen persönlichen Code eingeben. Das System registriert wer wann welches Schild geholt und wieder zurückgebracht hat.» Ab wann es den schon beinahe fertigen Schrank

zu kaufen gibt, kann Jean-Claude Bopp noch nicht sagen.

Bereits erhältlich ist eine weitere Neuheit, das Schlüsselübergabesystem **SAS Strong**. Das System ist Euronorm-zertifiziert und bietet wahlweise 8 oder 15 Ausgaben. Der Kasten wird aufputz montiert, das Ausgabefach ist manipulationssicher, Schloss und Riegel sind durch bohrsichere Platten geschützt. Die Sprache am Display ist im Wechsel zweisprachig, im System sind die gängigsten europäischen Sprachen gespeichert. Wenn der Strom ausfällt, gibt es eine Code-Memory-Funktion und bei mehreren Fehlversuchen wird das System gesperrt.

Das Schlüsselübergabesystem SAS Strong kostet ab **5950 Franken**. Optional ist das Display mit einem Bildschirmschoner ausgestattet, über den man zum Beispiel Werbung einblenden kann. <



Jean-Claude Bopp, Inhaber und Geschäftsführer mit dem Prototyp des U-Nummernschranks.



Weitere Infos unter:
www.bopp-solutions.ch

Amstutz Produkte AG

«Qualität setzt sich durch»

■ mbo. Blickfang am Amstutz-Stand war ein gelber Lamborghini Aventador. «Wenn man eher kleinere, optisch unscheinbarere Produkte ausstellt, braucht es einen Hingucker – der gelbe Lamborghini eignet sich perfekt dafür»,

erklärt Geschäftsführer **Daniel Rappo**. Der Plan ging auf, während unseres Gesprächs schossen mehrere Salon-Besucher Selfies vor dem gemieteten Sportwagen.

Der Chemiebetrieb aus dem luzernischen

Eschenbach hat eine neue Produktfamilie nach Genf mitgebracht – die **X-Linie** (X steht für Excellence). Dabei handelt es sich um Profi-Produkte für alle Anwender. Um diese Mittel, aber auch alle anderen Amstutz-Autopflegeprodukte richtig einzusetzen, führt die Firma Endkunden-Schulungen durch.

Die **P-Linie** (P für professionell) umfasst Produkte, die für Autowaschanlagen konzipiert wurden. «Die Reinigungs- und Pflegemittel sind perfekt aufeinander abgestimmt und garantieren ein qualitativ hochwertiges Waschresultat», so der Geschäftsführer.

Der Clou an den Amstutz-Produkten ist, dass alles Eigenentwicklungen sind. Daniel Rappo: «In unserem Labor arbeiten fünf Chemiker, die unsere bestehenden Produkte stetig verbessern und neue kreieren. Unsere Pflegeprodukte sind vielleicht nicht die günstigsten auf dem Markt, doch Qualität setzt sich durch.» <



Geschäftsführer Daniel Rappo vor dem Stand-Blickfang – einem gelben Lamborghini Aventador.



Weitere Infos unter:
www.amstutz.ch

Apollo Vredestein

«Halle 1 ist der perfekte Standort für uns»

■ mbo. Wie alle anderen Reifenhersteller stellte auch Apollo Vredestein nicht in der Zubehör- und Zulieferanten-Halle 7 aus. «Die Autohallen, speziell Halle 1, sind perfekt für uns. So können wir den Bekanntheitsgrad und das Image unserer Marken Apollo und Vredestein stärken. Ausserdem können wir unsere Kunden hier besser verwöhnen, was gerne angenommen wird», erklärt Country Manager **Markus Brunner**.

Produkte-Highlights waren die neuen **Vredestein Ultrac Forti und Forti R**. Ein Forti in 22 Zoll wurde publikumswirksam an einem Jaguar F-Pace präsentiert.

«Wichtig für uns in diesem Jahr ist auch das Partnerschaftsprogramm **Innercircle**, das wir weiter fördern und ausbauen werden», so der Country Manager. Mit Innercircle, das zum Beispiel spezielle Ladeneinrichtungen und Schulungsangebote umfasst, möchte Apollo Vredestein den Garagisten und den Reifenhändlern helfen, ihr Rei-

fengeschäft auszubauen und ihre Kunden gut zu beraten.

Markus Brunner: «Die **#rocktheroad**-Kampagne, mit der wir vermehrt ein jün-

geres Publikum ansprechen möchten, läuft auch im 2017 weiter.» <



Weitere Infos unter: www.vredestein.ch



Country Manager Markus Brunner vor einem Jaguar F-Pace, der mit einem Vredestein Ultrac Forti bereift ist.

Abt AG

«Die EM9550C ist unser Verkaufshit»

■ mbo. Die Abt AG stellte bereits 1959 das erste Mal am Auto-Salon aus. Bis auf 1975 war der Reifenservice-Spezialist seit her jedes Jahr dabei. Nicht ganz so lang, aber immerhin schon seit 1973, ist **Carlo**

Ledermann bei der Abt AG. Der heutige Geschäftsführer hat mehr als 40 Auto-Salons für Abt bestritten.

Ganz der Salonspezialist und Verkaufsprofi stellt er uns den Bestseller der Firma

vor. «Die **Corghi EM9550C** ist eine vollautomatische Reifenauswuchtmaschine, die Stahlfelgen und Aluräder selbständig erkennt und die modernste Lasertechnologie mit Corghi-typischem Bedienkomfort verbindet – nur das Kleben der Gewichte muss man noch von Hand machen», erklärt Carlo Ledermann.

Das die Maschine etwas taugt, zeigt ihr Erfolg. Der Geschäftsführer: «Die EM9550C ist zwar erst seit einem halben Jahr auf dem Markt, doch ihre Qualitäten haben sich bereits bei so vielen Garagisten und Reifenhändlern herumgesprochen, dass wir schon fast Lieferprobleme haben.» <



Geschäftsführer Carlo Ledermann mit der Reifenauswuchtmaschine Corghi EM9550C.



Weitere Infos unter: www.abt-ag.ch

Thommen-Furler AG

BioSimplex: Ideal für Waschanlagen

■ mbo. Die Anlagen für die biologische Abwasserreinigung von mineralölhaltigen Abwässern von **BioSimplex** feiern in Genf Premiere. «Die neuen Produkte eignen sich perfekt für Autowaschanlagen. 95 Prozent der Abwässer können wiederverwendet werden. Die anderen 5 Prozent fahren mit dem Auto davon», sagt **Thierry Zuber**, Mitglied der Geschäftsleitung der Thommen-Furler AG, mit einem Schmunzeln. Weil die Anlagen praktisch kein Frischwasser benötigen, braucht es in einem trockenen Sommer keine Bewilligung, um die Waschanlage zu betreiben. Thierry Zuber: «Das hilft Kosten zu sparen und Kunden zufriedenzustellen.»

Am Stand der Thommen-Furler AG in Halle 7 standen auch neue **Abfüllgeräte für AdBlue** im Zentrum. Die kompakten Geräte auf Rollen sind für den Einsatz in Garagen geschaffen. Zuber: «Der Diesel-Skandal hat dafür gesorgt, dass in Zukunft alle PW-Dieselmotoren mit der SCR-Technologie ausgestattet sein werden. So wird es viel mehr AdBlue brauchen und Tankanlagen, mit dem der flüssige Harnstoff einfach eingefüllt werden kann.» Damit werde der Umgang mit AdBlue nicht nur einfacher, sondern auch günstiger. Denn in Kombination mit den neuen Abfüllgeräten könne man grössere Gebinde kaufen und so die Marge auf AdBlue erhöhen, so Thierry Zuber. <



Thierry Zuber, Mitglied der Geschäftsleitung, vor der neuen Abwasserreinigungsanlage.



Weitere Infos unter:
www.thommen-furler.ch

KW Automotive

Viel Neues aus Süddeutschland



Country Manager Peter Banz mit dem neuen Gewindefahrwerk «Variante 4».

■ mbo. Der Genfer Auto-Salon markiert für den süddeutschen Fahrwerkspezialisten KW Automotive den Startschuss in die neue Saison. «Im März zieht das Geschäft an. An Neuheiten interessierte Garagisten und Endkonsumenten besuchen uns gerne in der Halle 2», weiss der für die Schweiz zuständige Country Manager **Peter Banz**.

Neuheiten hatte KW in diesem Jahr einige zu bieten. Zum Beispiel das neue **Gewindefahrwerk «Variante 4»**. Im Vergleich zu herkömmlichen Fahrwerken verfügt es über einstellbare 3-Wege-Hochleistungsdämpfer. Gar Weltpremiere feierte die neue **KW DDC plug&play Dämpfereinstelltechnologie**.

Ebenfalls neu sind die KW Klassik Fahrwerke. Peter Banz: «Wir sind der erste Hersteller, der zweifach verstellbare Fahrwerke für Old- und Youngtimer bietet.» Speziell für die Bedürfnisse der Klassiker-Fahrwerke wurden mit moderner Abstimmungsmethodik auf dem KW-Fahrdynamikprüfstand und bei Probefahrten auf der Strasse moderne Dämpfer-Setups ermittelt, die mehr Fahrsicherheit und Performance ermöglichen, ohne den Komfort ausser Acht zu lassen. «Die Unterschiede beim Fahren sind enorm», schildert Peter Banz. <



Weitere Infos unter:
www.kwsuspensions.ch

Otto Christ AG

«Die Innovationen sind gut angekommen»



Markus Tschuran (l.), Niederlassungs- und Serviceleiter, mit Jean-Philipp Kern, Projektleiter Verkauf.

■ mbo. Die Otto Christ AG hat in Genf drei Innovationen vorgestellt und diese sehr anschaulich präsentiert. «Dass wir unsere drei Neuentwicklungen bei den Portalwaschanlagen – die **Seitenwalzenschrägstellung im Heckbereich, den Schaumvorhang und die 4D-Räderwäsche** – in Schaukästen gezeigt haben, ist bei den Standbesuchern sehr gut angekommen», erläutert **Markus Tschuran**, Niederlassungs- und Serviceleiter.

Die neuen Seitenwalzen werden bei der Heckwäsche um bis zu 25 Grad schräg gestellt. So werden schwierige Bereiche wie Nummernschildvertiefungen, Mulden und vor allem der Bereich unter dem Heckspoiler optimal erreicht.

Der neue Schaumvorhang «Foam Splash» überzeugt mit einem Schaumauftrag über die gesamte Fahrzeugbreite, wie es sonst nur bei Aktivschaum-Vorwäschen in Waschstrassen möglich ist. Dadurch kann die Chemie optimal einwirken und das Waschergebnis ist besser. Ausserdem wird der Schaumvorhang beim Auftragen von hinten mit einer LED-Lichtorgel beleuchtet, das sorgt für ein optisches Spektakel.

Der 4D-Räderwäscher passt sich automatisch der Felgenreisse an und ermöglicht so beste Ergebnisse für eine bisher unerreichte Breite an Fahrzeugen. <



Weitere Infos unter:
www.christ-ag.com

Pirelli

«Reifen mit dem Gespür für die Strasse»

■ mbo. Am Pirelli-Stand in Halle 6 wurde den Besuchern einiges geboten. Zum einen waren die neuen Formel-1-Reifen ausgestellt, die hinten 80 und vorne 60 Millimeter breiter sind als die letztjährigen Rennmischgummi. Zum anderen hat der italienische Reifenhersteller die **Farb-Editionen der P Zero- und Winter Sottozero** Reifen vorgestellt. «Pirelli hat die farblich beschrifteten Reifen entwickelt, um der steigenden Nachfrage von Prestige- und Premiumkunden nach Individualisierungs-Möglichkeiten von Produkten gerecht zu werden», erklärt Pirelli-Schweiz Direktor **Dieter Jermann**. Die Beschriftung gibt es in den Grundfarben Rot, Gelb, Weiss und Silber. Die Reifen werden auf Bestellung hergestellt und in einer hochwertigen Box mit einem Pflege-Kit geliefert. Die Markteinführung der exklusiven Reifen ist in diesem Sommer vorgesehen.

Dank **Pirelli Conesso** konnte man auch einen Blick in die Zukunft werfen. Ein in der Innenwand des Reifens integrierter Sensor kommuniziert über eine App mit dem Autofahrer. Die App liefert wichtige Informationen über den aktuellen Zustand des Reifens wie den Luftdruck oder die Temperatur und verbessert damit die Sicherheit. Dieter Jermann: «Man könnte sagen, das ist ein Reifen mit dem Gespür für die Strasse». <



Direktor Dieter Jermann zeigt das Pflege-Kit für die neue Pirelli P Zero Farb-Edition.



Weitere Infos unter:
www.pirelli.ch

ESA

Checkbox – das neue Garagenkonzept

■ mbo. Bereits zum dritten Mal in Folge begrüßte die ESA ihre Mitinhaber und alle anderen Interessenten auf der schmucken ESA-Piazza mit diversen Verpflegungsmöglichkeiten und Ausstellungsständen. «Unsere Mitinhaber und Kunden fühlen sich sehr wohl hier, die Piazza ist während den gesamten elf Ausstellungstagen sehr gut frequentiert», weiss **Matthias Kruppen**, Kommunikationsverantwortlicher bei der ESA. Neu konnte man in diesem Jahr an einer coolen Saftbar Energie für den anstrengenden Salon-Rundgang tanken.

Produkte- bzw. Dienstleistungs-Highlight auf der Piazza war das neue ESA-Garagenkonzept **Checkbox**. Matthias Kruppen: «Checkbox dient als Ergänzung zu den erfolgreichen Konzepten Le Garage und Bosch Car Service. Mit dem modularen Aufbau eignet sich Checkbox bestens zum Beispiel für Startups und Jung-Garagisten.»

Im Rampenlicht stand auch der Garagisten-Reifen **ESA Tecar Spirit 5 HP**, der im jüngsten TCS-Sommerreifentest mit «sehr

empfehlenswert» bewertet wurde, und die vollautomatische **Radwaschmaschine Reddy@4**. <



Weitere Infos unter:
www.esa.ch



Matthias Kruppen, Kommunikationsverantwortlicher auf der ESA-Piazza Ausgabe 2017.

Falken/Fibag AG

«Wir sind stolz, Falken im Portfolio zu führen»

■ mbo. Die von der Fibag AG vertriebene Reifenmarke Falken gab 2017 ihr Debüt als Aussteller auf dem Genfer Auto-Salon. In der Halle 6 enthüllte Falken ihr neuestes Motorsportfahrzeug – einen

BMW M6, mit dem Falken beim legendären 24-Stunden-Rennen auf dem Nürburgring, dem anspruchsvollsten Langstreckenrennen der Welt, an den Start gehen wird.

Gleichzeitig stellte Falken neue Reifen vor. So den besonders energieeffizienten **Falken Ecorun A-A**, der für Elektro- und Hybridfahrzeuge entwickelt wurde. Und den **Falken Azenis FK510**, einen neuen Sommerreifen im UHP-Segment für Personenwagen und SUV, der in 34 Dimensionen von 17 bis 20 Zoll erhältlich ist. Ausserdem erhielten die Besucher des Falken-Salonstandes Einblick in zukunftsgerichtete Technologien bei der Reifenherstellung.

«Wir sind stolz, eine solch innovative Marke in unserem Portfolio führen zu können», sagte **Kurt Schürch**, Leiter Verkauf/Einkauf bei der Fibag AG. «Die Fibag AG importiert die Reifen der Marke Falken seit bald 30 Jahren», so Schürch weiter. <



Kurt Schürch, Leiter Verkauf/einkauf bei der Fibag, vor dem neuen Falken-Langstrecken-BMW M6.



Weitere Infos unter:
www.fibag.ch

Gesag Garage Service AG

«Das ist eine gescheite Auswuchtmaschine»

■ mbo. Wie gewohnt, wirbelte Gesag-Geschäftsführer **Daniel Vielle** über seinen Auto-Salon-Stand und zeigte uns, was die Gesag Garage Service AG zu bieten hat. Besonders stolz war der umtriebige Geschäftsführer auf die Reifenauswuchtmaschine **John Bean 1200P**: «Das ist jetzt mal eine gescheite Auswuchtmaschine. Mit ihrer ausgeklügelten Lasertechnik war sie schon immer gut. Dank einer massiven Preissenkung um rund 10 000 Franken bietet sie jetzt auch ein tolles Preis-Leistungs-Verhältnis.»

Auch den praktischen **Multifunktions-Lift**, mit dem man das Auto einfach anheben und manuell in der Werkstatt verschieben kann, hatte die Gesag wieder nach Genf mitgebracht. «Der hat sich richtig zum Kassenschlager entwickelt und ist unser Bestseller. Seit dem vergangenen Salon haben wir gut 15 Stück verkauft – zum Preis von 4900 Franken», erklärt Daniel Vielle zufrieden.

Ein weiteres Highlight war der neue **Rollenbremsprüfstand**, der ins bestehende Fundament des alten Prüfstandes passt. Der Geschäftsführer: «Das ist eine sehr kosten-

günstige Lösung, weil praktisch keine bauseitigen Arbeiten nötig sind.» <



Weitere Infos unter:
www.gesag.ch



Geschäftsführer Daniel Vielle erklärt die Vorzüge der Reifenauswuchtmaschine der Marke John Bean.

Trösch Autoglas

Autoglas vom Spezialisten

■ mbo. Am Salon-Stand von Trösch Autoglas gab es kein Vorbeikommen. Die Spezialisten für Autoglas, Ersatzscheinwerfer und Reinigungsmittel waren zentral in Halle 7 positioniert.

Es gab auch viel zu sehen. In diversen Vitrinen waren verschiedene Produkte ausgestellt. Zum Beispiel der neue **SikaTack Pro** Scheibenklebstoff, der durch eine einfache, unkomplizierte Handhabung überzeugt, oder

zahlreiche Werkzeuge für den einfachen Aus- und Einbau der Windschutzscheiben.

Prominent platziert war auch die Ausschreibung für einen attraktiven Wettbewerb. Bestellt der Garagist oder Carrossier bei Trösch Autoglas eine Frontscheibe, erhält er ein Rubellos. Verlost werden Preise im Gesamtwert von 140 000 Franken. Die Aktion dauert noch bis am 30. September 2017.

Neben dem vollständigen Angebot an Windschutzscheiben war auch das umfangreiche Sortiment an Seiten- und Heckscheiben ein Thema am Salon-Stand. Geschäftsführer Rolf Bäuerle betonte: «Laufend ergänzen wir unser Angebot an Seitenscheiben und Heckscheiben für die aktuellen Fahrzeugmodelle. In unserem Logistikcenter stehen über 5000 Seitenscheiben und 2500 Heckscheiben aller gängigen Fahrzeuge für unsere Kunden bereit.» <



Geschäftsführer Rolf Bäuerle am Trösch-Autoglas-Stand in der Halle 7.



Weitere Infos unter:
www.autoglas.ch

Bridgestone / Firestone

Bridgestone wird olympisch

■ mbo. Am Auto-Salon gab **Paolo Ferrari**, CEO und Präsident von Bridgestone EMEA (Europa, Mittlerer Osten und Afrika), den Start der olympischen Partnerschaft in den EMEA-Regionen bekannt. Die Partnerschaft zwischen dem Internationalen Olympischen Komitee (IOC) und dem japanischen Reifenhersteller wird bis zum Jahr 2024 bestehen und umfasst die Olympischen Winter Spiele Pyeongchang 2018, die Olympischen Spiele Tokio 2020, die Olympischen Winter Spiele Peking 2022 sowie die Olympischen Spiele 2024.

Bei den Produkten stand der **Drive Guard** im Vordergrund. Den Reifen mit Notlauf Eigenschaften (bis Tempo 80, bis 80 km weit) gibt es als Winter- und Sommerneu. «Für die zweite Sommersaison des innovativen Reifens wurde das Line-Up erweitert, im Moment gibt es den DriveGuard in 19 Dimensionen, Tendenz steigend», erklärt Bridgestone Schweiz Country Manager **Urs Lüchinger**.

Neben dem DriveGuard und der neuesten Generation des **Turanza T001**, der eine neue Gummimischung für bessere Nasshaftung erhalten hat, waren in Genf der **Road-**

hawk und der **Vanhawk 2** der Marke Firestone zu sehen. <



Weitere Infos unter: www.bridgestone.ch



Country Manager Urs Lüchinger am Bridgestone-Stand in Halle 6.

KSU / A-Technik AG

Hightech für korrekt eingestellte Achsen



Geschäftsführer Heinz Borel führt ein neues Achsmess-System mit Überfahr-Profiltiefenmesser vor.

■ mbo. Bei KSU stand das Achsmess-System **HawkEye Elite** im Zentrum. Für den Auto-Salon haben Geschäftsführer **Heinz Borel** und seine Mitarbeiter das System mit dem automatischen Profiltiefenmess-System **Quick Tread** ergänzt. «Man fährt mit dem Auto drüber und das System misst die Profiltiefe, analysiert die Daten und stellt die Resultate in wenigen Sekunden auf dem Bildschirm dar», erklärt Heinz Borel begeistert. Danach bringt man die **Quick-Grip-Adaptoren** an den Rädern an und das System misst die Achsen dank vier hochauflösenden Kameras exakt und punktgenau aus.

Ebenfalls am Stand in Halle 7 vertreten war der von KSU importierte Waschanlagenhersteller Istobal. Die Spanier hatten die neue Portalwaschanlage **M-Nex 32** nach Genf mitgebracht. <



Weitere Infos unter: www.ksu.ch

Kärcher

Damit Waschen zum Vergnügen wird

■ srh. Die über 5 m hohe LKW-Portalanlage bei Kärcher war ein Blickfang in der Halle 7 und wurde vom Standpersonal liebevoll «Arc de Triomphe» genannt. Kärcher steht als Marke schon fast synonym mit Hochdruckreinigung. Die Marke mit den gelben Geräten ist längst auch ausserhalb der professionellen Reinigung zum Begriff und zur festen Grösse geworden. «Wir wollen auch Synonym für Waschanlagen sein», sagt Marketingleiter **Marcel Sutter**.

Entsprechend war Kärcher in Genf auch mit einer Portalanlage präsent. «Uns ist wichtig, dass wir den Kunden Lösungen bringen und nicht nur die Anlage hinstellen. Es muss für den Kunden auch wirtschaftlich interessant sein», erklärt **Karl Fleischmann**, Verkaufsdirektor. Neben Portalanlagen stellte Kärcher auch Geräte für Selbstbedienungsboxen aus – mit speziell geformten Saugern, um zwischen Mittelkonsole und Sitz reinigen zu können.

Für den professionellen Betrieb (graue Geräte) entwickelte Kärcher auf dieses Jahr

eine neue Hochdruckpistole, die Marcel Sutter gleich vor Ort demonstriert: «Die **EasyForce-Hochdruckpistole** nutzt die Rückstosskraft des Hochdruckstrahls und reduziert so die Haltekraft für den Abzug auf

null. Denn für uns ist wichtig: Reinigen soll nicht als Übel wahrgenommen werden.» <



Weitere Infos unter: www.kaercher.ch



Karl Fleischmann (links) und Marcel Sutter mit der neuen Sauganlage für Selbstbedienungsboxen.

Matik

Praktischer Webshop für Nutzfahrzeugler



René Wasem präsentierte am Matik-Stand den praktischen neuen Webshop.

■ srh. «Webshops für Nutzfahrzeuge haben andere Anforderungen», erklärt **René Wasem**, Leiter Marketing und Produktmanagement bei Matik. Quasi als Vorpremiere präsentierte er den komplett überarbeiteten **Webshop** am Matik-Stand. «Wir haben die Logik umgedreht. Der Garagist startet bei der Suche nach dem richtigen Ersatzteil nicht mit der Marke, sondern mit dem Teil, das er braucht.»

Erst danach werden das Fahrzeug und Fahrzeugtyp erfragt. «Auf diese Weise kommt der Händler sehr schnell zum richtigen Artikel.» So kann er beispielsweise bei Scheinwerfern über Filterfunktionen rasch das richtige Modell finden.

Gleichzeitig mit dem Artikel wird auch dessen Verfügbarkeit angezeigt und der Mechaniker kann sich die Einbauanleitung gleich herunterladen und ausdrucken. Offizieller Startschuss für den neuen Webshop ist in der ersten April-Woche. Wasem freut sich bereits auf die Lancierung: «Für uns ist das ein Quantensprung. Wir hatten zuvor nichts Vergleichbares.» Auch die Kunden, die Matik nach Genf eingeladen hatte, liessen sich von den Vorzügen des neuen Webshops überzeugen. Und Wasem kündigt schon den nächsten Schritt an: «Für Anhänger werden wir den Webshop ebenfalls anpassen.» <



Weitere Infos unter: www.matik.ch

COOPER ZEON 4XS Sport

UNSERE NEUESTE ULTRA-HOCHLEISTUNGS-SUV-REIFEN



Sehr
Empfehlenswert

	Cooper Zeon 4XS Sport 215/65 R16 98H
	sehr empfehlenswert
	Sommerreifentest
	www.test.tcs.ch 02/2017

★★★★★

“
SEHR AUSGEWOGENER
REIFEN
GUT IN ALLEN
SICHERHEITRELEVANTEN
DISZIPLINEN
GUT IM
TREIBSTOFFVERBRAUCH
GUT IM VERSCHLEISS
TCS “

ADAC Motorwelt 03/2017 15 Sommerreifen im Test	
COOPER Zeon 4XS Sport Dimension 215/65 R 16 98 H Reifen-Label C/A/69	
gut (2,5)	Test

ÖAMTC TEST SOMMERREIFEN 2017	
SEHR EMPFEHLENSWERT 215/65 R16 98H Cooper Zeon 4XS Sport auto touring 03/2017	
www.oeamtc.at	



David COULTHARD
COOPER TIRE SICHERHEITS-
UND PERFORMANCE BOTSCHAFTER



“Der Cooper Zeon 4XS Sport bietet absolute Höchstleistung und Grip der Klasse A auf nasser Fahrbahn”

Cooper hat einen guten Ruf für die Herstellung von Reifen mit hohen Standards und Anforderungen erworben. Der Cooper Zeon 4XS Sport ist ein echter Ultra-Hochleistungsreifen für ambitionierte Fahrer von Premium-SUVs. Mit „A“ für den Grip auf nasser Fahrbahn ausgezeichnet und erhältlich in den Geschwindigkeitsklassen H, V, W und Y von 16 bis 21 Zoll. Die jüngsten Testergebnisse zeigen, dass der Cooper Zeon 4XS Sport sich als einer der führenden Reifen im SUV-Segment etabliert hat. Weitere Informationen finden Sie unter www.coopertire.eu




COOPERTIRES

DRIVING ON

Gassner AG

Ergänzen statt neu kaufen

■ srh. Lenkgeometrie hat in den letzten Jahren wieder an Bedeutung gewonnen. Der Grund sind die Spurhalteassistenten in modernen Fahrzeugen. Die Gassner AG präsentierten an ihrem Stand zwei Neuheiten in diesem Bereich: «Das **Easy 3D von Beissbarth** ist im Moment das schnellste Lenkgeometriegerät. Dank Magnethaltern erfolgt der Aufbau sehr schnell und es gibt keinen direkten Kontakt mit der Felge, weil die Magnete auf die Radmuttern passen», demonstriert Geschäftsführer **Thomas Küderli**.

Als zweite Neuheit in diesem Bereich stellte Küderli die tabletgesteuerte CCD-Vermessung aus: «Dank diesem mobilen Gerät können die Daten via Bluetooth auf den eigenen Computer übertragen werden. Früher war der Garagist gezwungen, etwas Komplettes zu kaufen. Diese Ergänzung ist für ihn deutlich günstiger.» <



Thomas Küderli montierte die Easy-3D-Lenkgeometrie an seinem Fiat Topolino.



Weitere Infos unter:
www.gassnerag.ch

Derendinger

Mit der Chassisnummer zum richtigen Artikel

■ srh. Rund ein Fünftel aller Teile, die Derendinger derzeit ausliefert, kommt wieder zurück ins Lager. Aufgrund einer kleinen Ungenauigkeit war falsch bestellt worden. «Im neuen **Webshop D-Store** werden die Artikel über die Chassisnummer gesucht; die Zuordnung ist somit viel genauer», erklärt **Daniel Birchler**, Markenchef Schweiz.

Damit werden auch die Rücklaufquote reduziert und der Logistikprozess optimiert, ist er überzeugt.

Ausserdem kann der Garagist im neuen Webshop auch über eine grafische Suche das richtige Teil finden. Ebenso kann er schon vorhersehen, welche Teile für welche Servicearbeiten benötigt werden und wie viel Zeit

er kalkulieren muss. Der neue Webshop von Derendinger wird in der ersten Hälfte April lanciert. <



Weitere Infos unter:
www.derendinger.ch



Daniel Birchler, Markenchef Schweiz bei Derendinger, hat gut lachen: Im April wird der neue Webshop D-Store lanciert.

Technomag

Ausbildungen stärken

■ srh. Technomag präsentierte an seinem Stand mit einer speziellen **Technopool**-Sektion die Bedeutung der Aus- und Weiterbildung. Die Vorausscheidung der Technoskills mit dem Finale am 30. März 2017 in Hunzenschwil (nach Redaktionsschluss) ziehen am Auto-Salon jeweils zahlreiche Profis und Lernende an den

Technomag-Stand. Dazu passt, dass in diesem Jahr das Academy-Programm überarbeitet wurde, wie Markenchef **Kurt Wyssbrod** erzählt: «Die Kurse wurde neu gegliedert und sind in drei Levels unterteilt.» Die Kurse in Level 3 würden dabei mit den Anforderungen einer Meisterprüfung korrespondieren. «Die Fahr-

zeuge entwickeln sich weiter und werden komplexer, also müssen sich auch die Menschen und die Ausbildungen weiterentwickeln.» Gerade im Bereich Hochvolt und Gas werde das Ausbildungsprogramm weiter ausgebaut.

Überhaupt gerät Wyssbrod, wenn er über das Thema Ausbildung spricht, ins Erzählen: «Was ist das Erste, wenn der Kunde mit einem Problem in die Garage kommt? Sie sagen «Grüezi» und fragen nach dem Problem. Diagnosegeräte können nur mitteilen, welcher Sensor einen Fehler meldet.» Überdies, findet Wyssbrod, ist auch die psychologische Schulung wichtig: «Die Kunden müssen auf die Kosten vorbereitet und abgeholt werden. Der Garagist muss ihnen erklären, wieso er welche Reparatur vornimmt und was es ungefähr kosten wird.» <



Kurt Wyssbrod, Markenchef bei Technomag, legt grossen Wert auf ein abgestuftes Ausbildungsprogramm.



Weitere Infos unter:
www.technomag.ch

Hella Gutmann

Mobile Huskys

■ srh. Am Auto-Salon präsentierte Hella-Gutmann zwei neue, kostengünstige **Husky-Klimageräte**. «Die Kompaktgeräte sind besonders für Garagen, Carrossiers und Lackierwerkstätten mit geringem bis mittlerem Klimageschäft interessant, weil sie flexibel einsetzbar sind – bei allen herkömmlichen PW sowie an Nutzfahrzeugen und grossen Landmaschinen», umschreibt Geschäftsführer **Jean-Paul Nicolier** die Vorteile.

Die Bedienung des Husky 100/1000 ist denkbar einfach. Nach der Fahrzeug-Selektion aus der integrierten Datenbank werden die Schläuche angeschlossen und die Ventile geöffnet. Danach durchläuft der Husky alle Prozesse vollautomatisch. Nach dem Absaugen und exakten Wiegen des Kältemittels und Öls folgen das Evakuieren (ca. 20 min), die Dichtigkeitsprüfung und die Wiederbefüllung mit der identischen Ölmenge und der korrekten Kältemittelmenge. Ein akustisches Signal meldet, wenn der Prozess abgeschlossen ist. Der Anwender muss nur noch die Ventile schliessen und die Schläuche entfernen. Die Daten des Klimaservices werden auto-

matisch im Gerätespeicher abgelegt und können zur Dokumentation via SD-Karte transferiert werden. <



Weitere Infos unter:
swiss.hella-gutmann.com



Jean-Paul Nicolier, Geschäftsführer Hella-Gutmann Schweiz, präsentiert die beiden mobilen Husky-Klimageräte.

UGS

Erste Wahl für unabhängige Garagisten

■ srh. Die Union der freien Fahrzeugteile Grossisten der Schweiz (UGS) präsentierte am Auto-Salon die exklusive **UGS-Zertifizierung**. «Die Zertifizierung soll dem Garagisten auch mehr Bindung zum Kunden schaffen», sagt UGS-Initiant und Geschäftsführer **Silvan Flüeli**. Daneben profitiert der Garagist von besseren Konditionen, speziellen Aktionen sowie wertvollen Ausbildungen. Zertifizierte Betriebe werden mit einer gelben Aluminiumtafel ausgezeichnet. Laut Flüeli bleibt die Unabhängigkeit des Betriebs gewährleistet: «Zertifizierungen sind mit allfälligen Garagenkonzepten kompatibel und sind auch für Carrosserien, Reifenhäuser sowie weitere Betriebe aus der Autobranche geeignet.» <



UGS-Initiant und Geschäftsführer Silvan Flüeli (links) mit Sohn Nico.



Weitere Infos unter:
www.ugs-swiss.ch

Goodyear/Dunlop

Innovation als Grundlage

■ srh. Bei Goodyear läuft es weiterhin rund – durchaus im Wortsinn. Der Kugelreifen Eagle 360 wurde auf dieses Jahr weiterentwickelt und heisst nun **Eagle 360 Urban**. Er verfügt über eine veränderungsfähige Lauffläche. Die Aussenhaut ist von einem Sensornetzwerk durchzogen und sammelt

Informationen in Echtzeit über Strassenbedingungen, Wetterverhältnisse, Verkehrsfluss oder auch den Zustand des Fahrzeugs. Auch wenn der Kugelreifen derzeit noch eher utopisch erscheint, misst **Jürg Rieser**, Sales und Key Account Manager bei Goodyear/Dunlop, diesen Konzepten grosse Bedeutung

zu: «Innovation braucht es, um sich weiterzuentwickeln. Hinter jedem Serienprodukt liegen Innovationen und Konzepte. Nur so entstehen neue Ideen.» <



Weitere Infos unter:
www.goodyear.ch / www.dunlop.ch



Jürg Rieser, Sales und Key Account Manager, und Ueli Küng, Senior Specialist Public Relations, posieren mit Goodyears Konzeptreifen Eagle 360 Urban.



AUTOSCOU DRIVE Challenge

POWERED BY SEAT

Geschwindigkeit, Adrenalin, Technik. Der Motorsport fasziniert Jung und Alt. Den Traum von der Karriere als Rennfahrer träumen viele – doch die Realisierung ist ungleich schwieriger als in anderen Sportarten. AutoScout24 lancierte deshalb gemeinsam mit SEAT am 87. Auto Salon das Projekt «Young Driver Challenge».

Der Motorsport ist ein hartes Pflaster. Viele junge Menschen identifizieren sich damit und sind davon begeistert und doch schaffen es nur wenige, in dieser Branche Fuss zu fassen und erfolgreich zu sein. Nico Müller, der 25-jährige Schweizer Profirennfahrer in der DTM und Markenbotschafter von AutoScout24 berichtet: «Der Beruf erfordert enormes Engagement und Durchhaltevermögen, aber auch den vollen Rückhalt und die clevere Beratung durch das persönliche Umfeld.» Genau hier setzt das lancierte Projekt Young Driver Challenge an. Talentierte Rennfahrer sollen mit Unterstützung der Profis Nico Müller und

Fredy den Einstieg in die Profilaufbahn erreichen. Ziel der Kampagne ist die Nachwuchsförderung im Schweizer Rennsport zu unterstützen

Vom regionalen Kart-Rennen bis an die ADACTCR Germany

Vom 17. März bis am 7. Mai dauern die schweizweiten Ausscheidungsrennen auf sieben regionalen Kartbahnen. Am 22./23. Mai treffen die Top 35 der Nachwuchsfahrer auf nationaler Ebene in Wohlen aufeinander. Wer sich hier für einen der 10 Topplätze qualifiziert, darf im Juni an die SEAT Race Days

in Anneau du Rhin (F). Anschliessend folgt im Juli ein Testtag in Dijon-Prenois (F) und der Erwerb der Schweizer Rennlizenz. Als grosses Finale treten die drei besten Fahrer zwischen August und Oktober ein Rennen im Rahmen der TCR Germany an. Wer sein Talent da unter Beweis stellt und sich für den Rennzirkus und somit für den Profi-Rennsport entscheidet, erhält von AutoScout24 und SEAT gezielte finanzielle und beratende Starthilfe für die kommende Rennsaison.

Prominente Coaches

Die 16- bis 21-jährigen Nachwuchsfahrer



T24 YOUNG DRIVER Challenge SEAT



werden im Rahmen der Young Driver Challenge von den Rennprofis Nico Müller und Fredy Barth betreut und beraten. Gleichzeitig amten die beiden Auto-Cracks Barth und Müller gemeinsam mit der Rennfahrerin Marina Ortega auch als Jury, welche es mit Talent, Wille und Resultaten zu überzeugen gilt.

AutoScout24-Director Christoph Aebi ist überzeugt vom Konzept: «Wir haben Benzin im Blut. Dank der Young Driver Challenge kann auch den Rennsport-Nachwuchs von dieser Leidenschaft profitieren. Die tolle Zusammenarbeit

mit SEAT, Fredy und Nico garantiert zudem den nötigen professionellen Rahmen für dieses Projekt.»

Andreas Huwyler, Marketingleiter von SEAT Schweiz bekräftigt diese Aussage: «Es ist schwierig, als Motorsport-Talent aus der Berufung einen Beruf zu machen. Umso mehr freuen wir uns, mit diesem Projekt, unseren Beziehungen und unserem Know-how dazu beizutragen, diesen Traum zu erfüllen.»



SEAT

AUTO
SCOUT 24



Die Lancierung der Young Driver Challenge am 87. Auto Salon in Genf.

Dienstleistungen werden für den Garagisten als Unternehmer mit Zukunft immer wichtiger

«Sich nicht damit zu beschäf

Beat Jenny bietet Kurse im Bereich Garagen-Marketing an und ist Referent in der AGVS Business Academy (siehe Seite 62). AUTOINSIDE fragte den Marketing-Spezialisten nach Tipps für den Garagisten-Alltag. **Sascha Rhyner**, Redaktion



Beat Jenny bereitet die Garagisten in Kursen auf die digitale Zukunft vor.

■ **Herr Jenny, Sie bieten Marketing-Kurse für Garagisten an, unter anderem auch in Zusammenarbeit mit dem AGVS. Was verbindet Sie mit den Garagisten?**

Beat Jenny: Sehr viel. Ich bin in einem Autohaus im Kanton Luzern aufgewachsen und Kundenbegegnungen waren bei uns Alltag, weil unsere Wohnung gleich über der Garage lag. Ich habe eine klassische Laufbahn im Autogewerbe eingeschlagen: Ich absolvierte die Lehre als Automechaniker, liess mich dann zum Kundendienstberater im Automobilgewerbe und Automobil-Verkaufsberater weiterbilden und arbeitete bei einem Importeur. Schliesslich führte ich als Markenleiter in der Stadt Zürich eine Garage. Im Verlaufe meines Werdegangs interessierte ich mich immer mehr für das Thema Marketing, im Speziellen die Möglichkeit von Online-Marketing, das mich immer mehr faszinierte. Dazu baute ich später mit Partnern eine Online- und Werbeagentur

auf. Der Faktor Mensch steht für mich als zentrales Element.

Also ist der Faktor Mensch aus Ihrer Sicht auch einer der Erfolgsfaktoren im Marketing einer Garage?

Der Garagist muss den Kunden in den Mittelpunkt stellen und nicht das Produkt oder die Verkaufsaktion. Der Mehrwert und die Dienstleistungen müssen im Zentrum der Kommunikation sein. Die Kunden kaufen von Menschen – diese machen den Unterschied. Wer Kunden zielgerichtet und individuell anspricht, wird Erfolg haben. Als Garagist muss ich mir überlegen, welche Kundengruppe ich habe. Ich sollte mir genau überlegen, welchen Kunden ich gezielt Verkaufsaktionen zusende.

Und wie ist das für den Garagisten am besten umsetzbar?

Es braucht eine saubere Datenbank. Die Kundendaten sind das wertvollste Gut für

einen Garagisten. Es lohnt sich, dafür Zeit aufzuwenden, um Kundendaten sauber und umfassend zu erfassen. Der Garagist muss wissen, wie, wann und mit welchen Kommunikationsmittel er Kunden anspricht. Eine wichtige Aufgabe im Kundendienst ist, die Daten auf dem aktuellsten Stand zu halten. Man kann Kunden nur aktiv angehen, wenn man auch eine aktuelle Telefonnummer und eine aktuelle E-Mail-Adresse hat.

Auf welche Tools soll ein Garagist im Marketing setzen?

In der Kundenbetreuung ist – wie eben erwähnt – die Basis eine gut geführte Datenbank. E-Mail-Newsletter, SMS, WhatsApp, Facebook oder auch ein persönlicher Brief funktionieren sehr gut. Für die Akquisition von Neukunden ist Google mit einem Marktanteil von 98 Prozent in der Schweiz der Schlüssel zum Erfolg. Dabei ist es wichtig, in der Suchabfrage auf der ersten Seite zu er-

tigen, ist gefährlich»

scheinen. Das Tool ist hierfür die Website. Sie muss informieren, begeistern und Vertrauen erwecken. Und sie muss mobiletauglich sein, denn rund 60 Prozent des Traffics läuft heute über Mobilegeräte. In Zukunft wird der Livechat für Online-Beratungen auf der Website an Bedeutung gewinnen. Google liebt überdies Blogs, News und Videos. Mit Videos sollte unbedingt auch der YouTube-Kanal genutzt werden. Ein einfaches Video lässt sich oft schon aus den Fotos realisieren, die für Onlineinserate bereits genutzt werden.

Der Umgang mit Social Media ist für viele Garagisten noch ein Buch mit sieben Siegeln. Wo sehen Sie in diesem Bereich Chancen und Gefahren?

Das hat sich im letzten Jahr etwas gedreht. Facebook wächst derzeit bei den 50- bis 60-Jährigen am stärksten. Für die Garagisten ist wichtig: Die Kunden sind auf Facebook. Es genügt aber nicht, dort nur den Flyer der Verkaufsaktion oder für den Klimacheck zu publizieren. Es muss eine Geschichte damit erzählt werden. So vermittelt er auch seine Dienstleistungen. Die Garagisten sollen über ihre Arbeit sprechen. Hier ist Kreativität gefragt. Der Marketingverantwortliche kann diesen Kanal nicht alleine bedienen. Er braucht die Inputs aus der Werkstatt und aus dem Ersatzteillager sowie von den Mechanikern und Verkäufern. Das oberste Ziel sollte auf jeden Fall sein, fast keine Verkaufsaktionen auf Facebook zu posten.

Welche Gefahren birgt die Digitalisierung Ihrer Meinung nach?

Die Gefahr ist, sich nicht damit zu beschäftigen. Der Autohandel ist im Wandel: Carsharing, autonomes Fahren oder Elektromobilität. Es wird eine andere Ausrichtung der Mobilität geben. Die Elektrifizierung bedeutet weniger Wartung und Sharing heisst für den Garagisten weniger Einzelkontakt. Das Auto wird immer mehr zur Hardware und die Dienstleistungen rundherum werden wichtiger. Entsprechend wird sich auch das Berufsbild des Garagisten wandeln. Er wird zum Mobilitätsdienstleister werden. Eigenbesitz wird an Bedeutung verlieren. Der Automobilist wird sich in Zukunft das Auto nehmen, das er gerade braucht.

Was lernen Garagisten, wenn Sie zu Ihnen in den Kurs der AGVS Business Academy kommen?

Die meisten nutzen Facebook privat. Wie reagiere ich, wenn ich auf meinem privaten Account eine Anfrage von einem Kunden erhalte? Diese Problematik diskutieren wir und bieten Lösungen an. Generell ist zu spüren, dass das Thema angekommen ist. Ausserdem wuchs die Zahl der Plattformen in den letzten Jahren rasant. Aus der Vielfalt des Online-Marketing zeigen wir, wie ein Garagist kostenoptimiert und kundengruppendifferenziert die richtigen Marketingtools bedient.

Im Frühling ist die Zeit der Ausstellungen. Wie kann ein Garagist diese zu seinem Vorteil nutzen?

Der Interessent kommt dann in die Garage, wenn er das entsprechende Bedürfnis spürt und nicht, wenn der Garagist neue Produkte hat. Man muss hier allerdings unterscheiden: Vor allem auf dem Land haben Ausstellungen eine Tradition und vielleicht sogar einen gewissen Kultcharakter. Grosse Garagen haben grundsätzlich das ganze Jahr eine Ausstellung in ihrem Showroom. Es lohnt sich sicherlich, wenn in der Region eine Gewerbeausstellung oder ein ähnlicher Event stattfindet. Dann geht der Garagist zum potenziellen Kunden. Das ist der Weg.

An Ausstellungen sind auch Give-aways sehr beliebt. Welche sind auch nachhaltig?

Das ist sehr vom Zeitpunkt abhängig und davon, was ich erreichen will. Am effizientesten ist der Einsatz nach dem Service, da ein grosser Teil der Kunden das Auto ausserhalb der Öffnungszeiten abholt. Eine Flasche Wasser im Auto kommt erfahrungsgemäss sehr gut an. Oder auch Produkte für die Autopflege, für die man unter Umständen gar eine Nachfrage generieren kann. An einer Ausstellung sollten es keine 08/15-Produkte sein, sondern sie sollten einen Überraschungseffekt überzeugen – zum Beispiel mit «gebrandeten» Äpfeln.

Am 6. Juli 2017 organisieren Sie das erste Garagen-Marketing-Camp. Wie kam es dazu?

In den letzten Jahren war ich an verschie-

denen Seminaren. Dabei fehlte mir oft die Zeit für den Austausch mit anderen Teilnehmern. Für das Camp haben wir keine Referenten, sondern Experten zu verschiedenen Aspekten von Online-Marketing eingeladen. Jeder Teilnehmer entscheidet, bei welchen Themen er mitmachen möchte, und stellt sein eigenes Programm zusammen. Der Erfahrungsaustausch in den Workshops wird so sehr intensiv und wertvoll. <

Garagen-Marketing-Camp



Am 6. Juli 2017 findet zum ersten Mal das Garagen-Marketing-Camp statt. Das Camp zeichnet sich dadurch aus, dass keine definitiven Themen oder Vorträge definiert sind. Es kann sich jeder Teilnehmer einbringen, etwas vorbereiten, besprechen oder einfach seine Ideen präsentieren.

Datum: Donnerstag, 6. Juli 2017
Ort: Golfclub Sempachersee, Hildisrieden
Zeit: 8.45 bis ca. 17.00 Uhr

Die Teilnehmerzahl ist auf 70 beschränkt.
Die Teilnahme ist kostenlos.

Die neusten News zu Verkauf, Werbung und Auto-Marketing finden Sie auch im Blog von Beat Jenny unter www.beat-jenny.ch.



Weitere Infos unter:
garagen-marketing-camp.ch

So wird die Frühlingsausstellung zum Erfolg

«Lassen Sie es krachen, sonst

Nach dem Auto-Salon ist vor den Frühlingsausstellungen! AUTOINSIDE wollte von Jean-Claude Bopp vom Garagenanbieter Bopp wissen, wie der Event zum Erfolg wird. **Mario Borri**, Redaktion

■ Herr Bopp, was bringt einen vorbeifahrenden Autofahrer dazu, meine Frühlingsausstellung zu besuchen?

Jean-Claude Bopp: Es muss viel Bewegung und Dynamik im Spiel sein. Lassen Sie es krachen. Hängen Sie Ballons, Wimpelketten oder Fahnen auf, lassen Sie einen «Dancing-Man» wild tanzen, dekorieren Sie das Gebäude auffällig und wählen Sie eine knallige Beschriftung. Ausserdem sollten Sie die Fahrzeuge anders präsentieren, zum Beispiel mittels Rampen und auffällig beschriftet. Es muss anders sein als sonst. Auch bei den Angeboten sollte man sich etwas Neues einfallen lassen. Schaffen Sie gut ersichtliche Anreize während der Messe. Bieten Sie Rabatte, Prämien, Garantieverlängerungen, Leasingaktionen, gratis Autowäsche oder führen Sie Gewinnspiele durch. Auch Kundenbindungsmassnahmen wie gratis Räderhotel oder Bring-und-hol-Service schaffen Anreize.

Wie bewirbt man die Frühlingsausstellung idealerweise?

Einerseits klassisch mit Flyern, Inseraten, Kundenmailings und Radiowerbung. Andererseits digital mit einem Eintrag in den sozialen Medien, auf der Homepage oder mit einem speziellen Newsletter. Möglich ist auch eine Kombination aus beidem. Verschicken Sie einen Flyer per Post und verweisen Sie darauf, dass es auf der Homepage mehr Informationen gibt. Sinnvoll ist auch, lokale und regionale Medien einzuladen, damit diese vor und nach dem Event darüber berichten, oder diesen zumindest eine Medieninformation zu schicken – am besten mit Bild.



Mit Emotionen verkauft man Autos: Ausstellungs-Experte Jean-Claude Bopp mit einem Preisschild, das sich individualisieren lässt. Je nach angepriesenem Fahrzeugtyp kommen unterschiedliche Bildmotive zum Einsatz. Mit dem River-Rafting-Motiv sollen abenteuerlustige Autokäufer angesprochen werden.

Welche Give-aways machen Sinn, welche eher weniger und warum?

Eine schwierige Frage. Viele Garagen geben an Ausstellungen nichts mehr ab. Denn solche Massenartikel sind oft Ramsch und haben keine Nachhaltigkeit. Wenn überhaupt, dann lieber ausgewählte und zielgruppengerechte Geschenke. Entweder etwas Nützliches wie ein Schlüsselfinder oder etwas zu essen oder zu trinken. Liebe geht ja bekanntlich durch den Magen.

Apropos Essen, wie wichtig ist ein gutes Catering bei einer Ausstellung?

Sehr wichtig. Der Kunde soll sich wohlfühlen und etwas mehr Zeit in der Garage

verbringen als sonst. Das Catering muss aber authentisch sein und zur Marke passen. Bei Alfa Romeo sollte es vielleicht Pizza oder Pasta geben, Bratwurst und Cervelat wären da eher unpassend.

Was für ein Rahmenprogramm zieht am meisten?

Heutzutage ist die Reizüberflutung gross. Das Rahmenprogramm muss also auffallen, zum Beispiel mit Lautstärke. Eine Live-Band im Festzelt wäre dann das Richtige. Doch auch das Rahmenprogramm muss zur Marke passen. Ist ein Familienauto das Highlight, sollte auch ein Kinderprogramm geboten werden. Aber alleine wegen einer

ABARTH - ALFA ROMEO - BANNER - BRIDGESTONE - CASTROL - CHRYSLER - CONTINENTAL - COOPER - DAIHATSU - DODGE - DUNLOP - FALKEN - FIAT - FIAT PROFESSIONAL - FORD -

Sie haben die Autos, wir die Sommerreifen dazu.

Bei uns erhalten Sie Qualitäts-Sommerreifen von zehn Marken-Herstellern aus einer Hand. Qualitätsprodukte zu fairen Preisen - geliefert in der ganzen Schweiz bis zu 3 Mal pro Tag.

ABARTH - ALFA ROMEO - BANNER - BRIDGESTONE - CASTROL - CHRYSLER - CONTINENTAL - COOPER - DAIHATSU - DODGE - DUNLOP - FALKEN - FIAT - FIAT PROFESSIONAL - FORD -

schaut keiner vorbei»

Hüpfburg kommt vermutlich niemand an die Ausstellung. Bei sportlichen Autos macht eventuell ein Rennsimulator Sinn. Am besten noch mit prominenter Betreuung. Und bei alternativ angetriebenen Modellen könnte ein Eco-Drive-Simulator das Richtige sein.

Wie kann der Garagist den Auto-Salon am besten als Zugpferd für seine Frühlingsausstellung nutzen?

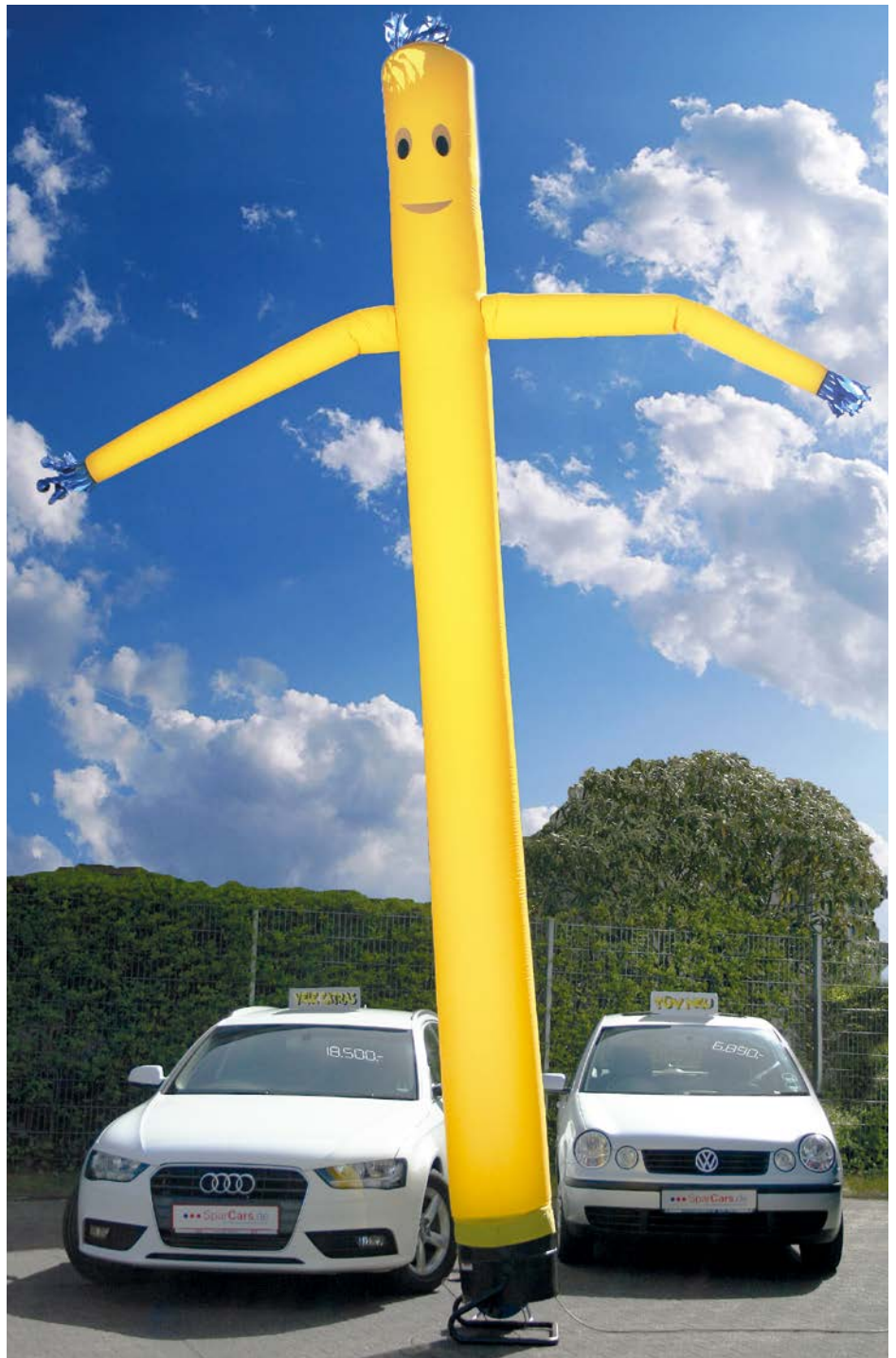
Im Umfeld des Auto-Salons wird in der Presse ausgiebig über Weltneuheiten und Innovationen berichtet. An TV-, Plakat- oder Online-Kampagnen vom Hersteller, die meist sehr emotional geführt werden, lässt sich gut anknüpfen. Hängen Sie diese Plakate auch auf, benutzen Sie den gleichen Schriftzug und nehmen Sie Bezug auf den Auto-Salon. So wecken Sie dieselben Emotionen und der Kunde erkennt die Kampagne wieder.

Was macht einen attraktiven Showroom aus?

Das Showroom-Design ist ja meist von den Herstellern vorgegeben. Wichtig ist vor allem, dass dem potenziellen Kunden Emotionen geboten werden. Diese kann er bei seinen Online-Recherchen nicht erleben. Sorgen Sie dafür, dass es angenehm duftet, dass es sauber und hell ist. Lassen Sie den Interessenten in eine Emotionswelt eintreten, in der er die Autos anfassen und riechen kann. Fundamental wichtig ist auch freundliches und professionelles Verkaufspersonal. Der erste Eindruck zählt!

Mit welchen optischen oder atmosphärischen Massnahmen bleibt ein Kunde länger im Showroom?

Die Fahrzeuge müssen sauber und korrekt beschriftet sein. Mittels geeigneter Hilfsmittel sollten Verkaufsförderungs- oder Leasing-



Bewegung und Dynamik: Den «Dancing Man» sieht man von weitem.

GOODYEAR - JEEP - LANCIA - LEXUS - MG - MICHELIN - MOBIL - MOTOREX - NOKIAN - OSRAM - PANOLIN - PIRELLI - ROVER - THULE - TOYOTA - VREDESTEIN - WYNN'S - YOKOHAMA



Bestellen Sie jetzt unter:

- > E-Shop: shop.fibag.ch
- > E-Mail: orders@fibag.ch
- > Hotline: 062 285 61 30

FIBAG

Fibag AG
Lischmatt 17
4624 Härkingen

GOODYEAR - JEEP - LANCIA - LEXUS - MG - MICHELIN - MOBIL - MOTOREX - NOKIAN - OSRAM - PANOLIN - PIRELLI - ROVER - THULE - TOYOTA - VREDESTEIN - WYNN'S - YOKOHAMA



Im Showroom soll eine Emotionswelt geschaffen werden, die der Kunde bei seiner Online-Recherche nicht erleben kann.

aktionen besonders hervorgehoben werden. Jedoch: Weniger ist mehr! Überfluten wir den Kunden mit Informationen, wird es schwierig, ein gezieltes Gespräch zu führen.

Was raten Sie einem Garagisten sonst noch bei der Gestaltung der Verkaufsfläche oder bei der Durchführung einer Frühlingsausstellung?

Da zitiere ich den US-Autopionier Henry Ford, der sagte: «Enten legen ihre Eier in Stille. Hühner gackern dabei wie verrückt. Was ist die Folge? Alle Welt isst Hühnereier!»



Weitere Infos unter:
www.bopp-solutions.ch

Bewährt: Ballons als Hingucker

Eine simple aber effiziente Methode um Aufmerksamkeit zu erhaschen sind Luftballons. Schweizer Marktführer ist die Ballon-Müller AG aus Herznach AG. Wir sprachen mit Geschäftsführer Martin Müller.



mbo. Wie wichtig sind Ballons für eine Frühlingsausstellung?

Martin Müller: Ballons erfüllen gleich mehrere wichtige Funktionen. Zum einen signalisieren sie von weitem sichtbar «Hier ist etwas los!». Ballons verbreiten eine positive Feststimmung und sie bilden einen bunten Rahmen, um die Besucher in den Firmenfarben willkommen zu heissen. So fühlen sie sich wohl und nehmen angenehme Erinnerungen mit nach Hause.

Wie sieht es mit der Nachfrage danach aus – verkaufen Sie heute weniger oder mehr?

Unser Geschäftsbereich «Professionelle Ballondekorationen» wächst seit einigen Jahren stets im zweistelligen Bereich. Immer mehr Kunden nutzen die positive und vergleichsweise günstige Wirkung von Ballons. Mit unserem Rundum-Sorglos-Service brauchen sich unsere Kunden nach der ersten Besprechung um nichts mehr zu kümmern und können sich anderen wichtigen Aufgaben zuwenden. Unsere Dekoprofis erledigen selbständig den Auf- und Rückbau der Ballondekoration.

Welches sind die Bestseller für Garagisten?

Bei Garagen- und Autohaus-Dekorationen stehen meist die Fernerkennung, die Wiedererkennung (durch Firmenfarben) und das Wohlbefinden der Besucher im Fokus. Wir beobachten oft, dass die Verkaufsräume vor der Ausstellung tage- oder wochenlang gereinigt und vorbereitet werden. Wir dürfen dann dem blitzblank glänzenden Unternehmen mit Ballons quasi die Krone aufsetzen.

Was raten Sie einem Garagisten beim Kauf von Ballonen?

Er soll frühzeitig mit uns Kontakt aufnehmen. Wir kommen gerne und unverbindlich vorbei, um vor Ort die Möglichkeiten und Wünsche zu besprechen. Ebenfalls kostenlos und unverbindlich erstellen wir eine Visualisierung, um sich bereits vor der Entscheidung ein Bild unserer Leistung zu machen. Danach kann er für sich definieren, wieviel ihm das Wohlbefinden der Besucher und die Sichtbarkeit seines Betriebes wert sind.

Kontakt: mm@ballon-mueller.ch



Werkstatteinrichtungen

Effizienter arbeiten

Eine höhere Werkstattauslastung hilft, die tiefen Margen im Neuwagengeschäft auszugleichen. Um aber den dadurch steigenden Arbeitsaufwand bewältigen zu können, braucht es eine effiziente Werkstatteinrichtung. Auf den folgenden drei Seiten präsentieren wir Ihnen ausgewählte Produkte namhafter Anbieter aus der Branche. **Mario Borri**, Redaktion

Abt AG: Drester GP-24, die vollautomatische Mehrrad-Waschmaschine

Mit hervorragenden Waschresultaten für den kompetenten Aftersale-Service konnten sich die Drester Radwaschmaschinen als Marktführer im Radwaschsektor etablieren. Als Neuheit präsentiert **Abt AG** den



neuesten Streich der schwedischen Firma: Die **Drester Grand Prix 24**. Diese setzt in vielerlei Hinsicht neue Massstäbe. Das modifizierte und effiziente Pumpsystem sorgt für eine deutliche Reduktion der Waschzeit und ein ausgezeichnetes Waschresultat. Die im Lieferumfang inkludierte Heizung ist durch einen isolierten und schlagfesten Wassertank optimiert worden und spart bis zu 40 Prozent Energie bei der Wasseraufbereitung.



Weitere Infos unter:
www.abt-ag.ch

Baumgartner AG: «Chicago Pneumatic» ½-Schlagschrauber CP7737

Der neue **Chicago Pneumatic Winkel-schlagschrauber CP7737** ist in Bezug auf Kompaktheit und Leichtigkeit der Beste seiner Klasse. Das revolutionäre Design, kombiniert mit dem Jumbo-Hammer-Schlagwerk, liefert maximales Drehmoment in engen Bereichen, wie man sie im Motorbereich oder unter dem Fahrzeug findet. Drei Leistungsstufen im Rechtslauf und der feinfühlig



Bedientaster garantieren komfortable Bedienung.



Weitere Infos unter:
www.baumgartnerag.ch

Bosch: Mobiler Diagnosetester KTS 350

Der handliche Tester **KTS 350** mit 10-Zoll-Touchscreen bietet alle Möglichkeiten der neuen KTS-Generation und unterstützt neben allen heute gängigen Fahrzeugschnittstellen auch die neuen auf Ethernet basierenden Schnittstellen. Ebenso verfügt er über



das optimierte «PassThru-Interface» für Diagnose und Steuergeräte-Reprogrammierung über die Portale der Fahrzeughersteller. Die Werkstattsoftware Esitronic 2.0 ist bereits vorinstalliert. Ein gegenüber dem Vorgänger deutlich leistungstärkerer Prozessor, vier Gigabyte Arbeitsspeicher und ein schneller 256 Gigabyte grosser SSD-Programmspeicher sorgen in Verbindung mit dem aktuellen Betriebssystem Windows 10 für raschen Programmstart und zügiges Arbeiten.



Weitere Infos unter:
www.bosch.ch

Derendinger:

Texa-Fahrzeugkamera-Kalibrierung

Unter den elektronischen Systemen, mit denen Fahrzeuge aktuell ausgerüstet sind, gewinnen die Fahrerassistenzsysteme ADAS (Advanced Driver Assistance Systems) immer mehr an Bedeutung, wie Fahrassistenz, Parkhilfe, Spurhalteassistent bis hin zum Notbremsassistenten. Aus diesem Grund hat



Texa das «Kit zur Kalibrierung von Fahrzeugkameras» entwickelt, das aus mehreren markenspezifischen Kalibriertafeln besteht und in Kombination mit dem Diagnosegerät eine korrekte Kalibrierung der Sensoren ermöglicht, die Teil des Fahrerassistenzsystems sind.

Durch den modularen Aufbau dieser Lösung von Texa können die Kalibriertafeln gemäss den Notwendigkeiten individuell zusammengestellt werden. Die Diagnosesoftware liefert durch spezifische Anleitungen für jede Marke und jedes Modell die Angaben wie Höhe der Kalibriertafel, Abstand zum Fahrzeug, Ausrichtung usw. zur korrekten Positionierung der Kalibriertafel und führt Schritt für Schritt durch alle Phasen der Einstellung.



Weitere Infos unter:
www.derendinger.ch

Lesen Sie auf der nächsten Seite weiter!

Gassner AG:

Radwaschanlage Tiresonic Twin

Um die Rendite und gleichzeitig die Fachkompetenz des Reifenfachmanns zu steigern, bietet die **Gassner AG** nebst einer kompletten Reifenmontier- und Wuchtmaschinen-Serie ein zusätzliches Produkt an: Mit der neuen



Ultraschall-Radwaschanlage **Tiresonic Twin** kann der Reifenservice um ein gutes Stück wettbewerbsfähiger gemacht werden, denn saubere Räder/Felgen sind nicht nur eine wichtige Voraussetzung für die Gewichtsplatzierung im stationären Radwuchten. Saubere Räder/Felgen sorgen für zufriedene Kunden und schaffen Kundenbindung.



Weitere Infos unter:
www.gassnerag.ch

Hostettler Autotechnik AG: Neu im Sortiment - Texa Axone Nemo

Ab sofort ist das weltweit erste «smarte» Diagnosegerät **Texa Axone Nemo** bei der **Hostettler Autotechnik AG** erhältlich. Gegenüber einem normalen PC ist das Axone Nemo speziell für den täglichen Einsatz in der Werkstatt entwickelt worden. Es ist enorm robust, wasserdicht, sehr handlich und mit einem Betriebssystem ausgestattet, das immun ist gegen Computerviren und andere typische Kompatibilitätsprobleme eines normalen PC. Der grosse 12-Zoll-Bildschirm mit einer Auflösung von 2440x1820px



wird durch das hoch robuste Gorilla Glass geschützt und ermöglicht eine perfekte Ablesbarkeit auch bei direkter Sonneneinstrahlung.

Um die Softwarefunktionen der IDC5 umsetzen zu können, verfügt der Axone Nemo über ein Sensorpaket, das aus einem Barometer, einem Beschleunigungssensor, einem Gyroskop, einem Kompass, einem Lichtsensor und einem GPS-Modul besteht.

Eine weitere top Eigenschaft sind zwei 5 Megapixel Kameras mit Blitz, Taschenlampenfunktion sowie Autofocus, mit denen Kundenreports detaillierter gestaltet und Fotos für Anfragen an den Kundendienst gesendet werden können.



Weitere Infos unter:
www.autotechnik.ch

Luginbühl Fahrzeugtechnik AG: Dynamischer Fachbetrieb

Die Firma **Luginbühl Fahrzeugtechnik AG** aus Möriken ist ein dynamischer Fachbetrieb für Produkte und Lösungen in den Bereichen



Fahrzeug- und Werkstatttechnik. Mit langjähriger Erfahrung und einem kompetenten Team sucht das inhabergeführte Unternehmen immer nach der passenden Lösung für den Kunden. Das heisst, wir entwickeln die richtige Kombination aus unserem Produkteangebot, bestehend aus Hebe- und Prüfanlagen, Gruben-

abdeckungen, Reifenmontiermaschinen, Absaugsystemen, Energieversorgung, Teilwaschgeräten, Werkzeugen und natürlich unserem Service. Verbunden mit unserer Projekterfahrung entstehen Lösungen für eine betrieblich effiziente Werkstatt. Daher unser Motto: «Ihre Wirtschaftlichkeit ist unser Antrieb.»



Weitere Infos unter:
www.luginbuehl-ag.ch

Mewa: Mewatex Ultra

Rückstände aus der Herstellung und Fertigung von Produkten verlangen eine optimale Endreinigung. Und genau dort, wo sensible Flächen sanft gereinigt oder Oberflächenbehandlungen an Werkstücken rückstandsfrei und effizient durchgeführt werden müssen, leisten



Mewa Putztücher wertvolle Dienste. Sie halten Werkzeuge, Maschinen und Produktionsanlagen sauber. Für die sanfte Reinigung sensibler Oberflächen hat Mewa das besonders feine Putztuch **Mewatex Ultra** entwickelt. Es reinigt weitestgehend flusenfrei und hinterlässt praktisch keine Rückstände. Die Putztücher bestehen aus speziell behandeltem Baumwollgewebe mit optimalen Eigenschaften. Sie sind enorm saugstark und können blitzschnell ein Vielfaches ihres Volumens aufnehmen.



Weitere Infos unter:
www.mewa.ch

Schenk Industrie AG: AVL Ditest CDS Compact Diagnostic System

Für **AVL Ditest** gilt bei der Abgasmessung: «Unsere Geräte müssen in der Werkstätte und in Testcentern die Arbeit erleichtern, den Aufwand reduzieren und den neuesten Standards genügen. Dies erreichen wir durch die Erfüllung folgender Punkte:

- Vorbereitet für zukünftige Anforderungen in Hardware und Software (z.B. gesetzliche Anforderungen...)
- Effizienteste Anwendung und Bedienung, übersichtlich, schnell, selbsterklärend



- Werkstattoptimiert – entwickelt für den harten Werkstatteinsatz in Design, Materialien und Verarbeitung
- Investitionsschutz und Rendite – das AU-Gerät wird «Ihre Cash Cow»:
- Schnelle Messverfügbarkeit
- Schnellster Prozedur-Ablauf
- Höchste Verfügbarkeit der Ausrüstung
- Keine Ausfallszeiten
- Geringer Wartungsaufwand

 Weitere Infos unter:
www.schenk-industrie.ch

Sonic Schweiz AG: Garagenequipment vom Feinsten

Wollen Sie Ihre Garage oder Ihre Werkstatt effizient einrichten und möglichst alles aus einer Hand beziehen, dann ist die **Sonic Schweiz AG** Ihr Partner. Sonic bietet ein Riesensortiment an Werkzeugen, individuell bestückbaren Werkstattwagen und ein vielseitiges modulares Einrichtungs-System an. Über



1000 Sonic-Produkte sind im grossen Präsentationsraum in Sursee an der Merkurstrasse 13 permanent ausgestellt – ein Besuch lohnt sich!

Das **Modular Storage System «MSS»** besteht aus verschiedenen Modulen, die sich individuell je nach Bedarf kombinieren und erweitern lassen – zum Beispiel Hängeschränke, Lochwände, Wandschränke, Schubladenschränke, u.v.m. Ausserdem haben wir eine Auswahl an verschiedenen Set-Varianten zu absoluten Top-Preisen in unserem Angebot.

Zum Schluss noch Good News: Sonic hat entschieden, alle Preise dem Euro anzupassen. Für Schweizer Kunden bedeutet dies Preissenkungen um 25 Prozent.

 Weitere Infos unter:
www.sonic-schweiz.ch

Technomag: Erstklassige Reifenmontiermaschine von Space

Die automatische Reifenmontiermaschine **GA2945ITD.26** zum Montieren und Demontieren von allen PW-Reifen von 12 bis 26 Zoll



Felgendurchmesser und einer Felgenbreite bis 15 Zoll hat sich durchgesetzt. Die ergonomische Maschine überzeugt durch innovative Elemente, die das Bearbeiten, insbesondere von extrem Niederquerschnitts- (UHP-) oder selbsttragenden (RFT-) Reifen, erheblich erleichtert und beschleunigt.

Die Mittelzentrierung sorgt für absolut felgenschonendes und schnelles Spannen jeglicher Felgentypen. Das Abdrücken des Reifens wird mittels einer Abdrückrolle mit automatischer Seitenversetzung oder einer seitlichen Abdrückerschaukel vollzogen.

Die bewährte Auto-Touch-Montagevorrichtung dringt zwischen Felge und Reifenwulst ein, stützt sich gegen die Felge und hebt den Wulst mit minimalem Zug aus dem

Wulstbett. Sie besteht aus Kunststoff, wodurch Felgenschäden vermieden werden.

Die Variante GA2945ITD.26S verfügt zudem über einen drehenden pneumatischen Wulstniederhalterarm, eine effiziente Reifenfüllvorrichtung mit Fusspedal-Betätigung sowie einen pneumatischen Radheber.

 Weitere Infos unter:
www.technomag.ch

Würth AG: 100 Prozent System, 0 Prozent Stress mit Orsy

Orsy steht für Ordnung mit System und funktioniert nach einem einfachen Prinzip: immer genügend Material genau an dem Ort, wo man es gerade braucht. Das spart Zeit, Geld und Nerven.

Optimale Arbeitsbedingungen im Betrieb? Neben dem Betriebsklima ist das vor allem eine Frage der Betriebseinrichtung: Sind Werkzeuge und Maschinen dort zur Hand, wo sie benötigt werden? Sind Kleinteile übersichtlich gelagert und leicht erreichbar? Sind die Arbeitsplätze funktional und ergonomisch sinnvoll eingerichtet? Fragen über Fragen. Würth hat die Antwort und Lösungen: Orsy. Durchdachte, hochwertige Werkbänke und Arbeitstische sowie robuste und leichtgängige Werkstattwagen mit individueller Ausstattung und Schubladeneinteilung bieten beste Voraussetzungen für effizientes Arbeiten. Verbrauchsmaterial, Werkzeuge und Maschinen sind im Betrieb am besten im Orsy Regal aufgehoben. **Würth** übernimmt



auf Wunsch das komplette Lagermanagement. Die Fahrzeugeinrichtungen Orsy-Mobil und Orsy-Systemkoffer bieten den gleichen Service für unterwegs.

 Weitere Infos unter:
www.wuerth-ag.ch

Digitale Unterstützung für den Garagisten

«Ohne den Garagisten wird es

Mit der dynamischen Entwicklung der Technologie beginnen sich mehr und mehr digitale Dienstleistungen zu entwickeln, die das bisherige Businessmodell des Garagisten tangieren. Ein Beispiel dafür ist autofaszination.ch – ein Dienst, der den Garagisten explizit unterstützen will. **Reinhard Kronenberg**, Redaktion



Adrian Schnell, Inhaber von autofaszination.ch: «Unser Geschäftsmodell ist darauf ausgerichtet, dem Garagisten mehr Arbeit und mehr Umsatz zu bringen.»

■ «Von einem Trend zu sprechen, wäre übertrieben», sagt Kurt Giger, Leiter Sales und Aftersales Services und Geschäftsleitungsmitglied der Ruckstuhl-Gruppe, «was Anwendung und Umsatz betrifft, sind wir hier noch auf einem sehr tiefen Niveau.» Giger, Mitglied der Kommission für Service, Technik und Umwelt im AGVS, spricht über autofaszination.ch, eine Schweizer Plattform, auf der Autobesitzer Ersatzteile bestellen und

diese dann vom Garagisten einbauen lassen können. Für viele Garagisten ein rotes Tuch – Margen auf Ersatzteile drohen verloren zu gehen, Umsatzziele im Aftersales verpasst zu werden und von der Gewährleistung der Garantie war noch nicht einmal die Rede. Also ablehnen? Als erste Reaktion ist das nachvollziehbar. Ein zweiter Blick aber eröffnet Geschäftsperspektiven: «Unser Geschäftsmodell ist darauf ausgerichtet, dem Garagisten mehr Arbeit und mehr Umsatz zu bringen, nicht weniger», sagt Adrian Schnell, Inhaber von autofaszination.ch. Seine Firma bietet keine schnell drehenden Ersatzteile an, sondern konzentriert sich auf ein schmales Segment an Autozubehör, Chiptuning und Services. Das konkurrenziert keine vom Hersteller gelieferte Originalersatzteile, verletzt keine Abnahmeverpflichtung und hat damit auch keinen negativen Einfluss auf die Bonifikation im Aftersales-Bereich. Das

Angebot von autofaszination.ch konkurrenziert auch keine Ersatzteile in Erstausrüsterqualität der Zulieferer, weil sich die Firma in einer engen Nische bewegt.

Angebot findet Nachfrage

Konkrete Anhaltspunkte für die Befürchtung, dass sich dieser Trend rasch in einen «Flächenbrand» im Aftersales-Bereich entwickeln könnte, gibt es keine. Das Beispiel autofaszination.ch zeigt aber exemplarisch, welche Möglichkeiten das Internet bietet, um neue Services auf den Markt zu bringen. Wo eine Nachfrage besteht, wird es früher oder später ein Angebot dafür geben. Das ist reine Marktlogik. Das sieht auch Kurt Giger so: «Wir von der Ruckstuhl-Gruppe haben uns das Angebot von autofaszination.ch angeschaut und sind zur Erkenntnis gelangt, dass das Angebot seriös ist und unseren Betrieben nicht schadet, sondern hilft.» Substanziell sei



nicht gehen»

die Zusammenarbeit nicht, sagt er, vorläufig erst punktuell, namentlich im Bereich Tuning. Aber die bisher gemachten Erfahrungen seien gut. Allerdings gibt es AGVS-Mitglieder, die solchen Anbietern eher skeptisch gegenüberstehen, primär wegen der Frage, wer bei einem Schaden haftet, wenn wegen dem Einbau von Fremdteilen die Herstellergarantie tangiert, sprich reduziert wird. Dazu Adrian Schnell: «Wir sind uns dessen bewusst und nehmen unsere Kunden in die Pflicht, ihre Kunden sauber über die Garantieänderung zu informieren.» autofaszination.ch habe für alle Produkte einen Rückversicherer, der allfällige Schäden und Folgeschäden nach ähnlichen Bestimmungen decke wie der Hersteller.

Die Grundidee seines Geschäftsmodells umreisst Adrian Schnell wie folgt: Der einzelne Garagist hat mit seiner Website nur sehr beschränkt die Möglichkeit, eine substanzielle Reichweite zu generieren – über das Internet wird er in der Regel nur von seinen Kunden besucht, falls überhaupt. Besuche ausserhalb dieses Kreises sind mit aller Wahrscheinlichkeit eher selten und wenn, dann kommen sie über die Markenwebsite, die Website des AGVS mit der eingebundenen Suche nach AGVS-Mitgliedern oder über Google. Also braucht es laut Schnell eine Website, die, verbunden mit dem entsprechenden Marketingaufwand, Endkonsumenten anspricht und diese dann zum einzelnen Garagisten leitet. Auf diesem Prinzip basiert übrigens auch Garagino der ESA. «Indem wir dem Endkonsumenten die Möglichkeit bie-

ten, spezielle Teile in guter Qualität zu günstigen Preisen zu beziehen und diese beim Garagisten fachmännisch verbauen zu lassen, wird der Garagist zum physischen Kontakt zwischen Internet und Endkunden.» Schnell nennt eine Funktion der Garage von morgen deshalb auch «Pick up-Station».

Um den Garagisten im Geschäft zu behalten verzichtet autofaszination.ch darauf, Teile dem Kunden direkt zu liefern: «Die Lieferung muss zwingend an einen Garagenbetrieb gehen», sagt Schnell. Dafür haben die Kunden entweder die Gelegenheit, eine Garage ihrer Wahl anzugeben oder autofaszination.ch schlägt ihnen einen Betrieb in der Nähe vor. Voraussetzung dafür ist, dass der Garagenbetrieb im Verzeichnis von autofaszination.ch registriert ist, wofür dieser aber laut Schnell nichts bezahlen muss.

Teile und Montage zum Fixpreis

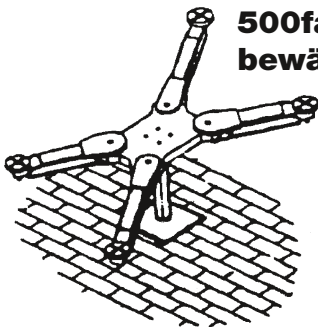
Auf Basis der in den vergangenen sechs Jahren gemachten Erfahrungen weitet Schnell das Geschäft jetzt aus: «Der Garagist soll noch mehr im Zentrum stehen.» Aus autofaszination.ch wird im Sommer 2017 der Schweizer Web-Garagendienst. Die hinter dem Service stehende Technologie wird neu aufgesetzt und Schnell will das Netz aus Montagepartnern substanziell ausweiten: «Ziel ist, dass Endkunden bei uns Teile und die Montage zu einem Fixpreis kaufen können.» Im selben Zug, nämlich im Rahmen des Checkout-Prozesses, soll online auch gleich ein Termin vereinbart werden können. Die Teile werden dann zum Garagisten des Ver-

trauens geschickt und montiert. Der Garagist soll künftig sowohl auf die montierten Teile als auch auf die Montage eine Marge erhalten. Die Gewährleistung der Garantie findet im bisherigen Rahmen statt: Der Garagist garantiert den fachgerechten Einbau der Teile und autofaszination.ch übernimmt die Garantie auf die Produkte, die praktisch ausschliesslich in Deutschland hergestellt werden. autofaszination.ch unterhält dort eine Tochterfirma.



Schnell weiss, dass der Digitalisierungsprozess und damit solche Services noch nicht überall im Garagengewerbe angekommen sind: «Es gibt dafür noch keine entwickelte Kultur.» Aber er ist sich sicher: «In fünf Jahren wird das alles ganz normal sein.» Nur etwas wird sich nicht verändern, das weiss Schnell schon jetzt: «Ohne den Garagisten wird es nicht gehen – auch und gerade für uns nicht.» <

gesag 1-Säulenlift Sanierung 500fach bewährt



Wir haben für Sie die
kostensparende
Lösung



Gouchertweg 2
3252 Worben bei Biel
Tel. 032 384 39 17
Fax 032 384 03 69
info@gesag.ch
www.gesag.ch

**IHR 4X4 SPEZIALIST
FÜR GETRIEBE,
LENKUNGEN
UND ACHSEN.**

ZF Services Schweiz AG
8604 Volketswil
zf.com/services/ch

AEC-Newcomer des Monats Februar: Garage Bruno Muri AG, Ruswil LU

«Unsere Kunden sind gerne bereit, für den AEC 29 Franken zu bezahlen»



Die Garage Bruno Muri AG im luzernischen Ruswil ist mit den durchgeführten Autoenergiechecks im Februar 2017 in die Top 20 der AEC-Rangliste vorgestossen. Wir gratulieren. **Mario Borri**, Redaktion

■ «Der AutoEnergieCheck ist wirklich eine tolle Sache und wird von unseren Kunden sehr geschätzt», schwärmt Geschäftsführer Bruno Muri. Die Automobilistinnen und Automobilisten seien auch bereit, für die Dienstleistung zusätzlich zu bezahlen. Bruno Muri: «Wenn wir einen Service durchführen, ist der AEC im Preis inbegriffen. Wenn der Kunde aber zum Beispiel nur die Räder wechselt und den AEC in Auftrag gibt, so kostet der Check 29 Franken extra.»

Froh um die AEC-Tipps

Noch niemand habe sich bisher beschwert, der AEC sei sein Geld nicht wert. Im Gegenteil, so der Geschäftsführer, viele seien noch so froh um die praktischen Tipps. «Dass man zum Beispiel den Skiträger nach der Saison so schnell wie möglich runter nehmen soll, weil der Mehrverbrauch massiv ist, oder dass der richtige Reifendruck auf der langen Urlaubsfahrt einige Liter Treibstoff spart, wissen viele nicht», erklärt Bruno Muri. <



Bruno Muri und sein Garagenbetrieb in Ruswil, Kanton Luzern.

Qualität die zählt: Originalersatzteile



Glas Trösch AG Autoglas liefert ausschliesslich hochwertige Windschutzscheiben.

Auch ohne Fahrzeugmarken-Logo sind die Scheiben Originalersatzteile im Sinne der KFZ-Bekanntmachung bzw. der GVO*.

Entgegen der Meinung diverser Mitbewerber können die Windschutzscheiben von Trösch Autoglas durch Carrosseriebetriebe, autorisierte Händler und freie Werkstätten eingebaut werden, ohne dass ein Einfluss auf die vom Hersteller gewährte Fahrzeug-Garantie zu befürchten ist.

* Gruppenfreistellungs-Verordnung (GVO) 461/2010

Alles weitere unter:
www.troeschautoglas.ch/original



Umweltgerecht und gesetzeskonform

Altreifenentsorgung ist Vertrauenssache

Von den jährlich in der Schweiz anfallenden rund 60 000 Tonnen Altreifen landen heute immer noch rund 10 000 Tonnen in wilden Deponien. Die Garagisten können einen wesentlichen Beitrag zur Beseitigung dieses unhaltbaren Zustandes leisten. In einem vom AGVS sowie vom Reifen-Verband der Schweiz (RVS) erarbeiteten Flyer werden die wichtigsten Fakten zusammengefasst. **Stephan Bättig, RVS, und Markus Peter, AGVS**

■ Die Garagisten spielen bei der korrekten und ökologischen Altreifenentsorgung eine wesentliche Rolle, denn sie sind es, welche die ihnen anvertrauten Altreifen in den Entsorgungs-Prozess geben. Garagisten haben zu beachten, dass Altreifen als kontrollpflichtige Abfälle gemäss der eidgenössischen Verordnung über den Verkehr mit Abfällen (VeVA) gelten. Entsprechend dürfen Garagisten ihre Altreifen nur an Entsorger abgeben, welche über eine entsprechende Empfängerbewilligung (VeVA-Bewilligung) verfügen. Sie sind deshalb verpflichtet, aktiv mitzuhelfen und zu überprüfen ob «ihr» Altreifen-Entsorger über die notwendige Bewilligung verfügt.

Altreifenentsorgung kostet Geld

Zudem ist zu beachten, dass eine seriöse, umweltgerechte und den gesetzlichen Vorgaben entsprechende Altreifenentsorgung Geld kostet. Die Finanzierung einer korrekten Altreifenentsorgung erfolgt nach dem Verursacherprinzip. Der Kunde hat ein Anrecht, dass die bei ihm erhobenen Entsorgungsgebühren über den Dienstleister (Garagist) dem Entsorger (nach Abzug der entsprechenden Aufwendungen) weitergegeben werden. Altreifenentsorger,

welche nur Occasionsreifen mit einer Mindestprofiltiefe von 1,6 mm übernehmen handeln unsolidarisch, da der durch die anderen Entsorgungsfirmen zu verwertende Schrottteil steigt. Dies führt letztlich zu einer Verteuerung der Entsorgung der verbleibenden Schrottreifen. <

Entsorger mit Empfängerbewilligung

Der Kunde muss für die umweltgerechte und korrekte Entsorgung seiner Altreifen mit folgenden Kosten rechnen:

- CHF 2.50 bis CHF 3.50 pro Personenwagen-Altreifen
- CHF 5.00 bis CHF 7.50 pro Lieferwagen- und SUV-Altreifen
- Alle anderen Altreifen je nach Gewicht

Für alle Garagisten ist es unumgänglich, mit einem seriösen Entsorger mit Empfängerbewilligung zusammenzuarbeiten. Solche Entsorger sind im Reifen-Verband der Schweiz (RVS) zusammengeschlossen. www.swisspneu.ch



AQUARAMA[®]
 SWISS
 CAR WASH SYSTEM
 ferrum
 WASCHTECHNIK

... der perfekte Partner, wenn es um profitable Auto-Waschanlagen geht!

AQUARAMA Swiss AG · 5036 Oberentfelden · 062 738 31 00 · www.aquaramaswiss.ch

Nationale Kampagne für den AutoEnergieCheck war ein grosser Erfolg

AEC-Kampagne mit «heraus

Der AutoEnergieCheck (AEC) gehört zu den bekanntesten Energielabels der Schweiz. Über die Hälfte der Bevölkerung interessiert sich dafür, über ein Drittel hat die erklärte Absicht, den AEC am eigenen Fahrzeug durchführen zu lassen. Ausserdem stärkt er nachweislich das Image jedes AGVS-Mitglieds. So lauten die eindrücklichen Resultate einer im Rahmen der AEC-Kampagne durchgeführten Marktforschung. **Reinhard Kronenberg**, Redaktion



Der AGVS mit Zentralpräsident Urs Wernli verlängerte den Vertrag mit Dario Cologna als Botschafter des AutoEnergieChecks im letzten Herbst bis 2019.

■ Die im vergangenen Herbst durchgeführte crossmediale und von EnergieSchweiz mitgetragene Kampagne war ein grosser Erfolg. Und sie hat dem AEC substanziell Schub verliehen. Die im Nachgang zur AEC-Kampagne durchgeführte, repräsentative Umfrage* zeigt nun klar, wie stark und vielfältig der AEC wirkt:

- Mit einer Bekanntheit von 19 Prozent ist der AEC das inzwischen viertbekannteste Energie-Label in der Schweiz – vor einem Label wie z.B. Topten.
- Über die Hälfte der Schweizer Bevölkerung (57 Prozent) interessiert sich für Informationen rund um das Thema «Sparen beim Fahren» – darauf ist der AEC die richtige Antwort.
- 38 Prozent der Befragten gaben an, dass sie beabsichtigen, den AEC bei nächster Gelegenheit an ihrem Fahrzeug durchführen zu lassen.
- Der AEC-Kleber (Vignette) an der Autoscheibe kommt bei den Automobilisten sehr gut

an. Für viele ist er gar persönlicher Ausdruck, umweltbewusst unterwegs zu sein.

- Einen hohen Stellenwert hat auch das AEC-Zertifikat: 71 Prozent der Befragten gaben an, dass es sie motiviert, den AEC durchführen zu lassen, weil damit das erhebliche Einsparpotenzial bei ihrem Fahrzeug belegt ist. Für 75 Prozent der Befragten zeigt es überdies den Nutzen von Leichtlauföl und Leichtlaufreifen.

AGVS-Garagisten sind kompetenter

Von der Kampagne haben nicht nur die AEC-zertifizierten Garagisten profitiert, sondern alle AGVS-Mitglieder. «Es ist jetzt für alle offensichtlich, welchen Wert der AEC als Transportmittel auf dem Weg des Garagisten hin zum Mobilitätsdienstleister hat», sagt AGVS-Zentralpräsident Urs Wernli, «er stärkt sein Image und hilft ihm, sich bei seinen Kunden zu profilieren.» Auch das beweist die repräsentative Umfrage:

- 80 Prozent der Befragten haben explizit

den Eindruck, dass sich ihr AGVS-Garagist hin zu einem Dienstleister entwickelt (gegenüber 62 Prozent bei nicht-AGVS-Mitgliedern).

- Über drei Viertel der Befragten sind überzeugt, dass ihnen ihr AGVS-Garagist hilft, beim Autofahren Energie und Geld zu sparen (gegenüber 64 Prozent).
- 94 Prozent der Kunden von AGVS-Mitgliedern sind überzeugt, dass ihr Garagenbetrieb auf dem aktuellsten technischen Stand ist (gegenüber 84 Prozent).
- 95 Prozent sind überzeugt, dass ihnen der AGVS-Garagist hilft, sicher unterwegs zu sein (gegenüber 84 Prozent).

«Das sind hervorragende Werte», freut sich Urs Wernli, «sie bestätigen, dass die kontinuierliche Arbeit im Verband Früchte trägt und das sehr gute Image des AGVS durch seine Mitglieder nach aussen getragen wird.» Sie zeigten auch, wie sehr die Marke AGVS für Qualität und damit für Vertrauen steht. Glücklicherweise ist der Verband auch über die Be-

ragenden Werten»

stätigung, dass die Verpflichtung von Dario
Cologna als AEC-Botschafter richtig war: Der
Bündner erreicht mit 69 Prozent einen beein-
druckenden Sympathiewert. Und 80 Prozent
der Befragten halten ihn als Botschafter des
AutoEnergieCheck für sehr glaubwürdig.

Investment hat sich ausbezahlt

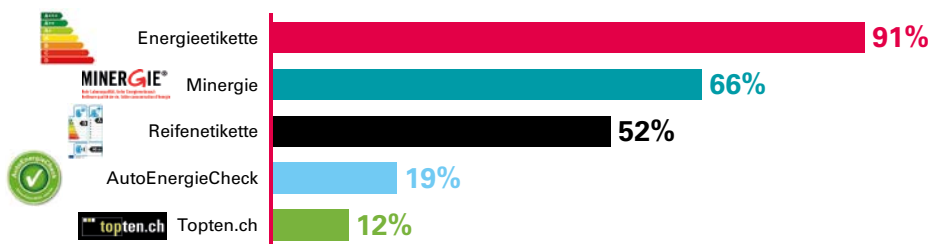
Für den AGVS bestätigt die Kampagne da-
mit klar, dass sich das Investment ausbezahlt
hat. «Die Ziele für die Kampagne wurden
grösstenteils erfüllt», sagt dazu Markus Peter,
beim AGVS zuständig für Technik und Um-
welt und AEC-Projektleiter. Für ihn entschei-
dend: «Während der Kampagne wurden

deutlich mehr AEC absolviert. Und parallel
dazu stieg auch die Zahl neuer AEC-Partner
an.» Bei allem Erfolg – auch Markus Peter
hätte sich einen noch grösseren Nachfrage-
druck beim einzelnen AEC-Partner ge-
wünscht. «Aber dafür reicht eine knapp
zweimonatige Kampagne alleine nicht aus.»
Ausserdem, so Peter weiter, sei es erst das
zweite Mal seit Projektstart gewesen, dass
der AEC nicht nach innen, sondern nach
ausen beworben wurde – und die erste mul-
timediale Kampagne überhaupt: «Deshalb
ist auch zukünftig ein ausgewogener Mix
aus internen und externen Kommunikati-
onsmassnahmen entscheidend.»

Starke Auswirkungen hatte die Kampagne
auch auf die AEC-Website: Die Zahl der Besu-
cher stieg während der Kampagne im Sep-
tember und im Oktober teilweise auf das
Zwanzigfache an – und hielt sich nach Ab-
schluss der Kampagne auf einem deutlich hö-
heren Niveau als vor der Kampagne. Das zeigt
laut Peter, «dass sie bis heute nachhaltig
wirkt».

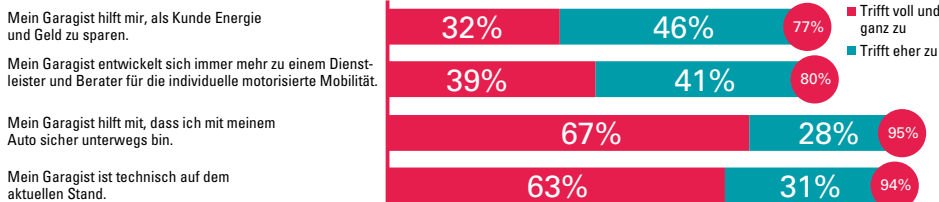
Jetzt liegt der Ball bei den AGVS-Mitgliedern

Allerdings offenbart die Umfrage auch
noch Potenzial: 68 Prozent der Befragten
wussten nicht, ob ihre Garage Mitglied
beim AGVS ist. Diesen Trumpf sollten die
Mitglieder angesichts der starken und ver-
trauenswürdigen Marke AGVS unbedingt
noch stärker ins Spiel bringen. Für den
Verband ist die Kampagne vorerst abge-
schlossen – nicht aber für seine Mitglieder:
«Sie sind jetzt gefordert», sagt Urs Wernli.
Der Verband habe ihnen mit der AEC-Kam-
pagne einen Steilpass genau in die Schnit-
stelle gespielt, «das Tor müssen sie jetzt
selber schiessen». <

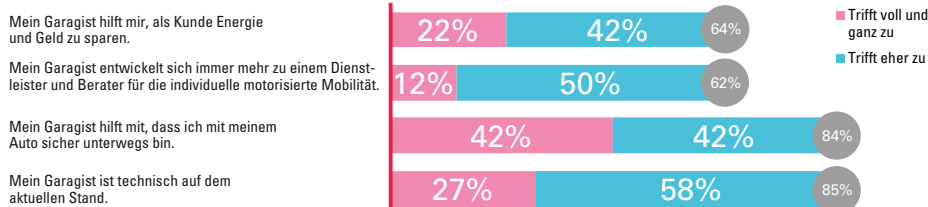


Gestützte Markenbekanntheit: Welche der folgenden Energiezertifikate/-deklarationen kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?

AGVS



NICHT AGVS



Angabe AGVS in Stichprobe: 24% / nicht AGVS: 8% / Weiss nicht (68%) nicht dargestellt Repräsentativ für Personen mit Auto im HH (85% der Stichprobe).

* Vom 12. September bis 13. November führte der AGVS zusammen mit seinen Partnern EnergieSchweiz, Ringier und der Vermarktungsfirma Admeira (Ringier, Swisscom, SRG) in der deutsch- und der französischsprachigen Schweiz eine Kampagne zu Gunsten des AEC durch. Im Nachgang hat das Marktforschungsunternehmen GfK insgesamt 1707 Personen in der deutsch- und der französischsprachigen Schweiz befragt. Ziel war, herauszufinden, wie die Kampagne bei der Schweizer Bevölkerung angekommen ist – und wie stark die Marke AEC bereits verankert ist. Die von GfK gewählte Stichprobe entspricht der Grundgesamtheit der Schweizer Bevölkerung mit Online-Zugang und ist damit repräsentativ. Die Kosten für die Umfrage trugen die beteiligten Medien selber.

4x4 + + + + = Alleskönner

Die Nr. 1 für Variobloc-Wechselsysteme, die Sie weiter bringen. www.hirschi.com

HIRSCHI AG

Zieht.



«Kunst ist meine Passion, kein Business»: Marco Ammann (r.) mit DTM-Crack Mike Rockenfeller.

Für einen guten Zweck

Vom Schweisser zum Künstler

Gas geben, raufschalten, bremsen, runterschalten, Gas geben, raufschalten: Kaum ein Bauteil wird bei Autorennen so arg belastet wie das Getriebe. Ein ehemaliger Schweizer Rennmechaniker verhilft ihnen zu einem zweiten Leben. Marco Ammann aus Ermatingen TG verarbeitet ausgediente Getriebe zu Kunstwerken. **Mario Borri und Sandro Compagno**, Redaktion

■ Seit es Automobile gibt, beflügeln sie die Phantasien von Künstlern. Ob der italienische Futurist Giacomo Balla, der Schweizer Plastiker Jean Tinguely oder auch Pop-Artist Andy Warhol – sie alle liessen sich von der Ästhetik dieser Maschinen faszinieren und inspirieren, nahmen sich des Automobils an. Marco Ammann (44) geht den entgegengesetzten Weg. Der gelernte Metallbau-Schlosser nimmt sich der Kunst an – mit spannenden, überraschenden Installationen und Bildern.

«The Crazy Swissman»

Der Ostschweizer fertigt seine 3D-Bilder und Plastiken aus ausgemusterten Zahnrädern, Antriebswellen und Schaltringen von Audi-DTM-Rennwagen. 15 Jahre lang war er als Schweisser für die Marke mit den vier Ringen unterwegs. «Anfangen hat das mit der Kunst, als wir zum Spass Zahnräder zu «Robotermännli» zusammenschweissten», erinnert sich Ammann. Irgendwann reifte die Idee, aus den gebrauchten und gekennzeichneten Teilen ganze Kunstwerke zu fertigen: «Vor allem die Fahrer waren vom Gedanken fasziniert, eine Skulptur zu besitzen, bestehend aus Teilen eines Rennwagens, mit dem sie mal ein Rennen gewonnen hatten.» Aber auch Flaschen- oder Stifthalter seien gut angekommen; diese hätten die Rennfahrer ihren Sponsoren und Förderern als Dankeschön geschenkt.

«Die Ideen für meine Kunst kommen mir im Flugzeug oder im Auto», sagt Ammann, der nicht nur für Audi in der DTM unterwegs war, sondern auch mit der Le-Mans-Serie und der Dakar-Rallye um den Globus jettete. Im Fahrerlager habe ihm seine Leidenschaft den Übernamen «Crazy Swissman» eingetragen, erzählt er lachend. Nach

der Dakar-Rallye 2016 zog sich Ammann aus dem Rennsport zurück. «Ich war jedes Jahr mehr als 300 Tage unterwegs, ein geregeltes Leben war nicht möglich. Ich werde diese tolle Zeit nie vergessen, aber nun möchte ich einen neuen Lebensabschnitt beginnen.» Letztes Jahr heiratete Marco Ammann.

Vettel und Schumacher als Kunden

Die Erlöse seiner Kunst stellt er wohltätigen Organisationen zur Verfügung: «Die Kunst ist meine Passion, kein Business.» Ende Februar präsentierte er seine Werke im Atelier in Ermatingen – mit Rennfahrer-Prominenz wie Sebastian Vettel, Dirk Müller, Marco Werner oder Lucas Luhr, allesamt in Ermatingen wohnhaft. Rund 80 Interessierte besichtigten die Ausstellung. «Ich bin mehr als zufrieden», so das Fazit von Marco Ammann. Der Erlös ging an eine Stiftung für krebskranke Kinder.

Schon seine erste Ausstellung im Herbst 2012 hatte einen wohltätigen Hintergrund. Damals bedachte Marco Ammann die Stiftung «Wings for Life» von Red Bull mit einem namhaften Betrag. «Wings for Life» engagiert sich in der Rückenmarksforschung mit dem Ziel, dereinst Querschnittslähmungen zu heilen. «Viele der Rennfahrer, die in und um Ermatingen wohnen, haben mittlerweile einen oder mehrere Ammanns zu Hause», erzählt der Künstler nicht ohne Stolz. Selbst Michael Schumacher gehörte vor seinem Skiunfall zu den Kunden. <



Weitere Infos unter:
<https://www.facebook.com/3dbilder>

Sponsored Content

«Marktanalyse & Insights» von Eurotax

Wer sich mit der Analyse von Fahrzeugdaten beschäftigt, hat es mit einer Unmenge von Zahlen, Parametern, Variablen und Attributsausprägungen zu tun. Diesen rasant wachsenden Datenberg auszuwerten, in Bezug auf spezifische Fragestellungen zu interpretieren und mithilfe von neuen Tools und Dienstleistungen nutzbar zu machen, ist Ziel und Aufgabe des Fachbereichs «Marktanalyse & Insights» bei Eurotax. **Nicolas Kunz**, Eurotax

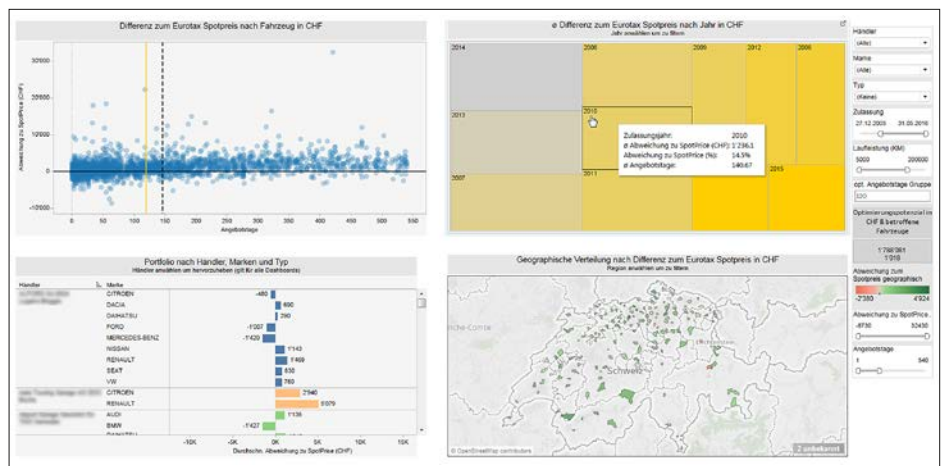
Seit Anbeginn beschäftigt sich Eurotax mit der Sammlung und Auswertung von Fahrzeugdaten. Vor 60 Jahren begann Eurotax-Gründer Hanns W. Schwacke mit systematischen Marktbeobachtungen für Gebrauchtfahrzeuge. Deren Preisentwicklung dokumentierte er periodisch in einer nach ihm benannten Restwertliste. Seither hat sich einiges verändert! Zum einen hat die Grundgesamtheit der beobachteten Märkte und Fahrzeuge massiv zugenommen, zum anderen wird heute ein Vielfaches an Daten erhoben und ausgewertet.

Mit seiner langjährigen Expertise in komplexer statistischer Analytik ist Eurotax in der Lage, diese riesigen, volatilen sowie überwiegend schwach strukturierten Datenmengen so auszuwerten, dass die Ergebnisse reproduzierbare Antworten auf ganz spezifische, aber auch auf gänzlich neue Fragestellungen liefern. Insbesondere die Verbindung und Analyse von bislang nicht verknüpften Daten kann zu neuen Erkenntnissen führen.

«Dieser Datenpool ermöglicht es uns, die sich laufend verändernde Angebotssituation auf den Online-Marktplätzen zu analysieren und mit den so gewonnenen Erkenntnissen unsere anerkannten Eurotax-Marktnotierungen regelmässig anzupassen», ergänzt Hans-Peter Annen, Leiter Marktanalyse & Insights CH. «Dank unserer zentralen «Business Intelligence»-Lösung sowie auf Basis von intuitiv nutzbaren Visualisierungstools werden Daten sichtbar, Reports interaktiv «erlebbar» und die grossen Zusammenhänge der Marktentwicklung nachvollziehbar.»

Daten sichtbar machen

Nebst der Anwendung für Eurotax-eigene Report- und Forecast-Produkte kommen die neuen Analyse- und Visualisierungsmöglichkeiten vor allem kundenspezifischen Projekten zugute. Speziell Importeure und Händler-



Interaktive Web-Dashboards ermöglichen es auch «Nicht-Experten», in die Daten «einzutauchen» und Zusammenhänge sichtbar zu machen.

gruppen, aber auch Flottenbetreiber und Finanzierungsgesellschaften benötigen mehr und mehr dynamische Marktinformationen als Entscheidungsgrundlagen. Diese können aus unterschiedlichsten Perspektiven mithilfe interaktiver Dashboards in Eigenregie durchforstet, gruppiert und visualisiert werden. Auf diese Weise lassen sich situative oder kundenspezifische «Geschichten erkennen und erzählen», die bei einer klassischen Datenauswertung zwischen Tabellenspalten und -zeilen im Verborgenen bleiben.

Als Beispiel einer konkreten Umsetzung verweist Roland Strilka, Direktor Marktanalyse & Insights DACH, auf die Dieselgate-Affäre: «Mit unseren Analyse-Werkzeugen konnten wir unmittelbar nach Bekanntwerden der Abgas-Manipulationen eine länderübergreifende und sich automatisch aktualisierende Online-Auswertung erstellen. Mit ihr dokumentieren wir seither die Preisentwicklung der Angebote von gebrauchten Benzin- und Dieselfahrzeugen aller direkt betroffenen Marken im Vergleich zum Wettbewerb.»

Zusammenfassend versprechen mehr Daten nicht zwangsläufig einen höheren Er-

kenntnisgewinn, es sei denn, man kann diese zeitgerecht und mit Blick auf konkrete Fragestellungen verständlich auswerten. Aktualität, Flexibilität, Visualisierung und Self-Service sind deshalb einige der Anforderungen, die Eurotax mit seinen neuen Analyse-Dienstleistungen für die schnelllebige Geschäftswelt von heute abdecken wird. Wichtig für unsere Kunden ist auch, dass weder der Zugriff noch die Analyse der Daten eine lokale Installation von Software oder Datenbanken voraussetzt, sondern bequem via Webbrowser auf beliebigen Endgeräten (Desktop oder Mobile) erfolgen kann. <



Weitere Infos unter:
www.eurotaxpro.ch

Informationen

Weitere Informationen zu unseren neuen Analyse-Dienstleistungen erhalten Interessenten direkt von Thomas Thoma, Eurotax Key Account Manager «Marktanalyse & Insights» (Kontakt: thomas.thoma@eurotax.ch).

Stieger Academy

«Dem Garagisten helfen, fit zu

Der Schweizer Zahlungsverkehr steht vor einer der grössten Umstellungen der vergangenen Jahre: die Angleichung der nur den einzelnen Garagenbetrieb vor grosse Herausforderungen, sondern auch die Anbieter von Garagensoftware und

■ Es zeichnet sich immer deutlicher ab, dass sich der ursprünglich geplante Zeitpunkt für die definitive Umstellung des Zahlungsverkehrs auf die neue Norm per Ende des laufenden Jahres verzögern könnte: Viele Marktteilnehmer, wie beispielsweise Banken, hinken dem Zeitplan hinterher. Für all jene Softwareanbieter, die sich, vorausschauend und teilweise mit zusätzlichem Effort, entsprechend organisiert haben, ist das natürlich unbefriedigend. Zum Beispiel die Stieger Software AG: «Mit unserer Garagensoftware sind wir für die Umstellung bereit», sagt Stephan Rissi, Leiter Marketing und Verkauf. Für Stieger war es ausgesprochen wichtig, frühzeitig bereit zu sein, «denn wer mit unserer Software arbeitet, muss sich jederzeit darauf verlassen können, dass der Zahlungsverkehr auch nach der Umstellung reibungslos funktioniert».

«Hört man auf, fällt man zurück»

Begleitend zur Bereitstellung des Software-Updates hat die Stieger Software AG für ihre Kunden bereits im vergangenen Jahr Kurse im Hinblick auf den Umgang mit der Umstellung angeboten. Laut Stephan Rissi ist man vorbereitet, auch im laufenden Jahr kurzfristig ISO-20022-Kurse anbieten und so allen Kunden die nötige Sicherheit vermitteln zu können. Wer sich hier noch nicht sicher genug fühle oder Fragen habe, solle sich direkt bei Stieger melden.

Weiterbildung wird bei Stieger indes auch ausserhalb der Umstellung auf den neuen Zahlungsverkehr gross geschrieben: «Bildung ist wie Rudern gegen den Strom», sagt Stephan Rissi, «hört man auf, fällt man zurück.» Aus diesem Grund deckt das jährlich neu aufgelegte Kursprogramm die gesamte Stieger-Produktepalette ab und ist nach Kurstypen über die einzelnen Anwendergruppen gebündelt. Die Einführung von Kombi-Kursen mit ergänzenden Themen am Vor- und Nachmittag erlaubt den Teilnehmern, sich an einem Tag im Kurszentrum Würenlos zu unterschiedlichen Themen und in homogenen, kleinen Klassen von maximal neun Teilnehmern umfassend weiterzubilden. Für den Arbeitgeber angenehmer Nebeneffekt: Das spart Zeit.

Besseres Selbstbewusstsein dank Ausbildung

Das 2013 eingeführte Weiterbildungsprogramm, zuerst nur in deutscher Sprache und seit 2016 auch in Französisch, ist laut Stieger höchst kundenrelevant: Wichtig sind Stephan Rissi zufriedene Kunden, weil sie dank der gewonnenen Erkenntnisse an Sicherheit im Umgang mit Stieger-Produkten gewinnen, was direkt zu mehr Effizienz und Effektivität ihrer Arbeit beitrage. Und eine bessere Leistung komme direkt dem jeweiligen Betrieb zugute und steigere erst noch das Selbstbewusstsein des einzelnen Ange-



Stephan Rissi, Leiter Marketing und Verkauf bei Stieger Software AG.

Weniger Sorgen für Selbstständige.

Die Unternehmensversicherung der Suva bietet Selbstständigerwerbenden einzigartigen finanziellen Schutz bei Unfällen in Beruf und Freizeit sowie bei Berufskrankheiten. Übrigens: Auch mitarbeitende Familienmitglieder, die keinen AHV-pflichtigen Lohn beziehen, können sich versichern lassen. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.suva.ch/fuv.

suvarisk
Sicher versichert

Jetzt Offerte bestellen
unter 0848 820 820



werden – und fit zu bleiben»

Norm ISO-20022. Davon betroffen sind nicht nur der Finanzplatz, sondern alle Schweizer KMU. Das stellt nicht Weiterbildungskursen. Reinhard Kronenberg, Redaktion



stellten: «Es hilft dem Garagisten, fit zu werden und zu bleiben.»

Langjährige Kursleiter sorgen für praxisgerechte Ausbildung

Wie im ganzen Bildungs- und Weiterbildungsbereich steht und fällt der Erfolg mit der Kursleitung. Beispielsweise werden die xDrive-Kurse im Rahmen der Academy von Heiko Röttger geleitet, der für Stieger seit 25 Jahren die Software bei Kunden vor Ort installiert und damit alle Fragen rund um die Anwendung praxisgerecht beantworten kann. Wie gut alles eingespielt ist, zeigt sich an den Bewertungen, die die Kursteilnehmer jeweils am Schluss ausfüllen: «Heiko Röttger erhält durch die Bank Bestnoten», freut sich Rissi, der jeden einzelnen Bewertungsbogen persönlich auswertet. Damit stellt er sicher, dass Inputs zur Verbesserung umgehend in die Weiterentwicklung der Kurse fliessen – oder zu neuen Kursen im Programm führen, was auch schon der Fall war. «Uns sind diese Inputs aus dem Markt sehr wichtig», sagt er, «und indem sie direkt in die Weiterentwicklung der Kurse fliessen, kommen sie schliesslich allen Teilnehmern zugute.»

Wertvoller Austausch in den Pausen

Vor Ort haben die Kursteilnehmer auch Gelegenheit, sich zu aktuellen Aufgabenstellungen auszutauschen, wodurch sich ein Ge-

meinschaftsgefühl entwickle: «Manch ein Teilnehmer merkt, dass er mit seinen spezifischen Herausforderungen nicht alleine ist, anderen helfen kann und selbst Hilfe bekommt», sagt Rissi. Oft geschehe das nicht nur im Kursraum, sondern auch bei den gemeinsamen Pausen. Wert legt man am Schluss der Academy-Kurse auch darauf, dass die Teilnehmer nicht nur mehr im Kopf, sondern auch etwas in der Hand haben: Das Kursdiplom ist nicht nur wertig gestaltet, sondern auch sichtbarer Ausdruck einer erbrachten Leistung, auf die die Kursteilnehmer stolz sein können. <



Weitere Infos unter:
www.stieger.ch

Up to date mit Stieger

Stieger Software AG wird frühzeitig auf ihrer Website und mit ihrem Academy Newsletter die Kunden über zusätzliche Kurse zur Umstellung des internationalen Zahlungsverkehrs auf die neue Norm ISO-20022 informieren.

Das aktuelle Kursprogramm der Stieger Academy ist zu finden unter www.stieger.academy

Alles für Farbwechsel.



CHEMUWA



Chemuwa Autozubehör AG
info@chemuwa.ch, Tel. 055 256 10 10
LIEFERUNGEN BIS ZU 3 MAL AM TAG



AGVS Business Academy 2017

MAI / SEPTEMBER

MWST Fortsetzungs- und Vertiefungskurs, 1 Tag

Der Fortsetzungs- und Vertiefungskurs MWST soll bei den Teilnehmern die korrekte Anwendung der MWST fördern. Anhand von kurzen praxisbezogenen Fallbeispielen und im Dialog mit dem Referenten kann das Wissen vertieft werden. Voraussetzung: Grundkurs. Ziel ist es u.a., die Neuerungen im Zusammenhang mit dem revidierten MWST-Gesetz (ab 1.1.2018) zu kennen und zu wissen, welche Abklärungen und Massnahmen im Jahr 2017 vorzunehmen sind.

- > 10. Mai 2017, Winterthur
- > 20. September 2017, Bern

MAI

Eurotax AutocalcPro-Kurs mit EurotaxRepairEstimate, 1 Tag

Dieser Kurs vermittelt neuen Mitarbeitenden oder Anwendern mit AutocalcPro- und EurotaxRepairEstimate-Erfahrung vertiefte Informationen zu allen Programmteilen. Sie lernen alle Möglichkeiten inklusive Add-ons kennen, um effizient und schnell alle Funktionen nutzen zu können.

- > 11. Mai 2017, Bern

Instruction électrique pour les systèmes haute tension dans les véhicules électriques et hybrides, 2 jours

Les participants sont en mesure de créer des conditions sûres pour les travaux sur le système électrique de véhicules hybrides et électriques. Ils peuvent réaliser et contrôler les travaux sur la conduite d'alimentation du réseau. Un contrôle écrit est réalisé à la fin de la manifestation. S'il est réussi, le participant reçoit un certificat attestant son instruction conformément aux exigences Electrosuisse/UPSA.

- > 11 et 12 mai 2017 à Berne

Séminaire de gestion des occasions, 1 journée

Groupes cibles: Propriétaires, Directeurs, Vendeurs automobiles. Contenu: Expositions et présentation des occasions, élaborer toute la procédure de reprise, gestion des stocks de véhicules d'occasions, montrer et élaborer une stratégie tarifaire dynamique à l'aide

d'exemples sur les plateformes Internet, CRM: Gagner et fidéliser les clients.

- > 11 mai 2017 à Paudex

Occasionsmanagement, 1 Tag

Für Automobilverkaufsberater, Geschäftsführer und Inhaber: Ausstellung sowie Präsentation der Occasionen. Den gesamten Eintauchprozess erarbeiten. Bestandsmanagement von Occasionen. Dynamische Preisstrategie anhand von Beispielen auf den Internetplattformen aufzeigen und erarbeiten. CRM Kunden gewinnen und Kundenbindung.

- > 17. Mai 2017, Bern

Facebook, Xing, Twitter und WhatsApp im Autoverkauf, 1 Tag

Der Workshop «Facebook, Xing, Twitter und WhatsApp im Autoverkauf» zeigt neuartige Möglichkeiten auf, wie Sie die verschiedenen Plattformen für sich selber einsetzen können, um noch erfolgreicher zu verkaufen. Dieser Workshop ist speziell für die Automobilbranche konzipiert.

- > 29. Mai 2017, Bern



Facebook, Xing, Twitter et WhatsApp dans la vente automobile

Les différentes plateformes des réseaux sociaux comme Facebook, Xing, Twitter et WhatsApp nous offrent des nouvelles possibilités pour communiquer avec nos clients, gagner des nouveaux clients et les fidéliser sur le long terme. Les réseaux sociaux sont un canal d'information important pour les clients mais ils peuvent aussi être utilisés de manière très ciblée par les vendeurs comme support de vente, comme outil de suivi de la relation avec les clients et pour le savoir-faire sectoriel. L'atelier montre des nouvelles possibilités pour utiliser ces différentes plateformes afin de vendre encore plus efficacement. Cet atelier est spécialement conçu pour la branche automobile.

- > 6 septembre 2017 à Paudex

AUGUST

Automobil-Verkaufsberater/in mit eidg. Fachausweis

Die Weiterbildung umfasst 8 Module: Verkaufspsychologie und Persönlichkeitsbildung, Verkaufsmethodik und Verkaufskommunikation, Administration und Informatik, Arbeits- und Betriebsorganisation, Occasionshandel, Rechnungswesen, Recht und Versicherungen, verkaufsbezogene Produktkenntnisse, Marketingspraxis und Automobilmarkt.

> **Start Lehrgang am 17. August 2017, Bern, Dauer: drei Semester, berufsbegleitend**

MWST Grundkurs, 1 Tag

Der Grundkurs ist eine aktuelle, praxisnahe Einführung in die Mehrwertsteuer im Automobilgewerbe unter Anwendung von Fallbeispielen. Der Tageskurs soll den Teilnehmern einen Überblick über die Mehrwertsteuer verschaffen. Es werden die wichtigsten Elemente der Mehrwertsteuer behandelt, damit in der Praxis die korrekte Anwendung gesichert ist.

> **23. August 2017, Bern**

NOVEMBER

Elektro-Instruktion für Hochvolt-Systeme in Elektro- und Hybridfahrzeugen, 2 Tage

Dank dem zweitägigen Kurs in Zusammenarbeit mit Electrosuisse und dem AGVS werden Sie bereits vorbereitet, sichere Voraussetzungen für Arbeiten an der elektrischen Anlage dieser Fahrzeuge zu schaffen.

> **13. – 14. November 2017, Bern**

Workshop Mitarbeitergespräch, 1 Tag

Wie läuft das bei Ihnen als Führungsverantwortliche/r ab? Wollen Sie Ihre Mitarbeitergespräche noch effizienter und erfolgreicher gestalten? Sind Sie bereit, sich intensiv mit der wirksamen Mitarbeiterentwicklung auseinanderzusetzen? Dann sind Sie bei diesem Workshop genau richtig!

> **22. November 2017, Bern**

Eurotax AutowertPro-Kurs, 1 Tag

Sie lernen alle Möglichkeiten der Benutzereinstellungen kennen. Sie nutzen die Möglichkeiten des «AutowertPro» als Kundeninformationssystem und für die Verkaufsförderung (CRM). Sie erstellen professionelle Fahrzeugofferten inkl. Finanzierung und Kaufvertrag.

> **29. November 2017, Bern**

Diese und weitere interessante Themen finden Sie online in der Business Academy.

Retrouvez ces thèmes, et bien d'autres, dans la Business Academy en ligne.

Die Kurse sind in der jeweiligen Kurssprache ausgeschrieben. Les cours sont proposés dans la langue correspondante. D'autres cours seront proposés ultérieurement. Mise à jour sur www.agvs-upsa.ch.

EDUQUA



www.agvs-upsa.ch, Rubrik: Berufsbildung/AGVS Business Academy



Ausschreibung

16. Berufsprüfung für Kundendienstberater im Automobilgewerbe

■ **Der AGVS führt in deutscher Sprache eine Berufsprüfung für Kundendienstberater im Automobilgewerbe durch.**

Sie finden, eine genügende Anzahl Anmeldungen vorausgesetzt, in der Mobilcity in Bern wie folgt statt:

**In den Wochen vom
7. bis 18. August 2017**

Anmeldungen für diese Prüfung sind mit dem offiziellen Anmeldeformular unter Beilage der in Art. 7 des Reglements aufgeführten Akten bis zum **2. Juni 2017** an das Zentralsekretariat des AGVS, QSK KDB, Wölflistrasse 5, Postfach 64, 3000 Bern 22, einzureichen.

Anmeldungen, die unvollständig sind oder den Prüfungsanforderungen nicht entsprechen, können nicht berücksichtigt werden.

**Prüfungs- und Materialkosten:**

- Prüfungsgebühr:
CHF 1100.– (nicht MWST-pflichtig)
- Organisationsdienstleistungen
CHF 100.– (zuzüglich MWST)

Diese Beträge sind erst auf unsere Aufforderung hin einzuzahlen.

Anmeldeformulare, das Reglement über die Durchführung der Berufsprüfung für Kundendienstberater im Automobilgewerbe

und die dazugehörige Wegleitung können beim Zentralsekretariat des AGVS oder unter www.agvs-upsa.ch bezogen werden. <

Bern, im Februar 2017

Auto Gewerbe Verband Schweiz AGVS
Qualitätssicherungs-Kommission QSK KDB
Der Präsident: Peter Linder
Der Sekretär: Thomas Jäggi

Athena Preis – eine Auszeichnung an Lernende

Soziales Engagement, Respekt und Zivilcourage

Der Athena Preis ist eine internationale Auszeichnung, die in Österreich, Deutschland und nun zum ersten Mal in der Schweiz an verdiente Lernende im Autogewerbe verliehen wird. Nicht selbstverständlich sind in einer sich immer schneller drehenden Zeit Menschlichkeit und soziale Verantwortung. Und genau das soziale Engagement der Auszubildenden soll ausgezeichnet werden. **Monique Baldinger, AGVS**

■ Die griechische Göttin Athena steht für das Handwerk, für die Wissenschaft und die Weisheit. Die Bundesinnung der Kraftfahrzeugtechniker Österreich hat im Jahr 2014 für besondere Leistungen den Athena Preis ins Leben gerufen, 2016 stieg auch der Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe ein. Im Jahr 2017 verleiht nun erstmals auch die Schweiz diesen Preis zusammen mit den Partnerverbänden Deutschland und Österreich.

Mit dem Athena Preis soll jährlich und pro Land ein Lernender aus dem Autogewerbe für aussergewöhnliche Leistungen in den Bereichen soziale Verantwortung, Zivilcourage oder Menschlichkeit ausgezeichnet werden. Die Preisverleihung findet am österreichischen Branchen-Kongress «Auto & Wirtschaft Tag» am 24. Oktober 2017 in Wien statt.

Wer kann sich bewerben und wie?

Jeder (Lehrer, Ausbilder, Eltern, Freunde, Kollegen, etc.) kann jede Lernende und jeden Lernenden formlos nominieren, die oder der ein aussergewöhnliches soziales Engagement, respektvolle Verantwortung oder Zivilcourage aufweist. Der oder die Lernende muss bei einem AGVS-Garagenbetrieb arbeiten.

Die «Gute Tat» muss zwischen dem 1. Januar 2016 und dem 30. Juni 2017 erfolgt sein. Mit der Nominierung sind Daten zur Person sowie eine Begründung der Nominierung samt Dokumentation einzureichen.

Attraktive Preise zu gewinnen

Neben einer Athena-Preis-Statue und einer Urkunde erhält der Gewinner einen Zuschuss in der Höhe von 4000 Franken für eine Weiterbildung im Autogewerbe (z. B. eidg. Berufsprüfung zum Automobildiagnostiker). <



Der Sieger erhält neben der schönen Athena-Preis-Statue einen 4000-Franken-Gutschein für eine Weiterbildung.

Einsendeschluss und Teilnahmebedingungen

Die «Gute Tat» muss zwischen dem 1. Januar 2016 und dem 30. Juni 2017 erfolgt sein. Einsendeschluss ist der 30. Juni 2017. Es gilt das Datum des Poststempels oder E-Mail-Eingangs.

Der Gewinner erklärt sich damit einverstanden, dass sein Name veröffentlicht wird.

Die detaillierten Teilnahmebedingungen und das Bewerbungsformular finden Sie auf www.autoberufe.ch.

Informationsanlass Automobildiagnostiker/in AGVS-Sektion beider Basel

Weiterbildungsmöglichkeiten im Automobilgewerbe – der Karriereabend

Am 20. Februar lud die AGVS-Sektion beider Basel Interessierte an den ersten Karriereabend rund ums Thema «Weiterbildungsmöglichkeiten im Automobilgewerbe». 45 Teilnehmer folgten der Einladung, um mehr zu den Fortbildungsmöglichkeiten, mit Fokus auf die Weiterbildung zum Automobildiagnostiker, zu erfahren. **Christa Odermatt**, AGVS

■ Marcel Hollenstein, Präsident der Berufsbildungskommission der AGVS-Sektion beider Basel, freute sich ausserordentlich, dass 45 Interessierte der Einladung nach Sissach gefolgt waren. Er begrüßte die Teilnehmer herzlich und übergab das Wort an Urs Lüthy, Berufsfachschullehrer der Allgemeinen Gewerbeschule Basel. Dieser führte die Details zur Weiterbildung Automobildiagnostiker aus. Die AGVS-Sektion beider Basel, in enger Zusammenarbeit mit der Gewerblich-industriellen Berufsfachschule GiBL und der Allgemeinen Gewerbeschule Basel AGS, plant den theoretischen Teil, bestehend aus verschiedenen Kompetenzbereichen, aufgeteilt an den beiden Schulstandorten durchzuführen. Der praktische Teil der Weiterbildung wird im Bildungszentrum Sissach geschult.

Höhere Berufsbildung

Olivier Maeder, Leiter Bildung und Mitglied der Geschäftsleitung des AGVS, informierte anschliessend über die weiteren Möglichkeiten der höheren Berufsbildung des AGVS. Er berichtete über die Lehrgänge zum/zur Automobil-Werkstattkoordinator/in, zum/zur Kundendienstberater/in im Automobilgewerbe sowie zum/zur Automobil-Verkaufsberater/in. Ausblickend wies Olivier Maeder auf die Qualifikation zum Eidg. Dipl. Betriebswirt im Automobilgewerbe hin, die einen eidgenössischen Fachausweis als Voraussetzung verlangt. Als weitere Referentin wurde Fabienne Hürlimann be-

grüsst, die über das Projekt «Campus Unternehmertum» informierte. Fabienne Hürlimann ist Projektleiterin dieses interessanten Konzepts beim Gewerbeverband Basel. Das Projekt richtet sich an junge Berufsleute, die ihren Beruf als Berufung ausüben und die Absicht verfolgen, sich durch gezielte individuelle Förderung zur Führungskraft oder zum Unternehmer resp. zur Unternehmerin weiterzuentwickeln. Der Campus steht motivierten, leistungsstarken jungen Erwachsenen aus der Region Nordwestschweiz offen. «Campus Unternehmertum» fungiert als Drehscheibe zwischen Betrieb und Arbeitsstelle, Veranstaltungen und Unternehmertum, fachspezifischen Weiterbildungen und Mentorenprogrammen sowie individuellem Coaching. Das Projekt bietet eine individuelle Karriereplanung auf dem Weg zur zukünftigen Führungsposition.

Weiterbildung zum Fahrzeugrestaurator

Im Interview mit Olivier Maeder erläuterte Benno Stöcklin, Berufsfachschullehrer an der GiBL, mit viel Herzblut die Weiterbildung zum Fahrzeugrestaurator. Diese Fortbildung besteht aus einem grossen praktischen Teil, der in Sissach geschult wird – die Theorie wird an der GiBL gelehrt. Nach einer spannenden Fragerunde dislozierten die Teilnehmer zu einem gemeinsamen Apéro, um die neuen Informationen zu vertiefen und sich mit den Weiterbildungsverantwortlichen im persönlichen Gespräch auszutauschen. <



Im Uhrzeigersinn: Marcel Hollenstein, BBK-Präsident AGVS beider Basel, begrüßt die zahlreich erschienenen Interessierten. Urs Lüthy beschreibt die Weiterbildung zum Fahrzeugrestaurator. Zwischenfragen stellen ist erlaubt. Zu den Gästen zählen auch Daniel Riedo, Ehrenmitglied, René Degen, AGVS-Zentralvorstand und Sektions-Präsident beider Basel, und Albert Pieren, Abteilungsvorsteher MTA AGS.



Aktuelle regionale Veranstaltungen zur Aus- und Weiterbildung im Automobilgewerbe

AARGAU

Infoveranstaltung Automobildiagnostiker

Mittwoch, 3. Mai 2017, 18.00 Uhr
 Lehrgangstart: 6. September 2017
 Weiterbildungszentrum Lenzburg
 > www.wbzlenzburg.ch

BERN

Kundendienstberater/in Autogewerbe BP

Vorbereitungskurs auf die eidg. Berufsprüfung
 Start am 3. Mai 2017
 > www.gibb.ch/Weiterbildung

Werkstattkoordinator/in Zertifikat oder BP

Vorbereitungskurs auf die eidg. Berufsprüfung resp. Zertifikatsprüfung
 Start am 18. August 2017
 > www.gibb.ch/Weiterbildung

Infoveranstaltung Automobil-Verkaufsberater

Donnerstag, 6. April 2017
 Donnerstag, 1. Juni 2017
 Jeweils um 18.00 Uhr in der Mobilcity Bern
 Lehrgangstart: 17. August 2017
 > [Anmeldung: agvs-upsa.ch/node/18550](http://Anmeldung:agvs-upsa.ch/node/18550)

Lehrgang Automobildiagnostiker

am IDM Thun und BZ Emme
 Kursstart: August 2018
 Informationsabende:
 Bfe Burgdorf, Montag, 13. November 2017, 18.30 Uhr, Mensa
 IDM Thun, Dienstag, 16. November 2017, 18.30 Uhr, Zimmer 118
 > www.idm.ch

HORW

Lehrgang Automobildiagnostiker und Automobil-Werkstattkoordinator

Start Vorbereitungskurs im August 2017
 AGVS Ausbildungszentrum Horw
 > www.agvs-zs.ch

ST. GALLEN

Lehrgang Automobildiagnostiker

Kursbeginn 2017 – 2019,
 Start jeweils im August
 AGVS Ausbildungszentrum St. Gallen
 > www.agvs-abz.ch

THURGAU

Lehrgang Automobildiagnostiker/-in mit eidg. Fachausweis Fachrichtung Personenwagen 2017-2019

Anmeldeschluss: 30. Mai 2017
 Lehrgangstart: Dienstag, 15. August 2017
 Gewerbliches Bildungszentrum Weinfelden
 > [Weitere Informationen: eb.gbw.ch](http://Weitere-Informationen:eb.gbw.ch)
 (Lehrgänge, Automobildiagnostiker)

WINTERTHUR

Infoveranstaltung Kundendienstberater im Automobilgewerbe

Mittwoch, 12. April 2017, 19.00 – 20.30 Uhr
 Lehrgangstart: 13. Januar 2018
 STF Winterthur
 > www.stfw.ch/akb

Infoveranstaltung Dipl. Betriebswirt im Automobilgewerbe

Mittwoch, 12. April 2017, 19.00 – 20.30 Uhr
 Lehrgangstart: 23. August 2017
 STF Winterthur
 > www.stfw.ch/abwa

Infoveranstaltung Automobildiagnostiker Infoveranstaltung Automobil-Werkstattkoordinator

Mittwoch, 12. April 2017, 19.00 – 20.30 Uhr
 Lehrgangstart 4./5. September 2017
 STF Winterthur
 > www.stfw.ch/ad
 > www.stfw.ch/adwo

Infoveranstaltung Automobil-Verkaufsberater

Mittwoch, 12. April 2017, 19.00 – 20.30 Uhr
 Lehrgangstart 22. August 2017
 STF Winterthur > www.stfw.ch/aavb

ZÜRICH

Infoveranstaltung Automobildiagnostiker Automobil-Werkstattkoordinator und Betriebswirt

Donnerstag, 4. Mai 2017, 18.30 bis 20.30 Uhr
 TBZ Zürich
 > www.tbz.ch/weiterbildung/automobil-technik

ROMANDIE

Diplôme fédéral de gestionnaire d'entreprise de la branche automobile

Prochaine session: 26.4.2017 – 27.4.2019
 Romandie Formation, Paudex
 > www.romandiefformation.ch

Brevet fédéral de conseiller de vente en automobile

Prochaine session: 26.4.2017 – 27.12.2018
 Romandie Formation, Paudex
 > www.romandiefformation.ch

Brevet fédéral de coordinateur d'atelier automobile UPSA

Prochaine session: 11.9.2017 – 30.6.2018
 Romandie Formation, Paudex
 > www.romandiefformation.ch

Brevet fédéral de conseiller de service à la clientèle dans la branche automobile

Séance d'information:
 mardi, 25 avril 2017, 18h
 Prochaine session: 12.9.2017 – 29.6.2019
 Romandie Formation, Paudex
 > www.romandiefformation.ch

Aus den Sektionen

Für eine Publikation im AUTOINSIDE melden Sie uns bitte jeweils Ihre Daten zu den aktuellen Infoveranstaltungen und Lehrgängen im Automobilgewerbe an myfuture@agvs-upsa.ch. Informationen zu allen Weiterbildungen erhalten Sie unter www.agvs-upsa.ch/de/berufsbildung/hoehereberufsbildung.



Lehrgang zum Automobil-Verkaufsberater mit eidg. Fachausweis und Basisseminar

Verkaufsberater sind gesucht

Aufgrund der hohen Nachfrage und zur besseren regionalen Abdeckung wird neben dem Standort Bern neu ein zweiter Vorbereitungslehrgang zum Automobil-Verkaufsberater auf Deutsch angeboten: in Winterthur mit Start im August 2017.

Olivier Maeder, AGVS

■ Qualifizierte Automobil-Verkaufsberater braucht es heute und auch in Zukunft – sie sind gefragte Mitarbeiter.

Auch wenn sich die Kunden immer häufiger im Internet informieren, wollen sie weiterhin kompetent beraten werden. Onlineanfragen müssen korrekt und innert kurzer Frist beantwortet werden. So können die immer anforderungsreicher werdenden, persönlichen Kundenkontakte und Beziehungen aufrechterhalten oder sogar ausgebaut werden.

Verkaufsberater sind gefordert. Sie wirken als Mobilitäts- und Finanzberater in einer Person. Eine persönliche Weiterbildung ist deshalb unabdingbar.

Der AGVS bietet seit über 15 Jahren eine bewährte, berufsbegleitende Ausbildung zum Automobil-Verkaufsberater an. Aufgrund der grossen Nachfrage und der besseren geografischen Abdeckung wird für die Deutschschweiz an der STFW in Winterthur ein zweiter Lehrgang organisiert.

Diese branchenspezifische Ausbildung unterstützt Sie dabei, in der täglichen Arbeit verkaufs-, marktorientiert und betriebswirtschaftlich zu denken und zu handeln.

Die Ausbildung wird in acht Modulen angeboten, die einzeln abgeschlossen werden. Sind alle Module erfolgreich bestanden, steht der Weg offen, sich mit der Berufsprüfung den Titel «Automobil-Verkaufsberater mit eidgenössischem Fachausweis» zu erwerben.

Das Basis-Verkaufsseminar für Neueinsteiger

Das Basisseminar für Neueinsteiger im Automobilverkauf findet jeweils auf Deutsch und Französisch im Januar statt. Aufgrund der grossen Nachfrage aus der Deutschschweiz wird im August 2017 ein zweites 12-tägiges Seminar in der Mobilcity in Bern angeboten (siehe Kasten Basisseminar). <



Automobil-Verkaufsberater / Automobil-Verkaufsberaterin mit eidg. Fachausweis

Kenner der Kundenbedürfnisse. Automobil-Verkaufsberater/-innen sind formierte, flexible Ansprechpartner für eine immer anspruchsvoller werdende Kundenschaft. Durch ihr freundliches, kompetentes Auftreten schafft diese Fachperson zufriedene Kunden. Dank einem ausgeprägten Team-Geist kommuniziert kompetent. Voraussetzung sind umfangreiche Produktkenntnisse der jeweiligen Marke. Auch in rechtlichen wie versicherungstechnischen Fragen kennen Verkaufsfachleute. Mobilitäts- und Finanzberater in einer Person. Zu den Aufgaben kann die Organisation von Ausstellungen und Events zu organisieren oder ein neues Produkt zu lancieren. Marketingkenntnisse helfen dabei.



WEITERBILDUNG – Automobil-Verkaufsberater / Automobil-Verkaufsberaterin mit eidg. Fachausweis

Voraussetzungen & Zulassungsbedingungen

Zur Abschlussprüfung wird zugelassen, wer:

- a) das eidg. Fähigkeitszeugnis einer Grundbildung oder einen mindestens gleichwertigen anderen Ausweis besitzt;
- b) nach der Grundbildung mindestens zwei Jahre im Automobilverkauf in der Schweiz tätig war oder ohne bestandene Qualifikationsverfahren (Lehrabschlussprüfung) im Automobilverkauf, nachzuweisen mindestens 4 Jahre im Verkauf;
- c) den Nachweis über 8 Modulabschlüsse erbringen kann.

Vorbehalten bleibt die fristgerechte Überweisung der Prüfungsgebühr.

Dauer: drei Semester, berufsbegleitend

Abschluss: «Automobil-Verkaufsberater/-in mit eidg. Fachausweis»

Informationen und Kursort: Detaillierte Informationen zum Lehrgang finden Sie auf der Internetseite des AGVS: www.agvs-upsa.ch, «Berufsbildung», «Höhere Berufsbildung».

Kompetenzbereiche im Überblick / Module

Die Weiterbildung umfasst 8 Module. Jedes Modul wird durch eine Prüfung abgeschlossen und mit einem Attest bestätigt.

- 1 Verkaufpsychologie und Persönlichkeitschulung
- 2 Verkaufsmethodik und Verkaufskommunikation
- 3 Administration und Informatik
- 4 Arbeits- und Betriebsorganisation / Occasionshandel
- 5 Rechnungswesen
- 6 Recht und Versicherungen
- 7 Verkaufsbezogene Produktkenntnisse
- 8 Marketingpraxis und Automobilmarkt

Weiterbildungsmöglichkeiten

Höhere Fachprüfung (HFP):
Diplomierter Betriebswirt/-in im Automobilgewerbe

AGVS-UPSA
Wölflistrasse 5, Postfach 64, 3006 Bern 22
Telefon 031 307 15 15, Fax 031 307 15 16
info@agvs-upsa.ch, www.agvs-upsa.ch

AGVS UPSA
Auto Gewerbe Verband Schweiz
Union professionnelle suisse de l'automobile
Unione professionale svizzera dell'automobile

Ankünfte zur Weiterbildung erhalten Ihnen der Auto Gewerbe Verband Schweiz

QR Code

199418 - 120117

Lehrgang zum Automobil-Verkaufsberater mit eidg. FA

Infoveranstaltungen in Bern:

Donnerstag, 6. April 2017
Donnerstag, 1. Juni 2017
Jeweils um 18.00 Uhr in der Mobilcity
Anmelden unter agvs-upsa.ch/node/18550

Infoveranstaltungen in Winterthur:

Mittwoch, 12. April 2017, um 19.00 Uhr in der STFW, www.stfw.ch

Start Lehrgänge (drei Semester):

- Mercredi, 26 avril 2017
Romandie Formation à Paudex (f)
- Donnerstag, 17. August 2017
Mobilcity in Bern (d)
- Dienstag, 22. August 2017
STFW in Winterthur (d)

Das Basis-Verkaufsseminar für Neueinsteiger

Das Basisseminar vermittelt Neueinsteigern und Neueinsteigerinnen die notwendigen Grundkenntnisse für den Automobilverkauf.

Kursdaten: 17. August bis 1. September 2017

Zeit: 12 Kurstage, von 8.30 bis 17.00 Uhr

Kursort: Mobilcity, Wölflistrasse 5, 3006 Bern

Anmeldung und Information:

www.agvs-upsa.ch, Rubrik Berufsbildung / AGVS Business Academy

Weiterentwicklung

«Faszination Automobil» – so

Seit 2011 wirbt der AGVS mit dem Konzeptauftritt «Car Stars» um Nachwuchskräfte im Autogewerbe. Zeit, den erfolgreichen Auftritt weiterzuentwickeln. Gleichzeitig erfährt auch die Website autoberufe.ch mehr als nur einen neuen Anstrich.

Sandro Compagno (Text) und Sascha Rhyner (Foto), Redaktion



Das neue Key Visual wurde in einer Arbeitsgruppe entwickelt (v.l.): Olivier Maeder, Erdem Demircan und Thomas Jenni.

■ Sechs Jahre sind eine lange Zeit. Auch und gerade für ein «Key Visual», umgangssprachlich auch «Werbesujet» genannt. Seit 2011 rückte der AGVS im Werben um Nachwuchskräfte seine Lernenden als Stars in den Mittelpunkt, fotografierte sie in einem Umfeld, das ganz bewusst an ein Kino-Plakat erinnern sollte: Mit «Transformiere dein Talent» oder «Mission possible» wurde in Anlehnung an bekannte Filme, in denen die Autos zu den Stars gehören, für die zahlreichen Ausbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten im Autogewerbe geworben.

Nun ist es für den AGVS an der Zeit, das erfolgreiche Sujet weiterzuentwickeln. Eine Arbeitsgruppe mit Vertretern aus den Sektionen, mit Lernenden und Verantwortlichen aus den Bereichen Bildung und Kommunikation diskutierte seit Ende Januar mögliche Ansätze und entschied sich schliesslich für ein Konzept unter dem Motto «Faszination Automobil». Dieses wird von der Kommunikationsagentur Viva nach den Vorgaben der Arbeitsgruppe entwickelt und soll ab komendem Sommer die bestehenden «Key Visuals» ablösen - als Plakate, Inserate, Flyer, Banner oder Roll-up.

Der AGVS engagierte sich in der Arbeitsgruppe mit Olivier Maeder (Geschäftsleitung/Bildung), Monique Baldinger (Kommunikation) und Arjeta Berisha (Berufsbildung). Die Sektionen vertrat Thomas Jenni, Geschäftsführer der Sektion Solothurn, dazu brachten sich auch zwei Lernende ein: Erdem Demircan, Automobil-Mechatroniker-Lehrling bei der Amag in Schlieren, und Silas Hummel, KV-Lehrling beim AGVS in der Mobilcity in Bern. Die Viva ergänzte und begleitete das Team in den Bereichen Konzept, Inhalte. Grafik sowohl für Print wie auch für Online.

«Man hat mich und meine Meinung ernst genommen»

Im Mittelpunkt des «Key Visuals», für das sich die Arbeitsgruppe nach zwei intensiven Workshops entschieden hat, stehen die Menschen, ergänzt mit moderner Technik. Sie sollen aber nicht mehr als Filmstars inszeniert werden, sondern in ihrer Arbeitsumgebung. Die Models werden wie bisher keine Profis sein, sondern Lernende aus der Autobranche.

Und ganz wichtig: Die «Faszination Auto» kommt noch stärker zum Ausdruck als bisher. Ein Aspekt, der die Lernenden gemäss Lehr-



Ein bisschen Hollywood: Die bisherigen Key Visuals werden weiterentwickelt.

wirbt der AGVS um Lernende

abgänger-Umfrage 2016 besonders anspricht. Die Farbgestaltung soll – auch auf Wunsch der beiden Lernenden in der Arbeitsgruppe – bewusst kühl und technisch gehalten werden. «Das war eine spannende Erfahrung», meinte Erdem Demircan nach dem zweiten Workshop am 1. März zu AUTOINSIDE. «Ich konnte mich einbringen, man hat mich und meine Meinung ernst genommen.» Der weiterentwickelte Auftritt wird sowohl den Bereich Personwagen als auch Nutzfahrzeuge berücksichtigen.

autoberufe.ch wird modernisiert

Gleichzeitig wird auch die Website autoberufe.ch überarbeitet und modernisiert. Auf der Seite sollen weiterhin relevante Informationen sowohl über die berufliche Grundbildung wie auch über die höhere Berufsbildung zu finden sein. Thematisch will autoberufe.ch näher an die Schüler und die Lernenden als wichtigste Anspruchsgruppen heranrücken: Es soll mehr Interaktion auf der Website stattfinden. Angeht ein Quizformat als spielerischer Eignungstest fürs Autogewerbe, Elemente wie ein Finder für Lehr- und Schnupperstellen oder auch ein Blog. Ziel ist es, eine Community aufzubauen, was den regelmässigen Besuch der Website fördern soll.

Das Layout wird deutlich modernisiert. Auch hier werden die Inputs der beiden Lernenden integriert. Die neu gestaltete Site soll Ende Jahr live gehen. <

Olivier Maeder: «Wir wollen Emotionen für das Automobil wecken»

Herr Maeder, was bezweckt der AGVS mit dem neuen Key Visual und der Renovation von autoberufe.ch?

Olivier Maeder (Leiter Bildung AGVS): Wir wollen unsere Zielgruppe, die Schülerinnen und Schüler, besser und gezielter ansprechen und sie für Autoberufe motivieren. Wir wollen über Drucksachen, aber auch über die Website Emotionen für das Automobil wecken, aber auch die spannende Technik vermitteln und das Interesse an einer beruflichen Grundbildung im Autogewerbe wecken.

In welche Richtung soll sich autoberufe.ch entwickeln?

In erster Linie wollen wir die Zielgruppe Schüler und die Zielgruppe Lernende ansprechen. Unsere Lernenden sollen auf der Website eine zentrale Rolle erhalten; sie sollen dort Einblicke in ihren Berufs- und Ausbildungsalltag gewahren und Schüler für einen Auto-Beruf begeistern. Autoberufe.ch soll für die Lernenden aber auch eine Informationsplattform sein. Hier finden sie Informationen über Zukunftsperspektiven und Karrierechancen. Daneben sollen auch Lehrer, Eltern und Berufsberater als wichtige Beeinflusser Informationen über unsere Aus- und Weiterbildungsangebote erhalten.

Wird es schwieriger, junge Menschen für Autoberufe zu begeistern?

Nein, das denke ich nicht. Das Auto, auch das Nutzfahrzeug, sind sehr emotionale Produkte mit einer hoch spannenden Technologie, die sich rasant entwickelt. Die Schwierigkeit besteht vielmehr in der hohen Komplexität dieses Produktes und den entsprechenden Ansprüchen an das Berufsbild.

Sponsored Content

PK MOBIL-Kunden blüht auch 2017 Gutes



■ pd. Der Zins der PK MOBIL liegt weiterhin über dem Obligatorium des BVG.

Intelligente Einsparungen und ein cleveres Finanzmanagement bringen Kunden der PK MOBIL auch in diesem Jahr klare Vorteile.

Unternehmerische Faktoren wie eine effiziente Struktur und der kostenbewusste Einsatz der Mittel tragen entscheidend zur finanziellen Entlastung der Arbeitgeber und Arbeitnehmer bei. Ein verantwortungsvolles Risikomanagement mit Blick auf kontrolliertes Wachstum gehört ebenfalls dazu, wie ein Deckungsgrad von konstant über 100 Prozent beweist.

Die neu eingeführte ICT-Strategie (Informatik) erlaubt es ausserdem, Prozesse und Kosten noch weiter zu optimieren.

Auch werden ab diesem Jahr die Dokumente für den postalischen Versand immer öfter in Schwarz-Weiss ausgedruckt – eine der vermeintlichen «Kleinigkeiten», die unter dem Strich beachtliche Einsparungen ergeben und direkt den Kunden der PK MOBIL zugute kommen. Das wirtschaftliche Denken und Handeln zahlt sich aus: Die Risikobeiträge werden daher regelmässig gesenkt. So auch im kommenden Jahr um stolze 15 Prozent. <

Neue Jugendarbeitsschutzverordnung

Klarheit geschaffen

Bisher durften nur Jugendliche ab 16 Jahren für gefährliche Arbeiten während der beruflichen Grundbildung herangezogen werden. Wenn die Lernenden bis dato jünger als 16 Jahre in die berufliche Grundbildung eingetreten waren, musste der Ausbildungsbetrieb beim kantonalen Berufsbildungsamt eine Sonderbewilligung beantragen. Mit der neuen Jugendarbeitsschutzverordnung ArGV5 ändert sich das nun. **Thomas Jäggi, AGVS**

■ Damit Jugendliche ab 15 Jahren (Harmos) während der beruflichen Grundbildung ohne Sonderbewilligung für gefährliche Arbeiten herangezogen werden dürfen, müssen laut Bund bis zum Juli 2017 neue begleitende Massnahmen zum Bildungsplan erarbeitet werden.

Die neue gesetzliche Grundlage

Der Bundesrat hat am 25. Juni 2014 (Jugendarbeitsschutzverordnung, ArGV 5; SR 822.115) die Senkung des Mindestalters für gefährliche Arbeiten in der Grundbildung von 16 auf 15 Jahre beschlossen und per 1. August 2014 in Kraft gesetzt. Die revidierte Verordnung sieht vor, dass die Organisationen der Arbeitswelt (OaA) bei Berufen mit gefährlichen Arbeiten im Anhang zu ihren Bildungsplänen begleitende Massnahmen der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes definieren. Diese begleitenden Massnahmen der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes, welche pro Beruf in einer für den/die Auszubildende/n und Lernende/n kurzen und übersichtlichen Liste zusammengefasst wurden, sollen die Arbeitssicherheit bei gewissenhafter Instruktion der/s Lernenden massgebend erhöhen.

Der aktuelle Bearbeitungsstand des AGVS

Die Pilot-Dokumente der Anhänge für die bestehenden Bildungspläne (deutsche Versionen) der Berufe Automobil-Assistent/-in EBA, Automobil-Fachmann/-frau EFZ und Automobil-Mechatroniker/-in

EFZ wurden final ausgearbeitet, im Anschluss von der Kommission für Berufsentwicklung und Qualität B+Q verabschiedet und per Ende 2016 vom Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation SBFI bewilligt. Im nächsten Schritt werden die Pilot-Versionen in die zwei weiteren Landessprachen übersetzt, so dass das SBFI alle Dokumente definitiv genehmigen kann. Diese Arbeiten müssen bis Juni 2017 erledigt sein.

Wie sieht es mit den Kaufleuten aus?

Für die «nicht-technischen» Grundbildungen des Automobil-Gewerbes, wie Detailhandelsassistent/-in EBA, Detailhandelsfachmann/-frau EFZ und Kaufmann/-frau EFZ, wurden keine besonderen gefährlichen Arbeiten während der beruflichen Grundbildung definiert, womit diese Bildungsverordnungen und Bildungsbewilligungen keiner Veränderungen bedürfen.

Sämtliche Bildungsbewilligungen müssen erneuert werden

Sicherlich stellt sich jetzt speziell die Frage, was diese Massnahme genau für die einzelnen «technischen» Ausbildungsbetriebe bedeuten wird?

Nach Freigabe der Anhänge durch das SBFI (bis Juli 2017) haben die kantonalen Berufsbildungsämter zwei Jahre Zeit, sämtliche Bildungsbewilligungen zu erneuern und wo nötig zu ergänzen. Dazu



ERFOLGT

Ausarbeitung der begleitenden Massnahmen durch den AGVS, Genehmigung der Pilot-Dokumente (deutsche Versionen) durch das SBFI per Ende 2016

Januar – März 2017

Übersetzung und Ausgestaltung der Dokumente in die 2 weiteren Landessprachen

ab 07.2017

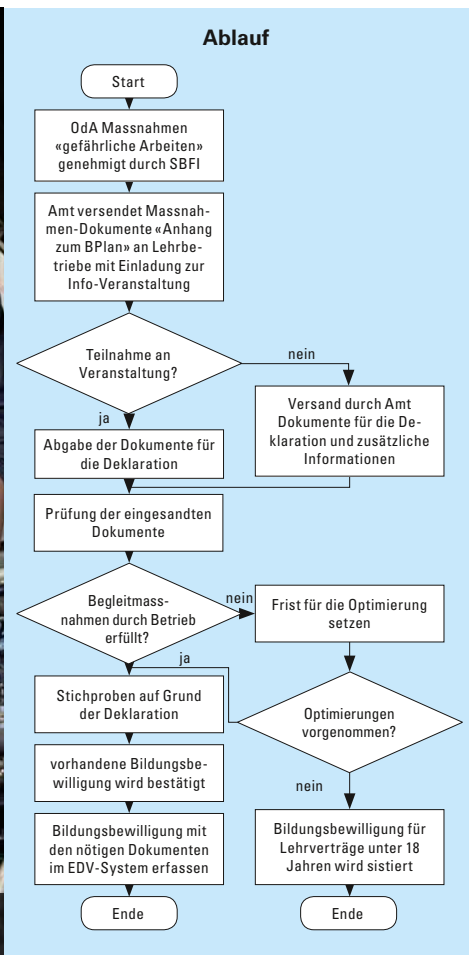
Nach definitiver Genehmigung & Freigabe der Dokumente durch das SBFI erfolgt die landesweite Orientierung / Schulung der Ausbildungsstätten

bis 07.2019

Erneuerung einer Bildungsbewilligung durch die kantonalen Berufsbildungsämter

werden sämtliche Ausbildungsbetriebe, welche Lernende der Berufe Automobil-Assistent/-in EBA, Automobil-Fachmann/-frau EFZ und Automobil-Mechatroniker/-in EFZ ausbilden und somit über eine Bildungsbewilligung verfügen, durch das zuständige kantonale Berufsbildungsamt kontaktiert. Die erforderlichen Abklärungen erfolgen mittels Fragebogen (Selbstdeklaration) oder an Informations-Anlässen. Wer künftig nur noch Lernende ab Alter 18 ausbilden möchte, kann auf das Prozedere verzichten und dies der kantonalen Behörde mitteilen.

Der Prozess zum Erneuern der Ausbildungsbewilligung ist aus dem dargestellten Ablaufschema zu entnehmen. Die Mitarbeitenden der Berufsbildungsabteilung des AGVS stehen für ergänzende Auskünfte gerne zu Ihrer Verfügung. <



BAZ-SCHULUNGEN 2017 FÜR ARBEITSSICHERHEIT IN IHREM BETRIEB

Das aktuelle Kursprogramm und die Anmeldung für das erste Quartal 2017 finden Sie ab sofort online unter www.safetyweb.ch, Rubrik Kurse. Wir bieten Grundkurse, ERFA-Tagungen sowie praxisorientierte «asa-control» Schulungen an. Sichern Sie noch heute Ihren Platz.

Die KOPAS sind **weiterbildungspflichtig**. **Nach dem Grundkurs ist alle zwei Jahre eine halbtägige Weiterbildung (ERFA-Tagung oder asa-control Schulung) zu besuchen.** Die Kosten für die ERFA oder asa-control Schulung ist in der Jahresgebühr inbegriffen.

ERFA Tagungen «Sichere Lehrzeit» oder «Gefährdungsermittlung: Stolpern Stürzen»

Dienstag, 25. April 2017 in Pratteln
Mittwoch, 10. Mai 2017 in Chur
Dienstag, 30. Mai 2017 in Othmarsingen
Dienstag, 20. Juni 2017 in St. Gallen
Dienstag, 29. September 2017 in Cham
Dienstag, 21. November 2017 in Bern

«asa-control Schulungen»

Lernen Sie das Onlinetool, «asa-control» in der Praxis kennen (gilt auch als Weiterbildung).
Donnerstag, 06. April 2017 in Luzern
Donnerstag, 04. Mai 2017 in St. Gallen
Donnerstag, 11. Mai 2017 in Winterthur
Donnerstag, 01. Juni 2017 in Chur
Mittwoch, 23. August 2017 in Mobility City Bern

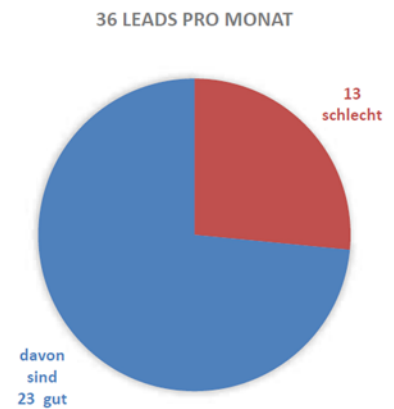
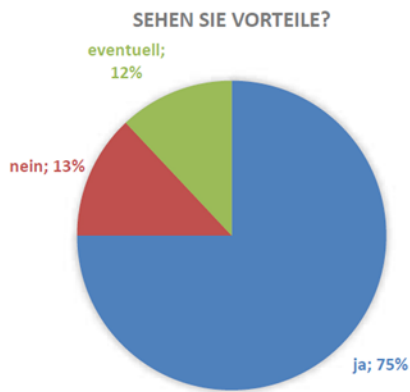
Grundkurse für neue KOPAS:

Hat die Kontaktperson für Arbeitssicherheit in Ihrem Betrieb geändert?
Donnerstag, 24. August 2017 in Chur



Branchenlösung für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz des Auto- und Zweiradgewerbes (BAZ)
Geschäftsstelle, Wölflistrasse 5, Postfach 64, 3000 Bern 22
Gratisnummer 0800 229 229, Fax 031 307 15 16
E-Mail info@safetyweb.ch, www.safetyweb.ch

BAZ SAD
be safe!



MIT „COST PER LEAD“ NUR FÜR GUTE LEADS STATT FÜR EIN ABO ZAHLEN.

Eine Marktanalyse der autolina.ch ag von 100 Garagisten ergab, dass 63 Prozent den Preis beim Abo-System unfair finden und 75 Prozent Vorteile bei der Vermittlung von guten Leads sehen. Deshalb reagiert die innovative Auto Online Plattform autolina.ch ag auf die Marktbedürfnisse und setzt somit ein weiteres Zeichen! „COST PER LEAD“ DAS neue Geschäftsmodell exklusiv bei autolina.ch. Zahlen Sie nur für gute Kontaktvermittlungen, statt für ein Abo.

7 Gründe warum SIE als Auto-Händler dabei sein sollten!

1. Klar messbare Resonanz via Telefon- und E-Mail Anfragen
2. Klar kalkulierbare Investition! Fr. 360.- / Jahr plus Fr. 30.- pro Kontaktvermittlung
3. KEINE ABO Vorauszahlung
4. Faire und einheitliche Preise für alle Garagen
5. Bis zu 50% Kostenersparnis gegenüber Abo-System!
6. Sie bezahlen nur für die erfolgsversprechenden Kundenvermittlungen
7. Keine Verbindlichkeit, kein Risiko, Ausstieg jederzeit möglich!



Für einen gesunden Wettbewerb braucht die Branche uns!

Ibrahim Yildiz,
CEO autolina.ch



5. AGVS Golf Trophy 2017

Wenn Sie wissen, dass man auf der Driving Range nicht Fahrspass hat, sondern den richtigen Swing braucht, dann sind Sie am Freitag, 19. Mai 2017, herzlich willkommen. Der AGVS führt zum fünften Mal ein Golfturnier für seine Mitglieder durch. Neu können Sie als AGVS-Mitglied auch Kunden zu diesem Event mitnehmen. Wir freuen uns, mit Ihnen über die Faszination Fairways, Greens und Bunker in schöner Umgebung zu sinnieren und natürlich zu spielen.

Datum: Freitag, 19. Mai 2017

Ort: Golfclub Interlaken-Unterseen
www.interlakengolf.ch

Provisorischer Zeitplan (hängt von Teilnehmerzahl ab)

ab 08.00 Uhr Begrüssung, Kaffee und Gipfeli

ab 09.00 Uhr Start ab Tee 1

ca 17.00 Uhr Zwischenverpflegung Tee 10

Nachtessen mit Rangverkündigung

Bedingungen: Mitglied eines anerkannten (Schweizer) Golfclubs oder Inhaber einer ASG-Golfcard
Handicap max. 36.0 (Platzreife ist nicht spielberechtigt)

Spielart: Stableford, Handicapwirksam

Kategorien

Herren Brutto Herren Netto
Damen Brutto Damen Netto

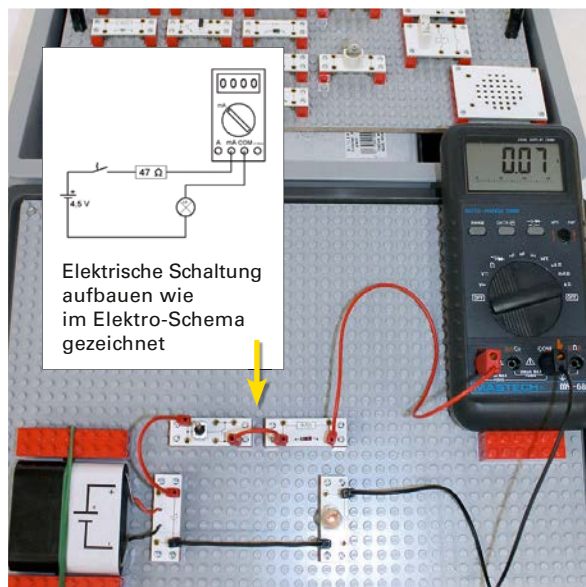
Preise: 1. Rang brutto, 1.-3. Rang netto je Damen und Herren

Teilnehmerzahl: Max. 80 Personen (nach Eingang der Anmeldungen)

Startzeiten: Ihre Startzeit erfahren Sie ab dem 18. Mai 2017, 12.00 Uhr unter golfsuisse.ch oder interlakengolf.ch und Tel. 033 823 60 36

Kosten: CHF 170 pro Teilnehmer inkl. Greenfee, Kaffee und Gipfeli, Zwischenverpflegung und Nachtessen inkl. Getränke

Anmeldung bis 1. Mai 2017: agvs-ups.ch/de/node/17866



Elektrische Schaltung aufbauen wie im Elektro-Schema gezeichnet

ELEXBO ELEKtro EXperimentier BOx

Elektrik- und Elektronik-Ausbildung in der Garage

Mit Elexbo können Sie Ihre Lernenden optimal in den Fachgebieten Elektrik und Elektronik in Ihrem Betrieb üben lassen.

80 Schaltungen mit hochwertigen Bauteilen, Laborkabeln und umfassendem Lehrgang



Prix: CHF 948.-
Neu: 4 Monate gratis ausprobieren
Neu: AC-DC-Kit, Mosfet-Kit

Infos: www.elexbo.ch, Anfragen: cacagni@bluewin.ch
Phone: 079 794 96 27, Vertrieb: www.a-car.ch, www.hoschideal.ch

Ronal Group

www.ronal-wheels.com

> Neue SUV-Felge SL7 Gladiatore erhältlich

pd. Seit Februar 2017 ist die neue SL7 Gladiatore aus dem Speedline Corse Programm der Ronal Group verfügbar.

Die sportliche und kraftvolle, aber dank Flowforming-Technologie dennoch leichte SUV-Felge ist das neueste Produkt im Speedline Corse Sortiment. Die Felge mit dem unverwechselbar prägnanten Design wird zunächst in der Grösse 8.5x18 Zoll in der Oberfläche Ferric anthrazit-matt-frontkopiert produziert. Die wertige Lasergravur unterstreicht den sportlichen Charakter und macht die Felge zu einem echten Highlight.

Die speziell für SUVs konzipierte SL7 Gladiatore passt unter anderem optimal zu verschiedenen Anwendungen von Audi (Q3, Q5 und Q7), Mercedes (GLC, GLK und ML) und BMW (X1 und X5), aber auch zu Porsche Cayenne, VW Touareg, Ford Kuga und Volvo



XC. Darüber hinaus ist es für diverse Modelle von Range Rover, Jeep, Lexus und Hyundai erhältlich.

Das Unternehmen mit Hauptsitz in Härkingen gehört zu den bedeutendsten Herstellern von Leichtmetallfelgen für PW und Nutzfahrzeuge. Als langjähriger Partner der Automobilindustrie erfüllen alle Felgen die strengen Anforderungen der Fahrzeughersteller. Das Unternehmen ist kontinuierlich gewachsen und steht für Kundennähe, Innovationskraft und Qualitätsarbeit. Die Ronal Group beschäftigt weltweit über 7000 Mitarbeitende. <

PK MOBIL, die Pensionskasse für AGVS ASTAG 2rad Schweiz VSCI

Die PK MOBIL-Kunden haben das ganze Jahr Weihnachten.

BVG Zins 2017 +1%

PK MOBIL	2%
-----------------	-----------

Obligatorisch	1%
----------------------	-----------

Risikobeiträge 2018

Senkung um	15%
-------------------	------------



PK MOBIL
CP

PK MOBIL Tel. +41 (0)31 326 20 19 pkmobil.ch

Sicher unterwegs in die Zukunft

FIGAS – Ihr Branchenprofi

professionell – diskret – persönlich

**Branchentreuhand**

- Buchführung und Abschlussberatung
- Ordentliche und Eingeschränkte Revisionen
- MWST-Abrechnungen und MWST-Checks
- Steuerberatung und Steuerdeklarationen
- Begleitung von Gründungen, Umstrukturierungen, Sanierungen und Liquidationen
- Finanz- und betriebswirtschaftliche Beratungen
- Inkassodienstleistungen
- Lohnbuchhaltung

FIGAS Autogewerbe-Treuhand der Schweiz AG

Mühlestrasse 20 | 3173 Oberwangen
Telefon +41 31 980 40 50 | www.figas.ch

Ein Unternehmen der OBT Gruppe

Carex Autozubehör AG

www.carex.ch

> Neu bei Carex: Lite Blox – Die (r)evolutionäre Fahrzeugbatterie

pd. Das fundierte Fachwissen von Carex im Bereich Leichtbau und die Erfahrungen aus Vertrieb und Service von Batterien für den Motorsport, kombiniert in einer innovativen, federleichten Starterbatterie für den

Einsatz unter Extrembedingungen im Performance und Motorsport-Bereich garantiert gute Qualität für Garagisten und Endverbraucher – handmade in Germany.

Die Lite Blox nutzt neueste LiFePO Speichertechnologie, die es ermöglicht, in kleinen und

leichten Akkus hohe Energiedichten bei bester Zuverlässigkeit zu realisieren. Sie ist für den Betrieb an gängigen Lichtmaschinen geeignet, kann Lageunabhängig verbaut werden und ersetzt die OEM Starterbatterie – bei einem Bruchteil von Grösse und Gewicht.

Entwickelt, gefertigt und von Hand zusammengesetzt in der Manufaktur am Bodensee wird jede Lite Blox vor Auslieferung einzeln optisch und technisch überprüft, um sicherzustellen, dass ein einwandfreies Produkt mit maximaler Haltbarkeit und Performance ausgeliefert wird. Höchste Standards hinsichtlich Fertigungsqualität und verwendeter Materialien sind das Credo.

Facts:

- Spart bis zu 25 kg Gewicht
- Bis zu dreimal längere Lebensdauer
- NFC-Schnittstelle für Statusdiagnose in Echtzeit
- Für nahezu jedes Fahrzeugkonzept geeignet
- Kaum Selbstentladung bei Nichtgebrauch
- Rennsport-getestet und vom Deutschen Motor Sport Bund geduldet
- Wartungsfrei durch intelligente Elektronik mit akustischer Warnfunktion
- Entwickelt und von Hand gefertigt in Deutschland

Empfohlener Verkaufspreis: ab CHF 740.– inkl. MWST. <



<p>CORTELLINI & MARCHAND AG</p>	<p>061 312 40 40 Rheinfelderstrass 6, 4127 Birsfelden</p>
<p>Der umfassendste Auto-Steuergeräte-Reparatur- Service von Cortellini & Marchand AG.</p> <p>www.auto-steuergeraete.ch</p>	<p>Sie suchen, wir finden – Ihr Suchservice für Auto-Occasionsteile</p> <p>www.gebrauchte-fahrzeugteile.ch</p>

Neu: FGS, der Anhänger mit Liftachse und 100%-Achsausgleich

Nutzlast bis 2,9 t

Autotransport-Anhänger und Aufbauten
Besuchen Sie unsere Ausstellung oder verlangen Sie eine Vorführung.
Auch in Kommunalausführung lieferbar.

T&W Technik

Dammstrasse 16, 8112 Otelfingen
Tel. 044 844 29 62
www.fgs-fahrzeuge.ch

**AUTO
INSIDE****Das auflagenstärkste Fachmagazin für die Schweizer Garagisten**

90. Jahrgang, 11 Ausgaben in deutscher und französischer Sprache
WEMF-beglaubigte Auflage per Oktober 2016: 11 882 Exemplare davon 8947 in Deutsch, 2935 in Französisch

Herausgeber

Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS)
www.agvs-upsa.ch

Verlag

AUTOINSIDE
Wölflistrasse 5, Postfach 64, CH-3000 Bern 22
Telefon: +41 (0)31 307 15 15
verlag@agvs-upsa.ch, www.autoinside.ch

Administration und Aboverwaltung

Jahresabonnement
CHF 110.– inkl. MWST
Einzelnummer
CHF 11.– inkl. MWST
Kontakt: Alain Kyd
Telefon: +41 (0)31 307 15 15
alain.kyd@agvs-upsa.ch, www.agvs-upsa.ch

Redaktion

AGVS-Medien
Flurstrasse 50, CH-8048 Zürich
Telefon: +41 (0)43 499 19 81
newsdesk@agvs-upsa.ch

Redaktionsteam: Mario Borri (mbo, leitender Redaktor Mobilität), Sandro Compagno (sco, Leiter Content Management), Reinhard Kronenberg (kro, Leiter Publizistik), Sascha Rhyner (srh, Redaktor Mobilität), Jean-Pierre Pasche (jpp, Korrespondent Westschweiz), Bruno Sinzig (si, Spezialgebiet Bildung), Raoul Studer (rst, Spezialgebiet Politik).

Weitere Beiträge von: Monique Baldinger, Stephan Bättig, Thomas Jäggi, Nicolas Kunz, Olivier Maeder, Christa Odermatt, Markus Peter, Urs Wernli

Gestaltung: Robert Knopf, Christoph Pfister

Vermarktung

AGVS-Medien
Flurstrasse 50, CH-8048 Zürich
Kontakt: Erich Schlup, Key Account Manager
Telefon: +41 (0)43 499 19 83
Mobile: +41 (0)79 256 29 23
vermarktung@agvs-upsa.ch

**Gesamtverantwortung
Redaktion und Vermarktung**

Georg Gasser
AGVS-Medien
Flurstrasse 50, CH-8048 Zürich
Telefon: +41 (0)43 499 19 89
ggasser@agvs-upsa.ch

Druck/Versand

galledia AG
Burgauerstrasse 50, CH-9230 Flawil
www.galledia.ch
Kontakt: Michael Rottmeier
Telefon +41 (0)58 344 97 44

michael.rottmeier@galledia.ch
Nachdruck oder Vervielfältigung von Artikeln auch auszugsweise nur mit Zustimmung der AGVS-Medien. Für unaufgeforderte eingesandte Manuskripte und Bilder übernehmen wir keine Haftung. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschliesslich deren Betreiber verantwortlich.



gedruckt in der
schweiz

AGVS | UPSA

Auto Gewerbe Verband Schweiz
Union professionnelle suisse de l'automobile
Unione professionale svizzera dell'automobile

Vielfalt und Qualität von Derendinger. Für starke Garagen.

www.derendinger.ch



**Ersatzteile
und
Zubehör**

Derendinger