

AUSGABE 2 – FEBRUAR 2018

AUTO INSIDE

Das Fachmagazin für die Schweizer Garagisten

Was der «Tag der Schweizer Garagisten» 2018
ans Licht gebracht hat

Seite 10–28

Warum kleinere Blechschäden ein Zusatzgeschäft
und Kundenbindungsinstrument sind

Seite 30–36

Was der Auto-Salon in Genf den Garagisten
dieses Jahr bietet

Seite 38–41



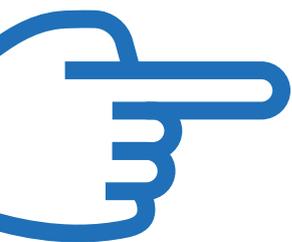
TRAINING

Das Schulungsprogramm 2018 ist verfügbar

Jetzt Training buchen!

Online-Anmeldung

www.autotechnik.ch/training



Hostettler Autotechnik AG

Telefon 041 926 62 35

Téléphone 021 644 21 64

E-Mail info@autotechnik.ch

hostettler *autotechnik ag*

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

Februar 2018



26 Mit einer AGVS-Dienstleistung Profil zeigen: Die Prämierung der fleissigsten AEC-Anbieter im Rahmen des «Tag der Schweizer Garagisten» 2018 zeigt, dass sich Kundenfreundlichkeit und Expertise auszahlen.



38 «Die Digitalisierung macht auch vor dem Auto-Salon nicht halt», erklärt **André Hefti**, Generaldirektor. Welche Herausforderungen haben die Veranstalter an der 88. Ausgabe zu meistern? Was bedeutet das Fernbleiben renommierter Marken? Welche Zukunft hat die Halle 7?



48 Lasset die Vorbereitungen beginnen: Automobil-Mechatroniker sollen im Juni die Vorausscheidung für die Schweizer Berufsmeisterschaften, die SwissSkills, bestreiten. Ein Meilenstein, der schliesslich den Weg an die WorldSkills 2019 ebnet könnte.



Titelseite:
Training. Das Hostettler-Schulungsprogramm 2018 ist verfügbar.

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

Editorial

5 Den komplexen Wandel in der Mobilität gemeinsam meistern

6 Kurz notiert

«Tag der Schweizer Garagisten»

- 10 Mit Mut in die Zukunft
- 12 Autopapst Ferdinand Dudenhöffer
- 13 Gerhard Schürmann und Jean-Charles Herrenschmidt wagen die Prognose
- 14 Digitalisierung in der Berufsbildung
- 15 Marc Walder rüttelt die Autobranche wach
- 16 Marketing mit und fürs Köpfchen
- 18 Impressionen und Stimmen zur Tagung
- 22 Mobilitätsdienstleister und digitale Garage aus Forschungssicht
- 23 Das hält die Praxis von der Digitalisierung
- 24 Norbert Haug und Mario Illien: Zwei Motorenkoryphäen im Gespräch
- 26 Die AEC-Garagisten des Jahres 2017
- 28 Der AGVS-Zentralpräsident zieht Bilanz

Carrosserie

- 30 VSCI-Präsident Felix Wyss im Interview
- 32 Micro Repair fürs Zusatzgeschäft
- 34 Den richtigen Farbton finden
- 36 Produkteneuheiten

Auto-Salon

- 38 Salondirektor André Hefti im Gespräch
- 40 Garagisten zum 88. Auto-Salon

Werkstatt und Kundendienst

- 42 Das Aftersales-Geschäft wird digital
- 44 Der AutoEnergieCheck erfährt Neuerungen
- 45 Der letzte AEC-Newcomer im Porträt
- 46 Zu Gast beim sffv

Beruf und Karriere

- 47 Das AGVS-Didaktikmodul
- 48 Die Mission SwissSkills kann starten
- 50 Die AGVS Business Academy
- 52 Regionale Weiterbildungskurse

Auto und Wissen

- 54 Drehmomentgesteuertes Sperrdifferential

Politik

- 56 Prognosen fürs Händlernetz
- 58 Neues über Importzölle und für Geschäftsfahrzeuginhaber
- 60 Kommt das Winterreifen-Obligatorium?

62 Garagenwelt

63 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

GENEVA
INTERNATIONAL
**MOTOR
SHOW**

88.

Internationaler
Auto-Salon

und Zubehör

8.–18. März 2018

Genf

hostettler *autotechnik ag*

Besuchen Sie uns am Stand 7010 in der Halle 7
und profitieren Sie von attraktiven Angeboten vor Ort!

MOTUL



NEXEN TIRE



SSW
PERFORMANCE WHEELS

Den komplexen Wandel in der Mobilität gemeinsam meistern

Liebe Leserin, lieber Leser

Am vergangenen «Tag der Schweizer Garagisten» 2018 ist es gut gelungen, Themen und Entwicklungen rund um die Mobilität aus verschiedenen Perspektiven zu beleuchten und Trends hin zu Veränderungen zu erkennen. Aber auch – nicht minder wichtig – gemeinsam zu vertiefen, was sich kaum verändern wird.

Unsere Branche steht vor dem wahrscheinlich tiefgreifendsten Wandel ihrer Geschichte. Die Dynamik, mit der sich dieser Wandel vollzieht, ist beeindruckend. Die künftige Mobilität wird vom Streben nach höherem Komfort und noch mehr Sicherheit geprägt sein. Dies eröffnet neuen unternehmerischen Spielraum, denn die Vielfalt an möglichen Dienstleistungen wird zunehmen.

Parallel wird sich die Rolle des Garagisten schrittweise verändern. Verkauft, wartet und repariert er heute Automobile und Lastwagen, so wird er morgen vermehrt ergänzende Dienstleistungen zugunsten der Mobilität anbieten. Er wird aktiver im Mobilitätsmarkt in Erscheinung treten und bereit sein müssen, neue Geschäftsmodelle auszuprobieren. Dies setzt Initiative und Mut voraus. Dabei ist gut zu wissen, dass der Wunsch nach persönlicher Nähe zum



«Die Komplexität im Umfeld der modernen Mobilität nimmt zu. Es steuert alles darauf zu, dass Aufgaben vermehrt gemeinsam anzupacken sind.»

Garagisten beim Kunden ausgeprägt ist und der direkte Draht zum Autofahrer entscheidend zum Erfolg beiträgt.

Auch die Hersteller, die Zulieferer, die Dienstleister, die Ausbilder, der Gesetzgeber und die Politik werden von der rasanten Entwicklung gefordert. Stichworte sind unter anderem: energieeffizientere Antriebe, Elektromobilität, Carsharing, autonomes Fahren, Klimaschutz, Urbanisierung, Mobility Pricing, Strasseninfrastruktur,

Ersatzteile aus dem 3D-Drucker oder E-Learning. Als gemeinsame Mission für die Autobranche gilt es, die individuelle Mobilität heute sicherzustellen und für morgen effizienter zu gestalten. Nur auf diese Weise können die modernen Volkswirtschaften, in welchen immer mehr Menschen und Güter bewegt werden, prosperieren.

Der diesjährige «Tag der Schweizer Garagisten» hat gezeigt, dass die Komplexität im Umfeld der modernen Mobilität zunimmt. Es steuert alles darauf zu, dass Aufgaben vermehrt gemeinsam anzupacken sind. Wir sitzen alle im gleichen Boot. Auch diese Erkenntnis bestätigt die Haltung des Zentralvorstands, im AGVS weiterhin auf Partnerschaften zu setzen und gemeinsam tragfähige Lösungen voranzubringen.

Ich freue mich, die Entwicklung in der Autobranche zu einer ausgeprägten Dienstleistungsorientierung mitgestalten zu können.

Allen, die den AGVS bei seinem Engagement unterstützen, danke ich.

Herzliche Grüsse

Urs Wernli
Zentralpräsident

Alles für effektvolle Akzente.

irmscher



CHEMUWA



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



DJ Bobo und Roland Hüsser, Generaldirektor Subaru Schweiz AG.

Subaru und DJ Bobo verlängern langjährige Partnerschaft

Subaru und **DJ Bobo** verbindet eine langjährige Freundschaft. Nicht nur privat zählt DJ Bobo auf den Komfort und die Sicherheit des 4x4-Pioniers. Subaru ist auch Tour-Partner von DJ Bobos Konzertreisen. Der Weltstar aus dem Kanton Aargau schätzt den 4x4-Antrieb und die hohen Sicherheitsstandards von Subaru: «Ich bin stolz, seit mehr als zehn Jahren Botschafter für die Marke Subaru zu sein. Subaru und DJ Bobo, das passt einfach, weil beide Marken für ähnliche Werte stehen.»

«Nissan Global Award» geht ins Berner Oberland

Erneuter Triumph für die Garage Pieren AG aus Thierachern bei Thun: Der Garagenbetrieb im Berner Oberland sichert sich zum vierten Mal den «Nissan Global Award». Die Garage Pieren AG erhält die Auszeichnung 2017 als einziges Unternehmen in der Schweiz. Mit seinem Global Award prämiiert Nissan alljährlich überdurchschnittliche Leistungen in Verkauf und Service. Im Rahmen von Umfragen wird dabei ermittelt, wie Kunden ihr Autohaus beurteilen. Die Absatzzahlen spielten dabei

eine Rolle, wichtiger ist jedoch die Kundenzufriedenheit.

Comparis-Umfrage: Drängeln, lichthupen, beleidigen

Acht von zehn Personen wissen aus eigener Erfahrung, was es heisst, von anderen Verkehrsteilnehmern drängelt, eingeschüchtert und provoziert zu werden. Das zeigt eine exklusive User-Umfrage des Internet-Vergleichsdienstes comparis.ch. Die häufigsten Arten von aggressivem und gefährlichem Verkehrsverhalten sind «dichtes Auffahren» (81 %), «lichthupen und aushupen» (74 %) und «provokative Fahrmanöver» (65 %). Trotz allem finden 64 Prozent der Befragten, es gehe im Schweizer Strassenverkehr grossmehrheitlich zivilisiert zu und her.

Marc Ziegler wird neuer CEO der Auto AG Group (AAGG)

Marc Ziegler (45) übernimmt den Vorsitz der Geschäftsleitung der Auto AG Group (AAGG). Der Betriebsökonom nimmt seine Arbeit am 1. Mai 2018 auf und löst **Robert**



Marc Ziegler.

Meyer in seiner Funktion als CEO ab, der nach zwölf Jahren erfolgreicher Tätigkeit für die Auto AG Group neue Aufgaben übernehmen wird. Meyer wird weiterhin im Verwaltungsrat sowie in diversen strategischen Projekten tätig sein. Mit dem Führungswechsel und der Anstellung von verschiedenen Geschäftsführern pro Business Unit (Bereich Nutzfahrzeug, Fahrzeugbau und ÖV) hat die AAGG die Kompetenzen massiv verstärkt und sich für die nächsten Entwicklungsschritte gut vorbereitet.

Neuer Europa-Chef für Reifenhersteller Hankook

Hankook ist in Europa mit einem neuen Chef ins Jahr 2018 gestartet. Wie der Reifenhersteller mitteilte, ist neu **Han-Jun Kim** Präsident und Chief Operation Officer für Europa und die GUS-Staaten. Er folgt auf **Ho-Youl Pae**, der in der Unternehmenszentrale in Korea neue Aufgaben unternimmt. Dort war auch Han-Jun Kim zuletzt als Senior Vice President Corporate Management beschäftigt. Der 52-Jährige arbeitete vor seinem Eintritt bei Hankook unter anderem für Bayer und MAN.



Ausgezeichnet: Das Team der Garage Pieren AG in Thierachern BE.

Unternehmerische Freiheit

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

Cooper Tire: Michael Lutz übernimmt DACH-Region

Michael Lutz heisst der neue General Manager von Cooper Tire für die Region Deutschland, Österreich und Schweiz. Michael Lutz bringt über 30 Jahre Erfahrung in der Reifenindustrie mit. Zuvor arbeitete er für Goodyear/Dunlop, einschliesslich einiger Jahre an der Spitze der Handelsorganisation Premio. Zuletzt war er Managing Direktor von Apollo Vredestein in Deutschland.



Michael Lutz.

Hannesbo: «Sehr zufrieden mit den Ergebnissen»

Im vergangenen Jahr konnte die Amag mit ihren Marken erneut ein solides Ergebnis erzielen. Die Marke Volkswagen blieb mit 35975 Einheiten die meistgekauftete Marke in der Schweiz. Insgesamt wurden 89 228 Personenwagen der Marken Volkswagen, Audi,



Morten Hannesbo.

Seat und Skoda in der Schweiz zugelassen. Amag-CEO **Morten Hannesbo**: «Wir sind sehr zufrieden mit den Ergebnissen. Diese gehen einerseits aus dem anhaltend grossen Vertrauen unserer Kunden in unsere Produkte sowie andererseits aus den exzellenten Leistungen unserer Händler und Servicepartner hervor. Ich bin froh, dass wir unser Ziel, den EA189-Rückruf in diesem Jahr abschliessen zu können, mit über 95,5 Prozent umgerüsteten Fahrzeugen de facto erreichen konnten. Wir werden jedoch nicht ruhen, bis alle betroffenen Fahrzeuge das Softwareupdate erhalten haben.»

Rekordjahr für Nutzfahrzeuge

Der Markt für Nutzfahrzeuge der Schweiz und des Fürstentums Liechtenstein hat das beste Jahr der laufenden Dekade hinter sich. 2017 wurden insgesamt 31683 leichte und 4586 schwere Nutzfahrzeuge sowie 5053 Personentransportfahrzeuge erstmals eingelöst. Alle drei Segmente sind im Vergleich zum Vorjahr deutlich gewachsen: leichte Nutzfahrzeuge um 6,2 Prozent, schwere Nutzfahrzeuge um 12,5 und Personentransportfahrzeuge um 8,6 Prozent.

Olympiasieger Guerdat fährt Toyota Land Cruiser

Steve Guerdat, Olympiasieger 2012 in London, vertraut bei der Mobilität auf Toyota. Auf seinem Gut in Elgg ZH hat Guerdat stolz den neuen Toyota Land Cruiser übernommen. «Der



Starkes Team: Steve Guerdat und sein neuer Toyota Land Cruiser.

Land Cruiser verbindet einen hohen Komfort, wodurch ich entspannt und relaxt an meinem Ziel ankomme. Gleichzeitig kann ich aber auch bis zu 3,5 Tonnen mit dem Fahrzeug ziehen, was für meine Leidenschaft, den Reitsport, ein wichtiges Attribut ist.» Steve Guerdat ist seit einem Jahr Botschafter von Toyota. «Steve Guerdat ist aufgrund seiner Persönlichkeit und natürlich des sportlichen Erfolgs für uns ein wichtiges Aushängeschild», sagt **Christian Künstler**, Managing Director Toyota AG, zur Partnerschaft mit Guerdat.

Tesla Model 3 weiter nur im Kriechgang unterwegs

Elektro-Pionier Tesla kommt mit seinem Mittelklasse-Stromer Model 3 weiter nicht vom Fleck. Im vierten Quartal 2017 wurden lediglich 1550 Einheiten von Teslas erstem Mittelklassewagen ausgeliefert, wie die Firma von Tech-Milliardär **Elon Musk** mitteilte. Das zunächst vorgegebene Ziel von 5000 gefertigten Model 3 pro Woche verschob Tesla zum zweiten Mal nach hinten

und geht nun davon aus, diese Produktionsrate erst Mitte 2018 erreichen zu können. Für Tesla ist der Erfolg des in den USA ab 35 000 Dollar erhältlichen Model 3 entscheidend. Mit dem ersten Mittelklassewagen soll der Durchbruch in den Massenmarkt gelingen, der das bislang chronisch defizitäre Unternehmen einmal profitabel machen soll. Angesichts des Holperstarts mehren sich die Zweifel, ob dies gelingen kann.



Tesla Model 3.



Täglich aktuelle News:
www.agvs-upsa.ch

le GARAGE,
das partnerschaftliche
Garagenkonzept Ihrer ESA



le GARAGE

Die Marke Ihrer Wahl

Die ESA beweist Kompetenz

Carrosserieeinrichtungen, Hilfsmittel, Werkzeuge

Eine der Stärken der ESA ist es, ihren Kunden stets die neusten auf dem Markt verfügbaren Errungenschaften anbieten zu können. Nach dem Motto «Alles aus einer Hand» gilt dies auch im Carrosseriebereich.

■ pd. Bei den Lackieranlagen vertraut die ESA seit zwölf Jahren auf den italienischen Hersteller Tricon. Gegründet wurde die weltweit tätige Firma 1975. Sie entwickelt massgeschneiderte Lackierkabinen und Vorbereitungsplätze mit Augenmerk auf Bedienerfreundlichkeit, Wirtschaftlichkeit und Innovationen. Moderne, computergestützte Lösungen, die Bedienung via Touchscreen, Inverter- und Save-Heat-Systeme sind nur einige der Eigenschaften, welche die anspruchsvollsten Bedürfnisse der Kunden erfüllen und übertreffen.

Ein Highlight sind die filterfreien Bodenroste. Die einzigartigen Filtersysteme, die im Aggregat integriert werden, bieten eine sehr grosse Filterfläche und erlauben enorme Zeiteinsparungen bei der Wartung. Alle in den Kabinen eingebauten Komponenten stammen von namhaften Firmen wie Siemens oder Riello und garantieren mit der hochstehenden Herstellungsqualität von Tricon grosse Zuverlässigkeit.

Für jeden Kunden die passende Lösung

Auch bei den IR- und UV-Trocknern setzt die ESA auf einen bekannten Hersteller. Infrarot erzeugt seit über 25 Jahren Hochleistungstrockner für alle Anwendungen im Carrosseriebereich und hat sich zum Branchenführer entwickelt. Für alle Kundenerfordernisse gibt es die geeignete Ausführung: Mobile Trocknerwagen stehen ebenso zur

Verfügung wie schienengeführte Modelle und Trocknungsbogen.

Den Entwicklungen bei den Lacken und Farben entsprechend lanciert Infrarot eine Serie von UV-Trocknern. An der Spitze dieses neuen Produktsegments stehen die «Combi-Versionen». Über das gleiche intuitive Touchdisplay werden sowohl der UV- als auch der IR-Teil präzise gesteuert. Die Paneele sind mit Temperatur- und Abstandssensoren sowie einem Laserpointer ausgestattet.

Absaugeinrichtungen und die passenden Satelliten sind die Spezialität des exklusiven Partners Filcar. Je nach Situation wird Schleifstaub oder Schweißrauch wirkungsvoll abgesaugt. Die eingesetzten leistungsstarken Turbinen sind effizient und lassen sich präzise regeln. Ausgeklügelte Filtersysteme stehen bei Bedarf zur Verfügung.

Die Fachkräfte der ESA sind darauf geschult, ihre Kunden persönlich zu beraten, auf ihre Bedürfnisse einzugehen und ihre Erwartungen wahrzunehmen. Bei der Planung steht das eigene Architekturbüro zur Seite, und die Spezialisten des technischen Kundenservice sind für die Montage und die Wartung der Einrichtungen zuständig.

Gerne steht die ESA für eine gemeinsame Erarbeitung zur Verfügung. <



Weitere Infos unter:

esa.ch / esashop.ch / carroshop.ch



Ihre ESA – Ihre Partnerin für
die erfolgreiche Carrosserie

esa.ch | esashop.ch | carroshop.ch

Meine
ESA+
Zusammen sind wir stark



Der Reifen- und Räderratgeber powered by Pirelli

Wie kann sich der Garagist im Reifengeschäft abheben?

Für AUTOINSIDE beantwortet Reifenspezialist Elio Rullo sechs Mal pro Jahr wichtige Fragen zum Reifen- und Rädergeschäft. Die Beiträge sind auf einen maximalen Nutzwert ausgerichtet und werden von AUTOINSIDE-Partner Pirelli zur Verfügung gestellt.

■ Reifen sind eines der wichtigsten Mittel zur Kundenbindung im Garagenbetrieb. Mit ihnen lassen sich Kunden gewinnen und wahren, aber es braucht dazu eine klare Strategie und spezialisierte Mitarbeitende im Betrieb, die diese Strategie konsequent umsetzen. Dann lässt sich aus dem Reifen- und Rädergeschäft ein profitabler Geschäftsbereich gestalten.

Zunächst muss sich der Garagist im Klaren sein, wie er sein Räder- und Reifengeschäft aufbauen, beziehungsweise wie weit er es ausbauen will. Es gilt verschiedene Grundsatzfragen zu beantworten:

1. Welches sind die Grundbedürfnisse meiner Kunden in Bezug auf Räder und Reifen?
2. und daraus abgeleitet: Wie finde ich vorhandenes Kundenpotenzial und nutze dieses?
3. Was ist beim Aufbau eines Reifenhotels zu beachten?
4. und absolut entscheidend: Ist ein Reifenhotel für mich eine zusätzliche Einnahmequelle oder lediglich ein teures Kundenbindungskonzept?

Ist man sich über die Antworten auf diese Fragen im Klaren, kann das Reifen- und Rädermanagement systematisch professionalisiert werden. Wir von Pirelli bieten hier mit unserem Beratungskonzept gerne unsere Hilfe an, um brach liegendes Potenzial auszuschöpfen. Unser Beratungskonzept verfolgt, ausgehend von einer eingehenden Analyse des Ist-Zustandes, verschiedene Ziele: Die Steigerung der Produktivität, der Effektivität, des Gewinns und der Marktanteile im Ersatzgeschäft. Dazu die Stärkung und Ausbildung der Mitarbeiter sowie die Kundenbindung und die Sicherung der Wertschöpfung (siehe Box).

Wie kommt es zu diesen Resultaten? Die in der Tabelle beschriebene Garage integrierte ihre Beratungsbereiche in eine Erlebniswelt «Reifen und Räder». Pirelli vermittelte zusätzlich spezifisches Reifen- und Räder-Know-how an jene Mitarbeitenden, die sich im Daily Business mit diesem Geschäftsbereich befassen. Heute verfügt der Garagenbetrieb über eine professionelle Entwicklung des Reifen- und Rädergeschäfts mit einer gezielten Betriebsausrichtung inklusive professioneller Mitarbeiter und mit einer klaren Strategieauslegung.



Das Unternehmen generiert auf diese Weise nicht nur Mehrumsatz und -gewinn, sondern auch zufriedene Kunden sowie erhöhten Kundentraffic. Und das nicht nur heute: Dank einer weitsichtigen Planung und Erarbeitung von verlässlichen Entscheidungsgrundlagen betreffend Lagerfläche und Infrastruktur, Ressourcen, dafür gesorgt, dass Dienstleistungen wurde das Reifen- und Rädergeschäft auch in fünf, zehn oder 15 Jahren noch ein wichtiger Umsatzträger sein wird.



Elio Rullo ist seit 28 Jahren in der Reifenbranche tätig und einer der tiefsten Kenner des Reifengeschäfts in der Schweiz. Bei der Pirelli Tyre (Suisse) SA bekleidete er in den letzten drei Jahrzehnten verschiedene Positionen, unter anderem jene des Leiters Motorsport. Heute ist er verantwortlich für Kundendienst und Technik.

Dass sich mit einer aktiven Teilnahme am Pirelli-Beratungskonzept und Umsetzung der Empfehlungen sowohl Umsatz wie auch Gewinn steigern lassen, zeigen die nachfolgenden Zahlen aus einem Garagenbetrieb in der Schweiz:

Beispiel Impact Räder Reifen Management Optimierung

Ausgangslage	Nach RRM	Steigerung	
Verkaufte Neufahrzeuge pro Jahr	1.000	1.000	
Ausrüstungsquote Neuwagen mit Winterkomplettrad	40%	60%	20%
Verkaufte Winterkompletträder pro Jahr	1.600	2.400	800
Jahresumsatz Winterkomplettrad (in CHF)	880 000	1 320 000	440 000
Potenzialabschöpfung lose Reifen	1.800	2.400	600
Jahresumsatz lose Reifen (in CHF)	324 000	432 000	108 000



www.pirelli.ch / elio.rullo@pirelli.com

Mission Mobilität. Die Rolle des Garagisten: was ändert – und was bleibt

Mit Mut in die Zukunft

Das Schweizer Autogewerbe steht vor grossen Herausforderungen. Der «Tag der Schweizer Garagisten» ist als grösste Fachtagung der Schweizer Autobranche ein wichtiger Anker in der Zeit des schnellen Wandels. Kein Wunder, verzeichnete die Veranstaltung im Berner Kursaal mit 800 Teilnehmenden einen Rekord!

■ «Der Garagist wird in Zukunft aktiver in Erscheinung treten müssen»: Mit einem Appell für Initiative und Mut, Neues anzupacken, eröffnete AGVS-Zentralpräsident Urs Wernli den «Tag der Schweizer Garagisten» 2018 in Bern. Der Wandel und die Digitalisierung als grosse Herausforderungen standen im Zentrum des reichhaltigen Programms mit spannenden Referentinnen und Referenten.

Die Autobranche stehe vor dem wahrscheinlich tiefgreifendsten Wandel ihrer Geschichte, sagte Urs Wernli zur Eröffnung der Garagistentagung. Das biete Chancen: «Das Nebeneinander diverser Technologien schafft neue unternehmerische Möglichkeiten, sich zu spezialisieren und eigenständige Dienstleistungen zu erbringen.» Urs Wernli rief die AGVS-Mitglieder auf, die Zukunft mit Selbstvertrauen und Zuversicht anzugehen. Der Bedarf an individueller motorisierter Mobilität werde steigen, bleiben werde die Faszination Auto.

Wie die Zukunft aussieht

Die Referenten untermauerten die Aussagen Wernlis. So zeigte Professor Ferdinand Dudenhöffer auf, wohin die Reise der Autohersteller beim Verkauf und Vertrieb und in der Mobilität gehen kann. Allerdings wollte sich auch der Autopapst nicht

auf einen genauen Zeitpunkt festlegen (Seite 12). Wie schnell diese Veränderungen zuweilen ein Unternehmen auf den Kopf stellen können, erzählte Marc Walder, CEO der Ringier AG, der mit seinem Referat «aufrütteln, provozieren und inspirieren» wollte (Seite 15). Wohin die Reise für die Garagisten gehen könnte, zeigte Andrea Back, Professorin der HSG St. Gallen, am Beispiel der «Garagenvision 2025» auf (Seite 22).

Was dieser Wandel konkret für den Garagisten bedeutet, erörterten Jean-Charles Herrenschildt, Präsident des Europäischen Kraftfahrzeugverbands Cebra, und Gerhard Schürmann, CEO der Emil Frey Gruppe (Seite 13). Tipps, wie mit dem Wandel und der Digitalisierung in der Praxis erfolgreich umzugehen ist, erhielten die 800 Teilnehmerinnen und Teilnehmer von ihren Berufskollegen Dominique Kolly und Kurt Aeschlimann sowie Bettina Schmid, Luzi Thomann und TCS-Zentralpräsident Peter Goetschi (Seite 22–23).

Einen unterhaltsamen Blick ins menschliche Gehirn bot Hans-Georg Häusel. Der deutsche Psychologe und Vordenker des Neuromarketings beleuchtete auf humorvolle Weise, wie die Prozesse des Kaufentscheids ablaufen, wie unterschiedlich diese bei verschiedenen Menschen sein können. Und warum (Seite 16–17).



Auf der Bühne vereint: AGVS-Sektionspräsidenten, Mitglieder des AGVS-Zentralvorstands und Sponsoren des «Tag der Schweizer Garagisten» 2018.

Veränderungen in der Ausbildung

Die Digitalisierung beeinflusst auch die Aus- und Weiterbildung. Pierre Dillenbourg, Professor an der ETH Lausanne, beleuchtete, welche neuen Wege zu gehen sind. Olivier Maeder, Bereichsleiter Bildung beim AGVS, und Flavio Helfenstein, Berufsweltmeister 2011 sowie Junggaragist, diskutierten anschliessend die Auswirkungen auf die Praxis (Seite 15).

Den Anlass rundete zum dritten Mal das «Dîner des garagistes» ab, das sich zusehends grösserer Beliebtheit erfreut. Neben der Preisverleihung für den «AEC-Garagenbetrieb des Jahres» (Seite 26–27) war fraglos der Auftritt der beiden Rennsportlegenden

Norbert Haug und Mario Illien das Highlight – nicht nur des Abends (Seite 24–25).

Neben den spannenden Fachreferaten wurde von den Teilnehmenden auch die Möglichkeit des intensiven Austauschs untereinander sehr geschätzt und gewürdigt. Der nächste «Tag der Schweizer Garagisten» findet am Dienstag, 15. Januar 2019, statt. <



«Tag der Schweizer Garagisten» 2018:
www.agvs-upsa.ch/tagung2018



Vom «Tag der Schweizer Garagisten» berichteten Tatjana Kistler, Sandro Compagno, Peter Fuchs, Robert Knopf, Reinhard Kronenberg, Christoph Pfister und Sascha Rhyner.

Die Tagung wird unterstützt von:



Das «Dîner des garagistes» wird unterstützt von:



Autopapst Ferdinand Dudenhöffer

«Sie schaffen das!»

Das erste und letzte Wort am «Tag der Garagisten» 2018 gehörte – abgesehen von AGVS-Zentralpräsident Urs Wernli – Professor Ferdinand Dudenhöffer. Der Autopapst war einer der 800 aufmerksamen Zuhörer im Berner Kursaal. Er stellte der Schweizer Autobranche ein ermutigendes Zeugnis aus.



■ Es waren gleichsam spannende und herausfordernde Zukunftsaussichten, die Professor Ferdinand Dudenhöffer direkt nach dem «Garagisten-Brunch» servierte. Dabei war allerdings auch gleich ein schwer verdaubarer Brocken: «Digitalisierung gibt es nicht im Autogewerbe. Maximal bedeutet digital heute, eine Website mit einem Konfigurator zu haben.» So werde vor allem der Verkauf von Neuwagen in Zukunft über neue Kanäle passieren, ist Dudenhöffer überzeugt. «Schon heute erhält das Portal meinauto.de pro Jahr 17 Millionen Kaufanfragen – keiner hat in Deutschland mehr Anfragen.»

Als Beispiel für den Schritt in die Zukunft nannte er Tesla und dessen Vertriebsmodell mit Stores in den Städten und Servicestellen ausserhalb der Ballungszentren. Auch Geely überlege sich ein Vertriebsgeschäft ohne Garagisten. Weitere Player wie Amazon würden auf den Markt drängen. Dennoch sieht er die Zukunft für die Garagisten nicht schwarz. «Man muss sich heute über die

Rolle von morgen Gedanken machen», so der Rat des Autopapsts. «Wartungsarbeiten kann und will Amazon aber nicht machen», sagte Dudenhöffer. Diese Veränderung werde aber nicht morgen passieren, sondern erst übermorgen: «Sie haben Zeit, sich vernünftig damit zu beschäftigen.»

Chinesen auf dem Mond

Das gilt ebenfalls für das Carsharing, das laut Dudenhöffer in den nächsten Jahren massiv an Bedeutung gewinnen wird – wenn auch in unterschiedlichem Tempo, wie er pointiert bemerkte: «In Deutschland wird es mit allen Diskussionen wohl eher 2035, bis autonome Taxis die Regel sein werden. Bis dann fahren die Chinesen schon mit Autos auf dem Mond.»

Am Ende des Tages kam Dudenhöffer noch einmal auf das Tempo der anstehenden Veränderung zurück und strich damit eine der offenen Fragen des Tages heraus. Niemand kann genau sagen, wie schnell die Veränderungen passieren werden. Eine wichtige

Erkenntnis sei, dass man unverkrampft in die Zukunft gehe – «einfach nicht zu langsam». Kontinuierliche Verbesserung genüge indes nicht: «Die Glühbirne wurde nicht erfunden, weil die Kerze stetig verbessert worden war.»

«Es war beeindruckend»

Vor allem ermutigte Dudenhöffer die Garagisten, offene Fragen betreffend der Zukunft mit den Herstellern zu klären: «Die Autobauer wissen, wie ihre Autos in zehn bis fünfzehn Jahren aussehen werden. Stellen Sie bohrende Fragen! Lassen Sie nicht locker, wenn sie keine Antworten auf ihre Fragen erhalten.» Er habe viel Offenheit gespürt – auch in den Gesprächen während des Lunchs.

Deshalb sei er optimistisch für die Zukunft der Schweizer Garagisten: «Sie investieren sehr viel – Herzblut und Geld. Sie schaffen das!» Entsprechend zog Dudenhöffer über den «Tag der Schweizer Garagisten» 2018 ein sehr positives Fazit: «Es war sehr beeindruckend!» <

Die Folgen des Wandels für den Garagisten

Im Zentrum bleibt der Kunde

Der Wandel ist unaufhaltsam. Doch mitten im Sturm des Zeitenwandels ist und bleibt ein Faktor entscheidend: der Mensch. Jean-Charles Herrenschildt und Gerhard Schürmann sprachen über die Folgen der Digitalisierung für den Garagisten, über den Kampf um die Daten und darüber, wie sich die Cecra in Brüssel für die Garagisten einsetzt.

■ Die Folgen des Wandels für den Garagisten standen im Zentrum des Doppelinterviews, das Moderatorin Mélanie Freymond mit Jean-Charles Herrenschildt, Garagist und Präsident des Europäischen Kraftfahrzeugverbands Cecra, und mit Gerhard Schürmann, CEO der Emil Frey Gruppe, führte.

2025 100 Prozent aller Fahrzeuge konnektiv seien und in wenigen Jahren jeder vierte Wagen ein Elektrofahrzeug sei, bildete den Impuls für eine Diskussion um die Antriebe der Zukunft.

Gerhard Schürmann stellte die Frage in den Raum, ob wirklich 25 Prozent der Kunden ein Elektrofahrzeug kaufen möch-

ten oder ob nicht vielmehr der Gesetzgeber mit den CO₂-Grenzwerten die Hersteller dazu zwingt, 25 Prozent Elektrofahrzeuge zu verkaufen. «Ob diese Pläne aufgehen oder die Kunden bereit sind, CO₂-Bussen zu bezahlen, um kein Elektrofahrzeug kaufen zu müssen, werde sich weisen.» <

Skalenerträge der Digitalisierung

Bei diesem Wandel steht die Digitalisierung im Vordergrund. Für Gerhard Schürmann ist sie mit ein Grund für die Wachstumsstrategie der Emil Frey Gruppe: «Ein Digitalisierungsprojekt kostet gleich viel, ob ich es nun für 50 oder für 100 Betriebe durchführe. Aber die Kosten pro Betrieb nehmen ab.» Es sind Skaleneffekte, wie man sie seit Henry Fords Modell T bei den Herstellern kennt. Wichtig bei der Digitalisierung sei eines, rief Schürmann den 800 Teilnehmenden am «Tag der Schweizer Garagisten» 2018 zu: «Man muss den Mut haben, Fehler zu machen.»

Als Garagist müsse man sich die Frage stellen, wo man investieren wolle, ergänzte Jean-Charles Herrenschildt: «In den Showroom oder in die digitale Welt?» Entscheidend sei letztlich der Kontakt zum Kunden: «Ob in der Garage oder im Internet. Im Zentrum steht die Kundenerfahrung.» Im Handel sei der persönliche Kontakt noch immer ausschlaggebend.

«Wir brauchen Kundendaten»

Mit diesem persönlichen Kontakt einher geht die Datenhoheit. Schürmann wie Herrenschildt betonten die Wichtigkeit der Daten. «Wir brauchen die Kundendaten, um Dienstleistungen anbieten zu können», sagte der Franzose Herrenschildt, der sich mit der Cecra dafür einsetzt, dass sowohl Kunden- wie Fahrzeugdaten in den Händen der Garagisten bleiben. Man habe bei der EU-Kommission bereits Teilerfolge erringen können: «In dieser Sache kämpfen wir für die Freiheit der Konsumenten und der Branche.» Eine Aussage von Renault-CEO Carlos Ghosn, der damit rechnet, dass schon



Gerhard Schürmann,
CEO der Emil Frey Gruppe.



Cecra-Präsident
Jean-Charles Herrenschildt.

Digitalisierung in der Bildung

Sinnvoll einsetzen statt verbieten

Professor Pierre Dillenbourg führt an der ETH Lausanne die Abteilung für moderne Lerntechnologien und ortet in der Bildung einiges Potenzial: «Die Schule leistet in der Digitalisierung noch Widerstand.»

■ Auf lebendige Weise veranschaulichte Pierre Dillenbourg, dass sich in den letzten 100 Jahren zwar das Automobil rasant verändert hat, Klassenzimmer jedoch noch gleich aussehen wie 1918. «Lehrer von damals würden es sofort wiedererkennen – beim Automobil wäre das nicht zwingend so.» Schulbänke und Wandtafel gehören noch immer zur Grundausstattung eines Schulzimmers. «Wir vermitteln Wissen, das der Vergangenheit angehört. Wir müssen die Ausbildung umbauen», forderte der Professor der ETH Lausanne. Als Beispiel nannte er die Lehre der Statik bei Zimmerleuten: «Wir entwickelten eine App, dank der mit erweiterter Realität statische Probleme ohne mathematische Kenntnisse gelöst werden können.»

Wie das Smartphone einsetzen

Als zweite Problematik wies Dillenbourg darauf hin, dass Lernende von heute erst 2065 pensioniert werden. «Wir haben keine Ahnung, wie das Auto 2065 aussehen wird – ob es noch fährt oder fliegt. Das heisst, wir bilden für eine unbekannt Zukunft aus», führte Dillenbourg aus. Lernende in der Automobilbranche müssten keine Software-Programmierer sein, aber sie müssten auch die Grundkonzepte der zukünftigen Systeme verstehen. «Die Lernenden müssen in Zukunft die Käufer schulen können.» Dillenbourg rät auch, dass Technologien,



Die Moderatoren Mélanie Freymond und Patrick Rohr im Gespräch mit den Key-Visual-Models Salim Nasseri und Leonie Zellweger sowie Riet Bulfoni, der die Schweiz an den WorldSkills in Abu Dhabi vertreten hat.

mit denen die heutigen Jugendlichen vertraut sind, nicht am Arbeitsplatz verboten werden sollten: «Sie sollten sinnvoll eingesetzt werden. Das Smartphone kann zum Beispiel für die Lehrdokumentation gut genutzt werden.»

Aktuelle Trends der Ausbildung

Im Anschluss diskutierten Olivier Maeder, zuständig für Bildung im AGVS, sowie Flavio Helfenstein, Berufsweltmeister 2011, über die aktuellen Trends in der Ausbildung. Statt in Schulfächern werden die Lernenden neu in Handlungskompetenzen gelehrt. Dabei waren sich beide einig, dass neben dem

Verständnis für die elektronischen Systeme auch die mechanischen Kenntnisse weiterhin wichtig sind. Um neue Technologien, wie Assistenzsysteme, in die Bildungspläne aufnehmen zu können, müssen veraltete Inhalte eliminiert werden. «Aber wir haben noch immer die Tendenz, einen Vergaser zu erklären. Dies benötigt ein Lernen von heute nicht mehr. Dafür haben wir die Weiterbildung zum Fahrzeugrestaurator», sagte Oliver Maeder. <



Weitere Infos unter:
www.autoberufe.ch



Pierre Dillenbourg: «Es braucht in der Bildung keine Revolution, sondern eine Evolution.»



Olivier Maeder: «Die neue Bildungsverordnung der technischen Autoberufe ist ein grosser Schritt in die Zukunft.»



Flavio Helfenstein: «Das Bewusstsein für die Berufsbildung des Handwerks hat sich stark verändert.»

Digitalisierung

Der eindringliche Weckruf von Ringier-CEO Marc Walder

Die Medienindustrie war von der Digitalisierung deutlich früher betroffen als das Autogewerbe. Aus diesem Grund gibt es eine Reihe von Erkenntnissen, die für den Garagisten nützlich sind. Ringier-CEO Marc Walder hat sie den Teilnehmern am «Tag der Schweizer Garagisten» 2018 aufgezeigt. In aller Deutlichkeit.

«Wir haben es noch nicht geschafft, aber wir sind auf gutem Weg»: Marc Walder investierte 1,8 Milliarden Franken in den digitalen Umbau von Ringier.

■ Natürlich unterscheiden sich die Medien- und die Autobranche in wesentlichen Punkten. Als Beispiel: Den Blick verkauft man nicht dank persönlicher Beziehungen – und sein Restwert tendiert bereits 20 Minuten nach Beginn der Nutzung gegen Null.

Und doch: Die Digitalisierung stellt nicht nur die Medien, sondern auch die Autobranche vor enorme Herausforderungen. Er wolle aufrütteln, provozieren und inspirieren hatte Walder zu Beginn seines Referats vor der Mittagspause gesagt. Der CEO des Medienhauses Ringier und Initiant von Digitaliswitzerland hielt Wort und tischte den Tagungsteilnehmern schwer Verdauliches auf.

«Die Untertreibung des Jahres»

Für seine Provokationen suchte sich Walder einen seiner Vorredner aus: TCS-Zentralpräsident Peter Götschi hatte gesagt, mit der Digitalisierung sei etwas im Gange,

aber man habe noch Zeit. «Das ist die Untertreibung des Jahres», sagte Walder und zog Parallelen zur Medienindustrie: «Da war nicht «etwas im Gang». Das war ein Tsunami.»

Für 1,8 Milliarden Franken hat Walder den Medienkonzern Ringier in den letzten zehn Jahren umgebaut. Walder stellte die fünfte Generation der Gründerfamilie vor die Wahl: «Entweder wir verkaufen oder wir transformieren das Unternehmen komplett. Und das wird teuer und schmerzhaft.» Zehn Jahre später generiert Ringier 62 Prozent seines Gewinns (EBITDA) im digitalen Bereich.

«Ist Journalismus noch wichtig?», fragte der Chef über 130 Medientitel und antwortete gleich selbst: «Nein, betriebswirtschaftlich ist Journalismus nicht mehr wichtig.» Nur mit Zeitungen und Zeitschriften lasse sich nachhaltig kein Geld mehr verdienen.

Die Disruption lässt sich sehr genau

datieren: 2007 hatte Apple-Gründer Steve Jobs das iPhone vorgestellt. «Apple erfindet das Telefon neu», hatte Jobs damals gesagt. Auch das eine Untertreibung: Apple stellte die Wirtschaft auf den Kopf. «Das Smartphone entscheidet, ob Sie und Ihr Geschäft überleben. Wenn es Ihnen gelingt, damit mit Ihren Kunden zu kommunizieren, dann haben Sie vielleicht eine Chance. Wenn nicht, vergessen Sie es», stellte Walder klar.

Sein Appell an das Autogewerbe: Neugierig sein, die aktuelle digitale Entwicklung aufmerksam verfolgen, selbst dann, wenn man auf den ersten Blick keinen direkten Bezug zum eigenen Geschäft herstellen kann. Und weiter: Konsequenter mobil denken, soziale Medien und vor allem Videos nicht nur privat, sondern auch für die eigene Unternehmung nutzen, schnell sein – und mutig. <

Marketing mit und fürs Köpfchen

«Was keine Emotionen auslöst, ist wert- und bedeutungslos»

Eine Inspiration der besonderen und bleibenden Art: Der Hirnforscher Dr. Hans-Georg Häusel weiss, wie man (sich) verkauft. Und dieses Wissen versuchte er am «Tag der Schweizer Garagisten» zu vermitteln. Fakt ist: Kaufentscheide fallen im Hirn – und können von Garagisten mit Köpfchen beeinflusst werden.

Dr. Hans-Georg Häusel im Element: Mit seinem «Limbic»-Ansatz brachte der Schwabe den Tagungsteilnehmern das Neuromarketing näher. Dieses umfasst die Bereiche Motiv- und Kaufanalysen, Markenpositionierung, Zielgruppensegmentierung, Alters- und Geschlechtmarketing, Verkaufstraining und Unternehmensentwicklung.

■ Das Prinzip ist simpel: Eine Autowerbung weckt das Interesse des potenziellen Kunden; der Gedanke ans tolle Auto lässt diesen nicht mehr los, bis er sich das Prachtstück im Showroom seines Garagisten ansieht – und hoffentlich kauft. Doch wie funktioniert der Prozess des Kaufentscheids im Hirn des Kunden konkret? Wie kann ich ihn als Garagist beeinflussen? Und wie kann ich Kunden für mein Angebot gewinnen? Drei grosse Fragen im Raum – und 800 Persönlichkeiten der Schweizer Autobranche, die den humorvollen Worten des Psychologen und Vordenkers des Neuromarketings Dr. Hans-Georg Häusel gebannt lauschen.

Emotionen sind das Stichwort und Erfolgsrezept, um seinen Kunden zum Autokauf und somit zur grössten Investition neben dem Hauskauf zu bewegen.

Geld als konzentrierte Macht in der Hosentasche

Geld sei denn auch eine hoch emotionale Angelegenheit «Warum haben wir und unsere Mitmenschen solche Freude an Geld?», fragte der Schwabe das Plenum. «Weil wir damit unser Stimulanzsystem jubeln lassen können.» Geld sei nichts anderes als konzentrierte Macht in der Hosentasche mit Aussicht auf Erfüllung der Wünsche. «Wir wollen aber ans Geld unserer Kunden kommen», leitete Häusel zum Kernproblem über. Doch vorerst galt es, sich einiger Voraussetzungen des Gehirns bewusst zu werden. Häusel: «Um das Gehirn zu verstehen, müssen wir das Tempo der Evolution verstehen.» Denn Gene lernen langsam. Im Vergleich zur Menschheitsgeschichte habe sich die Hirnleistung in den vergangenen Jahrzehnten nicht mehr merklich weiterentwickelt – wie auch das Marketing eines

manchen Garagenbetriebs, setzte Häusel zum Seitenhieb an. Websites im «Dinosaurierzeitalter-Look» schrammen an den Bedürfnissen der heutigen, digital orientierten Kundschaft etwa im gleichen Mass vorbei wie die Wunschvorstellungen von Mann und Frau beim Thema Sex, provozierte der Hirnforscher und brachte sein Publikum zum Lachen. Denn die Anwesenden kennen die Realität der Automobilbranche: Globalisierung, Digitalisierung, technologischer Fortschritt – schnelle Entwicklungstendenzen erfordern schnelle Adaption.

«Bewusstsein ist nur eine PR-Aktion des Gehirns»

Anpassungen, die auch die Hirnforschung erfahren habe. Seit wenigen Jahren gelte der Konsens, dass das limbische System das absolute Sagen hat. Das System also, das der Verarbeitung von Emotionen und der Entstehung von Triebverhalten dient. «Alles, was keine Emotionen auslöst, ist für unser Gehirn wert-, bedeutungs- und nutzlos», betonte Hans-Georg Häusel. Und diese Gefühlsregungen stören nicht etwa das rationale Denken, sondern bereiten dieses im Unterbewusstsein erst vor: «Über 70 bis 80 Prozent der Entscheidungen fallen unbewusst.» Das Gehirn weiss quasi schon vorher, ob wir was kaufen oder nicht. Oder wie es der australische Neurologe Allan Snyder umschreibt: «Bewusstsein ist nur eine PR-Aktion Ihres Gehirns, damit Sie denken, Sie hätten auch noch was zu sagen.»

Emotionen in Szene setzen

Deshalb müsse man die Funktionsweise der Emotionen verstehen. «Alle Emotionen haben das biologische Ziel, unser Überleben und die Fortpflanzung sicherzustellen», entführte der Forscher in die Welt der Biologie und Neuromedizin. Ob zur Aktivierung des Überlebensinstinkts in kritischen Situationen, ob als Antrieb, aus dem bequemen Sessel aufzustehen, ob als Grundlage, unser Denken rational zu steuern, ja unseren Organismus wissen zu lassen, welche Werte in unserer Umwelt von Bedeutung sind: Emotionen sind die Basis, Werte vorzuleben, aber auch von der Gesellschaft abzuschauen und sich zu integrieren. Schliesslich seien wir ja soziale Wesen – wenn auch im Strassenverkehr nicht immer auf den ersten Blick erkennbar.

Will heissen: Emotionen lassen uns soziale Signale ausstrahlen, machen uns gesellschaftstauglich. Alles Aspekte, die beim Entscheid, ein neues Auto zu kaufen, zum Tragen kommen. Und an all diese Facetten gelte es, als Garagist und Händler heranzukommen. Denn Autos haben Symbolcharakter: Ein verlässlicher Partner? Ein effizienter Alltagshelfer? Eine wahre Granate? Das Auto ist sowohl im Showroom als auch im Kundengespräch emotional in Szene zu setzen und mit Wertvorstellungen in Verbindung zu bringen.

Die Autohersteller machen es vor

«Beim Thema Autokauf beginnt alles mit der Marke», spannte Häusel den Bogen zur typischen PR der Hersteller. Die Werbung provozierte emotionale Vorstellungsbilder – und diese setzten sich über die Jahre in den Unterbewusstsein der Menschen fest: VW? «Naja, das ist in letzter Zeit ein wenig schlecht gelaufen», holte der Schwabe zum humoristischen Exkurs aus. Skoda? «Der Günstig-Solide!» Opel? «Wo ist Opel? Keine Sau weiss es!», spielte er auf die

Probleme der Rüsselsheimer an. Der bleibende Punkt: Das Kaufobjekt muss in emotionale Umgebung gebracht, um in bleibender Erinnerung nachhaltig positioniert zu werden.

In Erinnerung bleiben soll derweil auch die Qualität des Services eines Garagisten: Vertrauensvoll, kompetent, schnell – alles ist emotional und sage mehr aus als Worte. Dementsprechend wichtig sei es, seinem Betrieb Profil zu verleihen. «Geben Sie Ihrem Betrieb ein Gesicht, eine Identität», legte der Marketingpionier den Anwesenden nahe, den Webauftritt mit einem persönlichen Anstrich zu versehen. Denn genau diese DNA hinterlasse in der immer anonymen, digitalen Welt einen nachhaltigen Effekt.

«Der Mensch ist aber nicht auf Dauer zufrieden», machte Häusel auf ein Folgeproblem aufmerksam, das gerade durch die Digitalisierung und die heutige Konsumhaltung verschärft werde. «Die Digitalisierung gibt unserem Belohnungssystem eigentlich einen Tritt in den Hintern», umschrieb er die Tatsache, dass wir permanent Reizen ausgesetzt sind, die wiederum Erwartungen schüren. Ob ein Festmahl, eine erotische Szene oder eben der Anblick eines schnittigen Sportwagens: Solche Reize aktivieren den Belohnungsdrang des Menschen und den Willen zum Konsum. Wieso sich dieses Verhalten also nicht zunutze machen?

Warum nicht einfach einfach?

«Keep it simple!», lautete schliesslich der zweite zentrale Tipp des Neuromarketers. «Denn unser Gehirn hasst das Denken wie der Teufel das Weihwasser.» Das Denk- und Sinnesorgan weise zwar lediglich zwei Prozent des menschlichen Körpergewichts aus, zapfe beim Denken aber einen Fünftel der Energie ab. Auf das Garagenmarketing übertragen: «Machen Sie es dem Kunden möglichst einfach», wies der Gehirnforscher die Garagisten an. Dies beginne bei zu komplizierten Website-Strukturen und ende bei der umständlichen Terminfindung für eine Probefahrt oder einen Service. «Marketing beginnt beim ersten Eindruck: Eine Website aus Dinosaurierzeitalter lässt das Gehirn kotzen», appellierte er noch einmal an ein gepflegtes Erscheinungsbild – digital wie auch analog. «Denn das Hirn schliesst von diesem Eindruck auf die Qualität der Services.»

Es gibt nicht den einen Kaufknopf

Doch ticken wirklich alle Kunden gleich? «Unsere Emotionssysteme bilden unsere Persönlichkeit», setzte der Forscher zu einer Typisierung der Kundschaft an. So finden sich Harmoniebedürftige genauso wie Hedonisten unter potenziellen Käufern. Jene, die Neuem offen gegenüberstehen, Abenteurer/Pioniere und Performer genauso wie Traditionalisten. Dementsprechend divergent ist die Bereitschaft, Geld auszugeben – geschweige denn die Werthaltung gegenüber dem geliebten, nützlichen, notwendigen oder aber mit Prestige verbundenen Autos.

Nebst dem Fingerspitzengefühl, diese Werthaltungen herauszuspüren und dementsprechend mit dem richtigen Automodell zu triggern, gelte es aber auch, die Unterschiede von Mann und Frau ins Visier zu nehmen: «Hormone verstärken bestimmte Werthaltungen und Vorlieben. Was passiert also, wenn wir ein Auto anschauen? Frauen sehen ein Auto grundsätzlich als treuen Partner, Männer als Waffe», ergänzte Häusel schmunzelnd. Fest stehe: «Kunden verfügen nicht über einen, sondern über viele verschiedene Kaufknöpfe», betonte er abschliessend und gab den Teilnehmern einen letzten Rat mit auf die Heimfahrt: «Schenken Sie zwei Zielgruppen unbedingt mehr Beachtung: Frauen und ältere Menschen. <



«Als Entscheidungsträger sind wir heutzutage alle gestresst. Darum ist dieser Tag für die Branche so wichtig: 800 Entscheidungsträger einer Branche sitzen in einem Raum, hören die Referate und beschäftigen sich mit der Zukunft und ihren Herausforderungen. Für mich geht dieser Event unter Aus- und Weiterbildung, weshalb wir ihn auch als Sponsor gerne unterstützen.»

Marc Kessler, CEO Quality1 AG



«Der Tag der Schweizer Garagisten ist eine Plattform, an der sich die ganze Branche trifft. Wir treffen hier viele unserer Kunden und können uns mit ihnen austauschen. Autoscout24 unterstützt diesen Anlass als Partner, weil wir hier Zeit haben, einen Blick in die Zukunft zu werfen und unser Netzwerk zu pflegen. Es ist zudem wichtig, dass das Autogewerbe medial wahrgenommen wird, schliesslich geht es um viele Arbeitsplätze.»

Christoph Aebi, Director AutoScout24



«Wir befinden uns mitten in der Digitalisierung. Heute können wir schauen, ob die Garagisten wach sind, bereit sind, sich diesem Wandel mit Mut und Zuversicht entgegenzustellen. Es ist wichtig, dass wir jedes Jahr wieder auf die rasant voranschreitende Digitalisierung aufmerksam machen. Das tut diese Tagung.»

Bernadette Langenick, ehemalige SAA-Präsidentin, ihres Zeichens VR-Delegierte und Gründerin der auto-i-dat AG



«Dieser Tag zeigt, dass wir alle denselben Kunden haben, nämlich den Endkonsumenten. Es muss in unserem gemeinsamen



Markus Julmy von der Garage Julmy in Schmiten FR.



Corinne Bizzini von der Pensionskasse PK MOBIL und Roberto Mazzantini von der Mazzantini & Associati SA in Lugano.



Giuseppe Chiarello, Chief Operating Officer Quality1 AG.



Roger Hunziker (links), Abteilungsleiter Marketing RHIAG Group Ltd, und Peter Banz, Geschäftsführer KW automotive (Schweiz) AG.



Vittorio Gallo, Key Account Manager und Direktionsmitglied Allianz Suisse.



Betriebsleiter André Vogel (links) und Inhaber



Ronald F. Betschart, Geschäftsführer RSB Motorsport.



François Launaz, Präsident Auto-Schweiz (inks), AGVS-Zentralpräsident Urs Wernli (Mitte) sowie Jean-François Rime, SVP-Nationalrat und Präsident des Schweizerischen Gewerbeverbandes sgv.



AGVS-Zentralvorstand Kurt Aeschlimann, Geschäftsführer und Inhaber Autohaus Thun-Nord AG.



AGVS-Zentralvorstand René Degen (Verantwortlicher Bereich Dienstleistungen/Aftersales) und Frau Madeleine von der Gorenmat Garage AG.



Christian Maurer (links) und Philipp Bürgi-Meier (Mitte) mit Frau Claudia von der Garage Otto Meier AG, Flaach.



Marcel Hollenstein (links), Geschäftsführer und Mitinhaber der Garage Hollenstein AG in Aesch BL, mit Beat Jenny, AGVS-Kursleiter, Coach, Berater und Verkaufstrainer der Garagen-Marketing GmbH, Volketswil.



Nico Schmid (links), Head of Sales Automotive Aftermarket D/A/CH/S Osram GmbH, und Christian Filomeno, Verkaufsleiter Specialty Lighting bei der Osram Lighting AG.



Beat Grepper, Präsident der AGVS-Sektion Zug und Geschäftsführer der Conrad Keiser AG in Cham.



«Für mich ist der Tag der Schweizer Garagisten der beste autogewerbliche Anlass der Schweiz. Ich erhalte hier News aus der Branche und viele Informationen, was das Gewerbe bewegt. Es ist auch ein toller Anlass, um Networking zu betreiben.»

André Frey, Garage Frey



«Der Tag der Schweizer Garagisten ist eine Branchenzusammenkunft, die den Teilnehmern wichtige Impulse gibt.»

Giorgio Feitknecht, CEO der ESA



«Ich liess mich vom Inhalt der heutigen Fachtagung überraschen. Klar war, dass die grossen Herausforderungen des Autogewerbes zur Sprache kommen. Es wurden aber auch Visionen aufgezeigt. Auch wenn nicht alle Garagisten beim Thema Digitalisierung gleicher Meinung sind, helfen die Referenten, sich klar zu werden, dass die Entwicklung in unserem Beruf ein Prozess ist, auf den wir aufspringen müssen.»

Mario Gisler, stv. Geschäftsführer der Garage Gisler GmbH Erstfeld, Automobil-diagnostiker EFA, Strassenhelfer mit EFA



Interesse sein, dass wir diesen Kunden für unser Produkt begeistern.»

Andreas Burgener, Direktor Auto-Schweiz



«Das Tagungsthema ist topaktuell: Die Garagisten müssen eine Balance finden zwischen Angst vor Veränderung und Zuversicht, dieser mutig entgegenzutreten. Die Garagisten haben sehr gute, treue Kunden. Diese gilt es, durch die Digitalisierung zu begleiten und mit in die unternehmerische Zukunft zu nehmen.»

Sandro Piffaretti, CEO der Swiss Automotive Group



«Ich freue mich jedes Jahr auf diesen Tag und die spannenden Referate. Die Agenda war nie so gut wie 2018. Die Themen sind sehr gut durchmischt und – was mir wichtig erscheint – es kommen auch Garagisten zu Wort.»

Dieter Jermann, Area Director Central Europe, Pirelli Tyre (Suisse) SA



«Wir sind mit der ganzen Klasse am Tag der Schweizer Garagisten. Mir gefällt die Themenwahl ausgesprochen gut, angefangen beim Motto Mission Mobilität: Damit muss sich der Garagist in seiner täglichen Arbeit auseinandersetzen.»

Rolf Schürpf, Geschäftsleiter Aftersales Binelli Zürich-City AG, in Weiterbildung zum diplomierten Betriebswirt im Automobilgewerbe



Felix Wyss (Präsident VSC) von der ACW AG.



Markus Aegeter, Mitglied der AGVS-Geschäftsleitung.



Andreas Burgener, Direktor Auto-Schweiz (links), Jost Eggenberger (Mitte), Gründer Jost Eggenberger Management & Consulting, und Manfred Wellauer, AGVS-Vizepräsident und Mitglied Präsidialausschuss.



Dr. Martin Plüss, Geschäftsführer Paul Plüss AG.



René Degen und Markus Hesse, AGVS Schweiz, Mitglieder des Zentralvorstandes



Peter Baschnagel, Präsident der Qualitätssicherungs-Kommission Höhere Fachprüfung.



Markus Abegglen (links), Managing Director Pneu Service, Verkaufsleiter Tobias Graf und CEO Martin Schmid von der Hostettler Autotechnik AG.



Pierre Daniel Senn, AGVS-Vizepräsident und Mitglied des Präsidialausschusses.



Claudio Binder, Head of Key Account Management bei der SAG Services AG, und Maja Kaufmann, Markenchefin Derendinger AG.



Jürg Röthlisberger, Direktor des Bundesamts für Strassen Astra.



Von links: Andreas Zuber, Geschäftsführer Amag Bern; Benno Brunner, Leiter Region Mittelland Amag, Urs Weibel, Geschäfts- und Verkaufsleiter Auto Weibel AG in Aarberg, Marcel Zaugg, Leiter Betrieb bei der Garage Mühlholz AG in Uster.



Christian Müller, Präsident AGVS-Sektion Zürich, von der Ford-Garage Wehntal.



AGVS-Zentralvorstand Nicolas Leuba (rechts) mit Georges Bovet von der Ford Garage-Carosserie Georges Bovet SA in Grolley FR.



Hanspeter von Rotz, Präsident der AGVS-Sektion St. Gallen, Appenzell, Fürstentum Liechtenstein, Inhaber und Geschäftsführer der Auto Welt von Rotz AG, Münchwilen TG.



«Dieser Event verschafft mir die Möglichkeit, aus erster Hand News aus der Branche zu erhalten. Ich kann hier mein Netzwerk pflegen und auch Leute aus dem AGVS treffen. Da ich zum ersten Mal als SAA-Präsident hier bin, bin ich sozusagen ein Newcomer...» (lacht)

Erhard Luginbühl, SAA-Präsident und Inhaber der Luginbühl Fahrzeug- und Werkstatttechnik AG



«Wir möchten bei der Promotion von Erdgasfahrzeugen näher mit dem AGVS zusammenarbeiten. Die heutigen Referate haben gezeigt, dass die Mobilität und somit auch der Verband der Schweizer Garagisten vor einem Umbruch stehen. Die Erdgasmobilität bietet eine veritable Alternative zur Elektrifizierung der Antriebe, die aber bei Garagisten und somit auch auf Kundenebene noch zu wenig bekannt ist, aber eine grosse Zukunft vor sich hat.»

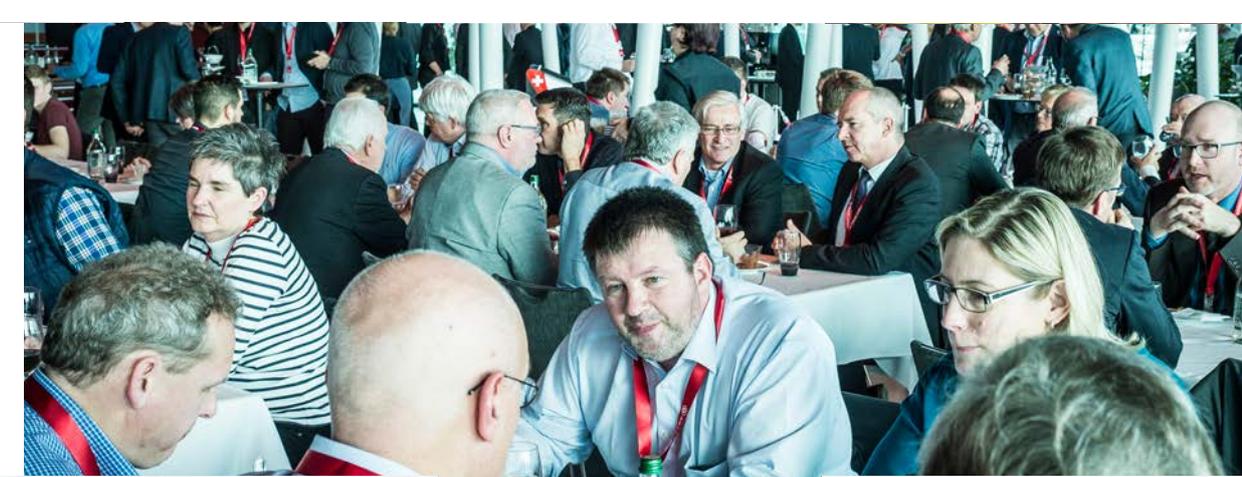
Hans Wach, CEO Gasverband Mittelland AG (GVM) mit Sitz in Arlesheim



«Ich war erstaunt, wie professionell die Tagung aufgezo-gen war und welch tolle Referate wir zu hören bekamen. Wir machten uns fleissig Notizen. Wir sind eine Garage in Stadtnähe, in Sachen Verkaufszahlen und Kundenbedürfnisse haben wir Luft nach oben. Wir nehmen diverse Inputs mit nach Hause und wollen uns kreativere Marketingmodelle überlegen.»

Philipp Bürgi-Meier, Garage Otto Meier AG, Flaach





Digitalisierung

«Ausprobieren und lernen»

Professor Andrea Back von der Universität St. Gallen rief die Teilnehmenden am «Tag der Schweizer Garagisten» dazu auf, der Digitalisierung proaktiv und initiativ entgegenzutreten: «Probieren Sie aus und lernen Sie dabei. Dann sind Sie gut vorbereitet für den Zeitpunkt, an dem die Veränderung tatsächlich eintritt.»



Andrea Back setzte sich mit Studierenden und mit dem AGVS mit der «Garagenvision 2025» auseinander.

■ «Hier steht eine Frau, die sich für Technik interessiert», stellte Andrea Back klar, kaum war sie von Moderator Patrick Rohr auf die Bühne gebeten worden. Die Professorin für Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik der Hochschule St. Gallen schloss mit ihrem Referat an jenes von Hirnforscher Hans-Georg Häusel an, der die neurologischen Unterschiede zwischen Frauen und Männern zu einem Running Gag gemacht hatte.

Auch Andrea Back stellte das menschliche Denken an den Anfang ihres Referats. Nämlich den Umstand, dass wir Menschen linear denken und dadurch exponentielle Veränderungen unterschätzen. Als Beispiel: 1894 hatte die Zeitung «British Times» geschrieben, dass bis 1950 jede Strasse in London von drei Metern Pferdemit bedeckt sein werde. «Lineares Denken macht zukunftsblind», stellte Andrea Back fest. Genau das mache uns den Umgang mit der Digitalisierung so schwer: «Die Entwicklung erfolgt exponentiell.»

Mit einer Gruppe von Studierenden ent-

wickelte Andrea Back mit dem AGVS als Antwort auf die Frage nach neuen Geschäftsprozessen die «Garagenvision 2025» mit Konzepten wie «Service-Center», «Mobilitätsdienstleister» und «digitale Garage». Sie ermunterte die Tagungsteilnehmer, der Digitalisierung proaktiv und initiativ entgegenzutreten: «Probieren Sie aus, Lernen Sie dabei. Dann sind Sie gut vorbereitet für den Zeitpunkt, an dem die Veränderung tatsächlich eintritt.»

Kolly: «Viele Fehler gemacht»

Einer der ausprobierte und lernte, ist Dominique Kolly, im AGVS-Zentralvorstand für den Bereich Nutzfahrzeuge zuständig. Der Garagist aus Le Mouret FR hat früh die Bedeutung der Digitalisierung erkannt und mit Programmierern eigene Informatiklösungen entwickelt. «Ich habe viele Fehler gemacht, die Geld gekostet haben. Aber jetzt ist mein Betrieb effizienter.»

Auch Garagist Kurt Aeschlimann, der gemeinsam mit Dominique Kolly die Zukunftsaussichten von Professor Andrea Back einem Realitätscheck unterzog, betonte die Chancen der Digitalisierung. Aeschlimann ist im AGVS für die Digitalisierung zuständig und hat seinen Betrieb in Thun schon früh auf die digitale Reise geschickt. Im Alltag stosse er aber immer wieder an Grenzen: «Habe ich die Ressourcen, um 10 000 Ersatzteile zu erfassen? Wie bringe ich drei Hersteller unter einen Hut? Tools existieren, aber was ist mit den Schnittstellen?» Aeschlimann sieht die Zukunft für KMU in Kooperationen und nannte als Beispiel die Plattform Garagino, mit der die ESA den Garagisten ein digitales Werkzeug zur Verfügung stellt. «Die Chancen sind riesig. Aber um sie zu packen, sind wir auf Kooperationen und Partnerschaften angewiesen.» <



Weitere Infos unter:
<http://www.garagenvision2025.ch>



Realitätscheck: Professor Andrea Back, Moderator Patrick Rohr und die Garagisten Kurt Aeschlimann und Dominique Kolly.



Dienstleistung als Alleinstellungsmerkmal

Garagist, was nun?

Von rechts: TCS-Zentralpräsident Peter Goetschi, Moderator Patrick Rohr sowie die Garagisten Bettina Schmid und Luzi Thomann.

Welche Auswirkungen haben die Veränderungen im Zuge der Digitalisierung? Wie kann sich der Garagist erfolgreich positionieren? Welche Erwartungen haben Automobilisten gegenüber Garagisten? Diesen Fragen gingen zwei Garagisten und TCS-Zentralpräsident Peter Goetschi auf den Grund.

■ Kundenbeziehungen erfolgreich zu pflegen, ist Begeisterungsbusiness. Je besser der Garagist seine Kunden – auch die potenziellen – kennt, desto grösser sind die Erfolgchancen im Geschäftsalltag. So simpel dies klingt, so komplex gestaltet sich die Praxis. «Wer sind die Automobilisten? Was sind ihre Bedürfnisse?» TCS-Zentralpräsident Peter Goetschi skizzierte die Fragen, die sowohl den Touring-Club mit rund 1,5 Millionen Mitgliedern wie auch die Garagisten gleichermaßen interessieren. Dabei hielt Goetschi fest: «Es gibt nicht den Automobilisten.»

«Es wird Leute brauchen, die sich um Autos kümmern»

Entsprechend unterschiedlich werden in Zukunft auch die Bedürfnisse der Automobilistinnen und Automobilisten sein. Der Trend zeige eindeutig in Richtung Automatisierung, so Goetschi. Offen sei, in welcher Geschwindigkeit diese realisiert werde. Gewiss sei jedoch, dass es auch in Zukunft Autos geben werde, die Personen von A nach B transportieren: «Und es wird Leute brauchen, die sich um die Autos kümmern.» Er liess durchblicken, dass die Veränderungen in der Automobilindustrie und in der Mobilität wohl auch den TCS zu neuen Geschäftsmodellen zwingen werden.

Goetschi ist überzeugt, dass die Garagisten gegenüber Herstellern und Importeuren einen riesigen Vorteil besitzen. «Sie haben den persönlichen Kontakt, einen direkten Draht zum Kunden. Lesen Sie die Wünsche von den Lippen ab – das kann kein Informatikprogramm und keine Datenbank», forderte er die rund 800 Teilnehmenden auf. «Die Kunden sprechen lieber mit Menschen als mit einer vollautomatisierten Hotline.» Diesen Vorteil gelte es auszunutzen. «Wenn die Kunden vertrauen, dann bleiben sie auch treu», ist er überzeugt.

Er forderte die Garagisten auf, Neues zu wagen – wie es der AGVS mit dem Auto-EnergieCheck gemacht habe. «Um die bestehende Kundschaft zu kennen und neue Kunden kennenzulernen, müssen Sie die ganze Bandbreite an zur Verfügung stehenden Massnahmen nutzen», ergänzte Goetschi. «Ein zentrales Element sind dabei die Emotionen – auch bei Kunden mit einfachen Fahrzeugen spielen diese eine wichtige Rolle.»

Ein Lächeln für die Kunden

In einer Podiumsdiskussion brachten Bettina Schmid von der Garage B. Schmid in Reinach BL sowie Luzi Thomann von der Thomann Nutzfahrzeuge AG in Schmerikon SG praktische Beispiele aus ihrem Alltag mit.

«In den nächsten Jahren wird es viele Veränderungen geben, auf die wir uns vorbereiten müssen», ist Bettina Schmid überzeugt. Noch sieht die Garagistin keinen akuten Handlungsbedarf im eigenen Betrieb: «Unsere Kunden sind eher konservativ und wollen noch per Telefon mit uns kommunizieren.» Gleichwohl hat sie festgestellt: «In den strengen Zeiten, zum Beispiel in der Radwechselsaison, reagieren wir flexibel und arbeiten kurzfristig auch länger, um unsere Kunden zufriedenzustellen.» Auf Details sei grossen Wert zu legen, sagt Schmid. «Ein Lächeln auf den Lippen unserer Mitarbeiter ist wichtig im Kundenkontakt.»

Dank 40 verschiedenen Arbeitszeitmodellen bietet die Thomann Nutzfahrzeuge AG ebenfalls längere Öffnungszeiten. «Wir haben eine teure Infrastruktur – also müssen wir diese maximal nutzen», erklärt Luzi Thomann. Ausserdem: «Bei Nutzfahrzeugen ist es sehr wichtig, dass diese sofort wieder eingesetzt werden können.» Der Vorzeigebetrieb entwickelte eine Applikation, dank der bereits unterwegs der Schaden oder das Problem gemeldet und der Reparaturauftrag automatisch ausgelöst wird. «Zwei Minuten, nachdem das Fahrzeug auf unser Gelände gefahren ist, können wir mit der Reparatur beginnen.» <



Toller Abschluss einer gelungenen Veranstaltung: Moderator Patrick Rohr im Gespräch mit den Motorsport-Legenden Norbert Haug (M.) und Mario Illien (r.).

«Dîner des garagistes»

Von Menschen, Motoren und Staubsaugern

Einen sportlichen Leckerbissen gab es am «Dîner des garagistes»: Norbert Haug (65) und Mario Illien (68) kramten in gemeinsamen Erinnerungen aus gar nicht mal so lange vergangenen Formel-1-Zeiten und äusserten sich auch zur «Königsklasse» der Gegenwart.

■ Zur Einstimmung auf den Talk mit dem früheren Mercedes-Motorsportchef und dem genialen Motoren-Konstrukteur gab es bewegte Bilder aus Suzuka vom 1. November 1998. Mika Häkkinen gewann damals im McLaren-Mercedes den Grossen Preis von Japan und die Formel-1-Weltmeisterschaft. Damit beendete der Finne eine 43-jährige Durststrecke für Mercedes. Den letzten Titel hatte zuvor ein gewisser Juan Manuel Fangio im Jahre 1955 eingefahren. Der Argentinier wurde damals im Silberpfeil überlegen Weltmeister vor seinem Teamkollegen Sir Stirling Moss.

«Als ob es gestern gewesen wäre»

Sie hätten die Bilder des Rennens nie gesehen, eröffneten sowohl Illien wie auch Haug dem staunenden Auditorium. «Doch

es fühlt sich an, als ob es gestern gewesen wäre», meinte Haug, er erinnere sich an jeden Moment. Und dann erzählte der

«Spät bremsen, früh aufs Gas und in der nächsten Kurve rausfliegen ist eine gute Lebenseinstellung.» *Norbert Haug*

Schwabe von den dramatischen Minuten vor dem eigentlichen Rennen: vom Abbruch des ersten Starts, weil Jarno Trulli den Motor seines Prost-Renault abgewürgt hatte, vom zweiten Startversuch, als Häkkinens

grossen Konkurrenten Michael Schumacher im Ferrari dasselbe Malheur passierte, vom Fehler Häkkinens, der in seiner Nervosität das Mercedes-Triebwerk im Leerlauf in den roten Bereich gedrückt habe...

Von der immensen Spannung an der Boxenmauer und der finalen Erleichterung berichtete Mario Illien: «Das Rennen wollte kein Ende nehmen. Ein Ausrutscher, ein Fehler, ein Reifenschaden und alles ist vorbei.» Sowohl der Fahrer aus Finnland, die Reifen aus Japan (Bridgestone) und der Motor des Bündners hielten dem Druck stand. Als Schumacher in der 30. Runde einen Reifenschaden erlitt und das Rennen aufgeben musste, war Häkkinen Weltmeister, McLaren-Mercedes gewann in diesem Jahr auch den Titel bei den Konstrukteuren.



Einstieg mit Sauber

Norbert Haug war 1990 zur Daimler-Benz AG gestossen. Der frühere Journalist – unter anderem für «Auto, Motor und Sport» – führte Mercedes nach fast 40 Jahren Absenz in die Formel 1 zurück – gemeinsam mit Peter Sauber. «Concept by Mercedes-Benz» stand auf den Sauber-Ilmor, die am 14. März 1993 in Kyalami (Südafrika) erstmals an den Start rollten.

Die Ilmor-Motoren stammten von Mario Illien und seinem Partner Paul Morgan aus Brixworth in der englischen Grafschaft Northamptonshire. Nach zwei Saisons trennte sich Mercedes von Sauber und stieg bei McLaren ein. Der Rest ist Geschichte. Und diese bewegte Geschichte thematisierte Moderator Patrick Rohr, entlockte dem charmanten Plauderer Haug und dem zurückhaltenden Techniker Illien die eine oder andere Anekdote aus gemeinsamen Jahren in der «Königsklasse» des Autorensports.

Insgesamt holte Mercedes-Benz unter Haugs Führung von 1990 bis 2012 sechs WM-Titel (Fahrer und Konstrukteure) und gewann 87 Formel-1-Rennen. Doch Haug sprach am «Diner des garagistes» nicht nur von Triumphen, sondern erinnerte auch an bittere Niederlagen: «Hamilton führte 2007 zwei Rennen vor Schluss mit 17 Punkten vor Kimi Räikkönen im Ferrari. Und trotzdem haben wir es vergeigt.» Die Trefferquote mit

Mercedes sei ordentlich gewesen, so Haug in seinem so sympathischen wie bescheidenen Auftritt: «Aber wir hatten viele Titel schon fast in der Hand und dann doch noch weggeschmissen.» Neben der Formel 1 verantwortete Haug auch die Mercedes-Erfolge in der DTM oder in der amerikanischen Indycar-Serie.

Die DNA des Erfolgs

In den USA hatte Mario Illien schon in den 1980er-Jahren grosse Erfolge gefeiert. Für Investor und Teambesitzer Roger Penske baute Ilmor einen V8-Motor, der von 1988 bis 1994 98 Rennen gewann, einschliesslich sechsmal das legendäre Indianapolis-500-Rennen. Die Dominanz war schliesslich derart gross, dass bald sämtliche Teams ihre Boliden mit den Ilmor-Aggregaten ausrüsteten. Mario Illien: «Rennen fahren ohne Konkurrenz macht keinen Spass.»

2005 veräusserte der Bündner Ilmor an Mercedes. Die DNA des Erfolgs ist geblieben: Heute werden in Brixworth die Triebwerke hergestellt, die in den letzten vier Jahren die Konstrukteurs-WM gewonnen haben.

Die Basis des Erfolgs sei stets das Teamwork gewesen, erklärte Haug und nannte Stichworte wie «Zusammengehörigkeit, Wettbewerbsspirit, Teamgedanke»: «Wir haben hart für die Erfolge gearbeitet.» Heute profitiere Mercedes vom sportlichen Spirit, der mit den Erfolgen in der Formel 1 geschaffen wurde.

«Nicht der, der vorneweg fährt, ist schuld, wenn es langweilig ist, sondern der, der nicht hinterher kommt», stellte Norbert Haug zur jahrelangen Dominanz der Silberpfeile trocken fest. Der 65-jährige ist froh, dass 2017 endlich wieder etwas Spannung in die Königsklasse zurückgekehrt ist.

Zu wenig Lärm, zu wenig Action

Selber ist er kaum mehr in der Formel 1 anzutreffen. Er mache sich nichts aus VIP- und Hospitality-Bereichen: «Und ohne Aufgabe in der Boxengasse herumzuhängen, wo ich früher gearbeitet habe? Das brauche ich nicht.» Mario Illien konstruiert mit 68 Jahren noch immer Motoren. Den aktuellen 1,6-Liter-Turbos der Formel 1 kann er wenig abgewinnen: «Technisch sind sie eine ganz tolle Sache. Es ist fantastisch, wie der thermische Leistungsgrad auf 50 Prozent und mehr erhöht werden konnte.» Auf das Lob folgt ein grosses Aber: «1998 waren die Rennen noch geil (!), es hat gelärmt, es wurde gefightet. Heute sind die Rennen eine Prozession.» Motorsport wecke Emotionen:

«Rennen fahren ohne Konkurrenz macht keinen Spass.» Mario Illien

«Und da ist der Sound ein wichtiger Faktor.» Der fehlt heute weitgehend.

«Rennen mit Staubsaugern»

Von der Formel E, die 2018 erstmals in der Schweiz fährt, hält Mario Illien nur eines: Abstand. «Da muss ich nicht hin. Für mich sind das Rennen mit Staubsaugern.» Im Saal gab es Applaus für dieses Statement.

Mario Illien und Norbert Haug. Zwei Freunde, zwei Legenden, zwei leidenschaftliche Motorsportler. «Diese Leidenschaft hält jung», stellte Haug fest: «Spät bremsen, früh aufs Gas und in der nächsten Kurve rausfliegen ist eine gute Lebenseinstellung.» <



Gute Laune auch am Tisch des Formula-Students-Team der ETH Zürich.

AEC-Garagist des Jahres 2017

So schnell zahlt sich ein Umdenken aus

Die Garage Moderne SA aus Bulle hat im abgelaufenen Jahr 1330 AutoEnergieChecks (AEC) durchgeführt und ist AEC-Garagenbetrieb des Jahres 2017. Der AGVS-Betrieb aus dem Kanton Freiburg verteidigt damit seinen Titel und teilt mit zwei Urner AGVS-Mitgliedern das Podest. Das Podest knapp verpasst hat die Turbotec GmbH aus Altdorf. Mit 429 AEC erreichte der letztjährige Zweite Rang vier.

■ «Ein Couvert habe ich nicht dabei. Denn wir wissen, selbst bei der Oscarverleihung kann das schiefgehen», spurte Markus Peter, Leiter Technik & Umwelt beim AGVS, am «Tag der Schweizer Garagisten» auf die Preisverleihung zum AEC-Garagist des Jahres 2017 vor. Die bereits zum dritten Mal durchgeführte Prämierung des fleissigsten Checkanbieters wartete heuer zwar nicht mit grossen Überraschungen auf, konnte aber konsolidieren: Die umwelt- und energiefreundliche AGVS-Dienstleistung hilft den Garagisten, als Mobilitätsdienstleister und CO₂-Optimierer wahrgenommen zu werden. «Und geniesst mit EnergieSchweiz, dem Energiesparprogramm des Bundesamts für Energie, einen prominenten Partner an seiner Seite», erklärte Markus Peter.

Die Kundenbindung im Fokus

Der partnerschaftliche Gedanke sei denn auch die Basis des AEC: Das Zehn-Punkte-Checkprogramm, das sich beispielsweise in einen Service integrieren lässt, soll dem Garagisten dazu verhelfen, beim Kunden in der Dienstleistungstrauensrolle einzutreten und als versierter Berater zu werden. Dass dieser Plan auf-

geht, bestätigen die

Zahlen einer repräsentativen Marktforschung im Anschluss an die AEC-Herbstkampagne im Jahr 2016: «Wer den AEC anbietet, wird deutlich stärker als Dienstleister wahrgenommen», so das Fazit (siehe auch Seiten 44 bis 46).

Auch dieser Tage ist der AEC in den nationalen Medien präsent. Noch bis Ende März weibelt die Winterkampagne 2017/18 mit Markenbotschafter Dario Cologna um die Gunst der Kundschaft, aber auch der AGVS-Garagisten, die den AEC noch nicht im Programm haben. Markus Peter: «Dario Cologna ist derzeit in Topform – das hilft uns enorm, in den nächsten Tagen und Wochen weitere Kreise zu erreichen.»

Luft nach oben nutzen

Sportlich wie auch ökonomisch lautet jedoch die Devise: Luft nach oben gibt es immer. So fragte Moderator Patrick Rohr zurecht, ob denn der AEC bei den AGVS-Mitgliedern wie auch beim Endkunden noch immer unter dem Radar fliege. Markus Peter zeigte den

Das Siegerbild: Dragan Petrovic, Serviceleiter der Garage Moderne SA in Bulle, mit Markus Peter, beim AGVS für die Bereiche Technik & Umwelt zuständig.





Karl Baumann (rechts), beim AGVS für die Bereiche Arbeitssicherheit & Umwelt zuständig, nahm als Urner stellvertretend für die Walker GmbH aus Altdorf das Diplom für den dritten Rang in der AEC-Jahreswertung entgegen.



Jung, innovativ, mit der AEC-Auszeichnung für den zweiten Platz in der Jahresgesamtwertung 2017 belohnt: Mario Gisler von der Garage Gisler AG aus Erstfeld.

Handlungsbedarf auf: «Vielleicht hat ein Kunde bereits vor ein oder zwei Jahren einen AEC absolviert und ist in diesem Sinne gesättigt. Grund genug für uns, den Check inhaltlich weiterzuentwickeln, ihn aktiv ins Gedächtnis zu rufen und Kooperationen zu suchen.» Kurzum: Die AGVS-Verantwortlichen wollen den AEC weiterbringen. Doch zunächst galt es, im Kursaal in Bern AEC-Erfolge ins Gedächtnis zu rufen.



20 von 35 Monatsrankings dominiert

Anlässlich der Preisverleihung des AEC-Garagisten 2017 konnte denn auch ein bekannter Gast auf die Bühne gebeten werden: Dragan Petrovic, Serviceleiter der Garage Moderne SA in Bulle. Seinem Team gelangen im abgelaufenen Jahr 1330 AEC. Mit diesem Effort darf das Team aus dem Kanton Freiburg für sich in Anspruch nehmen, gemeinsam mit seinen Kunden in einem Jahr bis zu 320 000 Liter Benzin und 745 Tonnen CO₂ eingespart zu haben. Damit nicht genug: Im seit Februar 2015 durchgeführten Monatsranking verwies der Peugeot-Vertreter in 20 der 35 Auswertungen die Mitbewerber auf die Plätze. Ein Engagement, das der Freiburger Betrieb aufgrund der noch kleinen Zahl AEC-Anbieter in der Romandie zusätzlich für sich nutzen konnte, um bei der Kundschaft positiv auf sich aufmerksam zu machen – nicht zuletzt auch dank einer Reportage im Westschweizer Fernsehen.

Aus dem Nichts an die Spitze

Eine doppelte Überraschung zeichnete sich derweil im Urnerland ab: Kein Kanton ist in Sachen AEC derart aktiv wie Uri. Dies wirkt sich auf die Jahreswertung aus, in der es wie schon vor Jahresfrist zwei Urner Betriebe aufs Podest geschafft haben. Die Garage Gisler AG aus Erstfeld erreichte mit 665 AEC den zweiten Platz, die Walker

GmbH aus Altdorf wurde mit 598 AEC Dritte. Karl Baumann, beim AGVS für Arbeitssicherheit & Umwelt zuständig, nahm das Diplom des Bronzemedaillengewinners nicht nur stellvertretend entgegen, sondern als Urner notabene auch mit auf den Heimweg. Ob sich überhaupt noch genug Platz im Eingang der Altdorfer Garage für das zweite AEC-Diplom finde, wollte Moderator Patrick Rohr wissen. «Sicher – auch für die der nächsten Jahre», konterte Baumann schmunzelnd und verriet seine Motivation, den AEC als Garagendienstleistung regional zu verankern.

Das Umdenken geht weiter

Frischen Wind dürfte das Diplom des zweiten Siegers indes in den Betrieb des Erstfelder AEC-Anbieters bringen. Mario Gisler von der gleichnamigen Garage aus Erstfeld war sichtlich überrascht, als er von seiner Platzierung erfuhr. «Wir starteten erst im März mit dem AEC und rechneten nicht damit, gleich unter den besten Checkanbietern des Jahres zu sein», gab er zu. Der Betrieb rund um den stellvertretenden Geschäftsführer und Automobildiagnostiker EFA tauchte 2017 denn auch praktisch aus dem Nichts auf. «Karl Baumann vom AGVS hat uns mehrmals besucht und motiviert», so der Juniorchef des Familienbetriebs. Mit Erfolg, schwappe die aktive, für Neuerungen bereite Haltung des Teams doch allmählich auf die Kundschaft über, wie der junge Urner betonte.

Es brauchte demnach erst einen Mentalitätswandel bei den Garagenmitarbeitern, um einen ebensolchen bei der Kundschaft zu erreichen. Ein Schlusswort ganz im Sinne Markus Peters: «In erster Linie geht es beim AEC um die Kundenbindung. Man leistet etwas mehr, als erwartet – und das hinterlässt Eindruck.» <

Das Fazit von AGVS-Zentralpräsident Urs Wernli

«Wir sind mit der Tagung dort, wo wir hinwollten»

Als AGVS-Zentralpräsident ist Urs Wernli der Gastgeber am «Tag der Schweizer Garagisten». Mit der Ausgabe von 2018 ist er sehr zufrieden: «Wir dürfen ein bisschen stolz sein.»



«Inspiration und praktischer Nutzen»: Urs Wernli ist stolz auf den «Tag der Schweizer Garagisten».

■ Herr Wernli, der «Tag der Schweizer Garagisten» 2018 ist Geschichte. Welches Fazit ziehen Sie als Gastgeber und Zentralpräsident des AGVS?

Urs Wernli: Ich bin sehr zufrieden. Der Kursaal Bern hat sich bewährt, die Referentinnen und Referenten waren top, auch die Podiumsteilnehmerinnen und -teilnehmer haben sehr wertvolle Inputs gebracht. Das Moderationsduo Mélanie Freymond und Patrick Rohr ist charmant und routiniert. Ich habe eigentlich nur positive Feedbacks erhalten. Wir dürfen ein bisschen stolz auf unsere Tagung sein, die einmal mehr hervorragend organisiert war.

Sie haben in Ihrem Referat gesagt, die Autobranche stehe vor dem wahrscheinlich grössten Wandel ihrer Geschichte. Welche Stimmung herrscht in der Branche?

Die Stimmung an der Tagung war sehr

gut. Die Automobilindustrie und damit auch unser Gewerbe steht aber vor den wohl tiefgreifendsten Veränderungen ihrer Geschichte. Dass sich die Schweizer Garagisten mit dieser Veränderung befassen, belegt auch die Tatsache, dass der Event seit Wochen ausgebucht war. Offenbar haben wir mit dem Motto «Mission Mobilität» den Nerv der Zeit getroffen.

Was konnte der Garagist von diesem Tag mitnehmen?

Es geht uns am «Tag der Schweizer Garagisten» um Inspiration, um einen Ausblick in eine Zukunft, die schnell zur Gegenwart wird, aber es geht auch um praktischen Nutzen im täglichen Geschäft. Ich glaube, unsere Referenten und Podiumsteilnehmer konnten beides bieten.

800 Teilnehmende am «Tag der Schweizer Garagisten» sind schon wieder eine Rekord-

marke. Ist der Event an Grenzen gestossen?

Nicht der Event stösst an Grenzen, sondern der Kursaal in Bern.

Nach der Tagung ist vor der Tagung: Was wollen Sie für 2019 verbessern?

Wir sind mit dem «Tag der Schweizer Garagisten» dort, wo wir hinwollten. Natürlich gibt es immer Raum für Optimierungen – aber das ist Detailarbeit. Im Anschluss an die Tagung holen wir jeweils die Feedbacks der Teilnehmenden ein, vielleicht finden wir hier den einen oder anderen Ansatz für Verbesserungen. <



SAVE THE DATE

Der «Tag der Schweizer Garagisten» 2019 findet am **Dienstag, 15. Januar 2019**, in Bern statt.



130 Jahre Lackgeschichte

130 ans d'histoire de la peinture



1888-2018

A brand of
BASF
We create chemistry



VSCI-Präsident Felix Wyss (vorne links) und sein Team der ACW AG in Aarau.

Interview mit Felix Wyss, Präsident des Schweizerischen Carrosserieverbands VSCI

«Carrossiers und Garagisten ergänzen sich»

Seit Mai 2017 ist Felix Wyss Präsident des Schweizerischen Carrosserieverbands VSCI. Der 50-jährige Unternehmer hat den VSCI in turbulenten Zeiten übernommen. Die Schweizer Carrossiers bezeichnet der Inhaber der ACW AG in Aarau als gut vorbereitet für die künftigen Herausforderungen. **Sandro Compagno**, Redaktion

■ **Herr Wyss, Zukunftsforscher gehen davon aus, dass wir in nicht allzu ferner Zeit die Steuer der künstlichen Intelligenz überlassen. Droht den Carrossiers, mit dem Ausschluss der Fehlerquelle Mensch die Arbeit auszugehen?**

Felix Wyss: Autonomes Fahren wird kommen und schürt auch bei vielen Carrosserieunternehmern Angst. Ich sehe das gelassener. Natürlich wird es Veränderungen geben, aber wir Carrossiers sind durchaus in der Lage, uns anzupassen. Das mussten wir vor 20 Jahren schon einmal tun: Bis 1990 war der Carrossier der «Monsieur», der sich vom Kunden höflich bitten liess, ob er Lust und Zeit habe, sein Fahrzeug zu reparieren. Dann kam der Kundenwunsch nach mehr Dienstleistung, und wir Carrossiers mussten uns dem Markt anpassen. Ich bin überzeugt, dass unsere VSCI-Betriebe auch heute gut unterwegs sind. Der AGVS beschäftigt sich mit der Garagenvision 2025, wir vom VSCI haben die Vision 2030. Es wird uns auch 2025 und 2030 noch brauchen.

Ist die VSCI-Vision 2030 auch mit neuen Geschäftsmodellen verbunden?

Ein neues Geschäftsmodell ist sicher Micro Repair. Hier sprechen wir von Felgenreparatur, Spot-Lackierungen, Frontscheiben- und

Innenraumreparaturen. Dieses Micro Repair müssen wir mehr in den Vordergrund stellen.

Lässt sich damit Geld verdienen oder sind beim Micro Repair auch die Margen mikro?

Die Menge macht's. Der Zeitaufwand für die Reparatur verringert sich, dafür erhöht sich der Durchlauf.

Bei der Garage der Zukunft spricht man von Servicecenter, digitalen Garagen und Mobilitätsanbietern. Wird auch die Carrosserie der Zukunft ganz anders aussehen als heute?

Nicht grundlegend. Eine wichtige Veränderung sind Multiarbeitsplätze, an denen die Mitarbeiter sämtliche Arbeitsschritte vornehmen können, ohne das Auto zu bewegen. Das spart Zeit und Geld.

Viele AGVS-Garagen bieten Carrosseriedienstleistungen an. Auf der anderen Seite nehmen VSCI-Betriebe auch Reparaturen vor. Sehen Sie Carrosserien als Ergänzung oder als Konkurrenz zu Garagen?

Den Ersatz von Teilen kann auch der Garagist vornehmen. Wo es aber um Strukturschäden geht – mit Richtarbeiten, Ausbeulungs-

arbeiten etc. –, da stossen viele Garagisten an Grenzen. Auch bei Einstellungsarbeiten haben wir Carrossiers Vorteile. Ich weiss, dass sich die Garagisten verändern müssen – alleine schon aufgrund der stetig wachsenden Serviceintervalle. Wer seinen Kunden nur noch alle zwei Jahre zum Service in der Garage hat und dazu noch kurz zum Pneuwechsel, der muss neue Geschäftsfelder finden. Aber gerade beim Thema Lack stösst man nur schon gesetzlich rasch an Grenzen – Stichwort Entsorgung, Luftreinhalteverordnung. Der Garagist wird sich auf Fahrwerk, Motor und die Elektronik konzentrieren, der Carrossier kümmert sich um die Komfortelektronik mit allen Sensoren. Ich betrachte das als zwei sich ergänzende Felder.

Der Garagist bekommt seine Kunden aufgrund der Serviceintervalle kaum noch zu Gesicht. Der Carrossier sieht seinen Kunden ja noch viel seltener. Wie funktioniert Kundenbindung bei Ihnen?

(lacht) Die Garagisten haben uns gezeigt, wie Kundendienst geht. Wir haben uns da etwas abgeschaut.

Inwiefern?

Mit einem schönen, sauberen Empfang, einer grosszügigen Annahme. In unserem Betrieb sprechen wir von einer Begegnungszone. Das haben wir nicht selber erfunden, sondern sind unter Druck geraten, weil viele Garagen sich hier auf den Kunden zubewegt haben. Wir können unsere Kunden nur mit Dienstleistungen an uns binden: moderne Ersatzwagen, Fahrzeugabholung beim Kunden etc.

Würde eine engere Zusammenarbeit zwischen Garagisten und Carrossiers auf Ebene Verband aus Ihrer Sicht Sinn ergeben?

AGVS-Zentralpräsident Urs Wernli und ich verstehen uns sehr gut. Wir teilen viele Werte und Ansichten und tauschen uns regelmässig aus. Garagisten und Carrossiers müssen am gleichen Strick ziehen, um unsere gemeinsamen Interessen zu verteidigen. Wir arbeiten schon heute in der Aus- und Weiterbildung eng mit dem AGVS zusammen.

Die Annäherung hat bereits stattgefunden. Aber ein Zusammenschluss der Verbände ist kein Thema.



Persönlich

Felix Wyss (50) ist Inhaber der Aargauer Carrosserie Werke AG in Aarau. Im April 2016 mit sechs Mitarbeitenden gegründet, beschäftigt die ACW AG heute 21 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Vor seiner Selbstständigkeit hat Wyss lange Jahre als Betriebsleiter bei einem grösseren Carrosseriebetrieb in Aarau gearbeitet. Der gelernte Carrosseriespengler ist geschieden und hat zwei Kinder.

Sowohl Garagen wie auch Carrosserieunternehmen sehen sich mit dem Fachkräftemangel konfrontiert. Mit welchen Mitteln wollen Sie junge Menschen für einen Beruf im Bereich Carrosserie begeistern?

Es geht ja nicht nur uns so, sondern allen Handwerksverbänden. Wir haben vor einigen Jahren unser Konzept «Top-Ausbildungsbetrieb» eingeführt, das die Berufe der Carrosseriebranche noch attraktiver macht. Was uns zusätzlich optimistisch stimmt, ist der Umstand, dass in den nächsten Jahren die Kinder der sogenannten «Baby-Boomer» in die Arbeitswelt einsteigen. Zudem wird es eine Bereinigung im Markt geben. Ich weiss nicht, ob ich diese Aussage als VSCI-Präsident machen darf: Aber wer nicht investiert – in Menschen und Material –, der wird früher oder später abgehängt werden. Es gibt noch immer zu viele «schwarze Löcher» in unserer Branche: Carrosserien, die zwar einen guten Job machen, wo sich der Kunde aber nicht wohlfühlt, weil er in einer Annahme empfangen wird, in der er sich kaum bewegen kann, wo es keinen Platz gibt, um sich zu unterhalten und auch mal einen Kaffee zu trinken...

Die Delegation des VSCI hat an den WorldSkills in Abu Dhabi zwei Medaillen gewonnen. Stehen diese Erfolge im Zusammenhang mit ihrem Konzept «Top-Ausbildungsbetrieb»?

Wir haben seit Jahren Erfolg an diesen Berufsweltmeisterschaften. Da darf ich Thomas Rentsch, unserem ehemaligen Leiter Berufsbildung und heutigen Geschäftsführer, ein Kompliment machen. Er hat gemeinsam mit unseren Chefexperten Diana Schlup und Patrick Balmer ein hervorragendes Konzept erarbeitet. Sie haben gesehen, wo sich der Markt verändert, sie haben den Asiaten – unserer grössten Konkurrenz – über die Schulter geschaut und die richtigen Schlüsse gezogen.

Ihr Verband hat unruhige Zeiten hinter sich. Welche Schwerpunkte setzen Sie als neuer Präsident?

Wir müssen wieder offensiver agieren, interessanter und verständlicher werden. Wir wollen mit Transparenz und Offenheit Vertrauen schaffen. Daran führt kein Weg vorbei. In den letzten Monaten haben wir unsere Geschäftsstelle grundlegend umstrukturiert. Neu können wir unsere Carrosseriebetriebe nicht nur technisch, sondern auch betriebswirtschaftlich beraten. So bieten wir unseren Mitgliedern auch Unterstützung im Bereich Betriebswirtschaft, Geschäftsführung, Personalführung etc. Wir wollen als Verband wieder verstärkt wahrgenommen werden. In diesem Zusammenhang steht auch die geplante Fusion des Deutschschweizer VSCI mit der Westschweizer FCR. Damit geht eine Namensänderung zu Carrossier Suisse einher. Die Abkürzung VSCI kennen und verstehen die Leute nicht, ich wurde an einem Anlass schon mit dem VCS verwechselt! (lacht) <

Die Krux mit den Ersatzteilen

sco. Ein wichtiges Anliegen von Felix Wyss als VSCI-Präsident sind die Preise von Ersatzteilen. «Die Importeure verlangen in der Schweiz viel zu hohe Preise», stellt Wyss fest. Gerade im Vergleich mit der EU seien die Preise viel zu hoch. «Es kann doch nicht sein, dass die gleichen Teile bei uns 80 Prozent teurer sind als ennet der Grenze.» Das Problem betreffe nicht nur die Carrossiers, sondern auch viele Garagisten, insbesondere Markenvertreter. Dadurch gerieten viele Unternehmen auch seitens der Versicherungen unter Druck: «Die Schäden werden immer teurer.» Als VSCI-Präsident will Felix Wyss für faire Preise auf Originalersatzteile kämpfen.

Micro Repair

«Das Geld liegt auf der Strasse»

Lackschäden veranlassen viele Autobesitzer zur Billigreparaturen der Marke Eigenbau. «Für Garagisten gilt es also, einen Schatz zu heben», appelliert Felix Schwaninger, Leiter Werkstattkonzepte bei der SAG Services AG. Das Rezept: Micro Repair. *Tatjana Kistler, Redaktion*

■ Ein Seat Leon, Jahrgang 2011, rollt durchs Werkstatttor. Der 100 000 km-Service steht an. Nichts Besonderes. Doch eine Kontrollrunde rund um den Spanier lohnt sich: Hier eine kleine Lackabschürfung am Stossdämpfer, da ein Steinschlag in der Frontscheibe, dort eine minime Beule. «Der Garagist muss den Kunden beim Service aktiv auf kostengünstige Angebote für Kleinstreparaturen an Carrosserie/Lack/Glas aufmerksam machen, die sich mit annehmbarem Aufwand direkt und zu einem zumutbaren Preis mit dem Service erledigen lassen», betont Kurt Wyssbrod, Markenchef bei Technomag.

Nebengeschäft bereits bei Wagenannahme erkennen

Denn das Geld liegt förmlich auf der Strasse. Um dieses mit Nebengeschäften abzugreifen, müsse der Garagist aber sein Rollenverständnis überdenken. «In den 80er-Jahren erlebten die Garagisten das goldene Jahrzehnt: Kunden kamen regelmässig von sich aus in die Werkstatt, sei es für Abgaskontrollen oder Services», holt der Experte zum Vergleich aus. «Doch heute, da die Autos effizienter werden, weniger Reparaturen bedürfen und keine Abgaskontrollen mehr fällig sind, liegt es am Garagisten, sich zu positionieren und aktiv Dienstleistungen anzubieten», fügt Wyssbrod an.

250 Millionen Franken liegen brach

Aus internen Erhebungen der SAG geht hervor: Schweizweit liegt jährlich ein Potenzial von mehr als 250 Millionen Franken an Zusatzverdiensten mittels Micro Repair brach. Ein Potenzial, das laut Kurt Wyssbrod unterschätzt wird: «Fast 80 Prozent der Garagisten verschliessen sich diesem Lösungsansatz, mit dem kleinere Reparaturen 40 bis 50 Prozent günstiger ausgeführt werden können.» Diese markanten Einsparungen sind derweil aufgrund der kleinen zu bearbeitenden Fläche, dem entsprechend geringen Verbrauch von Material- und Zeitrressourcen möglich.

Bessere Auslastung in kürzester Zeit

Die Vorteile liegen laut Fachleuten auf der Hand: immenses Kundenpotenzial, verbesserte Werkstattauslastung, ohne grosse Zusatzinvestitionen sofort um- und einsetzbar. Beim Stichwort Micro Repair schwingt derweil das von der SAG in Kooperation mit der André Koch AG angebotene Schulungsprogramm rund um das Standox-Set oben aus. Mit den Sets werden im Preis inbegriffene Schulungen, sogenannte «Micro-Repair-Trainings» angeboten (siehe Box).

Nebst dem geübten Auge für die geeignete Micro-Repair-Stelle und dem Wissen über die technische Abwicklung solch einer Reparatur spielt vor allem die emotionale Intelligenz eine Rolle. «Das riesige Potenzial des Micro-Repair-Ansatzes steht und fällt mit dem Verkaufsgespräch und der Herangehensweise», appellieren die Experten. Will heissen: Es geht im Kundenkontakt um Fingerspitzengefühl. Wie spreche ich den Kunden auf einen kleinen Schürfer an der Stossstange an? Hierfür sind verkaufstechnische Schulungen rund um Micro Repair in Planung. «Meist genügt ein Hinweis auf die unschöne Delle und das genaue Beobachten der Kundenreaktion – wenn ich dann geschickt einlenke und darauf hinweise, dass diese Reparatur zeitgleich und portemonnaieverträglich ausgeführt werden kann, habe ich starke Argumente auf meiner Seite», so die Kursanbieter.

Salon de l'automobile

Séparateur à Coalescence
Traitement des eaux usées
Pour faibles volumes
La solution simple

www.dlk.ch

G. LOOSLI
Abwassertechnik

DLK TECHNOLOGIES
pour le traitement des eaux - für Wassertechnik

Stimme aus der Praxis

«Kundenberatung ist wichtig»

Herr Schwaninger, bedeutet Micro Repair auch einen Mikrozeitverlust für den Garagisten?



Felix Schwaninger.

Felix Schwaninger (Leiter Werkstattkonzepte SAG Services AG): Micro Repair sollte nicht als Zeitverlust, sondern als Zusatzumsatz betrachtet werden. Meist lassen sich für die Garagen durch die Reparatur eben solcher Kleinschäden Umsätze generieren, die dem Kunden nicht wehtun. Denn eigentlich will der Autofahrer die kleinen Dellen oder Kratzer gar nicht reparieren lassen – sehr wohl fallen sie ihm aber auf und ärgern ihn dementsprechend.

Dass der Garagist kein gelernter Carrossier/Lackierer ist, könnte davon abschrecken, mit Micro Repair Zusatzdienstleistungen anzubieten...

Auch wenn die Micro-Repair-Lösungen einfach klingen: Es darf nicht das Bild aufkommen, dass man sie im Handumdrehen beherrscht. Es braucht eine seriöse Schulung, so wie sie die André Koch AG anbietet. Dazu braucht es auch einiges an Übung, die sich der Garagist am besten an einem Gebrauchtwagen aneignen sollte. Ein Minimum an Gerätschaften ist ebenso erforderlich wie Freude an der Sache und vor allem auch eine seriöse Kundenberatung.

Welches sind die wichtigsten Kenntnisse beim Thema Micro Repair, die Sie in den Schulungen vermitteln?

Es fängt beim Beurteilen des Fahrzeugs und des Schadens an: Ist Micro Repair überhaupt möglich und sinnvoll? Es folgt die Farbauslese und -bestellung. Man muss sich gut überlegen, wie die oben beschriebenen Arbeiten anzugehen und auszuführen sind.

Wo sind dem Micro-Repair-Ansatz Grenzen gesetzt?

Wenn die Fläche zu gross ist – beim Türblatt, auf dem Dach oder der Motorhaube –, wo eine Begrenzung nicht möglich ist, ferner bei Speziallackierungen, die langjährige Erfahrung im Spritzen erfordern. Sonst sehe ich keine. <

Micro Repair ist sinnvoll, wenn die instandzustellenden Flächen nicht zu gross sind und begrenzt werden können.

Garage als Kompetenzzentrum

Der mentale Aspekt gelte aber nicht nur beim Kundenkontakt, sondern beginne beim Garagisten selbst. Ob gelernter Automobil-Mechatroniker, Lackierer oder Spengler: Beim Thema Micro Repair hört das Ressortdenken auf. Voraussetzung bleibt, sich dieser neuen Ansätze nicht zu verschliessen, sich bewusst auf neues Terrain zu begeben, aktiv auf Kursanbieter respektive seinen Zulieferanten zuzugehen und nach Weiterbildungsmöglichkeiten zu fragen. «Denn diese Kleinst-

reparatur-Lösungen sind eine Chance zur Rückkehr der Garage zum Status des einstigen Kompetenzzentrums mit umfassenden Dienstleistungen», blickt Kurt Wyssbrod optimistisch in die Zukunft. <

Der Ablauf zum perfekten Micro-Repair-Ergebnis

«Wer vom Micro-Repair-Verfahren profitieren will, sollte die Schadensfläche so klein wie möglich halten», so die Anleitung des Lackspezialisten. Als Faustregel gilt, dass die bearbeitete Fläche nicht grösser als ein A4-Blatt sein sollte. Gute Micro-Repair-Ergebnisse sind besonders auf den durchaus grösseren Flächen im Carrosserie-Randbereich zu erzielen. Aber auch kleinere Stellen, die von anderen Elementen wie Fensterdichtungen, Heckleuchten oder etwa Nummernschildern optisch unterbrochen sind oder im Schwellerbereich liegen, eignen sich. In den Schulungen der Swiss Automotive Group wird die Herangehensweise bei Micro Repair wie folgt beschrieben:

- Schaden beurteilen und typisches Schadensbild festlegen (Steinschlag? Kleiner Kratzer?)
- Stelle reinigen, gegebenenfalls aufpolieren
- Farbton messen und mit einem Farbfächer oder Aufspritzmuster prüfen
- Schadenstelle schleifen, nochmals reinigen
- VOC- oder UV-Füller applizieren
- IR- oder UV-Trocknung
- Füller anschleifen
- Decklack in dünnen Lagen auftragen, bis genügend Deckkraft erreicht ist
- Ablüften, Decklagentrocknung durch Anblasen beschleunigen
- Klarlack auftragen, Randbereiche ausnebeln
- IR-Trocknung der Reparaturstelle
- Polieren, Übergangsfinish

Lackbestimmung

Den richtigen (Farb-)Ton treffen – eine Herausforderung

Den Fahrzeugpapieren den Farbcode entnehmen, die Farbe beim Lackierer abmischen lassen, auftragen – et voilà. So die Wunschvorstellung. Die Realität des markenunabhängigen Garagisten: Es ist kompliziert, wesentlich komplizierter. **Tatjana Kistler**, Redaktion

■ Eine kleine Reparatur – im Handumdrehen erledigt. Schwieriger wird es für den markenunabhängigen Garagisten, wenn er mit Lack zu tun hat. Denn: «Ich habe zwar den Farbcode, muss diesen dann aber bei einem Lackhersteller abmischen lassen. Und das Resultat stimmt in der Regel nicht mit der Autofarbe überein», schildert ein Werkstattleiter das Problem.

Ein gutes Auge ist gefragt

Ein Kollege ergänzt: «Wenn ich denselben Farbcode drei verschiedenen Lackherstellern abgebe, erhalte ich drei unterschiedliche Produkte.» Dies ist dem Umstand geschuldet, dass die Automobilhersteller ihre Rezepturen nicht herausgeben, ergo der Lackproduzent eigene Rezepturen generieren muss. Der freie Garagist meistert diese Herausforderung vor

allem dank seines geschulten Auges. Es gilt, den Lack vorsichtig aufzutragen, in den meisten Fällen nachzubessern und zu vernebeln, um ans Original heranzukommen. Auf gut Deutsch: Der Blechschaden muss genug gross sein, damit sich solch eine Reparatur für kleinere Garagen lohnt. AUTOINSIDE konfrontierte zwei Schweizer Lackhersteller mit drei Lack-Härtefällen aus dem Garagenalltag. <



Lacklabor aus dem Axalta Zentrum für Forschung und Technologie in Wuppertal.



Die Details im Blick: In den heiligen Hallen der BASF Coatings Services AG.

BASF Coatings Services AG

«Individualisierung wird immer wichtiger»

Perleffektfarben und Gelb: für Garagisten eine Herausforderung?

Sebastian Wyder (Technical Manager BASF Coatings): Perleffektfarben und Gelb sind das tägliche Brot eines Carrosserie-Betriebs. Unsere beiden Hausmarken Glasurit und R-M dürfen auf eine lange Geschichte zurückblicken. Glasurit feiert dieses Jahr ihr 130-jähriges Bestehen und R-M wird nächstes Jahr stolze 100 – dies zeugt von einer sehr vertieften Farbkompetenz, die unsere Kunden im Alltag unterstützt. In der Farbwelt tauchen neue Farbbereiche auf dem

Trendradar auf. Farben mit technischem Charakter haben oft sehr komplexe Effekte, die gezielt mit dem Lichteinfall interagieren. Die Entwicklung spezieller Effekte setzt dabei neue Akzente und erschliesst ungewöhnliche Farbbereiche. Automobilfarben werden dadurch laut der BASF-Designer in Zukunft komplexer und individueller. Diese Differenzierungsmöglichkeit kommt den Verbrauchervünschen nach, denn gerade beim Autokauf spielt das Thema Individualisierung eine immer grössere Rolle. Auch der anhaltende Trend der Mattlackierungen

fordert uns täglich, da ist es wichtig, auf die Kompetenz eines Lackherstellers bauen zu können. Durch die enge Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Autoherstellern und BASF sind wir so immer direkt am Puls des Geschehens und können flexibel und zeitnah auf die neuen Herausforderungen eingehen, sehr schnell reagieren und Lösungen liefern. Dies wirkt sich auch auf die Reparaturlackierung und die täglichen Herausforderungen der Carrosseriebetrieben und Garagen aus.

Axalta Coating Systems Switzerland GmbH

«Autohersteller haben immer exklusivere Farben»

Perleffektfarben und Gelb: für Garagisten eine Herausforderung?

Clint Kaufmann (Technischer Leiter):

Perleffektfarben und Uni-Gelb gehören mittlerweile zum Standardrepertoire eines Autolackierers. Mit angepassten Anwendungstechniken lassen sich diese Farben problemlos reproduzieren. Grössere Herausforderungen, wie zum Beispiel Spezialfarbtöne mit eingefärbten Klarlacken oder spezialpigmentierte Farbtöne wie Alubeam von Mercedes (ein sehr feines Silber mit metallähnlicher Oberfläche), Matlackierungen, strukturierte oder auch mit Glasflakes angereicherte Farbtöne gehören heute ebenfalls zum Alltag. Auch diese Töne lassen sich mit unseren speziell für den Anwender erstellten Cromax-Reparaturleitfaden mühelos nachstellen. Hierfür bieten wir unseren Kunden Kurse in unseren Trainingscentren an oder schulen auf Wunsch auch vor Ort. Da die Autohersteller immer wieder mit neuen und möglichst exklusiven Farbtönen auf den Markt kommen, heisst es für den Lackierer, noch mehr à jour zu sein und sich stetig mit den neusten Farbtrends auseinanderzusetzen.

Autohersteller geben zwar die Farbcodes heraus, die Lackhersteller müssen die Rezepturen aber selbst «austüfteln». Ein Problem?

Als Lieferant der meisten Automobilhersteller und der daraus entspringenden engen Zusammenarbeit in der Farbtonentwicklung

erhalten wir aus erster Hand Informationen, die in unseren internationalen Color-Labors von Experten verarbeitet und unseren Kunden rasch zur Verfügung gestellt werden. Unser Konzern investiert jedes Jahr mehr als vier Prozent des Nettoumsatzes in Forschung und Entwicklung, um zahlreiche Innovationen auf den Markt zu bringen. Unsere weltweite Online-Datenbank «Chromaweb» mit inzwischen über 250 000 Formulierungen hilft unseren Kunden dabei, möglichst rasch und effizient eine passende Formulierung zu finden oder mit dem Farbtonmessgerät sogar neu zu erstellen.

Welche Tipps können Sie markenunabhängigen Garagisten auf den Weg geben?

Cromax stellt eine Neuheit in seiner Reihe digitaler Farbtonmessgeräte vor: das neue, kleine und leistungsstarke Farbtonmessgerät «ChromaVision Pro Mini». Dieses ist deutlich kleiner als sein Vorgänger und damit optimal für die einhändige Bedienung. Wirklich innovativ ist die neue Messtechnologie, die ein schnelleres und genaueres Messen sowohl des Farbtons als auch des Effekts ermöglicht. Die Unterstützung der Optik durch die spezielle LED-Technologie des Geräts ermöglicht sehr präzise Messergebnisse. Die digitale Farbtonfindung ist die effizientere Methode, um den passenden Farbton zu finden, was sich wiederum positiv auf die Produktivität im Lackierfachbetrieb auswirkt. Eine schnellere Farbton-

findung sorgt für einen schnelleren Durchsatz und für entsprechende Zeiteinsparungen. Das cloudbasierte Softwarepaket stellt ausserdem mehr als eine Viertelmillion Farbformeln zur Verfügung. Die Suche nach einer Farbtonformel kann also über ein Smartphone oder ein Tablet ausgeführt werden. <



Clint Kaufmann.

Apropos Lack: Weiss ist heiss!

Die jüngst veröffentlichte 65. Ausgabe der globalen Axalta-Autofarbenstudie zeigt: Weiss ist mit 39 Prozent weltweit die Nummer eins auf der Beliebtheitsskala bei Verbrauchern. Auf Platz zwei folgt Schwarz mit 16 Prozent. Grau und Silber teilen sich das zweite Jahr in Folge mit elf Prozent den dritten Platz.

Weltweit zeichnet sich gemäss Studie ein Trend hin zu glänzenden Perlmutterfarben für Fahrzeuge des Luxussegments ab. Weisse Perlmutterfarbtöne konnten 2017 vier Prozent dazu gewinnen. «Aufgrund der gestiegenen Nachfrage nach hellen Grautönen und hellen bis mittleren Blautönen gewinnen helle und leuchtende Farbtöne insgesamt weiter an Boden», ergänzt Nancy Lockhart, Global Color Marketing Manager bei Axalta.

Autohersteller geben zwar die Farbcodes heraus, die Lackhersteller müssen die Rezepturen aber selbst «austüfteln». Ein Problem?

Wir sind Partner aller grossen Automobilhersteller für Korrosionsschutz, Farbkompetenz und kratzbeständige Oberflächen. Mit unseren Kunden entwickeln wir innovative Lackierprozesse. Unsere Anwendungstechniker sind tagtäglich an den Lackieranlagen der Automobilindustrie präsent. Unsere Autoreparaturlacke sind von den führenden Fahrzeugherstellern für die Reparaturlackierung freigegeben und werden wegen ihrer hohen Farbtongenauigkeit bevorzugt. Durch diese enge Zusammenarbeit bieten wir unseren Carrosseriebetrieben eine sehr breite und tiefe Farbtondatenbank – Herausforderungen

gibt es immer wieder, aber durch unser haus-eigenes Farbtonlabor, kombiniert mit unserer Hotline, können wir auch bei Knacknüssen schnell und flexibel auf die Bedürfnisse unserer Kundschaft eingehen und ihnen schnelle und kompetente Lösungen anbieten. Trotz der heutigen Technik und den unzähligen digitalen Lösungen wollen wir weiterhin auf den persönlichen Support bauen – wir dürfen ein handwerkliches Gewerbe unterstützen und da braucht es auch zukünftig fachkompetente Mitarbeiter, die die Carrosseriebetriebe und Garagen unterstützen.

Welche Tipps können Sie markenunabhängigen Garagisten auf den Weg geben?

Markenunabhängigen Garagisten empfehlen wir, mit einem starken und kompeten-

tenten Carrosseriepartner in Sachen Farbtonkompetenz und darüber hinaus Hand in Hand zusammenzuarbeiten. Ein enger Austausch und ein hohes Mass an Vertrauen bilden die Grundlage für eine erfolgreiche Partnerschaft. <



Sebastian Wyder.

ARN – Automotive Repair Network

www.arn-swiss.ch

> Begünstigt Kooperationen und vereinfacht die Schadenabwicklung

pd. Unter dem Namen Automotive Repair Network (ARN) gehen die Netzwerke Repanet Suisse von Standox, Five Star von Cromax und CUI von Spies Hecker in der Schweiz gemeinsame Wege. Die führenden Reparaturlackmarken Standox, Cromax und Spies Hecker von Axalta Coating Systems bilden ein modernes Netzwerk professioneller Carrosserie- und Lackierfachbetriebe.

Ein Ziel ist es, gut ausgerüstete, unabhängige Werkstätten, die hochwertige Reparaturen ausführen und herausragenden Service liefern, bei Kooperationen mit Auftraggebern zur Schadenabwicklung zu unterstützen. Die erste ARN-Kooperation ist direkt beim Start der Lancierung, in partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit der XpertCenter AG, einer Tochtergesellschaft der Mobiliar, der ältesten privaten Versicherungsgesellschaft der Schweiz, unterzeichnet worden.

Die XpertCenter AG in Bern ist ein auf Expertisierung und Schadenbearbeitung

spezialisiertes, neutrales Kompetenzzentrum für Motor-, Wasser- und Oldtimerfahrzeuge sowie für Fahrzeugflotten und Spezialfahrzeuge. Werner Schmutz, Abteilungsleiter bei der XpertCenter AG: «Das Automotive Repair Network vereinfacht die Fahrzeugexpertisierung. Unser Partner kann den ihm zugewiesenen Expertisenauftrag ergänzen, dokumentieren und abschliessen. Dieser geniesst

aufgrund der im Rahmen seitens Swiss TS erfolgten Zertifizierung und der dabei durch uns vorgenommenen Auditierung unser volles Vertrauen. So müssen unsere Experten den Schaden nicht selber vor Ort begutachten. Diese Kooperation hat sich bereits seit Jahren bei den Five Star Partnern sehr gut bewährt und wird nun nach dem gleichen Modell auf das gesamte Netzwerk inklusive der Repanet

Suisse und CUI Betriebe aus-
geweitet.» Mit Swiss TS, einer unabhängigen Zertifizierungsstelle, die die Einhaltung der von Versicherern, Leasing- und Flottenbetreibern gewünschten Normen und Richtlinien in den Carrosserie- und Lackierfachbetrieben von Standox Repanet Suisse, Cromax Five Star und Spies Hecker CUI sicherstellt. <



Thomas Wyss (v. l.), Florian Stähli, Patrizia Santarsiero, Gonzalo Alonso, Thomas Nussbaum und Roberto Leucci.

DLK Technologies SA & ozone.ch

www.dlk.ch / www.ozone.ch

> Erste anerkannte Bioanlage für Garagenabwasser

pd. Die in Le Locle ansässige Firma DLK Technologies ist mehr als 25 Jahre nach ihrer Gründung eine Referenz für die Reinigung von Abwasser aus der Fahrzeugwäsche in der Schweiz. DLK hat die erste anerkannte Bioanlage für Garagenabwasser entwickelt. Sie ist ein Swiss Label Produkt.

Seit jeher setzt sich DLK für eine ökologische Wasser- und Luftbehandlung ein. DLK ist bestrebt, Aufbereitungslösungen zu entwickeln und anzubieten, die auf den natürlichen Abbau setzen, statt Stoffe zu ver-

wenden, die noch schädlicher sind als das zu reinigende Wasser. DLK wird am Genfer Automobilsalon die folgenden Anlagen ausstellen:

- Systeme für die biologische Abwasserreinigung DLK-FBR, die sich durch ihre Einfachheit, ihren geringen Wartungsaufwand und erheblich geringere Betriebskosten als andere Technologien auszeichnen. Die Behandlung erfolgt durch die Verstärkung eines natürlichen Phänomens, des biologischen Abbaus der

im Wasser enthaltenen Öle und Seifen. Die biologischen Abwasserreinigungsanlagen DLK-FBR sind einfache Anlagen, die wartungsfrei und ohne Betriebsmittel arbeiten. Die FBR werden in der Schweiz hergestellt und entwickelt. Mehr als 100 Anlagen laufen seit mehr als 25 Jahren.

Koaleszenzabscheider Loosli-System und Sonozaire-Systeme: Letztere sind robuste, leistungsstarke und benutzerfreundliche Ozongeneratoren für die Beseitigung von Gerüchen in Fahrzeugen, z. B. von Tabak oder Tieren. Geruchsentfernung durch Ozon. <



GCS Schweiz AG

www.gcsag.ch

> Der Rentabilitätsturbo für die Werkstatt und den Autohandel

Die GCS Garage & Carrosserie System GmbH besitzt grosses branchenspezifisches Know-how und beliefert Betriebe mit integrierten Softwaresystemen, die effizientes Arbeiten ermöglichen und doppelte Datenerfassung vermeiden. Daneben verfügt GCS im Hardware- und Security-Bereich über die notwendigen Spezialisten und kann ihren Kunden die gesamte IT-Infrastruktur aus einer Hand liefern, installieren und unterhalten sowie die Anwender schulen.

Optimale Vernetzung durch Schnittstellenvielfalt

Die GCS Schweiz AG geht mit ihren Produkten einen komplett neuen Weg. Die Produkte haben bidirektionale Schnittstellen zu vielen externen Datenprogram-

men wie Teilekataloge, Audatex, Auto-i SilverDat, EurotaxERE, um diese innerhalb von VIS (Vehicle Inhouse System) oder APS2 (Auto Planing System) direkt weiterverarbeiten zu können. Dazu kommt die im DMS-Umfeld einzigartige direkte Kommunikation mit diversen Versicherern wie Axa, Basler, Helvetia via EC2.

Mit diesem Konzept kann die GCS Schweiz AG gewährleisten, dass die komplexen Prozesse innerhalb einer Garage oder einem Carrosserie-Betrieb effizient durchgeführt werden können. Somit tragen die Produkte der GCS GmbH massgeblich zu einer höheren Rentabilität des Betriebs bei. Das ist massgebend, denn Hand aufs Herz, bei der Evaluation neuer Firmensoftware stellen

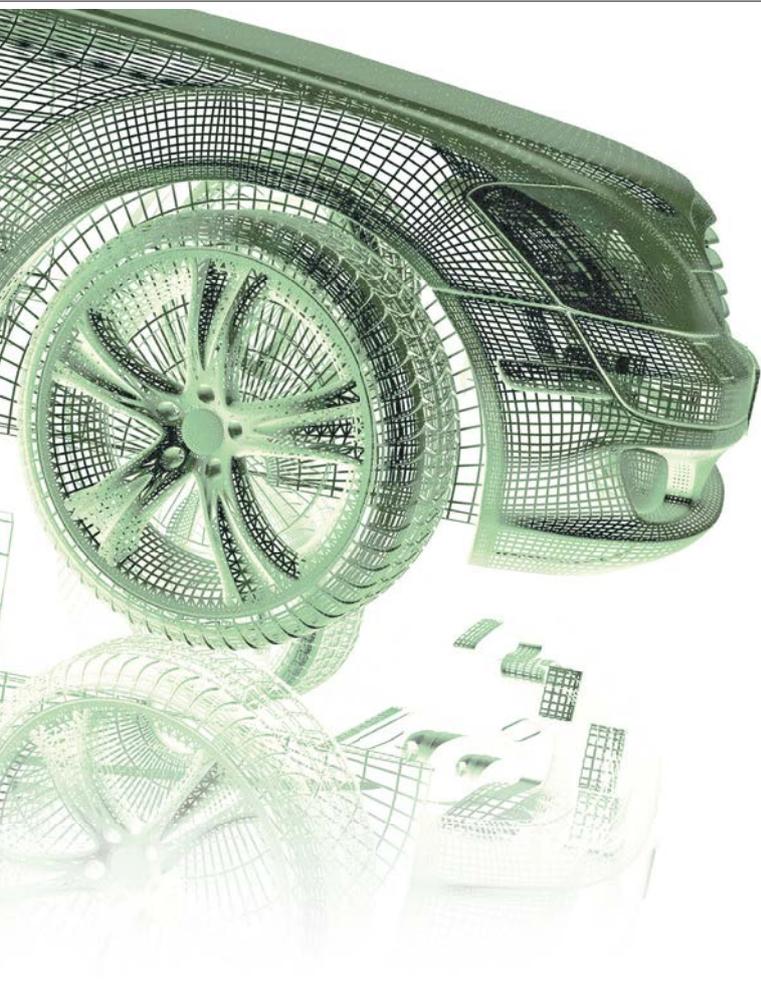


Produktivitäts- und Rentabilitätssteigerung mit GCS-Tools.

sich vor allem folgende Fragen: Wie lassen sich die Prozesse in meinem Betrieb weiter optimieren und wie trägt die Software dazu bei, die vorhandenen Strukturen im Betrieb schneller und effizienter zu gestalten? Wie hoch sind die einmaligen und laufenden Kosten? Bis wann ist mit einem Return on Investment zu rechnen? Die passenden Antworten auf all

diese Fragen gibt GCS Schweiz AG mit seinen EDV-Konzepten.

Absolute Neuheiten sind aktuell der MobileWorker, das Unternehmensdashboard und die zertifizierte Integration für Ford-Händler. <



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 Personewagen, 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.

auto^[i]

Schweizer Partner für Fahrzeugdaten



Auch am 88. Genfer Auto-Salon vom 8. bis 18. März werden rund 700000 Besucherinnen und Besucher in den Hallen der Palexpo erwartet.

Interview mit André Hefti, Generaldirektor Geneva International Motor Show

«Das Internet kann den Auto-Salon nicht ersetzen»

Der Auto-Salon Genf vom 8. bis 18. März ist eine der wichtigsten Automobilmessen weltweit. Jedes Jahr pilgern rund 700000 Besucherinnen und Besucher in die Hallen der Palexpo. Generaldirektor André Hefti spricht mit AUTOINSIDE über den bevorstehenden 88. Auto-Salon, über Herausforderungen und über die Zukunft der Halle 7. **Sandro Compagno**, Redaktion

■ **Herr Hefti, worauf freuen Sie sich am Auto-Salon 2018 am meisten?**

André Hefti, Generaldirektor Geneva International Motor Show: Auf die Vorstellung der neuen Modelle. Wir haben mehr als 60 Medienkonferenzen, an denen Neuheiten präsentiert werden. Das ist ein starkes Indiz, dass es heuer viel Neues gibt. Zudem freue ich mich wie jedes Jahr auf innovative Standkonzepte.

Welche Trends lassen sich erkennen?

Die Elektrifizierung ist und bleibt ein Thema. An der IAA in Frankfurt hat beispielsweise BMW fast nur Elektrofahrzeuge ausgestellt. Angesichts der CO₂-Problematik ist Elektro sicher ein Trend, der uns über das Jahr 2018 hinaus beschäftigen wird. Auch Wasserstoff ist ein Thema – meiner Meinung nach ist Wasserstoff eine der besten Lösungen überhaupt –, nur haben wir hier mit der fehlenden Infrastruktur das gleiche Problem

wie bei Elektro. Die Leute haben Angst, dass sie stehenbleiben. Darum ist der Benzinmotor noch lange nicht tot. Auch CNG ist wieder ein Thema. Die Zukunft gehört meiner Meinung nach verschiedenen Antriebskonzepten.

Die automobile Welt befindet sich im Wandel. Wie wirkt sich dieser Wandel auf den Auto-Salon in Genf aus?

Die Digitalisierung macht auch vor dem Salon nicht halt. Natürlich machen wir uns Überlegungen, wie der Salon der Zukunft aussieht. Immer mehr Hersteller stellen auch an Elektronikmessen wie der CES in Las Vegas oder der Mobile World in Barcelona aus.

Elektronikmessen als Konkurrenz zum Auto-Salon?

Nein, das eher nicht. In Las Vegas beispielsweise waren praktisch keine Serienfahrzeuge ausgestellt, sondern nur Konzeptfahrzeuge. Aber die Hersteller sind vor Ort,

weil sie und ihre Ingenieure den Input aus dem Silicon Valley suchen. Wir sprechen derzeit mit der IFA in Berlin – dem europäischen Pendant der CES – über eine mögliche Kooperation.

Wie wird diese aussehen?

Die Idee ist, dass wir der IFA das Know-how der Automobilindustrie bringen und die IFA bringt den Elektronikbereich nach Genf. Wir denken dabei an Ausstellungsfläche für die Bereiche Elektronik und Services. Hier besteht im Hinblick auf autonomes Fahren ein enormes Potenzial. Aber wir stehen mit dieser Kooperation noch ganz am Anfang.

Automessen weltweit müssen immer mehr Absenzen von grossen Automarken verkraften. In Frankfurt fehlten zahlreiche Marken, in Genf fehlen Opel und GM...

GM ist ein relativ kleiner Player in Europa, Opel jedoch ist ein anderes Thema: Die

Absenz dieser Traditionsmarke bedauere ich sehr. Ich bin überzeugt, dass Opel zurückkehrt, sobald die Integration in die PSA-Gruppe und die damit verbundene Reorganisation abgeschlossen sind.

Wie erklären Sie einem Autohersteller, dass er Genf braucht?

Ich werde oft gefragt, ob es den Salon in zehn Jahren noch gibt. Meine Antwort darauf ist ein klares Ja. Auch höre ich oft, das Internet werde den Salon ersetzen. Das ist Blödsinn. Internet ist eine tolle Sache, um sich Informationen zu besorgen. Aber die Emotionen, die Farben eines Ferrari, die Haptik eines schönen Volants, den Geruch eines Lederinterieurs, all das kann das Internet nicht vermitteln. Den Auto-Salon mit seiner Inszenierung, dem Rampenlicht, vielleicht noch einigen hübschen Hostessen kann das Internet nicht ersetzen. Den Salon wird es auch in zehn Jahren noch geben, aber er wird anders aussehen.

Wie wird er aussehen?

Ich habe leider keine Kristallkugel. Die Megatrends lauten Elektrifizierung, autonomes Fahren, Servicepakete. Vielleicht werden in zehn Jahren weniger Autos, dafür mehr Serviceleistungen angeboten, vielleicht ganze Pakete mit Auto und Service. Sicher wird Elektronik eine grössere Rolle spielen. Brauche ich in zehn Jahren überhaupt noch ein eigenes Auto? Oder bestelle ich mir je nach Bedarf ein Fahrzeug, das dann autonom vor meine Haustüre fährt?

Wenn das in zehn Jahren so ist – braucht es dann noch einen Salon? Die Emotion ist ja mit dem Besitz verbunden...

Individuelle Mobilität wird es auch in zehn Jahren noch geben. Auch beim autonomen Fahren und beim Carsharing braucht es Fahrzeuge. Und was Sie anbieten, das müssen Sie auch zeigen. Ich bin überzeugt, dass der Salon weiter seine Berechtigung haben wird.

Wie entwickeln sich die Verkaufszahlen am Salon?

Die Aussteller sind nicht verpflichtet, uns Zahlen zu nennen. Wir sind auch kein Verkaufssalon, sondern betrachten uns als Schaufenster der Neuheiten. Im Zentrum unserer Aussteller steht die Kundenbindung und -pflege, nicht der Verkauf. Mit Ausnahme der Luxusmarken: McLaren, Aston Martin, Lamborghini, Pagani etc. verkaufen am Salon. Genf ist ein perfektes Pflaster für

Luxusautos. Der Salon ist nicht zu gross und der Flughafen nur fünf Minuten entfernt. Wer einen Lamborghini kauft, der reist ja kaum mit dem Velo-Solex an.

Sprechen wir über Halle 7, die seit 2012 rund 50 Prozent ihrer Aussteller verloren hat. Welche Bedeutung hat sie für den Salon?

Sie ist wichtig – für die Messe und für das Autogewerbe. Dass es die Halle 7 braucht, ist meiner Meinung nach unbestritten. Die Frage ist, nach welchem Konzept man dort ausstellen will – lang oder kurz? Dass wir zwei Ausstellungen in Halle 7 haben, macht die Sache für uns kompliziert und etwas unbefriedigend.

«Wer einen Lamborghini kauft, der reist nicht mit dem Velo-Solex an.»

Was würden Sie bevorzugen?

Eine einzige Ausstellung! Ob kurz oder lang, darüber müssen sich die Aussteller in Halle 7 einig werden. Wenn alle sagen, wir wollen die Kurzausstellung, dann machen wir das. Aber es gibt Aussteller, die sagen, dass sie die elf Salontage brauchen, um all ihre Kunden zu betreuen.

Sie sprechen von der ESA.

Nicht nur. Ein kleinerer Aussteller in Halle 7 hat mir letztes Jahr erzählt, er habe in der zweiten Woche mit einem einzigen Kunden 60000 Franken Umsatz gemacht. Dieser Umsatz wäre ihm entgangen, wenn er in der

zweiten Woche nicht mehr da gewesen wäre. 2018 haben wir uns jetzt für die zwei parallelen Konzepte entschieden. Was wir 2019 machen, das ist noch offen.

Gibt es Halle 7 in fünf Jahren noch?

Ich hoffe es, aber auch der Zuliefererbereich wandelt sich rasant.

Was ist schief gelaufen in den letzten Jahren?

Das ist schwierig zu beantworten. Fakt ist, dass der Aufwand für den einzelnen Aussteller sehr gross ist. Elf Tage sind relativ lang, der Personalaufwand ist hoch, der Salon fällt terminlich in eine Phase, in der viel läuft. Auf der anderen Seite schrumpfen die Margen.

Viele Zulieferer veranstalten eigene Messen. Werden diese Hausmessen der Halle 7 den Todesstoss versetzen?

Nein, das glaube ich nicht. An der Hausmesse kann ich meine bisherigen Kunden begrüßen, am Salon habe ich die Möglichkeit, neue Kunden zu gewinnen.

Eine Frage noch zum Nachwuchs: Das Autogewerbe kämpft um Nachwuchskräfte. Was kann der Salon tun, um wieder mehr Jugendliche für Autoberufe zu begeistern?

Wir sind gerne bereit, hier Hand zu bieten. Im Januar war ich an der Brussels Motor Show. Die haben dort in der Ausstellung eine Art Werkstatt aufgebaut, wo sich Jugendliche im Rahmen eines Wettbewerbes messen konnten. Auto Zürich macht mit dem «Brain Village» etwas für die Jungen, was ich sehr gut finde. Für ein solches Projekt würden wir sehr gerne Hand bieten. <



André Hefti, Generaldirektor Geneva International Motor Show.

88. Auto-Salon Genf

Das erwarten die Garagisten

Sehen, staunen – und gesehen werden: Garagisten verraten AUTOINSIDE, ob und mit welchen Erwartungen sie an den Auto-Salon nach Genf reisen, worüber sie sich informieren, wie sie ihre Kunden in die internationale Messe einbinden und weshalb sich der Besuch der Halle 7 lohnt.

Sandro Compagno, Sascha Rhyner, Tatjana Kistler, Redaktion



Peter Stocker,
Auto-Graf AG,
Meilen ZH

«Aktuelle Themen haben Einfluss»

Mit welchen Erwartungen reisen Sie nach Genf? Besuchen Sie auch die Halle 7?

Um mir eine Übersicht über Modelle und Neuigkeiten zu verschaffen. Was ist der Trend in der Zukunft, welche Antriebsarten wird uns die nähere Zukunft bringen, welchen Weg schlagen die Hersteller ein? Halle 7 gehört dazu. Man kann sich aus nächster Nähe einen Blick über die Welt des Automotive-Zubehörmarkts und über die Innovationen der Branche verschaffen.

Wie blicken Sie den nächsten elf Monaten das Geschäftsjahrs 2018 entgegen?

Wir gehen 2018 mit dem gleichen Elan und Optimismus an wie 2017. Innovation, schnelles Handeln und ein stark veränderter Markt werden uns auf Trab halten.

Welchen Einfluss messen Sie dabei dem Salon bei?

Aktuelle Themen wie Klimawandel, alternative Antriebsarten und was die Hersteller dazu unternehmen, werden Einfluss auf das Interesse und das Kaufverhalten haben.

Planen Sie Aktionen rund um den Salon?

Wir planen eine Marketingaktion für unsere Kunden, um den Auto-Salon zu besuchen. <



Daniel Portmann,
Auto Portmann
GmbH, Engelberg
OW

«Wichtiges Zubehör oder Einrichtungen»

Mit welchen Erwartungen reisen Sie nach Genf? Besuchen Sie auch die Halle 7?

Ich kann noch nicht abschätzen, ob ich hinfahre. Es kommt auf die freie Zeit an. Grundsätzlich reise ich ohne konkrete Ziele an den Auto-Salon. Aber ich bin eher in der Halle 7 anzutreffen, denn Fahrzeuge sehen wir jeden Tag. In Halle 7 findet man wichtiges Zubehör oder Einrichtungen, womit wir täglich konfrontiert sind. Ausserdem sieht man Neuerungen, die vielleicht entscheidend für Neuanschaffungen sind.

Wie blicken Sie den nächsten elf Monaten das Geschäftsjahrs 2018 entgegen?

Zuversichtlich. Falls ein Markenvertreter mit Neulancierungen rechnen kann, besteht immer die Möglichkeit für Zusatzverkäufe.

Welchen Einfluss messen Sie dabei dem Salon bei?

Aus meiner Sicht ist dieser eher gering, da sich die Kundschaft heute hauptsächlich übers Internet informiert.

Planen Sie Aktionen rund um den Salon?

Nein, das ist nicht vorgesehen. <



Jean-Claude Vésy,
Garage de
la Molière SA,
Estavayer-le-Lac FR

«Neuheiten sehen»

Besuchen Sie am Salon auch die Halle 7?

Das Ziel des Besuchs der Halle 7 ist es, die Neuheiten zu sehen.

Wie blicken Sie den nächsten elf Monaten des Geschäftsjahrs 2018 entgegen?

Das Jahr 2017 lief gut – und ich denke, dass es 2018 in der Werkstatt genauso gut läuft. Der Erfolg im Verkauf hängt von Offerten meines Importeurs ab.

Welchen Einfluss messen Sie dabei dem Salon bei?

Ja, aber der Salon sollte den kleineren Strukturen mehr Bedeutung zumessen, statt sich nur auf die grossen Tendenzen zu fokussieren.

Planen Sie Aktionen rund um den Salon?

Während des Salons mache ich zusätzliche Angebote auf Neuwagen und am Monatsende eine Ausstellung.



Urs Raschle,
Garage Raschle,
Walenstadt SG

«Halle 7 ist ein Hauptgrund»

Mit welchen Erwartungen reisen Sie nach Genf?

Natürlich wollen wir die Neuheiten unserer Importeure sehen. Ein Hauptgrund ist die Halle 7. Dort kann ich Lieferanten besuchen und Beschaffungen fürs laufende Jahr besprechen.

Wie blicken Sie den nächsten elf Monaten das Geschäftsjahrs 2018 entgegen?

Ich erhoffe mir, dass das laufende Jahr so gut oder gar besser wird als das vergangene.

Welchen Einfluss messen Sie dem Salon bei?

Für unsere Region hat der Auto-Salon keinen grossen Einfluss.

Planen Sie in Ihrem Betrieb Aktionen rund um den Salon?

Unsere Aktionen planen wir um unsere Ausstellungen, nicht um den Auto-Salon. <



**Christoph Keigel,
Garage Keigel AG,
Basel**

«Ein Katalysator für den Showroom»

Mit welchen Erwartungen reisen Sie nach Genf? Besuchen Sie auch die Halle 7?

Der Auto-Salon zeigt jedes Jahr die neusten Modelle und neue technologische Entwicklungen. Der Besuch hilft uns, sowohl die kurzfristige als auch die mittelfristige Zukunft im Automobilsektor zu antizipieren. Zudem ist der Salon immer wieder ein Trendbarometer und gibt uns die Möglichkeit, die Entwicklungen der Marken zu vergleichen. Die Halle 7 gehört zum Besuchsprogramm. Dort informieren wir uns über Entwicklungen im Dienstleistungs- und Werkstattbereich.

Wie blicken Sie den nächsten elf Monaten das Geschäftsjahrs 2018 entgegen?

Wir erwarten, dass sich das Jahr 2018 ähnlich darstellen wird wie 2017. Gespannt sind wir auf die Auswirkungen der Umstellung von NEFZ auf WLTP. Wir glauben allerdings nicht, dass dies für uns als Händler grosse Auswirkungen haben wird.

Welchen Einfluss messen Sie dabei dem Salon bei?

Wir wissen von Kunden, dass sie an den Auto-Salon fahren, um sich – bevor sie den Entscheid zum Kauf eines neuen Fahrzeugs abschliessen – umfassend zu informieren. Aufgrund der Berichterstattung über den Auto-Salon ist dieser ein Katalysator, der die Nachfrage in unseren Showrooms ankurbelt.

Planen Sie Aktionen rund um den Salon?

Wir bieten unseren Kunden aktiv die Möglichkeit zum vergünstigten Besuch des Auto-Salons an. Für unsere Flotten-Kunden organisieren wir eine Tagesreise nach Genf. Die kommerziellen Aktionen allerdings werden durch die einzelnen Marken gemacht. Wir gewähren keinerlei extra Salon-Angebote. <



**Alexander Hasler,
Walter Hasler AG,
Frick AG**

«Initialzündung für den Autofrühling»

Mit welchen Erwartungen reisen Sie nach Genf? Besuchen Sie auch die Halle 7?

Ich werde zwei bis drei Tage in Genf sein. Wir nutzen den Salon, um Kunden zu empfangen. Deshalb wird jeden Tag jemand von unserer Firma vor Ort sein. Ich sehe mich am Salon eher als Gastgeber, weniger als Besucher. Natürlich werde ich mir neben der Betreuung unserer Kunden auch mal zwei Stunden Zeit nehmen und mich umsehen. Einerseits möchte ich wissen, was unsere Mitbewerber zu bieten haben, andererseits werde ich in Halle 7 Zulieferer besuchen und Angebote vergleichen. In einer Garage stehen ständig Investitionen an, in Genf kann ich mir einen Überblick verschaffen.

Wie blicken Sie den nächsten elf Monaten das Geschäftsjahrs 2018 entgegen?

Mit absolut positiven Erwartungen. Unsere Marke Mercedes-Benz steht mit beiden Füßen auf dem Gaspedal. Wir freuen uns 2018 auf neue, wichtige Modelle. In Genf wird die neue A-Klasse präsentiert, eines unser Volumenmodelle. Dazu kommt der neue CLS. Es gibt eine Modellpflege bei der C-Klasse und die neue G-Klasse.

Welchen Einfluss messen Sie dabei dem Salon bei?

Für mich ist der Salon die Initialzündung für den Autofrühling. Die Leute sind gespannt, was die neue Auto-Saison bringt, und erhalten in Genf Antworten auf ihre Fragen.

Planen Sie in Ihrem Betrieb Aktionen rund um den Salon?

Wir haben am 24. und 25. März unsere grosse Frühlingsausstellung, die an den Salon anschliesst. Wir nutzen den Schwung dieser Ausstellung für ein erfolgreiches Jahr. <



**Andrej Rüegg,
Auto Welt
von Rotz,
Münchwilen TG**

«Kurzfristig ist ein Effekt spürbar»

Mit welchen Erwartungen fahren Sie nach Genf?

Offen gestanden, fahre ich gar nicht nach Genf. Von unserer Firma sind natürlich jedes Jahr mehrere Mitarbeitende am Auto-Salon, aber ich selber fahre nur hin, wenn ich es mit einer Händlertagung einer unserer Vertragsmarken verbinden kann. Ich halte mich mit anderen Quellen auf dem Laufenden – via Medien und Social Media. Ich bin nicht Typ für Messen, trotzdem bin ich stolz darauf, dass in der Schweiz eine der wichtigsten Autofachmessen stattfindet.

Wie blicken Sie den nächsten elf Monaten das Geschäftsjahrs 2018 entgegen?

Wir haben das letzte Jahr gut abgeschlossen und möchten den Schwung ins neue Jahr mitnehmen. Wir blicken sehr positiv in die Zukunft, da wir viele Projekte in der Pipeline haben.

Welchen Einfluss messen Sie dabei dem Salon bei?

Durch Lancierungen von wichtigen Fahrzeugen oder gescheiterten Messestandaktionen ist immer wieder ein kurzfristiger Effekt spürbar. Auf das ganze Jahr bezogen wird sich der Einfluss in Grenzen halten. Ich denke, wenn der Auto-Salon in einer geografisch nützlichen Distanz stattfinden würde, wäre der Einfluss grösser.

Planen Sie Aktionen rund um den Salon?

Wir machen immer wieder Wettbewerbe, in denen wir Tickets verschenken. <

Dekra-Studie

Digitalisierung Ja, aber...

Die Digitalisierung ist im Autogewerbe angekommen. Aber sie auch am Tempo und an den Bedürfnissen der Kunden liegt. Dies im Aftersales». Sandro Compagno, Redaktion

■ Das Marktforschungsinstitut Ipsos hat für die Studie insgesamt 1000 Autobesitzerinnen und -besitzer befragt. Die Studie wurde in Deutschland durchgeführt, ihre Tendenzen lassen sich aber durchaus auf die Schweiz – zumindest den deutschsprachigen Landesteil – übertragen.

Die Studie zeigt, dass es keineswegs nur die Garagenbetriebe sind, die es mit der Digitalisierung nicht immer eilig haben. Auch die Mehrheit der Kunden greift zur Kontaktaufnahme noch heute lieber zum Telefon. Mehr als zwei Drittel der Autofahrer bevorzugen den persönlichen oder telefonischen Kontakt; nahezu 75 Prozent der Befragten hatten noch nie per E-Mail oder Internet Kontakt mit

einer Garage. Es sind Zahlen, die das intakte Vertrauensverhältnis der Autobesitzer zu ihren Garagisten unterstreichen.

Immerhin 38 Prozent äussern Interesse an einer speziellen Werkstatt-App zur Kontaktaufnahme – obgleich viele Fachleute eine gut gestaltete, mobile-taugliche Website mittlerweile für die bessere Lösung halten.

Bei den seitens der Kunden gewünschten digitalen Angeboten der Werkstätten sind Informationen zu laufenden Service- und Reparaturarbeiten, zur Terminvereinbarung sowie Tipps und Tricks die häufigsten Nennungen. Mehr als die Hälfte der Befragten würde gerne via Internet Einsicht zu Serviceintervallen und -terminen

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

Sie haben die Autos, wir die Ersatzteile dazu.

Bei uns erhalten Sie Original-Ersatzteile von 14 Fahrzeugmarken 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 -



im Aftersales?

schreitet nicht so rasant voran, wie bisher angenommen – was zeigt die von der Dekra veröffentlichte Studie «Digitalisierung

sowie in den Status des aktuellen Auftrags nehmen. Jene Autobesitzer, die sich für eine digitale Sichtbarmachung interessieren, wünschen sich Bildbelege beziehungsweise Fotos der ausgetauschten Teile. Immerhin rund jeder Zehnte in dieser Gruppe würde sich auch Videos (live oder als Mitschnitt) der Reparatur anschauen.

Bescheidenes Angebot, mangelhafte Kommunikation

Dieses grundsätzliche Interesse wird von zwei Faktoren gebremst: Einerseits ist das digitale Angebot vieler Garagen nach wie vor bescheiden, andererseits werden die vorhandenen Services nur unzureichend kommuniziert. Erst 22 Prozent der Befragten geben

an, ihre Garage biete Terminvereinbarungen via Website an, 21 Prozent finden dort Informationen zu laufenden Arbeiten und 14 Prozent Tipps und Tricks. Auf der anderen Seite wählten mehr als die Hälfte der befragten Automobilisten auf die Frage nach den digitalen Services ihrer Garage die Antwortmöglichkeiten «keine» und «weiss nicht»!

Von den 1000 Autobesitzern suchten 47 Prozent eine Markenvertretung und 48 Prozent eine freie Werkstätte respektive eine Konzeptgarage für Wartungs- und Reparaturarbeiten auf.

Misstrauen bei Telematikdaten

Aufschlussreich sind die Ergebnisse der Befragung zu den sogenannten Telematiktarifen, die von Versicherern angeboten werden. Hierbei wird das Fahrverhalten von einer im Fahrzeug verbauten Box aufgezeichnet. Mehr als 60 Prozent der Autofahrer fühlen sich beobachtet und zwei Drittel sorgen sich um den Missbrauch der Daten, wenn ihr Fahrverhalten elektronisch überwacht wird. Handkehrum vertreten 47 Prozent die Ansicht, dass derartige Telematikservices die Fahrweise von Dränglern und Rasern positiv beeinflussen und so die Verkehrssicherheit erhöhen könnten.

Heikle und weniger heikle Daten

Die befragten Autobesitzer wissen dabei durchaus zwischen verschiedenen Datenkategorien zu unterscheiden. So sehen zwei Drittel kein Problem darin, Daten zum Treibstoffverbrauch an Werkstätten, Hersteller, Versicherungen, Fahrzeugämter oder die Polizei weiterzugeben. Auch die bevorzugten Klimaeinstellungen, das Bremsverhalten und die Nutzung von Fahrassistenzsystemen sind für die Mehrheit mit dem Schutz der Privatsphäre zu vereinbaren. Weit weniger offen sind die Befragten bei der Aufzeichnung der gefahrenen Strecken, bei der bevorzugten Infotainment-Nutzung, bei Videomaterial der Müdigkeitserkennung oder auch bei Daten zum Zahlungsverkehr: Hier würden mehr als zwei Drittel die Daten an niemanden weitergeben.

Die Hälfte der Autofahrer lehnt Werkstattportale ab

Ein weiteres Thema der Dekra-Studie waren Werkstattportale, mit denen sich Preisvergleiche von Reparaturdienstleistungen anstellen lassen. 25 Prozent der Befragten kennen solche Portale, 20 Prozent haben auch schon einmal eines benutzt, für 46 Prozent kommt das nicht infrage. <

Dekra

Mit mehr als 39000 Mitarbeitern und einem Umsatz von rund 2,9 Milliarden Euro ist die 1925 gegründete Dekra in Deutschland die grösste und weltweit eine der führenden Prüfgesellschaften. Der Konzern ist in mehr als 50 Ländern tätig und befasst sich schwerpunktmässig mit der Prüfung von Fahrzeugen und technischen Anlagen. Seinen Sitz hat Dekra seit 1946 in Stuttgart.

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

Neuausrichtung

Weg vom Newcomer hin zum AEC-Checkpunkt des Monats

Fünf Jahre alt und eine kleine Erfolgsgeschichte: der AutoEnergieCheck (AEC). In Zahlen: Fast 42 000 Tonnen CO₂ und 28 Millionen Franken konnten Schweizer Automobilisten dank dieser AGVS-Dienstleistung einsparen. Für die Positionierung der AGVS-Garagisten: Dank renommierter Kooperationspartner ein Plädoyer für Umwelt, Nachhaltigkeit, Kundenfreundlichkeit und Weitsicht. Nun stehen einige Weiterentwicklungen an. **Tatjana Kistler, Redaktion**

■ «Seit der Lancierung des AEC sind mehr als fünf Jahre vergangen, in welchen sich die Dienstleistung zur Steigerung der Energieeffizienz der Fahrzeuge und zur Stärkung der Kundenbeziehung nicht nur inhaltlich, sondern auch quantitativ weiterentwickelt hat», so Markus Peter, beim AGVS für Technik & Umwelt verantwortlich. Als AEC-Rekordjahr mit fast 12 000 Checks – beflügelt durch die national angelegte Kampagne mit Markenbotschafter Dario Cologna – kann das Jahr 2016 hervorgehoben werden. Ein Wert, der 2017 nicht ganz erreicht werden konnte. «Mit 7700 Checks dennoch ein guter Jahrgang», zeigt sich Markus Peter zufrieden. Während in den ersten elf Monaten des abgelaufenen Jahres auf zusätzliche PR-Mittel verzichtet worden war, verleiht die noch bis Anfang April laufende AEC-Winterkampagne 2017/18 mit dem derzeit sportlich überragenden Langlauf-Champion Dario Cologna der AGVS-Dienstleistung wieder zusätzlichen Aufwind.

Kooperation, Präsenz, Kundenbindung

Zuversichtlich stimmt eine weitere Entwicklung: die Steigerung der Kundengespräche nach Absolvieren des AEC. Markus Peter: «Dieses informative Gespräch ist ein wichtiges Instrument, um sich als Garagist als Mobilitätsexperte, CO₂-Optimierer und Vertrauensperson zu positionieren und die langfristige Kundenbeziehung zu stärken.» In Zahlen: Bei 90 Prozent der im Jahr 2017 erfolgten Checks fand ein Abschlussgespräch statt. «Aufgrund der in den nächsten Monaten vielversprechenden Massnahmen in Form der Öffentlichkeitskampagnen und Kooperationen mit der AXA oder mit dem Schweizerischen Fahrzeugflotten-Verband (sffv) und der Quality Alliance Eco-Drive (QAED) stehen die Zeichen gut», blickt Markus Peter in die Zukunft. Nicht zu vergessen, dass die Dienstleistung zur Steigerung der Energieeffizienz der Fahrzeuge von Herr und Frau Schweizer einen prominenten Partner hat: das Bundesamt für Energie mit seinem Programm EnergieSchweiz.

Während diverse Massnahmen wie Workshops, Teilnahmen an Energiestadtveranstaltungen oder etwa Schulungen neuer AEC-

Anbieter bereits greifen, stehen auch mehrere Neuerungen an. Zunächst wird eine stärkere regionale Verankerung der Dienstleistung angestrebt, indem die Partnerschaften mit zusätzlichen Energiestädten gesucht werden.

Weitere Neuerungen in der AEC-Pipeline

Nach dem erfolgreichen Workshop mit den Flottenmanagern von Mitte Dezember (siehe Seite 44) werden derzeit die Resultate ausgewertet und eine Umsetzung geprüft. «Zudem haben wir mit dem Checkpunkt «Glasreparatur» einen neuen Fokus gesetzt. Denn jede Reparatur einer Windschutzscheibe spart gegenüber dem Ersatz Energie und Ressourcen ein», erklärt der Fachmann. Dieser Aspekt wird voraussichtlich ab dem zweiten Quartal im AEC-Zertifikat berücksichtigt.

Um dem Garagisten ein Argumentarium mit Hintergrundwissen, Fakten und Besonderheiten rund um die einzelnen AEC-Punkte in die Hand zu geben, wird neu an dieser Stelle wie auch auf der Website www.autoenergiecheck.ch regelmässig über den «AEC-Checkpunkt des Monats» berichtet. Diese Form der Berichterstattung löst die bisherigen Artikel über den Wettbewerb zum erfolgreichsten AEC-Garagisten und die AEC-Newcomer des Monats ab, stellt aber weiterhin aktive AEC-Partner mit ihren Erfahrungen aus dem Werkstattalltag in den Mittelpunkt. «Dieser Paradigmenwechsel bedeutet auch, dass wir das bisher halbmonatlich durchgeführte Monitoring der absolvierten Checks auf eine Monatsauswertung beschränken», erläutert Markus Peter.

Qualitätsaward für die aktiven Mobilitätsdienstleister

Ziel der inhaltlichen Entwicklung ist es, dass der AEC nicht mehr nur als separate Zusatzdienstleistung verstanden, sondern vielmehr als ein «Service-Plus» vonseiten nachhaltig agierender Garagisten wahrgenommen wird. «Mit der mittelfristig geplanten Einführung einer Qualitätsauszeichnung soll das Engagement all derjenigen AGVS-Betriebe hervorgehoben werden, welche die Bereiche Nachhaltigkeit, Effizienz und Innovation besonders pflegen.» <

Der AEC in Zahlen

Bezüglich der Reduktionswirkung konnten seit dem ersten AEC und mit inzwischen rund 34 000 Checks folgende Einsparungen realisiert werden:

- fast 42 000 Tonnen CO₂
- rund 18 Millionen Liter Treibstoff
- fast 28 Millionen Franken
- etwa 568 TJ Energie (berechnet aus Benzin-äquivalent von 8.76 kWh pro Liter)

Weitere Informationen unter:
www.autoenergiecheck.ch

AEC-Newcomer des Monats Dezember

Für die Umwelt, fürs Image, für den Verkauf

«Als Filiale der im Grossraum Zürich ansässigen Ruckstuhl-Gruppe sind wir AEC-Anbieter der ersten Stunde», berichtet Christian Mahler erfreut. Der Kundendienstberater holte sich mit seinem Team der Filiale Affoltern am Albis den letzten Titel «Newcomer des Monats». Die Kunden schätzen den Auftritt des AGVS-Mitgliedbetriebs als Mobilitätsdienstleister und CO₂-Optimierers. Tatjana Kistler, Redaktion

■ **Herr Mahler, seit wann und aus welchen Überlegungen bietet Ihr Standort den AEC an?**

Christian Mahler: Als Filiale der im Grossraum Zürich ansässigen Ruckstuhl-Gruppe sind wir AEC-Anbieter der ersten Stunde. Dass wir den AEC nun aktiver anbieten, ist unser Beitrag an den Schutz unserer Umwelt und an die Förderung des Image des umweltbewusstesten AGVS-Garagisten.

Welche Rückmeldungen erhalten Sie von den Kunden zu dieser Dienstleistung?

Die Kunden schätzen vor allem das Beratungsgespräch und unsere Kompetenz, die wir ausstrahlen. Dies fördert die Kundenbeziehung.

Bemerken Sie allmählich ein Umdenken dank des AEC?

Die wirklich umweltbewussten Kunden nehmen unsere Empfehlungen sehr interessiert und dankbar auf und setzen sie um. Wir sind überzeugt, dass bei allen anderen Kunden auch etwas hängen bleibt. Bei der konsequenten Umsetzung haben wir noch unsere Zweifel. Dass der AEC wirksam ist, hängt jedoch nicht nur von der konsequenten Umsetzung unserer Kunden ab. Die Erhöhung des Reifendrucks und der Einsatz von Leichtlauf-Motorenöl, als Beispiele, erfordern kundenseitig keine aktiven Massnahmen mehr.

«Der AEC könnte als Marketinginstrument genutzt werden. Würden wir im umsatzschwachen Monat Januar günstige AEC anbieten, könnten wir die Werkstattdurchgänge steigern.»

Führen Sie den AEC im Rahmen eines Services durch oder wie haben Sie ihn in Ihre Dienstleistungen integriert?

Wir versuchen, jedem Besucher einen AEC zu verkaufen. Zudem liefern wir keine Neu- und Gebrauchtwagen ohne AEC aus.

Inwiefern kann der AEC einem Garagisten zu einem Folgegeschäft verhelfen?

Der AEC kann als Marketinginstrument genutzt werden. Wenn wir beispielsweise im umsatzschwachen Monat Januar günstige

AEC anbieten, können wir die Werkstattdurchgänge steigern. Dass beim AEC das Fahrzeug auf die Hebebühne genommen wird, eröffnet die Möglichkeit für Zusatzverkäufe. Zudem steigert ein kompetentes und freundliches Beratungsgespräch die Kundenbeziehung, was sich unweigerlich in Folgegeschäften niederschlägt. <



Christian Mahler, Kundenberater bei der Ernst Ruckstuhl AG, Filiale Affoltern am Albis, schwört auf die Vorteile des AEC als Marketinginstrument.

NEU FÜR SIE

AutoRadar

DIE POLE-POSITION FÜR IHREN FAHRZEUGEINKAUF

www.autoscout24.ch

AUTO
SCOUT 24

Gastspiel beim sffv

Energieeffizienz im Flottenmanagement

In Kooperation mit der Ideenfabrik BrainStore lud der Schweizerische Fahrzeugflottenbesitzer-Verband (sffv) zum Austausch, der nicht nur nachhaltig sein sollte, sondern auch die Nachhaltigkeit zum Thema machte. **Tatjana Kistler**, Redaktion



Angeregter Ideenaustausch anlässlich des Flottenmanager-Workshops des sffv in Kooperation mit EcoDrive und dem AEC. (Bild Dominik Schlegel)

■ Unter dem Motto «So motivieren wir Flottenmanager, energieeffizientes Verhalten als Chance wahrzunehmen» setzten sich die gut 50 Teilnehmenden während eines Halbtags mit dem Wandel respektive der Zukunft ihres Berufsstands und der langfristigen Gestaltung ihres Alltags auseinander. Zur Sprache kamen derweil nicht nur die Möglichkeiten, künftig Geld einzusparen, sondern auch die Chancen, Energie zu sparen – die Grundgedanken des AutoEnergieCheck (AEC), der AGVS-Dienstleistung zur Verbesserung der Energieeffizienz der Fahrzeuge.

AEC, EcoDrive und sffv denken weiter

Prominenter Gast des sffv war Markus Peter, Leiter Technik & Umwelt beim AGVS, der nicht nur Grussworte des Schweizer Garagistenverbands überbrachte, sondern auch die Kernbotschaften des AEC in die Diskussion einbrachte. «Es war ein sehr inter-

aktiver und sinnvoller Gedankenaustausch», zeigt sich Markus Peter zufrieden. «Es galt, in dieser ersten Phase möglichst viele Inputs der Flottenmanager abzuholen und ihre Bedürfnisse besser kennenzulernen. Nun geht für uns die Arbeit im Hintergrund erst richtig los», so der AGVS-Vertreter. Denn die am Projekt beteiligten Partner, der sffv, EcoDrive und der AEC, wollen nun daraus Massnahmen zur Unterstützung der Flottenmanager ableiten und diese bei den Workshop-Teilnehmern in Vernehmlassung geben. Das sind Lösungsansätze, die alltagstaugliche Möglichkeiten eröffnen, um die Flottenbetreiber zur Optimierung der Energieeffizienz zu motivieren. «Und zwar auf eine Art und Weise, die nicht nur dem Umweltgedanken gerecht wird, sondern auch das Einsparpotenzial an Treibstoff ausschöpft und somit zur Verbesserung der ökonomischen Situation der Unternehmen beiträgt», ergänzt Markus Peter. <



Weniger Sorgen für Selbstständige.

Die Unternehmensversicherung der Suva bietet Selbstständig-erwerbenden 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.

suva

Berufsbildnerinnen und Berufsbildner der technischen Grundbildungen

Obligatorisch, aber mit Spielraum für Interessen: das AGVS-Didaktikmodul

Berufsbildnerinnen und Berufsbildner müssen immer à jour sein, was die jüngst in Kraft getretene neue Bildungsverordnung beweist. Der AGVS bietet mit dem Didaktikmodul in diesem komplexen beruflichen Umfeld Hand. Der Besuch dieser Weiterbildung bis Ende 2020 ist obligatorisch für alle Berufsbildner der technischen Grundbildungen in den Betrieben, die über keinen tertiären Abschluss verfügen. **Tatjana Kistler**, Redaktion

■ Wer einen Automobil-Mechatroniker ausbilden will, muss neu nicht mehr über einen tertiären Abschluss verfügen. Dies regelt die am 1. Januar 2018 in Kraft getretene neue Bildungsverordnung. Konkret: Berufsbildnerinnen und Berufsbildner müssen in diesem Fall nicht mehr ausgebildete Automobiagnostiker sein. «Die Basis sind ein EFZ als Automobil-Mechatroniker und drei Jahre Berufserfahrung», erklärt Manuela Jost, beim AGVS für Berufsbildung & Arbeitssicherheit verantwortlich. Zudem muss eine fachtechnische Weiterbildung Z1 oder Z2 und Z3 mit Abschluss des AGVS absolviert werden.

Diese Zusatzausbildung greift dabei Lerninhalte der bestehenden Grundbildung zum Automobiagnostiker auf. Im Fokus stehen die Kompetenzen «Fahrzeug-Elektrik-Elektronik» (Z1), «Komfort- und Sicherheitselektronik» (Z2) und «Fahrerassistenz- und Infotainmentsysteme» (Z3). Doch Berufsbildnerinnen und Berufsbildner müssen auch didaktisches Wissen vorweisen können. Hierfür bietet der AGVS ein eigenständiges Didaktikmodul an. «Die Inhalte des in der neuen Bildungsverordnung verankerten Moduls können laufend an die Bedürfnisse der Branche angepasst werden», erläutert Manuela Jost.

Fürs Autogewerbe massgeschneidert

Beste Voraussetzungen also, um eine auf das Automobilgewerbe zugeschnittene Lösung zu suchen. «Am 24. Oktober 2017 hat sich eine kleine Gruppe von Experten im Bereich der berufspädagogischen Begleitung sowie der Aus- und Weiterbildung von Berufsbildnerinnen und Berufsbildnern getroffen. Ausgehend von grundsätzlichen Überlegungen hat die Gruppe einen Vorschlag für die Inhalte von fünf themenspezifischen Modulen erarbeitet», ergänzt sie.

Erste deutschsprachige Didaktikmodule im Frühjahr

Erste deutschsprachige Didaktikmodule sind im Frühling 2018 in der Mobility vorgesehen, stellt Manuela Jost, zuständig für die Bereiche Berufsbildung & Arbeitssicherheit, in Aussicht.

Der inhaltliche Schwerpunkt:

- Lernende selektieren,
- die Instrumente der neuen BiVo kompetent einsetzen.

Weitere Themen folgen in einer zweiten Phase:

- junge Erwachsene führen und Krisen überwinden,
- erfolgreiches Lernen im Betrieb,
- Ausbildungsverantwortung als Team wahrnehmen.

Detaillierte Informationen und Anmeldeöglichkeiten finden sich online:



Weitere Infos unter:
www.agvs-upsa.ch/de/berufsbildung/agvs-business-academy

Vorwissen wird berücksichtigt

Resultat ist ein achtstündiges, an einem Tag angebotenes Modul für Berufsbildnerinnen und Berufsbildner mit gültiger Ausbildungsbeurteilung, aber ohne tertiären Abschluss. Jost: «Damit ist davon auszugehen, dass die Kursanwärter den Berufsbildnerkurs im Umfang von 40 Stunden besucht haben.» Aufgrund dieses grossen Vorwissens werden im AGVS-Didaktikmodul ausgewählte Schwerpunkte vertieft:

- Die Berufsbildnerinnen und Berufsbildner sollen neben theoretischen Inputs konkrete Hilfestellungen, Werkzeuge und Praxisbeispiele für den Alltag erhalten.
- Der Nutzen für die tägliche Arbeit mit den Lernenden steht im Vordergrund.
- Der Kurs soll motivieren, sich in weiteren Kursen noch mehr Auszubildungskompetenzen anzueignen.

Module nach Bedürfnissen wählen

«Aus diesen Grundsätzen heraus wird ein flexibles Kurskonzept vorgeschlagen: Der AGVS konzipierte fünf Module zu verschiedenen Themen rund um das Führen und Ausbilden von Lernenden», ergänzt die Fachfrau. Das Besondere: Die Berufsbildnerinnen und Berufsbildner können entsprechend ihren Bedürfnissen frei wählen, welches der jeweils eintägigen Module sie besuchen. «Wir empfehlen allerdings den freiwilligen Besuch weiterer Module», appelliert Jost an den Weiterbildungswillen. <



Zur Ausbildung von Lernenden gehört auch didaktisches Fachwissen – das eintägige AGVS-Didaktikmodul hilft.



Die Qualifikation für die SwissSkills findet für die Automobil-Mechatroniker dieses Jahr erneut in der Mobicity statt. Im Bild die Kandidaten und Experten des Jahres 2016.

Berufsmeisterschaften

Über die SwissSkills in die Königsklasse

«Entdecke den Champion in dir» oder besser gesagt «Finde den Champion in deiner Garage!» Im Juni wird in der Mobicity die Suche nach den talentiertesten Automobil-Mechatronikern lanciert – es finden die Vorausscheidungen für die Schweizer Berufsmeisterschaften statt. Den besten Schraubern winkt ein Auftritt auf internationalem Parkett. Die Vorbereitungen können beginnen. **Tatjana Kistler**, Redaktion

■ Höchste Konzentration. Den Motorenblock im Visier. Die Fehlersuche kann beginnen. Doch was während der Lehre, in den überbetrieblichen Kursen, in der Berufsschule und in der Garage eingehend geschult wurde, ist heute eine Bewährungsprobe. Links und rechts blicken die Berufskollegen in den Hallen der Bernexpo ebenso nervös auf ihre Aufgabenstellungen – die Zeit läuft. Zeit, den Ausbildungsbetrieb stolz zu machen: Vom 12. bis 16. September werden an den SwissSkills 2018 in 135 Berufen unter 1100 Teilnehmenden die Schweizer Meister gesucht. Ein Meilenstein, den Automobil-Mechatroniker Riet Bulfoni bereits erfolgreich genommen hat. «Für ihn war es der Anfang einer steilen Karriere», erinnert sich Olivier Maeder, beim AGVS für die Berufsbildung zuständig. Denn dem Bündner gelang mit seiner Leistung an den nationalen Berufsmeisterschaften der Sprung an den Eurocup. «Und dort legte er den Grundstein für die Teilnahme an den WorldSkills Abu Dhabi 2017, wo er nicht nur beste Werbung

für seinen Ausbildungsbetrieb, sondern auch für das duale Berufsbildungssystem der Schweiz machte», zeigt sich Maeder stolz.

Der Weg nach Kazan beginnt

Die auszubildenden Automobil-Mechatroniker können etwas, sind sich die Verantwortlichen des schweizerischen Garagistenverbands auch heuer einig: «Die nächsten Berufsweltmeisterschaften finden 2019 in Kazan, der Hauptstadt der russischen Republik Tatarstan, statt. Die Vorbereitung beginnt jetzt», zeigt Olivier Maeder den ambitionierten Marschplan auf.

Via autoberufe.ch anmelden

Die Zulassungsbedingungen und Anmeldeformulare für die Qualifikation zu den SwissSkills Bern 2018 werden im Verlauf des Monats Februar auf autoberufe.ch publiziert.

Der AGVS rechnet damit, die Vorausscheidungen für die nationalen Meisterschaften mit 40 Automobil-Mechatronikern anzugehen. Diese treten am Samstag, 30. Juni, in der Mobilcity zum Kräftemessen an. «Voraussichtlich qualifizieren sich die besten 20 Kandidaten für die SwissSkills, die im Herbst über die Bühne gehen», ergänzt Maeder.

Die drei Besten betreten europäisches Parkett

Zum zweiten Mal finden nach 2014 die SwissSkills vom 12. bis 16. September 2018 wieder in den Messehallen der Bernexpo statt. Die nationalen Wettkämpfe erfahren dieses Jahr eine Neuerung. «Am letzten Tag finden neu die «Best of SwissSkills» und während der ganzen Wettkampfdauer die «mySkills» statt. Bei letzterem Programmpunkt geht es darum, Berufe ausprobieren zu können, also um aktive Nachwuchsförderung», sagt Olivier Maeder.

Diese beiden Veranstaltungen werden mehrheitlich von Lernenden und Teilnehmern abgehalten. Fest steht aber bereits an der Schlussfeier vom 15. September: Den drei besten Automobil-Mechatronikern winkt nicht nur Edelmetall, sondern das Ticket für den Eurocup.

Eurocup in der Mobilcity

Weiter geht es am 8. Dezember mit dem Eurocup 2018. Der einstige 5-Ländercup wird dieses Jahr in der Schweiz ausgetragen. «Die besten Automobil-Mechatroniker aus der Schweiz, aus Deutschland, Österreich, Italien, beziehungsweise Südtirol, eventuell auch aus Luxemburg und Liechtenstein stellen sich dann in der Mobilcity den kritischen Blicken der Jury», freut sich Olivier Maeder auf den internationalen Wettkampf in den Hallen des AGVS. Ein Wettkampf, der für die beste Nachwuchsfachkraft des Schweizer Garagistenverbands den Einzug an die Weltmeisterschaften 2019 in Russland bedeutet. <



Riet Bulfonis Weg nach ganz oben – über die Vorausscheidung in den Hallen des AGVS, die SwissSkills, den Eurocup bis hin zu den Weltmeisterschaften in Abu Dhabi im Jahr 2017. (Bild SwissSkills)

Die Etappen im Überblick

- **Vorausscheidungen SwissSkills:** Samstag, 30. Juni 2018, Mobilcity, Bern. Experten halten sich vom 29. Juni (16 Uhr) bis 30. Juni (18 Uhr) bereit.
- **SwissSkills:** 12. bis 16. September 2018, Bernexpo. Experten sind vom 11. September (14 Uhr) bis 15. September (circa 22 Uhr) gefragt.
- **Eurocup:** Samstag, 8. Dezember 2018, Mobilcity, Bern. Experten reservieren sich provisorisch das Zeitfenster vom 7. Dezember (14 Uhr) bis 8. Dezember (20 Uhr).
- **WorldSkills:** 29. August bis 3. September 2019, Kazan, Russland.

Ihr 4x4 Spezialist

für Getriebe, Lenkungen und Achsen.
www.zf.com/services/ch

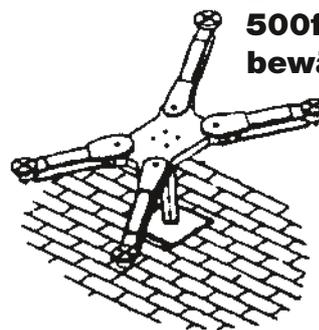


ZF Services Schweiz AG
 8604 Volketswil



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



AGVS Business Academy

FEBRUAR

Berufs- und Praxisbildnerschulung Kaufmann/-frau EFZ (BiVo 2012)

Einführung in die kaufmännische Grundbildung der Branche Automobilgewerbe für Ausbildungsverantwortliche von Lehrbetrieben, Berufs- und Praxisbildner.

> 28. Februar 2018, Bern

> 7. März 2018, Winterthur

MÄRZ

MwSt.-Grundkurs

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.

> 21. März 2018, Winterthur

> 22. August 2018, Bern

Facebook, Xing, Twitter und WhatsApp im Autoverkauf

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

> 27. März 2018, Bern

Videotraining im Autoverkauf – wie Sie das praktisch und einfach umsetzen

Dieser Workshop ist speziell für die Automobilbranche konzipiert. Im Fokus stehen die Ideen zu Videos, deren Produktion und Einsatz im Automobilverkauf.

> 28. März 2018, Bern

APRIL

Fabi und Grenzgänger – diese Lösungen haben wir für Sie!

Nach dem Besuch dieses Halbtagesseminars verstehen Sie die möglichen steuerlichen

NEU

Nachteile resultierend aus der Fabi-Abstimmung für Mitarbeiter mit Firmenfahrzeugen und kennen die diesbezüglich bestehenden Lösungsmöglichkeiten. Zusätzlich wissen Sie über die Situation für Grenzgänger und Optimierungsmöglichkeiten Bescheid.

> 24. April 2018, Bern

NEU

Grundlagen Flottenverkauf

Fahrzeugflotten in Unternehmen zu bewirtschaften, erfordert von den Verantwortlichen umfassende Kenntnisse und Fähigkeiten. Lernziele: Der Teilnehmende kennt den Flottenmarkt und die Flottenbewirtschaftungsformen und versteht die möglichen Bedürfnisse der Flottenbesitzer. Er ist nach dem Kursbesuch in der Lage, eine auf Flottengesamtkosten basierende Argumentation zu führen – weg von Rabattdiskussion hin zur Gesamtkostenoptimierung.

> 25. April 2018, Bern

MAI

MwSt.-Fortsetzungs- und -Vertiefungskurs: Fit für die Neuerungen ab 2018

Der Fortsetzungs- und Vertiefungskurs MwSt. soll bei den Teilnehmern die korrekte Anwendung der MwSt. fördern. Anhand von praxisbezogenen Fallbeispielen und im Dialog mit dem Referenten kann das Wissen vertieft werden. Voraussetzung ist der Grundkurs.

> 15. Mai 2018, Winterthur

> 19. September 2018, Bern

Occasionsmanagement

Für Automobilverkaufsberater, Geschäftsführer und Inhaber: Der Kurs behandelt die Ausstellung sowie Präsentation von Occasionen und beleuchtet den gesamten Eintauchprozess vom Bestandesmanagement von Occasionen über das Gewinnen von CRM-Kunden, die Kundenbindung bis hin zum Aufzeigen und Erarbeiten dynamischer Preisstrategie anhand von Beispielen auf den Internetplattformen.

> 15. Mai 2018, Bern

Séminaire de gestion des occasions

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, gagner et fidéliser les clients de CRM.

> 17 mai 2018 à Berne

JUNI

Chefsache: Workshop**Mitarbeitergespräche**

Wie laufen Mitarbeitergespräche bei Ihnen ab? Wollen Sie diese noch effizienter und erfolgreicher gestalten? Sind Sie, als Führungsverantwortliche, dazu bereit, sich intensiv mit der wirksamen Mitarbeiterentwicklung auseinanderzusetzen? Dann sind Sie in diesem Workshop genau richtig!

> 7. Juni 2018, Bern

AUGUST

Basisseminar 2018 für Automobil-Verkäufer/innen

Dauer: 10 Tage

> Start: August 2018, Bern

Automobil-Verkaufsberater/in mit eidgenössischem Fachausweis

Der Lehrgang umfasst acht Module, die einzeln abgeschlossen werden. Sind alle erfolgreich bestanden, steht der Weg zum eidgenössischen Fachausweis offen.

> Start Lehrgang: August 2018, Bern

Dauer: drei Semester, berufsbegleitend

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.



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



WIE SETZEN SIE IN IHREM BETRIEB DIE GESETZLICHEN PFLICHTEN ZU ARBEITSSICHERHEIT UM?

Die Branchenlösung unterstützt rund 2800 Betriebe aus dem Auto- und Zweiradgewerbe bei der Umsetzung der gesetzlichen EKAS-Richtlinie 6508 zum Thema Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.

Wir stellen Ihnen die notwendigen Hilfsmittel für die Umsetzung zur Verfügung wie branchenspezifische Checklisten, Kurse und vieles mehr. Informieren Sie sich jetzt unter www.safetyweb.ch.

AGVS-Mitglieder profitieren von 25% Rabatt auf der Eintritts- und der Jahresgebühr der Branchenlösung BAZ.



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





Aktuelle regionale Veranstaltungen zur Aus- und Weiterbildung im Automobilgewerbe

LEHRGANG FAHRZEUGRESTAURATOR

Fachrichtung Automobiltechnik (2018)
 Fachrichtung Carrosseriespenglerei (2019)
 Fachrichtung Carrosserielackierei (2018)
 > www.fahrzeugrestaurator.ch

AARGAU

Automobildiagnostiker

Informationsabend:
 Donnerstag, 8. März 2018, 18 Uhr
 Start: Mittwoch, 5. September 2018
 Ort: Weiterbildungszentrum Lenzburg
 > www.wbzlenzburg.ch

Betriebswirt im Automobilgewerbe

Kursstart: 17. August 2018,
 Ort: Handelsschule KV Aarau
 > www.hkvaarau.ch

BERN

Automobil-Verkaufsberater

Informationsanlass: 1. März 2018, 18 Uhr
 Start Lehrgang: August 2018
 Ort: Mobilcity, Bern
 > www.agvs-upsa.ch

Automobildiagnostiker

Kursstart: Mittwoch, 15. August 2018
 Ort: GIBB Bern
 > www.gibb.ch

Betriebswirt im Automobilgewerbe

Kursstart: Freitag, 17. August 2018
 Ort: GIBB Bern
 > www.gibb.ch

Automobil-Werkstattkoordinator

Kursstart: Freitag, 17. August 2018
 Ort: GIBB Bern
 > www.gibb.ch

CHUR / ZIEGELBRÜCKE

Automobildiagnostiker

Anmeldeschluss: 29. März 2018
 Lehrgangsstart: 24. August 2018
 Ort: ibW Höhere Fachschule Südostschweiz,
 Chur
 > www.ibw.ch

Informationsabende

15. März 2018, 19 Uhr,
 Berufsschule Ziegelbrücke
 16. März 2018, 19 Uhr,
 AGVS Ausbildungszentrum, Chur



Weiter mit Bildung

→ Mit der STFW praxisnah zum Berufserfolg.

AUTOMOBIL-WERKSTATT-KOORDINATOR

→ eidg. Fachausweis
 05/06.09.2018 - 07.2020

AUTOMOBIL-DIAGNOSTIKER PW / NFZ

→ eidg. Fachausweis
 05/06.09.2018 - 07.2020

AUTOMOBIL-VERKAUFSBERATER

→ eidg. Fachausweis
 Di, 21.08.2018 - 17.12.2019

BETRIEBSWIRT IM AUTOMOBILGEWERBE

→ Höhere Fachprüfung
 Mi, 22.08.2018 - 08.07.2020

STFW

SCHWEIZERISCHE
 TECHNISCHE FACHSCHULE
 WINTERTHUR

GRATIS ANMELDEN:

INFOVERANSTALTUNG
 WEITERBILDUNGEN IM
 AUTOMOBILGEWERBE

Montag, 09.04.2018
 19.00 - 20.30 Uhr
www.stfw.ch/info

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



HORW**Automobildiagnostiker und
Automobil-Werkstattkoordinator**

Informationsabende: 22. Februar, ab 18 Uhr
Start Vorbereitungskurs: August 2018
Ort: AGVS-Ausbildungszentrum Horw
> www.agvs-zs.ch

ST. GALLEN**Automobildiagnostiker**

Lehrgangstart: August 2018;
neu mit Einführungstagen
Ort: AGVS-Ausbildungszentrum St. Gallen
> www.agvs-abz.ch

THURGAU**Automobildiagnostiker**

Lehrgangstart: August 2018
Ort: Gewerbliches Bildungszentrum
Weinfelden
> www.eb.gb.w.ch

WINTERTHUR**Informationsanlass Weiterbildungen
im Automobilgewerbe**

Montag, 9. April 2018, 19 bis 20.30 Uhr
Ort: Schweizerische Technische Fachschule
Winterthur (STFW)
> www.stfw.ch/info

Automobil-Verkaufsberater

Start Lehrgang: 21. August 2018
Ort: STFW
> www.stfw.ch/aavb

Betriebswirt im Automobilgewerbe

Start Lehrgang: 22. August 2018
Ort: STFW
> www.stfw.ch/abwa

Automobildiagnostiker**Automobil-Werkstattkoordinator**

Start Lehrgang: 5./6. September 2018
Ort: STFW
> www.stfw.ch/ad
> www.stfw.ch/adwo

ZÜRICH**Informationsanlass Weiterbildungen
im Automobilgewerbe**

Montag, 19. Februar 2018, 18.30 bis 20.30 Uhr
Ort: Technische Berufsschule Zürich (TBZ)
> www.tbz.ch/weiterbildung/automobiltechnik

Betriebswirt im Automobilgewerbe

Start nach neuem Konzept:
23. Februar 2018
Ort: TBZ
> www.tbz.ch/weiterbildung/automobiltechnik

Automobil-Werkstattkoordinator

Start Lehrgang: September 2018
Ort: TBZ
> www.tbz.ch

ZUG**Lehrgang Automobildiagnostiker/-in mit
eidgenössischem Fachausweis**

Lehrgangstart: 26. Oktober 2018
Ort: Gewerblich-industrielles Bildungs-
zentrum Zug (GIBZ)
> www.kursprogramm.info/ad

Informationsabende

29. Juni 2018, 18 Uhr, GIBZ
> www.kursprogramm.info/ad-info

ROMANDIE**Diplôme fédéral de gestionnaire
d'entreprise de la branche automobile**

Prochaine session: 21.2.2018 – 27.6.2020
Localité: Centre Patronal de Paudex
> www.romandieformation.ch

**Brevet fédéral de coordinateur
d'atelier automobile UPSA**

Séance d'information: 20.3.2018, 18h
Prochaine session: 10.9.2018 – 30.6.2019
Localité: Centre Patronal de Paudex
> www.romandieformation.ch

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

Séance d'information: 18.4.2018, 18h
Prochaine session: Printemps 2018
Localité: Centre Patronal de Paudex
> www.romandieformation.ch

**Brevet fédéral de conseiller de vente
en automobile**

Prochaine session: 25.4.2018 – 27.11.2019
Localité: Centre Patronal de Paudex
> www.romandieformation.ch

VALAIS**Diplôme fédéral de gestionnaire
d'entreprise de la branche automobile**

Prochain session: 21.2.2018
Localité: Centre valaisan de
perfectionnement continu, Sion
> www.cvpc.ch

Diagnosticien d'automobiles

Prochain session: Automne 2018
Localité: École Professionnelle Technique et
des Métiers, Sion
> www.formationcontinuevalais.ch

Coordinateur d'atelier automobile

Prochain session: Automne 2018
Localité: École Professionnelle Technique et
des Métiers, Sion
> www.formationcontinuevalais.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](http://www.agvs-upsa.ch/de/berufsbildung/hoehereberufsbildung).





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

SWISS
CAR WASH SYSTEM
ferrum
WASCHTECHNIK

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

Drehmomentgesteuertes Sperrdifferential

Torsen-Ausgleichsgetriebe



In den Fahrzeugen ist eine Vielzahl unterschiedlicher Sperren eingebaut. Nach dem Lamellen-Sperrdifferential nehmen wir nun das Torsen-Differential unter die Lupe und vergleichen die beiden. **Andreas Schranz**, auto&wissen

Bild 1: Mit dem Ur-quattro revolutionierte Audi 1981 die Rallye-Weltmeisterschaft.

■ Wie der Name schon sagt, ist das Torsen-Differential (nachfolgend nur noch Torsen genannt) eigentlich keine wirkliche Sperre, sondern ein Differentialgetriebe, das die Antriebsdrehmomente auf die Räder (quer) oder die Achsen (längs) unterschiedlich verteilt. Zur Drehmomentverteilung wird die hemmende Wirkung von schräg verzahnten Zahnrädern mit grosser Steigung ausgenutzt.

Drehmomentfühlende Verteilung

Das Torsen (TORque SENSing) weist eine drehmomentfühlende Verteilung auf und kann nur bei gegenüberliegender Abstützung als Drehmomentverteiler funktionieren. Bei einem durchdrehenden Rad kann aufgrund der fehlenden Abstützung kein Drehmoment mehr an das gegenüberliegende Rad mit der besseren Bodenhaftung zugeteilt werden. Egal, wie gross der «Sperrwert» und somit die grösstmögliche Drehmomentdifferenz ist. Werden die 0 Nm Drehmoment am durchrutschenden Rad ohne Abstützung mit einer TBR (Torque Bios Ratio) von 5 (entspricht einem Sperrwert von 67%) multipliziert, ergibt sich am Rad mit der besseren Bodenhaftung immer noch 0 Nm. Auch wenn das «durchdrehende» Rad noch 10 Nm Drehmoment übertragen könnte, reichen bei hohen Sperrwerten die 50 Nm auf der gegenüberliegenden Seite zum Anfahren nicht aus. In der Fachliteratur ist unter dem Sammel-

titel «selbsttätige Differenzialsperren» immer wieder die vereinfachte Aussage «dem Antriebsrad mit der besseren Bodenhaftung wird mehr Drehmoment zugeteilt» zu finden. Das gilt aber nicht in jedem Fall. Die Fahrsituation und die Bauart von selbsttätigen Sperren müssen unterschieden werden. Beispielsweise wird beim Lamellen-Sperrdifferential bei Kurvenfahrt dem Kurveninnenrad mehr Drehmoment zugeteilt – dieses wird aufgrund der engeren Kreisbahn und dem gesperrten Differential abgebremst, und dieses Bremsmoment wird zum vorhandenen Drehmoment addiert. Fahrzeuge mit einer Lamellensperre neigen klar zum Untersteuern.

Diverse Grundformen

Die drei Torsen-Ausführungen sind im **Bild 2** zu sehen. Das klassische Torsen ist der **Typ A** mit dem gut erkennbaren «Schneckenradgetriebe». Die Drehmomentdifferenz kann bei dieser Ausführung auf einen TBR von 2,5 bis circa 5,0 ausgelegt werden – je nach Steigung der Schnecke. Mit diesem hohen Drehmomentverhältnis (TBR) eignet es sich perfekt für den Einsatz als Längsdifferential. **Typ B** ist ein Parallelachsendifferential – auch Helical LSD (Limited Slip Differential) genannt – und hat einen niedrigeren TBR.

Typ C kann nur als Längsdifferential verwendet werden. Es weist durch die

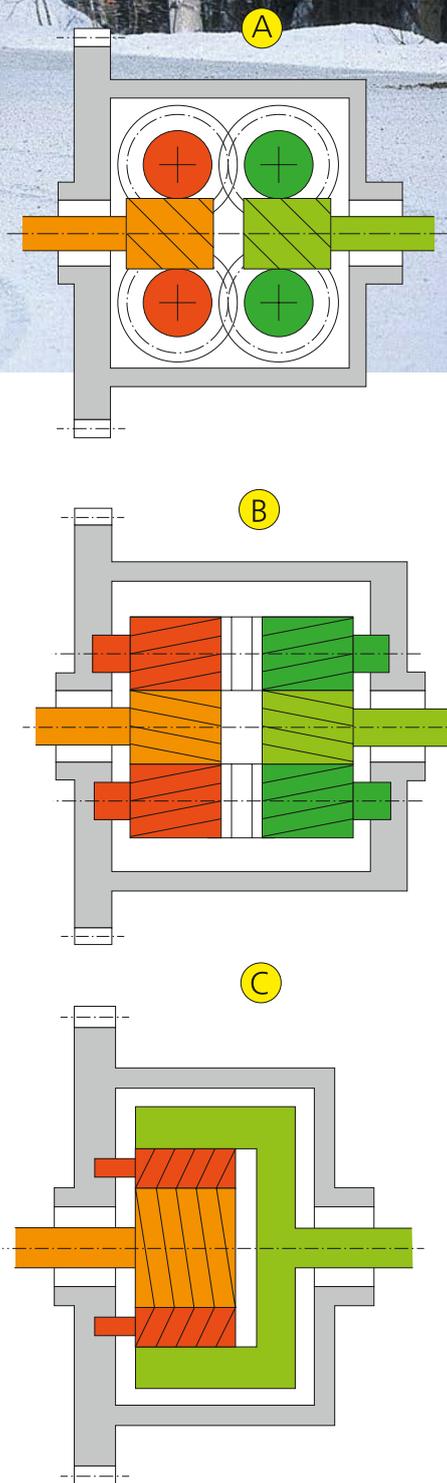


Bild 2: Die drei Varianten der Torsen-Differentialgetriebe (Typen A, B und C).

Anordnung der Räder, wie bei einem Planetengetriebe, eine unsymmetrische Drehmomentaufteilung auf. Das Verhältnis der Aufteilung entspricht dem Radius (Hebellängen) des Sonnenrads und dem Planetenträger. Die nachfolgenden Erklärungen zur Funktionsweise betreffen die Ausführung **Typ A**.

Funktionsweise Typ A

Bei Geradeausfahrt leitet das Differentialgehäuse das Drehmoment an die Achsen der Schneckenräder weiter (**Bild 3/A**). Die Schneckenräder würden grundsätzlich die beiden Schnecken antreiben. Die Schneckenräder versuchen sich jedoch, als Gegenbewegung um ihre eigene Achse zu drehen. Die Drehrichtung der beiden Schneckenräder ist gleichsinnig, da die Steigungen der Schneckengewinde gleichgerichtet sind (**Bild 3/A**, rot eingezeichnet).

Da die Schneckenräder aber über die Differentialstirnräder verbunden sind und gleichsinnig drehen möchten (**Bild 3/A**), können sie sich nicht abwälzen. Das Drehmoment wird wegen den sperrenden Differentialstirnradern an die Schnecken weitergeleitet, wodurch beide Antriebswellen angetrieben werden.

Bei Kurvenfahrt legt das kurvenäussere Rad einen grösseren Weg zurück und dreht schneller (links in Fahrtrichtung **Bild 4/A**). Die kurvenäussere Antriebswelle wird vom Rad beschleunigt. Die mit der Antriebswelle verbundene Schnecke beschleunigt nun das Schneckenrad, was aufgrund der klassischen Krafttrichtung des «Schneckenradgetriebes» problemlos ohne grosse Selbsthemmung möglich ist. Das jetzt schneller drehende Schneckenrad greift jedoch über das Differentialstirnrad ins Schneckenrad der kurveninneren Antriebswelle ein. Weil auf der Kurveninnenseite aber genau das Gegenteil passiert – eine Abbremsung der Antriebswelle und gleichzeitig eine Beschleunigung des

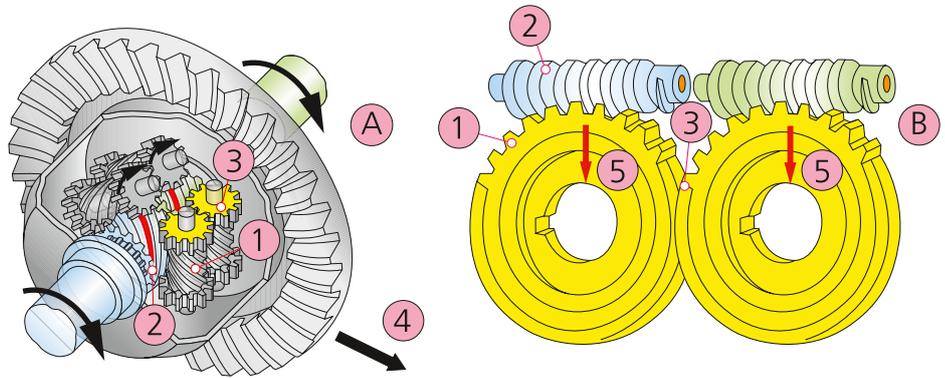


Bild 3: A Torsen bei Geradeausfahrt. B vereinfachte klassische Darstellung des Torsens als Schneckengetriebe (1 Schneckenrad, 2 Schnecke, 3 Differentialstirnrad, 4 Fahrtrichtung, 5 Antriebskräfte).

Schneckenrads in die gegenläufige Richtung –, können sich die Schneckenräder mit der gegenläufigen Drehrichtung über die Differentialstirnräder abwälzen.

Diese Abwälzung ist nur bei geringem sogenanntem Zahndruck zwischen den beiden Schnecken und den Schneckenrädern möglich (**Bild 4/B**). Ein kleiner Zahndruck ist nur im Schiebetrieb ohne Last vorhanden. Das Torsen gleicht also beim Anbremsen, Einlenken und Rollen in der Mitte der Kurve die unterschiedlichen Drehzahlen der Räder praktisch vollständig aus. Sobald ein Antriebsmoment vom Motor während des Beschleunigens aus der Kurve anliegt, vergrößert sich der Zahndruck und die Selbsthemmung im «Schneckengetriebe» nimmt zu. Durch die vergrößerte Selbsthemmung können die Schnecken die Schneckenräder nicht mehr wirklich antreiben oder abbremsen. Die Schneckenräder drehen sich immer noch gegenläufig, aber wesentlich langsamer. Die Differentialwirkung wird gehemmt.

Werden den Antriebsrädern jetzt nahezu die gleichen Drehzahlen aufgezwungen? Ja, bei langsamer Kurvenfahrt mit kleiner Wankbewegung, wenig Radlastunterschied und wenn die Antriebsräder annähernd gleiche Schlupfwerte aufweisen. Nein, bei zü-

ger Kurvenfahrt mit grosser Wankbewegung, denn dann wird das Kurveninnenrad entlastet und weist einen grösseren Schlupf als das Kurvenaussernrad auf. Deshalb nimmt der Zahndruck im kurveninneren «Schneckengetriebe» leicht ab. Dem Kurvenaussernrad, bei dem das «Schneckengetriebe» von beiden Seiten immer noch hoch belastet wird und einen hohen Zahndruck aufweist, wird mehr Drehmoment zugeteilt. Das ist der grosse Vorteil des Torsens gegenüber einer Lamellensperre. Das Kurvenaussernrad wird mit mehr Drehmoment versorgt und das Untersteuern beim Beschleunigen wird deutlich reduziert.

Bei schlechter Bodenhaftung, beispielsweise auf einseitig sehr rutschigem Untergrund (Eisplatte), wird die Abstützung (Zahndruck) im «Schneckengetriebe» des durchdrehenden Rads so gering, dass auf der Seite mit der besseren Bodenhaftung kein Drehmoment mehr übertragen werden kann. Zur Erklärung dieses Phänomens muss man sich nur noch einmal kurz an die gleichgerichtete Verzahnung der Schnecken und an die gegenseitige Abstützung der Schneckenräder über die Differentialverzahnung erinnern. An was soll sich das Schneckenrad der besseren Seite abstützen, wenn sich das Schneckenrad auf der gegenüberliegenden Seite mit dem sehr geringen Zahndruck (praktisch ohne Selbsthemmung) an der Schnecke nicht mehr abstützen kann? <

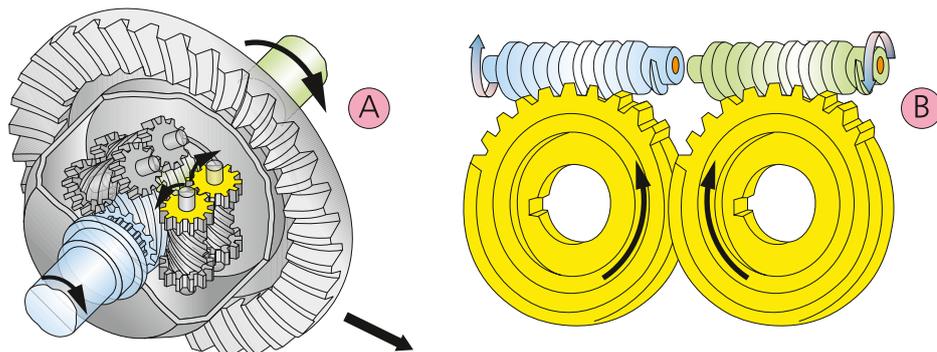


Bild 4: A Kurvenfahrt mit unterschiedlichen Drehzahlen. B Ansicht des Schneckenradgetriebes mit Differentialfunktion bei kleinem «Zahndruck».

auto&wissen
 DIE FACHZEITSCHRIFT FÜR AUS- UND WEITERBILDUNG
www.auto-wissen.ch

Möchten Sie noch mehr Lesestoff in dieser Richtung? Dann sind Sie bei der Fachzeitschrift «auto&wissen» an der richtigen Adresse.

Stimmungsbild der Automobilindustrie

Reduktion des Händlernetzes: Eine Frage der Interpretation

«Den Autohändlern steht ein Massaker bevor!»: Eine nicht einmal oberflächlich ausgewertete Studie des Wirtschaftsberatungsunternehmens KPMG muss für eine reisserische «Blick»-Schlagzeile herhalten. Trotzdem ist die Studie einen genaueren Blick wert. Sie zeigt, wie Führungskräfte bei Herstellern, Zulieferern und Händlern den Markt der Zukunft einschätzen. **Reinhard Kronenberg**, Redaktion

■ Die Wirtschaftsprüfer des internationalen Beratungsunternehmens KPMG zeichnen jährlich ein Stimmungsbild der Automobilbranche. Basis ist eine Umfrage bei weltweit knapp 1000 Führungskräften. Die Medien fokussierten sich nach Publikation der jüngsten Ergebnisse primär auf einen Aspekt – der von den befragten Führungskräften erwartete Rückgang des Händlernetzes. Sie bastelten daraus eine Schlagzeile, die suggeriert, dass das Ende der Branche kurz bevorstehe: «Anschnallen bitte: Die Autohändler erwarten einen Kahlschlag in ihrer Branche – und zwar schon bald.»

Unterschiedliche Erwartungen

Die KPMG-Studie würde allerdings die nötige Differenzierung zulassen (siehe Interview). Die Schlagzeile hätte sich dann aber mit einiger Sicherheit nicht mehr legitimieren lassen.

Zuerst einmal muss man das Resultat aufgrund des Umfrage-Setups relativieren: Befragt wurden Vertreter von Herstellern (242), Zulieferern (201), Technologiefirmen (156), Mobilitätsdienstleistern (91), Händlern (82), Finanzdienstleistern (49), Energieversorgern und Infrastrukturbetreibern (44) sowie Behördenvertretern (42) in West- und Osteuropa, Indien, China, Nord- und Südamerika.

Erwartung an Rückgang des Händlernetzes um

	50%	40%	30%	20%	10%	bleibt unverändert
Hersteller	10%	8%	30%	34%	9%	9%
Zulieferer	9%	10%	32%	31%	12%	4%
Technologiefirmen	16%	18%	31%	21%	8%	8%
Mobilitätsdienstleister	15%	14%	41%	19%	9%	2%
Händler	9%	18%	21%	37%	11%	5%
Regierungen	5%	14%	45%	26%	7%	2%
Durchschnitt	10%	13%	33%	28%	9%	5%

Lesbeispiel: Zehn Prozent der befragten Herstellervertreter gaben an, dass sie einen Rückgang des Händlernetzes um bis zu 50 Prozent bis 2025 erwarten.

Chinesen sehen den Markt anders

Führungskräfte aus China, dessen Automobilmarkt gerade erst erwacht ist, sehen die Entwicklung verständlicherweise aus einer progressiveren Perspektive als ihre Kollegen in den gesättigten Märkten in Westeuropa und den USA.

Und Vertreter von Herstellern sehen die Entwicklung aufgrund ihrer Agenda anders als Händler. Wenn Hersteller planen, mehr Autos direkt online zu verkaufen, hat das in ihren Augen einen ungleich grösseren Effekt auf die Anzahl Händler, als wenn Händler dank ihrer direkten Kundenbeziehung nachvollziehbarerweise davon ausgehen, dass die Fahrzeuge weiterhin über sie verkauft werden.

Der Trick ist die Interpretation

Je tiefer man in die Auswertung eintaucht, desto klarer wird: Die Schlagzeile «Mehr als die Hälfte von weltweit rund 1000 Befragten Führungskräften erwartet, dass die Zahl der Autohändler bis 2025 um bis zu 50 Prozent sinken wird» stimmt nur bedingt. In Wirklichkeit sind es 95 Prozent, die glauben, dass die Zahl der Autohändler um bis zu 50 Prozent sinken wird. Dies, weil im Durchschnitt nur fünf Prozent aller Befragten explizit der

Ansicht sind, dass sich die Zahl der Händler nicht verändern wird.

Der richtige Schlüssel ist die Interpretation: Eine Veränderung um bis zu 50 Prozent halten nur zehn Prozent der Befragten für realistisch. Zählt man jetzt die Stimmen zusammen, die eine Veränderung um zehn, 20, 30, 40 oder 50 Prozent für wahrscheinlich erachten, ergibt das selbstverständlich eine satte Mehrheit (siehe Tabelle).

Führt man diese Überlegungen fort, könnte man ebenso aussagen, dass 75 Prozent den Händlerrückgang kaum oder maximal um einen Drittel für wahrscheinlich halten.

Händler sind pessimistischer

Bemerkenswert jedoch ist, dass die in der Studie befragten Händler ihre künftige Situation deutlich pessimistischer beurteilen als die Hersteller: Während neun Prozent der Hersteller der Überzeugung sind, dass sich die Zahl der Händlerstützpunkte nicht verändern wird, sind nur fünf Prozent der Händler derselben Meinung. Sogar die aggressiven Technologiefirmen schätzen die künftige Situation der Händler positiver ein als diese selber. <



Aus Sicht des Zentralvorstands

«Habe mich masslos geärgert»

Besonders über die «schludrige» Berichterstattung geärgert hat man sich in der Geschäftsleitung des AGVS in Bern. Nach einer unseriösen Geschichte über das Autogewerbe vor ein paar Wochen sieht man sich erneut mit einer konfrontiert.

Reinhard Kronenberg, Redaktion

■ **Herr Wernli, was ging Ihnen durch den Kopf, als Sie die Schlagzeile «Den Autohändlern steht ein Massaker bevor» gesehen haben?**

Ich habe mich masslos geärgert.

Die Geschichte korrespondiert nicht mit der Realität?

Die künftige Entwicklung der Autobranche ist das eine, seriöse Arbeit zu leisten, das andere. Hätte man auch nur ein paar Minuten in die Auswertung der Studie investiert, könnte man eine solch brutale Schlagzeile nicht machen. So etwas unkommentiert zu publizieren, ist im Grunde genommen ein Schlag ins Gesicht für die ganze Branche. Man schürt Verwirrung und Angst. Ich halte das für unverantwortlich.

Dass es Veränderungen in Bezug auf das Händlernetz geben wird, ist aber unbestritten...

Das wird unvermeidlich sein, allein schon durch die laufende Entwicklung hin zu grösseren Stützpunkten. Auf der anderen Seite nimmt die Bevölkerung weiter zu, die Anzahl Zweitwagen ebenfalls. Das heisst, dass auf absehbare Zeit sicher nicht weniger Autos verkauft werden.

Wird das Auto als Statussymbol weiter an Wert verlieren?

Zwangsläufig. Auch das zeigt die Studie. 55 Prozent der Befragten wären offensichtlich bereit, auf ein eigenes Fahrzeug zu verzichten, wenn es mehr und bessere Sharing-Möglichkeiten gäbe. Deswegen jetzt alles infrage zu

stellen und nur noch schwarz zu sehen, ist aber unverhältnismässig. Dies nicht zuletzt auch deshalb, weil gemeinsam genutzte Fahrzeuge stärker beansprucht werden, was wiederum direkte Auswirkungen auf die Wartungsintensität hat. <



AGVS-Zentralpräsident Urs Wernli.




Future is now: VIS,
die Profi-Software fürs Autohaus

Setzen Sie auf Erfolg und nutzen Sie die perfekte Schnittstelle zwischen handwerklichem Können, effektiver Unternehmenssteuerung und Rentabilität: Profitieren Sie von unserem innovativen Dealer Management System VIS! Interesse? Melden Sie sich bei uns: info@gcsag.ch

... die passende IT-Lösung

GCS Schweiz AG
Therwilerstrasse 52 · 4104 Oberwil
Telefon: +41 58 521 30 30
E-Mail: info@gcsag.ch | www.gcsag.ch

GCS 

Geschäftsfahrzeuge

Ständerat verwässert Motion

Der Ständerat begrüsst zwar die Idee, Geschäftsfahrzeuginhaber steuerlich und administrativ zu entlasten. Aber nicht so, wie es in der Motion Ettlins vorgeschlagen wurde. Die kleine Kammer schickte das Politikum bachab. **Tatjana Kistler**, Redaktion

■ Das Anliegen war simpel – der politische Weg hingegen nicht. Aus der Forderung, unselbstständig Erwerbende mit einem Geschäftsfahrzeug von der zusätzlichen Einkommenssteuer zu befreien, ist eine von der von der Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Ständerats (KVF_S) abgeänderte Fassung herangereift. Diese drückte aus Sicht des AGVS nicht nur zu wenig aufs Gas, sondern mündete nun auch in einem Papiertiger. «Wenn es eines Tages ein Beispiel brauchen sollte, um aufzuzeigen, wie aus einer einfachen Sache im Laufe der Jahre ein hochkomplexes Geschäft werden kann, so dürfte dieses Thema gut dazu geeignet sein», meinte der FDP-Ständerat Hans Wicki etwa in der vergangenen Wintersession dazu.

Kurzum: Es geht um die 2016 eingereichte Motion Ettlins: «Der Grundtenor meiner Motion war, die administrative Belastung zu senken. Klar ist, dass diese mit der Geschäftsfahrzeugregelung, wie sie vorgesehen ist und wie sie seit 1. Januar 2016 gilt, steigt», blieb CVP-Ständerat Erich Ettlins in dieser Wintersession zum Entscheid über seine Motion noch zu sagen. Denn der Ständerat hat die Motion «Fabi. Übermässige administrative Belastung bei Geschäftsfahrzeuginhabern» nun definitiv versenkt.

Angenommen hat der Ständerat hingegen die Motionsvariante der Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen. Damit wird der Bundesrat beauftragt, die notwendigen gesetzlichen Änderungen vorzuschlagen, damit auf Verwaltungsebene ein Einkommensanteil für die

Nutzung des Geschäftsfahrzeugs für den Arbeitsweg mitabgegolten ist und der Fahrkostenabzug für diese Steuerpflichtigen ausgeschlossen wird. «Mit der Nutzung des Geschäftsfahrzeuges, dessen Privatnutzung pauschal abgegolten wird, ist auch für den Arbeitsweg kein geldwerter Vorteil verbunden und demzufolge ist auch ein Gewinnkostenabzug für den Arbeitsweg ausgeschlossen», wird das Politikum legitimiert.

Gewinnkostenabzug unmöglich

Der AGVS teilt diese Haltung und Kursabkehr von der Motion Ettlins nicht. Genauso wenig die Vorgabe, dass die geltende Pauschale von 9,6 Prozent des Fahrzeugkaufpreises erhöht werden soll und die Betroffenen noch tiefer in die Tasche greifen müssen. «Es ist nun also vorgesehen, ein Thema wieder aufzurollen, das bereits vor Jahren mit Vertretern der Wirtschaft bei der Frage der Preiserhöhung des Fahrzeugkaufpreises gelöst wurde», so Olivia Solari vom AGVS-Rechtsdienst. Bundes- und Ständerat vertreten zwar den Standpunkt, dass mit der jetzigen Marschrichtung die administrative Entlastung kleiner würde. Doch der Vorschlag bedeutet auch, dass die Pauschale weder der individuellen Situation der Steuerpflichtigen noch den unterschiedlichen kantonalen Abzugsgrenzen Rechnung trägt. Solari: «Das Geschäft geht nun an den Nationalrat. Der AGVS bleibt mit dem Schweizerischen Gewerbeverband sgV an der Motion dran.» <

Abschaffung von Importzöllen

Der Garagist geht leer aus

Im Kampf gegen die Hochpreisinsel Schweiz will der Bundesrat die Importzölle für Autos, Haushaltgeräte, Körperpflegeprodukte oder Kleider aufheben. Aus liberaler Sicht sind die Pläne zu begrüßen. Konkrete Folgen für die Garagisten haben sie kaum. **Sandro Compagno**, Redaktion

■ Insgesamt würden «substanzielle Kosteneinsparungen von rund 900 Millionen Franken» angestrebt, die sich sowohl bei Unternehmen wie auch beim Privatkonsum bemerkbar machen sollen, teilte der Bundesrat in einer Medienmitteilung mit. Der «Blick» jubelte schon

mal vorsorglich und titelte «Jetzt werden Kleider und Autos billiger». Bei näherem Hinsehen darf man feststellen: Der Berg hat eine Maus geboren.

Nach Gewicht verzollt

Was viele Konsumenten nicht wissen: Autos werden nach Gewicht verzollt. Pro 100 Kilogramm Gewicht kostet die Einfuhr eines Autos 15 Franken. Bei einem Durchschnittsgewicht von 1700 Kilogramm würde der Preis also um 255 Franken sinken. AGVS-Zentralpräsident Urs Wernli: «Einen Boom werden diese 255 Franken nicht auslösen.» Auf 300 000 Autos kommen so rund 75 Millionen Franken an Einsparungen für die Käuferinnen und Käufer zusammen. Denn die werden, so Wernli, vom Wegfall der Importzölle profitieren und nicht etwa die Händler: «Das geht direkt in den Markt. Der Wettbewerbsdruck ist zu gross.» <



Die Garagisten dürften von der Abschaffung der Importzölle auf Autos kaum profitieren.

Unsere Leidenschaft für Ihren Erfolg!



Wir sind für Sie da!

Mit der Premium-Marke Standox sind wir der führende Lieferant für Autoreparaturlacke in der Schweiz. Und mit unserem breiten Zubehör-Sortiment bieten wir Carrosserie-Betrieben und Spritzwerken alles, was sie für die Reparaturlackierung brauchen. Doch langfristiger Erfolg erfordert weit mehr als nur die besten Produkte. Deshalb unterstützen wir unsere Kunden zusätzlich als Rundum-Service-Partner.



Wir bringen Sie nach vorne!

Ein Lackierer-Team, das sein Handwerk perfekt beherrscht, ist die Voraussetzung für zufriedene Kunden. Mit unserem Seminar-Angebot sind Ihre Mitarbeiter immer up to date. Und weil nur vorne mitspielen kann, wer rundum topfit ist, haben wir auch Seminare für Sie.



Wir geben alles!

Was uns dazu antreibt, jeden Tag unser Bestes zu geben, ist die Idee, unsere Kunden durch unsere Arbeit noch erfolgreicher zu machen. Dafür ziehen bei uns alle an einem Strang - vom Aussendienst bis zu den Profis in der Color-Hotline, von unseren Mitarbeitern in der Logistik bis zum Geschäftsführer. Und das mit vollem Einsatz und Spass. Diesen besonderen Spirit spüren auch unsere Kunden.

Besuchen Sie
uns vom
6.-12. März 2018
am Auto-Salon Genf
Halle 7 / Stand 7240



André Koch AG

www.andrekoch.ch

Postulat

Kommt das Winterreifen-Obligatorium?

Was unterscheidet die Strassenverkehrsordnungen der Schweiz und Montenegros? Die kleine Republik an der Adriaküste kennt das Winterreifen-Obligatorium. **Sandro Compagno**, Redaktion

■ Dass ausgerechnet die Schweiz kein Obligatorium für Winterreifen kennt, löst bei diversen Branchen- und politischen Verantwortlichen Unverständnis aus. Doch das soll sich nun ändern: In einem Postulat verlangen Nationalrat Walter Wobmann (SVP/SO) und rund 20 Mitunterzeichnende vom Bundesrat, zu prüfen, «ob eine Winterreifen-Pflicht für Motorfahrzeuge eingeführt werden kann». Wobmann will kein striktes Obligatorium. Winterreifen und wintertaugliche Ganzjahresreifen sollen bei winterlichen Strassenverhältnissen mit Schnee und/oder Eis auf der Fahrbahn Pflicht sein.

Widerstand gegen ein striktes Obligatorium

Die Einschränkung auf Schnee und Eis sei wichtig, erklärt der SVP-Nationalrat gegenüber AGVS-Online: «Ein striktes Obligatorium – beispielsweise von Oktober bis Ostern – hätte zu viel Widerstand erzeugt. Denken Sie nur an die Oldtimer- oder Cabriofahrer, die über keine Winterreifen verfügen, aber an einem schönen, milden Tag im Herbst oder Frühling trotzdem eine Ausfahrt machen wollen.» Wobmann geht es in seinem Postulat nicht um milde Spätherbsttage, sondern um



Walter Wobmann.

den Winter. Es sei mittlerweile unbestritten, dass Winterreifen im Flachland wie auch im Berggebiet Vorteile gegenüber Sommerreifen bieten, begründet er sein Begehren. «Das alljährliche Verkehrschaos nach dem ersten Schneefall oder der ersten Einnacht hat jeweils nur zu einem kleinen Teil mit der noch nicht stattgefundenen Umgewöhnung und Anpassung an die winterlichen Strassenverhältnisse zu tun. Bei einem Grossteil der Unfallfahrzeuge befinden sich leider oftmals noch Sommerpneus auf den Rädern.» Wer heute mit ungeeigneten Reifen einen Unfall verursacht, muss zwar mit Konsequenzen rechnen; die Versicherung kann Regress nehmen. Zudem werden Automobilisten, die bei Eisglätte wegen der Reifen einen Stau verursachen, gebüsst. Aber dann ist der Schaden bereits angerichtet. Seit 2000 hat sich die Stauzeit auf Schweizer

Strassen auf 24000 Stunden mehr als verdreifacht, der grösste Teil wegen Überlastung unseres an Grenzen stossenden Verkehrsnetzes, aber nicht nur: Rund 3000 Staustunden sind auf Unfälle zurückzuführen – mit Folgen, denn jeder Stau verursacht Kosten. Wobmann hofft, dass sein Postulat noch 2018 vor die eidgenössischen Räte kommt. <

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

Die PK MOBIL-Kunden
haben länger
Weihnachten.

Risikobeiträge 2018

Senkung rund 15%

BVG Zins 2018

PK MOBIL 1.25%

Obligatorisch 1%



PK MOBIL
CP

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

Sicher unterwegs in die Zukunft



GYSO AG | Der kompetente Partner für Garagen

GYSO AG | CH-8302 Kloten | CH-1023 Crissier | gysso.ch

Klein, kabellos und präzise

– das neue ColorDialog Phoenix.



Das Farbmessgerät ColorDialog Phoenix ist klein, aber bringt Ihrem Team große Vorteile. Mit der Auswahl aus über 200.000 automatisch aktualisierten Formeln liefert es präzise Farbtonübereinstimmungen. Neben dem Farbton wird auch der Effekt gleich mitgemessen – das erhöht die Sicherheit bei der Farbtonbestimmung. Dank Wi-Fi können Farbtonformeln schnell an die Farbtonsoftware Phoenix in den Mischraum übertragen werden.

Klein, leicht und kabellos, ist es einfach zu bedienen. Entscheiden Sie sich jetzt bei Ihrer Farbtonfindung für das neue ColorDialog Phoenix.



**Hi-TEC
Performance**

An Axalta Coating Systems Brand

Spies Hecker – näher dran.

Axalta Coating Systems Switzerland GmbH
Muttenerstrasse 105, CH-4133 Pratteln
Tel. 061 826 96 96, Fax 061 821 82 36
www.spieshecker.ch



Audatex

www.audatex.ch

> Schweizer Spezialisten für digitales Schadenmanagement kooperieren

pd. Die beiden Schweizer Firmen Audatex und C3 Car Competence Center sind in der Automobil- und Versicherungsbranche bekannt für ihr umfassendes Know-how im

Bereich des digitalen Schadenmanagements. Um dieses Know-how zu bündeln und Synergieeffekte nutzbar zu machen, beschlossen beide Unternehmen eine strategische Partner-

schaft. Die zwei renommierten und innovative Schweizer Firmen haben derweil bereits einige Digitalisierungsprojekte in diesem Bereich erfolgreich umgesetzt.

Geräteunabhängige Nutzung ist von überall möglich

C3 und Audatex setzen bei ihren Innovationen konsequent auf die Umsetzung der Onlinestrategie. Dadurch können die Kunden bereits jetzt von den Innovationen der Kooperation profitieren, denn der neue «eRepair plus+»-Service für einen elektronischen Datenaustausch mit der Axa, Helvetia, smile.direct, Basler und AutoMate ist schon jetzt möglich. Allianz und weitere am Prozess Beteiligte werden in Kürze folgen.

Die Partnerschaft zwischen Audatex und C3 setzt damit ganz neue Massstäbe. <

Zeitersparnis und Fehlerreduzierung

Die Lösungen beider Unternehmen sind perfekt auf die Bedürfnisse des Markts zugeschnitten und ergänzen sich optimal. Mit ihrer Hilfe ist es den Kunden möglich, die Aufgaben, die im Rahmen der Schaden erfassung, -kalkulation und -regulierung zu erledigen sind, auf einfachste Art und Weise auf Basis einer Webplattform durchzuführen.



Erfolg durch Kooperation: (v. l.) Jost Künzli (Geschäftsleitung C3), Marcel Schradt (Geschäftsleitung Audatex) und Yves Künzli (Stellvertretende Geschäftsleitung C3).

Motorex Oil of Switzerland

www.motorex.ch

> Es läuft wie geschmiert: neuer Internetauftritt

pd. Motorex, der renommierte Schweizer Spezialist für hochwertige Motorenöle und Fluids, präsentiert zum Jahresbeginn einen komplett neu konzipierten und gestalteten Internetauftritt.

Die Website mit dem Claim «Die Welt von Motorex» bildet die gesamte Produktpalette und ihre zehn Geschäftsfelder mit allen Details ab. Der direkte Einstieg in das jeweils relevante Geschäftsfeld – von Bike bis Industrie – bietet sich bereits ab der Startseite an.

So findet sich der User schnell in seiner vertrauten Motorex-Welt wieder. Zudem ermöglichen massge-

schneiderte Tools, rasch zu den gewünschten Informationen zu gelangen. Im Fokus steht der optimale Service mit einem hohen Nutzwert.

In wenigen Klicks durch die Motorex-Welt navigieren

Seit mehr als 100 Jahren setzt Motorex auf Entwicklung, Fortschritt und Zukunft. Technologisch auf dem neusten Stand und mit dem Einsatz von grosszügigen, emotionalen Bildern reflektiert die Website den hohen Qualitätsanspruch des Unternehmens.

Beispielhaft für die einfache, schnelle Navigation steht der permanent sichtbare Oil Finder –



Die neue Motorex-Website mit dem Claim «Die Welt von Motorex» bildet die gesamte Produktpalette und ihre zehn Geschäftsfelder mit allen Details ab.

in vier Schritten zum idealen Öl. Durch Einfügen von individuellen Werten wie beispielsweise Fahrzeugtyp und -marke gelangt man schnell und sicher zum

passenden Motorenöl. Wichtige Details zum Produkt, dessen Anwendung sowie hilfreiche Tipps ergänzen die Information perfekt. <

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

seit 1964 **CORTELLINI & MARCHAND AG** **061 312 40 40**
 Rheinfelderstrass 6, 4127 Birsfelden

Der umfassendste Auto-Steuergeräte-Reparatur-Service von Cortellini & Marchand AG.
 www.auto-steuergeraete.ch

Sie suchen, wir finden – Ihr Suchservice für Auto-Occasionsteile
 www.gebrauchte-fahrzeugteile.ch

Mewa Service AG

www.mewa.ch

> Ölschlucker-Matte im Kompaktformat

pd. Viele Betriebe in der Produktion, Montage oder Instandhaltung kennen den täglichen Kampf gegen tropfende Flüssigkeiten, kriechende Öle, Farben und Schmiere, die den Arbeitsplatz verschmutzen. Das ist unschön und gefährdet die Arbeitssicherheit.

Auffangmatte: bis auf den letzten Tropfen

Mit der Auffangmatte Multitex bietet Mewa eine einfache und effiziente Lösung: Die Matte dient bei Reparatur- und Wartungsarbeiten als schützende Unterlage und sorgt gleichzeitig für Sicher-

heit und Sauberkeit im Betrieb. Rund drei Liter Flüssigkeit «tankt» das Spezialvlies. Diese enorme Saugkraft hat sich in der Werkstatt und industriellen Produktion bereits vielfach bewährt. Dort kann das Leichtgewicht – die Matte wiegt nur 600 Gramm – zwischen 2,5 und 3 Liter Flüssigkeit aufnehmen, und dies bis auf den letzten Tropfen. Flüssigkeiten wie Motor- und Getriebeöle, Löse- mittel und Kühlschmierstoffe werden im Saugkern sicher und sauber gespeichert. Und nicht nur einmal, sondern dank des umweltfreundlichen Mehrwegsystems viele Male.



Die textile Auffangmatte MewaMultitex dient bei Reparatur- und Wartungsarbeiten als schützende Unterlage und reduziert die Rutschgefahr.

An Leckage-Schwerpunkten im Autoreparatur- und Wartungsbereich ist die Matte dank dem griffigen Format von 60 auf 90 Zentimeter unentbehrlich. Mehrere aneinandergelegte Auffangmatten decken grössere Flächen zuverlässig ab.

Im Full-Service: Eine spürbare Entlastung

Multitex-Auffangmatten werden nicht gekauft, sondern im Full-Service von Mewa Service AG angeboten. Ganz unkompliziert und im vertraglich vereinbarten Rhythmus werden die Auffangmatten im sicher verschlossenen Mewa-Container «SaCon» angeliefert, abgeholt, umweltschonend gewaschen und vom Servicefahrer wieder gebracht. Ein grosser Pluspunkt: Der «Ölschlucker» ist kein Abfall im Sinne des Abfallgesetzes. Denn die Mehrwegtextillösung vermeidet gefährlichen Abfall, spart Rohstoffe und Entsorgungsaufwand, ist umweltschonend und wirtschaftlich und damit eine spürbare Entlastung für den Betrieb. <

VORSCHAU AUTOINSIDE 3 – MÄRZ 2018

Die nächste Ausgabe erscheint am 1. März 2018 mit folgenden Schwerpunktthemen:

**Sommerneu: Profil zeigen**

Profil überprüfen, Werkzeug bereitlegen, Wagen anheben, Radschrauben lösen – die Sommerreifen können montiert werden. Damit alles rechtzeitig bereit ist, zeigt die Märzausgabe die Trends 2018, Wissenswertes und Tipps für Kundengespräche rund um die Reifendruckoptimierung.

**Ein Blick in die Halle 7**

Der 88. Auto-Salon in Genf bietet nicht nur den Herstellern eine Plattform mit internationaler Strahlkraft – in Halle 7 trumpfen die Zulieferer auf. Wer und was an der SAA-Expo vom 8. bis 12. März zu erwarten ist und wieso sich ein Besuch für Garagisten unbedingt lohnt.

**Die Grossen der Branche**

Die Köpfe der zwei führenden Zulieferer des Schweizer Auto-gewerbes an einem Tisch: Sandro Piffaretti, CEO und Delegierter des Verwaltungsrats der SAG, und Giorgio Feitknecht, CEO der ESA, zur Zukunft der Branche und der Halle 7.

**AUTO
INSIDE**

91. Jahrgang, 11 Ausgaben
in deutscher und französischer Sprache

WEMF-beglaubigte Auflage per September 2017:
12289 Exemplare davon 9172 in Deutsch,
3117 in Französisch

**Das auflagenstärkste
Fachmagazin für die
Schweizer Garagisten**

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

Jetzt abonnieren unter www.agvs-upsa.ch/abo

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

Redaktionsteam: Tatjana Kistler (tki, leitende Redaktorin 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: Peter Fuchs.

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 99
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 unaufgefordert 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



Derendinger Fachwissen

TechPool Academy: Praxisorientiertes Wissen

Mit einem breiten Kursangebot bietet TechPool optimale Möglichkeiten, sich mit den neusten Innovationen der Autobranche vertraut zu machen. Der Fokus wird auf Aktualität, Professionalität und Erfahrung gelegt. Gut ausgebildete Mitarbeiter in der Werkstatt schaffen Vertrauen und Kompetenz.

Vielseitiges Kursprogramm

Das vielseitige Kursprogramm von TechPool richtet sich nach den Bedürfnissen der modernen Garage. Die verschiedenen Level beziehen sich auf den Kursinhalt (Aufbau, Funktion, Prüfung, Diagnose, Reparatur, Ersatz). TechPool bietet in Zusammenarbeit mit diversen Organisationen wie carrosserie suisse, Kältemittelverband, Electrosuisse, STF Winterthur und anderen Firmen Kurse in verschiedenen Fachrichtungen an.

Kompetent und motiviert

15 kompetente und motivierte Kursleiter (z.T. auch Bosch zertifiziert) vermitteln Wissen mit konkretem Praxisbezug in den Sprachen deutsch, französisch und italienisch. In den vier TechPool-Ausbildungszentren werden die Fahrzeuge themenbezogen präpariert. Somit erhalten die Kursteilnehmer das nötige Rüstzeug, um ihre täglichen Reparaturarbeiten und Diagnosestellungen effizient zu erledigen.

Bei Fragen zum Kursangebot steht Ihnen unsere Kursadministration unter der **Telefonnummer 044 835 29 66** oder via E-Mail **kurse@derendinger.ch** gerne zur Verfügung. Unter **www.derendinger.ch** finden Sie das laufend aktualisierte Kursangebot.

Derendinger



TECHPOOL
■■■ automotive support