

# dergaragist

AUTOBERUFE  
HABEN ZUKUNFT  
AUTOBERUFE.CH

04

**GELAUFEN**  
Berufswerbung

06

**GELERNT**  
Resilienz

14

**GETAGT**  
Generalversammlung



Stefan Bersinger  
Präsident AGVS – Sektion Zentralschweiz

## Stark im Wandel – erfolgreich in die Zukunft

*Die Automobilbranche befindet sich in einem tiefgreifenden Wandel. Neue Technologien, veränderte Kundenbedürfnisse und internationale Marktverschiebungen fordern uns täglich heraus. Gleichzeitig bieten sie uns die Chance, unsere Zukunft aktiv zu gestalten. Gerade in solchen Zeiten zeigt sich die Stärke unseres Garagengewerbes. Unternehmerischer Mut, fachliche Kompetenz und die Bereitschaft, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln.*

*Eine wertvolle Plattform für den Austausch und die Vernetzung bietet unsere jährliche Generalversammlung. Der grosse Zuspruch an der diesjährigen 98. Generalversammlung sowie die engagierten Diskussionen haben einmal mehr gezeigt, wie lebendig und zukunftsgerichtet unser Verband ist. Besonders bereichernd war das Referat von Roger Sigrist zum Thema Resilienz. Seine Ausführungen machten deutlich, wie wichtig Widerstandskraft, Anpassungsfähigkeit und eine positive Grundhaltung für den nachhaltigen Erfolg unserer Betriebe sind.*

*Ebenso aufschlussreich war die Veranstaltung «Das neue AutoUniversum», welche den Markteintritt chinesischer Hersteller und die damit verbundenen Veränderungen im Automobilmarkt beleuchtete. Die Diskussionen haben gezeigt, dass wir die Entwicklungen aufmerksam verfolgen und als Branche aktiv mitgestalten müssen.*

*Diese Ausgabe des «der garagist» greift zahlreiche aktuelle Themen auf und bietet spannende Einblicke, Informationen und Perspektiven für Ihren Geschäftsalltag. Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre.*

Herzliche Grüsse

Stefan Bersinger  
Präsident Auto Gewerbe Verband – Sektion Zentralschweiz

04 **GELAUFEN**  
Berufswerbung

06 **GELERNT**  
Resilienz

10 **GELERNT**  
Expert Talk

14 **GETAGT**  
Generalversammlung



... für einen erfolgreichen Start!

## LEHRSTARTKURSE

Basiskurs für den Start in den Werkstattalltag

### **Gut gestartet ist halb gewonnen!**

Der AGVS Zentralschweiz unterstützt Ihre neuen Lernenden mit einem praxisnahen Lehrstartkurs.

Ziel: ein sicherer, motivierter Einstieg in den Werkstattalltag ab Sommer 2026 - und damit eine starke Basis für eine erfolgreiche Ausbildung in Ihrem Betrieb.

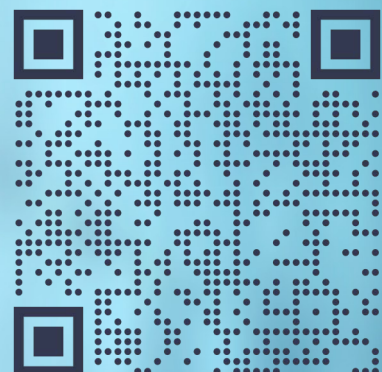
Inhalt: Arbeitssicherheit  
Grundlagen Fahrzeugtechnik  
Räder und Reifen

Dauer: 2 Tage

Daten: 10. & 11.08.2026  
12. & 13.08.2026

Ort: AGVS Ausbildungszentrum  
Ebenastrasse 14  
6048 Horw

Mehr Infos auf EduMarket:



# Wer Nachwuchs will, muss sichtbar sein

*Die Fachkräfte von morgen gewinnen wir nicht erst mit einer Lehrstellenanzeige. Entscheidend sind frühe Begegnungen, praktische Erlebnisse und die Sichtbarkeit unserer Berufe, lange bevor die eigentliche Berufswahl beginnt.*

Text: Stefan Bachmann, J. Windlin AG Kriens  
Bilder: Stefan Bachmann, Jörg Merz

Rund 15000 Läuferinnen und Läufer sowie zahlreiche Familien sorgten an diesem Wochenende für eine einzigartige Atmosphäre. Rundherum tausende Menschen, Familien, Kinder und Jugendliche. Natürlich waren auch unsere Fahrzeuge präsent. Doch die Fahrzeuge waren an diesem Tag nicht das Wichtigste.

Das Wichtigste waren die Kinder, die mit Begeisterung an unserer Radwechsel-Challenge teilnahmen. Sie schraubten, probierten aus, stellten Fragen und wollten wissen, wie ein Rad eigentlich richtig montiert wird. Viele von ihnen hatten zum ersten Mal überhaupt Kontakt mit einem Werkzeug.

Genau dieselbe Erfahrung machen wir jedes Jahr beim Lehrstellen-Parcours in Kriens. Dort treffen wir Jugendliche lange, bevor sie sich konkret mit der Berufswahl beschäftigen. Sie erhalten erste Einblicke in unsere Branche, erleben moderne Fahrzeugtechnik hautnah und können unverbindlich Fragen stellen. Diese Begegnungen haben mir eines deutlich gezeigt: Berufswerbung beginnt nicht bei der Lehrstellenanzeige. Sie beginnt viel früher. Sie beginnt dort, wo junge Menschen unsere Branche erleben.

## **Jugendliche entscheiden sich**

Wenn wir heute über Fachkräftemangel reden, sprechen wir häufig über fehlende Bewerbungen, unbesetzte Lehrstellen oder sinkende Schülerzahlen. Dabei vergessen wir manchmal eine entscheidende Tatsache: Jugendliche entscheiden sich nur für Berufe, die sie kennen. Und sie interessieren sich für Branchen, die sichtbar sind.

Wer erst während des eigentlichen Berufswahlprozesses auf Jugendliche zugeht, kommt oft zu spät. Die ersten Eindrücke entstehen Jahre früher – an Sportveranstaltungen, Gewerbeausstellungen oder bei persönlichen Begegnungen. Nach einer Gewerbeausstellung wurde mir dies erneut bewusst: Fahrzeuge waren sichtbar, Ausbildungswege vielerorts nicht. Andere Branchen gingen aktiv auf Jugendliche zu und machten ihre Berufe erlebbar. Genau dort entstehen Interesse, Begeisterung und oft die ersten Gedanken an die spätere Berufswahl.



**Selbst ausprobieren,  
statt nur zuschauen.**



*Estella Lohri und Livio von Rotz machten am Luzerner Stadtlauf die Automobilberufe erlebbar – direkt, sympathisch und mit viel Begeisterung.*

### **Ausbildung ist eine Investition**

In unserem Betrieb investieren wir deshalb bewusst in die Ausbildung. Neben unseren Berufsbildnern verfügen wir über eine eigene Lehrwerkstatt. Dort werden unsere Lernenden durch einen erfahrenen ehemaligen Werkstattmeister begleitet und ausgebildet.

Dabei geht es nicht nur darum, Reparaturen zu erlernen, sondern Verantwortung zu übernehmen und Stolz auf den eigenen Beruf zu entwickeln. Denn Fachkräfte fallen nicht vom Himmel. Sie entstehen dort, wo Betriebe bereit sind, Zeit, Wissen und Erfahrung weiterzugeben.

### **Nachwuchsgewinnung ist Teamsache**

Gleichzeitig bin ich überzeugt, dass Nachwuchsgewinnung nicht allein Aufgabe des Berufsbildners oder der Werkstatt ist. Sie betrifft den gesamten Betrieb. Jeder Mitarbeitende prägt das Bild unserer Branche. Oft entstehen die ersten Eindrücke nicht in der Werkstatt, sondern im täglichen Kontakt mit Menschen.

Ob Verkäufer, Kundendienstberater, Lernende oder Geschäftsleitung – jeder Mitarbeitende kann Interesse für unsere Berufe wecken. Oft genügt ein einziges Gespräch, um den ersten Funken zu zünden.

Deshalb sollten wir jede Gelegenheit nutzen, unsere Berufe einfach, authentisch und erlebbar zu präsentieren.

Zum Beispiel durch:

- Radwechsel-Challenge am Stadtlauf
- Lehrstellen-Parcours
- Schnuppermöglichkeiten
- Gespräche mit Lernenden
- Ein Blick hinter die Kulissen eines Garagenbetriebs
- Gewerbeausstellungen

Oft sind es diese kleinen Begegnungen, die später zu einer Berufswahl führen.

Genau deshalb investieren wir bewusst Zeit in den Lehrstellen-Parcours, in den Luzerner Stadtlauf und in die Ausbildung unserer Lernenden. Denn dort entstehen die ersten Kontakte, aus denen später Berufsleute werden können.

### **Fazit**

*Unsere Branche hat eine starke Zukunft. Moderne Technologien, spannende Entwicklungsmöglichkeiten und vielseitige Karrierewege bieten jungen Menschen hervorragende Perspektiven.*

*Aber wir müssen den Mut haben, diese Zukunft auch sichtbar zu machen.*

*Denn die Fachkräfte von morgen entscheiden sich nicht erst dann für unsere Branche, wenn eine Lehrstelle ausgeschrieben wird.*

*Wer Nachwuchs will, muss sichtbar sein.*

*Und genau deshalb beginnt Berufswerbung nicht mit einem Inserat.*

*Sie beginnt bei uns.*

# Wer Lernende stärkt, stärkt den Betrieb

*Warum innere Widerstandskraft genauso wichtig ist wie Fachwissen und wie Berufsbildner ganz konkret dazu beitragen können.*

Text: Roger Sigrist  
Bilder: Martin Dominik Zemp

*Roger Sigrist ist gelernter Auto-  
mechaniker, diplomierter Coach  
und Supervisor, CAS Achtsamkeits-  
trainer sowie Trainer für intuitives  
Bogenschiessen. Er kennt die  
Arbeitswelt im Autogewerbe aus  
eigener Erfahrung und begleitet  
heute Unternehmen, Teams und  
Einzelpersonen in den Bereichen  
Stress, Resilienz und persönliche  
Entwicklung.*

[www.sigrist.coach](http://www.sigrist.coach)  
[www.antistress.training](http://www.antistress.training)

Die Garage im Wandel ist kein Zukunftsszenario mehr, sie ist tägliche Realität. E-Mobilität, neue Technologien, Fachkräftemangel, Kundendruck und steigende Betriebskosten: Wer in diesen Tagen einen Garagenbetrieb führt, weiss, dass es nicht weniger wird, sondern immer mehr. Für viele Berufsbildnerinnen und Berufsbildner stellt sich deshalb eine Frage, die über das Technische weit hinausgeht: Wie bereiten wir unsere Lernenden wirklich auf diese Arbeitswelt vor?

Die Antwort liegt nicht mehr allein in der Fachkunde oder im Umgang mit dem neuesten Diagnosegerät. Sie liegt auch in etwas, das in Lehrplänen selten vorkommt, aber im Berufsalltag täglich gebraucht wird: Resilienz.

## **Resi ... WAS? ... Resilienz**

Resilienz ist die Fähigkeit, sich von Rückschlägen zu erholen, mit Druck umzugehen und an Herausforderungen zu wachsen. Es geht nicht darum, unverwundbar zu sein, sondern darum, nach einem Sturz wieder aufzustehen und gestärkt weiterzumachen. Die bekannteste Grundlage dazu liefert die Kauai-Studie der Entwicklungspsychologin Emmy Werner: Trotz schwierigster Aufwuchsbedingungen entwickelte sich ein Drittel der untersuchten Kinder zu stabilen, sozial integrierten Erwachsenen. Der entscheidende Unterschied lag nicht im Schicksal, sondern in bestimmten inneren Schutzfaktoren wie Selbstwirksamkeit, einer verlässlichen Bezugsperson und dem Glauben, das eigene Leben gestalten zu können. Ungünstige Voraussetzungen führen also nicht zwingend zu Misserfolg, und das ist eine der wichtigsten Botschaften der Resilienzforschung.

Die aktuellen Zahlen aus der Schweiz sprechen leider eine deutliche Sprache. Laut einer Erhebung von Gesundheitsförderung Schweiz fühlt sich mittlerweile jede dritte Person gestresst. Bei Jugendlichen ist die Lage besonders besorgniserregend: 46 Prozent stehen häufig unter Stress und 37 Prozent leiden unter psychischen Problemen (UNICEF Schweiz).

*Resilienz ist die  
Fähigkeit, sich von  
Rückschlägen zu  
erholen, mit Druck  
umzugehen und an  
Herausforderungen zu  
wachsen.*

50 Prozent aller psychischen Erkrankungen entstehen bereits vor dem 18. Lebensjahr, also genau in der Phase, in der die meisten Lernenden in ihrer Ausbildung sind. Das sind die jungen Menschen, die jeden Morgen in unsere Betriebe kommen.

## **Die sieben Säulen der Resilienz**

Resilienz lässt sich in sieben Schlüsseleigenschaften beschreiben. Das Entscheidende dabei: **Die Säulen sind trainierbar.** Sie sind kein angeborenes Talent, sondern Fähigkeiten, die sich im Alltag entwickeln und stärken lassen, auch im Berufsalltag eines Garagenbetriebs.

**Akzeptanz:** Was ist, ist. Was sich nicht ändern lässt, loszulassen, ist der erste

# Resilienz einfach erklärt – Innerer Widerstandskraft

Resilienz ist die Fähigkeit, sich von schwierigen Lebensereignissen, Stress oder Rückschlägen zu erholen und an Herausforderungen zu wachsen. Sie umfasst die mentalen und emotionalen Ressourcen, die es einer Person ermöglichen, Krisen zu überleben, flexibel und anpassungsfähig zu bleiben.



## Roger Sigrist erklärte, warum Resilienz in der Berufsbildung zu einer wichtigen Stärke wird.

Schritt, um wieder handlungsfähig zu werden. Wer einem Lernenden hilft, nach einem Fehler nicht ewig zu grübeln, sondern den Blick nach vorne zu richten, übt genau diese Fähigkeit.

**Optimismus:** Nicht naiv schönreden, sondern daran glauben, dass es besser wird. Optimismus ist der Antrieb, auch nach schwierigen Phasen weiterzumachen. Als Berufsbildnerin oder Berufsbildner prägt man dieses Grundgefühl täglich mit.

**Lösungsfokus:** Nicht im Problem grübeln, sondern den nächsten Schritt suchen. Diese Haltung ist in der Werkstatt genauso wertvoll wie im persönlichen Umgang mit Herausforderungen. Wer fragt «Was können wir jetzt tun?» statt «Warum ist das wieder passiert?», fördert Lösungsfokus.

**Selbstwirksamkeit:** Ich kann etwas bewirken. Wer spürt, dass seine Handlungen einen Unterschied machen, bleibt auch in schwierigen Momenten handlungsfähig. Das entsteht, wenn Lernende eigenständig Aufgaben lösen dürfen und dafür echte Rückmeldung erhalten.

**Soziale Stützen** bedeutet, das eigene Netzwerk zu pflegen. Wer hilft mir, wenn es brennt? Dieser Faktor ist einer der stärksten überhaupt. Studien zeigen, dass Menschen vor allem dann in Krisen standhalten, wenn sie wissen, dass sie nicht allein sind. Ein offenes Ohr nach einem schwierigen Tag kostet wenig und hinterlässt viel.

**Emotionsregulation:** Gefühle wahrnehmen, ohne von ihnen überwältigt zu werden. Wer lernt, Frust, Druck oder Enttäuschung zu benennen und einzuordnen, kann besser damit umgehen. Als Berufsbildnerin oder Berufsbildner kann man hier Vorbild sein, indem man selbst zeigt, wie man ruhig bleibt, wenn es hektisch wird.

**Zukunftsorientierung:** Eine Vision, die über die Krise hinausreicht. Wer weiss, wohin er will, lässt sich von Rückschlägen weniger aus der Bahn werfen. Gespräche über Ziele, Entwicklung und Zukunft im Betrieb stärken genau diese Säule.

### Praxisbox: Was stärkt, was bremst?

Eine einfache Übung für Berufsbildnerinnen und Berufsbildner im Gespräch mit Lernenden:

1. «Was gibt dir gerade Energie und was zieht sie dir eher raus?»
2. «Wer in deinem Umfeld hilft dir, wenn es schwierig wird?»
3. «Was ist dein nächster Schritt, wenn du nicht mehr weiterweisst?»

Diese Fragen regen zur Selbstreflexion an, stärken das Bewusstsein für eigene Ressourcen und fördern gleichzeitig mehrere Resiliensäulen auf einmal: Selbstwirksamkeit, soziale Stützen und Lösungsfokus.



## GELERNT

### Stress hat auch sein Gutes

Ein wichtiges Umdenken beginnt beim Stress selbst. Denn Stress ist nicht grundsätzlich schädlich. Er kann leistungssteigernd wirken, den Fokus schärfen und die Wachsamkeit erhöhen. Die amerikanische Psychologin Kelly McGonigal zeigt in ihrer Forschung, dass nicht der Stress selbst, sondern die Einstellung dazu über seine Wirkung auf Gesundheit und Wohlbefinden entscheidet. Wer Stress als Herausforderung sieht und nicht als Bedrohung, schüttet dabei auch Oxytocin aus, ein Hormon, das soziale Nähe und Kooperation fördert.

Es geht nicht darum, Lernende vor Stress zu schützen. Druck, Fehler und herausfordernde Situationen gehören zum Berufsalltag und sie sind auch wichtig für die Entwicklung. Es geht darum, junge Menschen

*Herausfordernde Situationen gehören zum Berufsalltag und sie sind auch wichtig für die Entwicklung.*

so zu begleiten, dass sie lernen, mit diesem Druck umzugehen, ihn einzuordnen und gestärkt daraus hervorzugehen.

### Was Betriebe konkret tun können

Resiliente junge Menschen entstehen nicht von selbst. Sie brauchen Umgebungen, die sie herausfordern und gleichzeitig stützen. Garagenbetriebe sind solche Umgebungen, jeden Tag.

**Stärken sehen und benennen.** Regelmässiges, echtes Feedback zu Leistungen stärkt das Selbstbild eines Lernenden nachhaltig. Es muss keine grosse Geste sein. Ein kurzes «Das hast du heute gut gemacht» nach einer gelungenen Arbeit hinterlässt mehr Spuren als man denkt.

**Eine Fehlerkultur etablieren.** Wer Fehler als Lernchance kommuniziert, nimmt jungen Menschen die Angst vor dem Versagen und öffnet den Weg für Wachstum. «Was haben wir daraus gelernt?» ist eine der kraftvollsten Fragen, die Berufsbildnerinnen und Berufsbildner stellen können.

**Prioritäten setzen und Ressourcen schonen.** Wer zu viele Grossbaustellen gleichzeitig bewältigen muss, verliert den Boden unter den Füßen. Lernende brau-

# SCHMIERSTOFFE SIND VERTRAUENSACHE.

Darum denken wir Service neu.  
Die neue AVIA Schmierstoffe AG verbindet technische Kompetenz, persönliche Betreuung und die Stärke der AVIA Welt.

*Ich freue mich auf den persönlichen Austausch mit Ihnen!*

**André Kurmann**  
Leiter Verkauf & Marketing

- PERSÖNLICH**  
Ansprechpartner, die Ihre Werkstatt verstehen.
- KOMPETENT**  
Moderne Schmierstofflösungen für alle Anwendungen.
- UNTERSTÜTZEND**  
Technischer Support, der weiterhilft.
- ZUVERLÄSSIG**  
Schnelle Lieferfähigkeit für reibungslose Abläufe.
- STARK**  
Ein Unternehmen des AVIA-Verbands - heute und morgen.

## NEU AUFGESTELLT. NÄHER AN DER WERKSTATT.

PKW | NUTZFAHRZEUGE | BAU | LANDWIRTSCHAFT | INDUSTRIE

**AVIA Schmierstoffe**

**AVIA Schmierstoffe AG**  
Tel. +41 41 368 67 00  
info@avia-schmierstoffe.ch



# Die 7 Säulen der Resilienz



chen Orientierung: Was ist jetzt wichtig?  
Was kann warten?

**Die Vorbildrolle bewusst wahrnehmen.** Wie eine Berufsbildnerin oder ein Berufsbildner mit Druck, Kritik oder Fehlern umgeht, ist für Lernende täglicher Unterricht in Resilienz, oft wirkungsvoller als jedes Gespräch.

**Austausch und Gemeinschaft pflegen.** Gemeinsame Mittagspausen, kurze Teambesprechungen oder ein offenes Teamklima bauen genau jene soziale Stütze auf, die in schwierigen Momenten trägt.

## Resilienz für Lernende gezielt fördern – der AGVS macht es möglich

Wer seine Lernenden gezielt stärken möchte, hat ab Herbst eine konkrete Möglichkeit: Der AGVS bietet einen Kurs speziell für Lernende an, in dem sie ihre eigene Resilienz kennenlernen und praktische Tools erhalten, um sie im Berufs- und Privatleben aktiv zu stärken. Die Lernenden erfahren, wo sie heute stehen, was ihre persönlichen Schutzfaktoren sind und wie

sie die sieben Säulen der Resilienz gezielt trainieren können. Eine Investition, die sich auszahlt, für die jungen Fachkräfte und für die Betriebe, die sie ausbilden.

## Resilienz ist keine Zusatzaufgabe

Wir müssen keine Therapeuten sein, um junge Menschen zu stärken. Aber als Berufsbildnerinnen und Berufsbildner sind wir täglich in einer Position, die prägt. Jede Rückmeldung, jede Reaktion auf einen Fehler, jede offene Tür zählt.

Die Zukunft des Autogewerbes entscheidet sich nicht nur an der Technologie. Sie entscheidet sich auch daran, ob es gelingt, junge Menschen zu belastbaren, selbstbewussten und verantwortungsvollen Fachkräften zu entwickeln. Resilienz in der Berufsbildung zu verankern, heißt nicht, einen neuen Lehrplan zu schreiben. Es heißt, den Alltag mit etwas mehr Bewusstsein zu gestalten. Und wer heute in die innere Stärke seiner Lernenden investiert, investiert auch in die Zukunft seines Betriebs, nicht nur fachlich, sondern auch menschlich.



«Resilienz-Training für Lernende»  
am 2. September 2026

# Zukunft beginnt im Betrieb

«Bei mir kommt keine chinesische Marke in den Betrieb.»  
Wirklich? Vielleicht. Aber was passiert, wenn die Kunden anders entscheiden?

Text und Bild: Jörg Merz

Diese Frage stand sinnbildlich am 2. Juni 2026 über dem AGVS Expert Talk der Sektion Zentralschweiz bei der Garage Galliker AG in Luzern. Im Impulsreferat von **Willie A. Boehler** «Das neue AutoUniversum – China, Digitalisierung und die Zukunft des Automobilhandels» wurde deutlich: Der Wandel im Autogewerbe beginnt nicht erst dann, wenn ihn alle gut finden. Er beginnt, wenn Kunden ihr Verhalten ändern.

In der anschliessenden Podiumsdiskussion, moderiert von **Stefan Bersinger**, brachten **Alex Ernst, Pascal Job** und **Saša Milenković** ihre Perspektiven aus China-Erfahrung, Nutzfahrzeugmarkt und BYD-Verkaufspraxis ein.

Neue Marken, neue Preisanker, neue Technologien, digitale Kontaktpunkte und sinkende Markentreue verändern die Spielregeln. Und mittendrin steht der Garagist.

## Vom alten zum neuen AutoUniversum

**Willie A. Boehler**, Journalist und China-Kenner, begann seinen Vortrag mit einem Blick zurück. Die Automobilgeschichte selbst ist eine Geschichte der Disruption: vom Wechsel der Kutsche zum Automobil über die industrielle Massenproduktion bis zum iPhone. Neue Technologien werden am Anfang oft unterschätzt – rückblickend verändern sie aber ganze Märkte.

Genau das erlebt die Automobilbranche heute erneut. Das bisherige AutoUniversum war vergleichsweise stabil: bekannte Hersteller, gewachsene Händlernetze und klare Rollen zwischen Verkauf und Werkstatt. Dieses Modell war erfolgreich, aber stark auf Stabilität ausgelegt.

Heute treten neben klassischen Herstellern neue Player auf: junge chinesische Automobilmarken, Batteriehersteller, Softwareunternehmen, Internetkonzerne, Mobilitätsplattformen, KI-Anbieter und neue Handelsmodelle. Das Auto ist nicht mehr nur ein mechanisches Produkt. Es wird zum vernetzten, digitalen, softwarebasierten Mobilitätsgerät.

Damit verschiebt sich auch die Macht im Markt. Wer Daten, Software, Kundenschnittstellen, Ladeinfrastruktur und digitale Ökosysteme kontrolliert, gewinnt Einfluss. Für Garagisten bedeutet das: Der Wettbewerb entscheidet sich nicht mehr nur über Marke, Standort und Werkstattqualität. Er entscheidet sich zunehmend auch über digitale Sichtbarkeit, Geschwindigkeit, Beratungsqualität und Serviceerlebnis.

## China wird zum Taktgeber

China ist heute nicht mehr nur Produktionsstandort oder Absatzmarkt. In vielen Bereichen gibt China das Tempo vor: bei Elektrifizierung, Skalierung und digitalen Kundenerlebnissen. «China Speed» beschreibt nicht nur Geschwindigkeit, sondern eine andere Denkweise: schneller testen, schneller anpassen, schneller skalieren.

Für europäische Hersteller und Händler ist das herausfordernd. Sie müssen das bestehende Geschäft beherrschen und gleichzeitig neue Geschäftsmodelle entwickeln. Wer zu lange am Alten festhält, verliert Geschwindigkeit. Wer zu schnell alles Bestehende aufgibt, riskiert Vertrauen und Ertrag.

Die Marke BYD steht exemplarisch für diesen Wandel. Das Unternehmen denkt Mobilität nicht nur vom Fahrzeug her, sondern aus einem Ökosystem aus Batterie, Energie, Software, Fahrzeug, Ladeinfrastruktur und Service. Für Garagisten ist dabei entscheidend: Chinesische Anbieter greifen nicht nur über den Preis an. Sie bieten zunehmend attraktive Gesamtpakete aus Ausstattung, Garantie, Design, Software, Verfügbarkeit und Technologieversprechen.

### **Kunden kaufen nicht Herkunft – sie kaufen Nutzen**

Eine zentrale Erkenntnis des Abends: Kunden kaufen nicht zwingend «China». Viele kaufen einfach das Angebot, das im Moment am besten zu ihren Bedürfnissen passt.

**Saša Milenković**, Leiter Autohandel der Garage Galliker AG, schilderte aus der Praxis, dass sich besonders Kunden zwischen etwa 30 und 40 Jahren für BYD interessieren. Diese Kundengruppe ist eher jünger, preissensibler und weniger stark an traditionelle Marken gebunden. In einer wirtschaftlich unsicheren Lage gewinnt das Preis-Leistungs-Verhältnis zusätzlich an Bedeutung.

Die Loyalität gegenüber bestehenden Marken ist gesunken. Markengeschichte allein reicht nicht mehr. Vertrauen entsteht heute stärker aus dem aktuellen Erlebnis: Verfügbarkeit, Preis-Leistung, verständliche Beratung und ein lokaler Betrieb, dem man vertraut.

Gerade hier hat der regionale Garagist weiterhin eine starke Rolle. Neue Marken brauchen lokale Vertrauensanker. Der



*Viele Folien, starke Geschichten: Willie A. Boehler machte China, Digitalisierung und den Wandel im Automobilhandel durch seine Erfahrungen authentisch greifbar.*

Hersteller kann Aufmerksamkeit schaffen. Der Betrieb vor Ort muss Vertrauen aufbauen.

### **Probefahrt schlägt Vorurteil**

Gegenüber BYD besteht bei vielen Kunden zunächst Skepsis. Die Marke ist neu, die Herkunft China löst Fragen aus, und Langzeiterfahrungen im Schweizer Markt fehlen noch. Doch sobald die Fahrzeuge vor Ort besichtigt und gefahren werden können, entsteht reges Interesse. Werbung schafft Aufmerksamkeit – Vertrauen entsteht im persönlichen Erlebnis.

Besonders nachgefragt wird bei BYD aktuell die Plug-in-Hybrid-Technologie. Das zeigt: Viele Kunden suchen keine Ideologie, sondern eine pragmatische Lösung. Sie möchten elektrisch fahren, aber mit zusätzlicher Reichweitesicherheit. Diese Kombination wird zum Türöffner für Kunden, die Elektromobilität interessant finden, aber noch Vorbehalte gegenüber Reichweite, Ladeinfrastruktur oder Alltags-tauglichkeit haben.

### **Der erste Kundenkontakt findet oft nicht mehr im Showroom statt**

Ein weiterer Schwerpunkt war der Kundenzugang. Der erste Kontakt zum Fahrzeug entsteht heute immer häufiger online: über Social Media, Videos, Suchmaschinen, Plattformen, Apps oder Vergleichsportale. Der Kunde kommt nicht mehr uninformiert in den Betrieb. Wer digital nicht sichtbar ist oder auf Online-Anfragen zu langsam reagiert, verliert Kunden, bevor ein persönliches Gespräch stattfinden kann.

**Alex Ernst**, Geschäftsleiter, Auto-Center Benno Müller AG, zeigte anhand seiner China-Erfahrungen, dass der Autohandel dort einer anderen Kultur folgt. Vieles läuft über Livestreams, und WeChat bündelt grosse Teile der Kundenkommunikation. Dieses Modell lässt sich nicht eins zu eins auf die Schweiz übertragen. Aber die Grundfrage gilt auch hier: Wie gut sind unsere Kundenkontaktpunkte aufeinander abgestimmt?

→

### Der Showroom bleibt – aber seine Rolle verändert sich

Der Showroom verschwindet nicht. Aber er erhält eine andere Funktion. Er ist nicht mehr nur Ausstellungsfläche, sondern Ort für Vertrauen, Beratung, Erlebnis und Einordnung.

Für Schweizer Garagisten heisst das nicht, futuristische Flagship-Stores bauen zu müssen. Aber es heisst, den eigenen Betrieb konsequent aus Sicht des Kunden zu denken: Ist der Online-Auftritt aktuell? Sind Probefahrten einfach buchbar? Wird der Kunde nach dem ersten Kontakt sauber begleitet?

Gute Beratung reduziert Komplexität. Gerade bei neuen Antrieben, Softwarefunktionen, Ladefragen und Garantiebedingungen braucht der Kunde Orientierung. Der Verkäufer der Zukunft ist deshalb nicht nur Verkäufer. Er ist Erklärer, Einordner und Vertrauenspartner.

### Nutzfahrzeuge folgen einer anderen Logik

**Pascal Job** brachte die Nutzfahrzeugperspektive ein. Dabei wurde klar: Was im Personenwagenmarkt funktioniert, lässt sich nicht einfach auf Trucks übertragen.

Im Nutzfahrzeugmarkt zählen Einsatzfähigkeit, Reichweite, Aufbaumöglichkeiten, Standzeiten, Betriebskosten und Planungssicherheit. Pascal Job schätzt, dass BYD seine Ressourcen derzeit vor allem in den Personenwagenbereich investiert. Die BYD-Nutzfahrzeuge überzeugen mit einem leistungsfähigen Antriebsstrang, welcher im Betrieb keinerlei Störungen generiert.

Optimierungspotenzial besteht im Bereich der Kabine bzw. dem Fahrerumfeld sowie weiteren Kapazitätsvarianten bei den Traktionsbatterien und mehr Aufbauvariabilität. Die BF Import AG ist vom Potenzial und dem Know-how von BYD als Nutz-

fahrzeughersteller überzeugt. BYD wird zukünftig einer der BEV-Innovationsleader im Bereich der schweren Nutzfahrzeuge sein.

Der Nutzfahrzeugmarkt braucht deshalb Geduld. Vertrauen entsteht hier langsamer, weil ein Fehlentscheid direkt die Einsatzfähigkeit eines Betriebs beeinflussen kann.

Für Schweizer Nutzfahrzeugbetriebe und Garagisten liegt genau darin eine wichtige Erkenntnis. Im Truckgeschäft zählen keine kurzfristigen Trends, sondern verlässliche Gesamtlösungen. Entscheidend ist, ob Fahrzeug, Aufbau, Reichweite, Ladefenster, Service, TCO und Einsatzprofil zusammenpassen. Wer diese Realität versteht und neue Technologien in funktionierende Betriebslösungen übersetzt, bleibt auch im elektrifizierten Nutzfahrzeuggeschäft ein zentraler Partner.



*Alex Ernst machte mit seinen Eindrücken aus China spürbar, wie dynamisch sich Mobilität, Vertrieb und Kundenerwartungen verändern.*

## **Aftersales wird anders wichtig**

Der Aftersales bleibt eine zentrale Bewährungsprobe. Neue Marken können im Verkauf schnell Aufmerksamkeit gewinnen. Ob sie langfristig Vertrauen schaffen, entscheidet sich häufig erst nach dem Kauf – bei Garantie, Ersatzteilen, Serviceprozessen, Restwerten und Kundenbindung.

### **Das Wichtigste in Kürze**

*Die Automobilbranche erlebt keine normale Anpassung, sondern eine Neuordnung. China zeigt mit hoher Geschwindigkeit, wie stark sich Mobilität, Digitalisierung, Vertrieb und Kundenerwartungen verändern.*

*Willie A. Boehler machte im Impulsreferat deutlich: Das Auto wird zunehmend Teil eines digitalen Ökosystems aus Software, Daten, Energie, Batterie, Ladeinfrastruktur, Service und Mobilitätsdiensten.*

*In der Podiumsdiskussion wurde klar: Kunden entscheiden pragmatischer, preissensibler und weniger markentreu. Bei BYD zeigt sich: Viele Interessenten sind zuerst skeptisch, entwickeln aber nach Besichtigung und Probefahrt echtes Interesse.*

*Der erste Kundenkontakt entsteht immer häufiger online. Wer dort nicht sichtbar ist, kommt oft gar nicht mehr in die engere Auswahl. Der Garagist bleibt wichtig – aber nicht automatisch. Er muss Kundenzugang sichern, digitale Prozesse ernst nehmen, Mitarbeitende zu Spezialisten entwickeln und neue Differenzierungsmöglichkeiten konsequent verfolgen.*

Gleichzeitig verändert sich die Werkstattrealität grundsätzlich. Der klassische Ölwechsel verliert an Bedeutung, aber neue Aufgaben entstehen: Hochvolt, Batterie, Thermomanagement, Softwarediagnose, Daten, Ladeinfrastruktur und digitale Kundenbindung.

Gerade darin liegt für Garagisten eine grosse Chance. Neue Marken können Aufmerksamkeit erzeugen, aber langfristiges Vertrauen entsteht im Service, in der Garantieabwicklung, bei Problemen, bei Ersatzmobilität und bei der persönlichen Betreuung. Die Werkstatt verschwindet nicht. Aber sie muss sich neu beweisen.

### **Weiterbildung wird zum Wettbewerbsvorteil**

Die Diskussion, moderiert durch **Stefan Bersinger**, Präsident AGVS Zentralschweiz, zeigte klar: Aus- und Weiterbildung werden zum Differenzierungsmerkmal. Betriebe müssen ihre Mitarbeitenden befähigen, neue Technologien zu verstehen und Kunden Unsicherheiten zu nehmen.

Wer Mitarbeitende zu Spezialisten entwickelt, kann sich von der Masse abheben. Das gilt im Verkauf, wenn Kunden Antworten auf Fragen zu Antrieb, Batterie, Software, Ladeinfrastruktur oder Garantie erwarten. Und es gilt in der Werkstatt, wo Diagnose, Hochvolt, Elektronik und Softwarekompetenz immer wichtiger werden. Weiterbildung ist damit nicht nur Personalentwicklung. Sie ist Zukunftssicherung.

### **Was Betriebe jetzt prüfen sollten**

Für Garagisten geht es nicht darum, jedem Trend blind zu folgen. Aber jeder Betrieb sollte sich ehrlich fragen: Wie schnell reagieren wir auf digitale Anfragen? Wie einfach kann ein Kunde eine Probefahrt buchen? Können unsere Mitarbeitenden neue Antriebe, Batterie, Ladeinfrastruktur und Software verständlich erklären? Welche Leistungen können wir zurückholen oder stärken?

Dazu gehören zum Beispiel Reifen, Carrosserie, Glas, Lenkgeometrie, Fahrzeugpflege, Ladeberatung, Flottenbetreuung

oder digitale Serviceprozesse. Viele dieser Themen sind nicht neu. Aber sie können in einem veränderten Markt wieder an Bedeutung gewinnen, weil sie Kundennähe, Vertrauen und wiederkehrenden Kontakt schaffen.

### **Die Antwort entscheidet sich im eigenen Betrieb**

Ein kritischer Punkt des Abends war das Mindset. Viele Schweizer Betriebe sind eher abwartend. Oft werden schnell Gründe gefunden, warum man etwas nicht tun, nicht testen oder nicht ausprobieren sollte. Grössere Betriebe und Gruppen sind tendenziell offener und experimentierfreudiger.

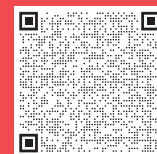
Doch Abwarten ist auch eine Entscheidung. Und wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit.

China macht sichtbar, wie schnell sich Märkte, Marken und Kundenerwartungen verändern können. Aber die Antwort darauf entsteht nicht in Shanghai, Shenzhen oder Peking. Sie entsteht im eigenen Betrieb.

Der Garagist ist kein Auslaufmodell. Aber seine Rolle verändert sich. Er bleibt Zukunftspartner, wenn er Kundenzugang sichert, schneller reagiert, Technologie verständlich erklärt, Vertrauen schafft und seine Dienstleistungen weiterentwickelt.

### **China ist nicht die eigentliche Frage**

Die eigentliche Frage ist: Sind wir bereit, das eigene Geschäftsmodell mutig weiterzuentwickeln?



*Zum detaillierten Bericht.*

# Resilienz als Führungsaufgabe im Autogewerbe

*In der Automobilbranche sind Durchhaltevermögen und Anpassungsfähigkeit gefragt. Konkrete Tipps dazu gab es für die Anwesenden an der diesjährigen GV der AGVS Sektion Zentralschweiz durch den Impulsvortrag von Roger Sigrist.*

Text und Bilder: Martin Dominik Zemp

85 Teilnehmende, davon 42 Stimmberechtigte, kamen zur 98. Generalversammlung der AGVS Sektion Zentralschweiz im Restaurant Seerausch in Beckenried zusammen. Neben den statutarischen Geschäften standen aktuelle Branchenthemen, der persönliche Austausch und der Blick nach vorne im Zentrum.

Ein Schwerpunkt der diesjährigen GV war das Thema «Resilienz». Roger Sigrist, diplomierter Coach und Supervisor sowie gelernter Automechaniker, zeigte in seinem Impulsvortrag auf, wie wichtig der konstruktive Umgang mit Belastung, Stress und Rückschlägen ist. Gerade im Autogewerbe, wo technischer Wandel, Fachkräftemangel, Kundendruck und wirtschaftliche Unsicherheit gleichzeitig wirken, wird Resilienz zu einer zentralen Führungsaufgabe.

Olivier Maeder, Bereichsleiter Bildung beim AGVS Schweiz, möchte beispielsweise mit einer neuen Kampagne für E-Occasionen mehr Vertrauen in der Bevölkerung schaffen oder den noch immer herrschenden Fachkräftemangel mit Webinaren zu Leadership und Lernendenrekrutierung bekämpfen. Der Geschäftsführer der Sektion Zentralschweiz, Jörg Merz, stellte passend dazu die Bestrebungen vor, möglichst frühzeitig das Interesse von Kindern und Jugendlichen für die Technik zu wecken. Der AGVS war neben der Zentralschweizer Bildungsmesse Zebi etwa auch am diesjährigen Luzerner Stadtlauf oder am Oldtimertreffen in Sarnen präsent.

## **Weitere Erfolge auf der internationalen Bühne?**

Auch für Erfolge bei Berufsmeisterschaften ist bei den jungen Erwachsenen aus der Automobilbranche Resilienz gefordert. So stehen bei Janik Schumacher gemäss Olivier Maeder aktuell zahlreiche Trainings für die bevorstehenden WorldSkills 2026 in Shanghai an. Für den amtierenden Schweizermeister Personenwagen gilt es Ende September in China ernst. Nach dem letztjährigen Europameistertitel von Alina Knüsel stehen die Chancen hoffentlich erneut gut, dass die Zentralschweiz auf der internationalen Bühne erfolgreich vertreten wird. Für die Qualifikation zu den SwissSkills 2027 kann man sich bereits jetzt auf einer Interessenliste eintragen, um dann die passenden Informationen rechtzeitig zu erhalten.

China war an der diesjährigen GV im Restaurant Seerausch in Beckenried auch Thema im Jahresbericht des Präsidenten Stefan Bersinger, nämlich durch die starken Zuwächse bei den E-Autos chinesischer



**Olivier Maeder informierte über aktuelle Initiativen – von der Stärkung der E-Occasionen bis zu Massnahmen gegen den Fachkräftemangel.**



**Stefan Bersinger, Präsident der Sektion Zentralschweiz, blickte in seinem Jahresbericht weit über die Schweizer Grenzen hinaus bis nach China.**

Marken oder den neuesten Schlagzeilen, dass dort ein billiges «Wegwerf-Auto» der Zukunft entwickelt werde. Aber auch die aktuellen Ölpreise, politische Unsicherheiten und neue 30er-Zonen beschäftigten den Präsidenten in seinem Jahresbericht.

Passend dazu findet am 2. Juni der Expert Talk «Das neue AutoUniversum – China, Digitalisierung und die Zukunft des Automobilhandels» statt. Das Impulsreferat hält der Journalist Willie Boehler, bei der anschließenden Podiumsdiskussion nehmen zusätzlich Alex Ernst, Leo Betschart, Pascal Job und Stefan Bersinger als Moderator teil.

*«Wir möchten in der Bevölkerung das Vertrauen in E-Occasionen stärken.»*

Olivier Maeder  
Bereichsleiter Bildung AGVS Schweiz

### **Stabile Zahlen bei den QV-Absolventen**

Erfreulicher waren für Bersinger die Zahlen der QV-Absolventen: Jahr für Jahr bleiben diese auf einem stabilen Niveau. Einzig bei den Weiterbildungen erhofft man sich noch eine Steigerung, um die Vorjahreszahlen wieder erreichen zu können.

Kassier Adrian Eicher präsentierte die Jahresrechnung und das Budget. Nach zügigen Erklärungen wurden sämtliche Posten der Rechnung einstimmig angenommen, ebenso die Wiederwahl der Revisionsstelle BDO und die Wiederwahl von Stefan Bersinger, Hubert Frei und René Schmid für weitere zwei Jahre. Frei wurde an der GV zudem für seine 10-jährige Vorstandsarbeit geehrt.

### **Zahlen, Fakten und konkrete Tipps**

Vor dem gemeinsamen Nachtessen folgte schliesslich der Impulsvortrag von Roger Sigrist zu der bereits zitierten Resilienz. Sigrist, der früher selbst Automechaniker gelernt hatte, präsentierte viele interessante Zahlen und Fakten zum Thema,

hatte aber auch einige konkrete Tipps auf Lager. So beeinflusse es die eigene Gesundheit, so Sigrist, ob man positiv oder negativ über Stress denke. Zudem appellierte er an die Anwesenden aus dem Autogewerbe, Burn-outs in der Belegschaft unbedingt zu vermeiden. Denn einerseits koste eine ausgefallene Person den Betrieb täglich 600 bis 1000 Franken, andererseits führen psychische Belastungen bei einem grossen Teil der Betroffenen zu Vollzeitkrankschreibungen. Zahlreiche aktuelle Studien zeigten zudem deutlich, dass eine psychische Erkrankung jeden treffen könne und über ein Drittel der Jugendlichen bereits mit psychischen Problemen zu kämpfen habe.

Für Werkstattbetriebe ist Resilienz damit mehr als ein persönliches Thema. Sie betrifft Führung, Teamkultur, Ausbildung und Mitarbeiterbindung. Wer früh erkennt, wenn Mitarbeitende oder Lernende überlastet sind, kann gezielter begleiten, Ausfälle reduzieren und die Leistungsfähigkeit im Betrieb langfristig sichern.

Für Führungspersonen bleibt damit eine zentrale Botschaft: Resilienz stärken – mit konkreten Beispielen wie Achtsamkeit, Humor, Stärken sehen, sich den Herausforderungen stellen, schonend mit eigenen Ressourcen umgehen, die eigenen Grenzen ernst nehmen und rechtzeitig auf Erholung achten, Denkfallen vermeiden oder auch einfach genügend Schlaf. Resilienz entsteht nicht erst in der Krise. Sie wächst im Alltag – durch gute Führung, klare Kommunikation, realistische Erwartungen und eine Betriebskultur, in der Mitarbeitende und Lernende fachlich wie persönlich stärker werden können.





*Impressionen  
von der Generalversammlung*



*Mit diesem QR-Code können  
Sie weitere Bilder ansehen.*



# EXZELLENZ AUF GANZER LINIE

CAR LINE | CLEAN | CARE | LUBE



SWISS QUALITY SINCE 1917

## Ihr kompetenter Partner für Autoersatzteile und Zubehör [www.lorch-gruppe.com](http://www.lorch-gruppe.com)



Krienserstrasse 8  
6048 Horw  
[horw@lorch-gruppe.com](mailto:horw@lorch-gruppe.com)  
Tel. 041 342 05 25



Kriesbachstrasse 4  
8600 Dübendorf  
[duebendorf@lorch-gruppe.com](mailto:duebendorf@lorch-gruppe.com)  
Tel. 044 299 98 00



Tägetlistrasse 16  
3072 Ostermündigen  
[ostermundigen@lorch-gruppe.com](mailto:ostermundigen@lorch-gruppe.com)  
Tel. 031 914 00 60



Netzbodenstrasse 34  
4133 Pratteln  
[pratteln@lorch-gruppe.com](mailto:pratteln@lorch-gruppe.com)  
Tel. 061 811 42 38



Grüntalstrasse 23  
9300 Wittenbach  
[wittenbach@lorch-gruppe.com](mailto:wittenbach@lorch-gruppe.com)  
Tel. 071 220 90 88



Härtistrasse 62  
7324 Vilters  
[vilters@lorch-gruppe.com](mailto:vilters@lorch-gruppe.com)  
Tel. 081 723 69 69

6x schweizweit  
für Sie da



**Lorch**  
Bosch Vertragsgrosshändler Automotive

## Über AGVS



Der Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS) ist der Branchen- und Berufsverband der Schweizer Garagisten. Als Dachorganisation unterstützt er seine Mitglieder mit Dienstleistungen, setzt sich für deren Interessen ein und trägt im Bereich Aus- und Weiterbildung aktiv zur Weiterentwicklung und Profilierung des Autogewerbes bei.

Anmeldung  
Newsletter



Unsere Website  
[www.agvs-zs.ch](http://www.agvs-zs.ch)



## Agenda

### Save the date



Podiumsgespräch Girls Power:  
Neue Wege für starke junge Frauen

**Mo, 14. September 2026**

Treibhaus Luzern

Bildungsmesse Zebi

**5.–8. November 2026**

Messe Luzern

Winter-Mitgliederversammlung

**Do, 19. November 2026**

swissporarena Luzern

Tag der Schweizer Garagen

**Di, 19. Januar 2027**

Bern

Generalversammlung

**Do, 13. Mai 2027**

Rössli Wolhusen

### IMPRESSUM

#### Herausgeber

Auto Gewerbe Verband Schweiz  
Sektion Zentralschweiz  
Ebenastrasse 14, 6048 Horw  
Tel. 041 349 00 20  
[info@agvs-zs.ch](mailto:info@agvs-zs.ch) | [www.agvs-zs.ch](http://www.agvs-zs.ch)

#### Texte und Bilder

AKOMAG Corporate  
Communications AG, Luzern

#### Layout

Die Waldstätter AG, Stans

#### Satz/Vorstufe

Stockerdirect AG, Kriens

#### Druck

Wallimann Medien und Kommunikation AG,  
Beromünster

#### Auflage

1000 Exemplare

#### Erscheinungsdatum

Juli 2026

#### Titelbild

Martin Dominik Zemp



## FÜR JEDES BEDÜRFNIS **DAS RICHTIGE GARAGENKONZEPT.** JETZT BEI IHRER ESA.

Die Konzeptberater der ESA helfen Ihnen gerne, das richtige Konzept für Ihren Betrieb zu finden. Sprechen Sie einfach mit Ihrem ESA-Gebietsleiter oder kontaktieren Sie Ihre ESA-Geschäftsstelle.

esa.ch



## NUR PROFIS WIE SIE ERKENNEN NEUE CHANCEN AUF DEN ERSTEN BLICK.

### JETZT BEIM CARMARKET REIFENPORTAL ANMELDEN.

#### IHRE VORTEILE

- Neue Kunden, keine eigene Akquise
- Neuer Verkaufskanal, mehr Umsatz
- Weniger administrativer Aufwand
- Optimierung der Wertschöpfung
- Zeit fürs Kerngeschäft

Melden Sie sich jetzt an – via QR-Code oder [info@carmarket.ch](mailto:info@carmarket.ch) oder 044 495 27 40



QR-Code scannen und anmelden.

