

AUSGABE 12 - DEZEMBER 2017

AUTO INSIDE

Das Fachmagazin für die Schweizer Garagisten

Wie Online-Plattformen das eigene Geschäft
beflügeln

Seiten 8-14

Wie sich das Zusatzgeschäft mit Zubehör
weiterhin lohnt

Seiten 16-21

Wie aus einem Ein-Mann-Betrieb eine
Auto Welt wurde

Seiten 40-42



Ein echter Blickfang – die Teilevielfalt der ESA!

- Ausserordentlich günstige Preise – jeden Tag für alle Artikel
- Riesige Auswahl aus verschiedenen Markenkategorien
- Herausragende Produktverfügbarkeit ab den ESA-Lagern

Meine
ESA+ 
Zusammen sind wir stark

Vielfalt und Qualität von Derendinger. Für starke Garagen.

www.derendinger.ch



**Ersatzteile
und
Zubehör**

Derendinger

Dezember 2017



22 «Sicher erscheint nur der Wandel»: Vom «heiligen Blechle» zum besitzerlosen Gemeinschaftsmobil? **Professor Ferdinand Dudenhöffer** wird am «Tag der Schweizer Garagisten» 2018 die grossen Transformationen der Autobranche analysieren und einordnen.



32 Steuerübergabe beim Swiss Automotive Aftermarket: Mit **Bernadette Langenick** tritt eine der bemerkenswertesten Persönlichkeiten der Schweizer Autobranche aus dem Rampenlicht. **Erhard Luginbühl** übernimmt.



44 Die AEC-Winterkampagne startet dieser Tage und zeigt Botschafter **Dario Colonna** in sympathischen Szenen. Die AGVS-Medien haben auf dem Filmset hinter die Kulissen geblickt.



Titelseite:
Die Teilevielfalt
der ESA ist ein
Blickfang.

Editorial

5 90 Jahre AGVS – fit für die Zukunft

Kurz notiert

Online-Plattformen

- 8 Fünf Regeln für mehr Erfolg
- 10 Online wird zum relevanten Kanal
- 12 Neuigkeiten zu Apps und Plattformen

Zubehör

- 16 Zusatzgeschäft mit Zubehör lohnt sich
- 19 Der Pirelli-Kalender 2018
- 20 Neues aus der Zubehörbranche

«Tag der Schweizer Garagisten»

- 22 Über die automobilen Zukunft
- 25 Erfahrungen mit der Digitalisierung

Nutzfahrzeuge

- 26 Die transport-CH im farbigen Rückblick
- 28 Automotive Day an der transport-CH
- 29 Amag ist «Importer of the Year»

Verband

- 32 Luginbühl löst Langenick ab
- 34 Happy Birthday, Motorex!
- 36 Fantastische Zukunft für das Automobil
- 38 Auf Visite in Pristina

Werkstatt und Kundendienst

- 39 Thurgauer ist Vize-Weltmeister
- 39 Auszeichnung für Kundenzufriedenheit
- 40 Besuch in der Auto Welt von Rotz AG
- 44 Cologna für den AGVS vor der Kamera
- 46 Faszination Oldtimer: Technikseminar

Sektionen

- 48 Sektion beider Basel
- 49 Beliebte Workshops in Bern

Beruf und Karriere

- 50 Neue Website autoberufe.ch
- 52 «Brain-Village» bis mindestens 2020
- 54 Business Academy
- 56 Regionale Weiterbildungskurse

Auto und Wissen

- 58 Bremssysteme für Nutzfahrzeuge

Management und Recht

- 60 Nützliches über die «Garagennummer»
- 62 Prämienmassnahmen der Suva
- 63 Die Mehrwertsteuer sinkt
- 64 Umweltkontrolle trifft jeden

Garagenwelt

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

> CarGarantie

wünscht der gesamten Automobilbranche
frohe Weihnachten und alles Gute im neuen Jahr.



Statt der Weihnachtsgrüsse engagiert sich CarGarantie
in diesem Jahr im gemeinnützigen Bereich.

CG CAR-GARANTIE
VERSICHERUNGS-AG

TEL 061 426 26 26
www.cargarantie.ch

 **CarGarantie**[®]
takes the risk out <

90 Jahre AGVS – fit für die Zukunft

Liebe Leserin, lieber Leser

Mit diesem Jahr geht auch das 90. Verbandsjahr des Auto Gewerbe Verband Schweiz zu Ende. Im Rückblick auf die spannende und vielfältige Vergangenheit sehen wir, dass es stets darum ging, die Mitglieder bei ihren täglichen Herausforderungen als Garagisten bestmöglich zu unterstützen und die Zukunft gemeinsam anzupacken. Das Schwerpunktthema «Der Garagist – Unternehmer mit Zukunft» beschäftigte sich im Jubiläumsjahr daher nicht zufällig mit der stetigen Entwicklung der Unternehmen im Autogewerbe.

Gemeinsam legten wir den Fokus auf die künftigen Herausforderungen. Wir haben Lösungswege aufgezeigt, wie die Garagisten den unternehmerischen Alltag weiterhin erfolgreich gestalten können. In dieser Haltung liegt ein wesentlicher Teil des Erfolgs der 4000 AGVS-Mitglieder. Die vielfältigen und rasanten Entwicklungen in der Autobranche und der Mobilität fordern von uns allen mehr und raschere Anpassungen in unseren Tätigkeiten. Die relevanten Handlungsfelder in einem immer komplexeren Umfeld von Technik, Politik, Verwaltung und Gesellschaft zu erkennen, gestaltet sich in einer Interessengemeinschaft wie dem AGVS effizienter, als wenn dies jeder für sich alleine tun würde.



**«Wir können mit Zuversicht
ins nächste Jahrzehnt
gehen – der Nachwuchs ist
gesichert.»**

Mit den Verantwortlichen in den Sektionen, den vielen motivierten Ausbildnern und Experten, mit den engagierten Mitgliedern, uns gutgesinnten Partnerorganisationen und dem Team in der Geschäftsstelle Bern gelingt es, die Weichen in die richtige Richtung zu stellen. Dieses Engagement ist nicht selbstverständlich. Es liegt mir daher am Herzen, allen zu danken, die dazu beitragen, den AGVS auf der Erfolgsspur zu halten. Der AGVS ist fit für die Zukunft. Mit der «Mobilcity» steht eine moderne Infrastruktur zur Verfügung, die wir mit der AGVS-Sektion Bern, mit der Astag, mit Auto-Schweiz, Strasseschweiz, der

PK/AK-Mobil und der VSCI-Sektion Mittelland nutzen. Zudem ist die Zusammenarbeit mit den Sektionen auf allen Stufen und Fachgebieten gut vernetzt. Ebenso arbeiten wir erfolgreich mit Partnern aus Wirtschaft und Politik zusammen. Im Weiteren erreichen wir mit den modernisierten AGVS-Medien, AUTOINSIDE und AGVS-Online, immer mehr Leser. Dies ist eine wichtige Voraussetzung, damit die vielen Aktivitäten zugunsten der Mitglieder wahrgenommen und genutzt werden.

Wir können mit Zuversicht ins nächste Jahrzehnt gehen – der Nachwuchs ist gesichert. Wiederum werden rund 3000 Jugendliche ihre Karriere in einem Autoberuf starten. Das ist der beste Beweis für die Fitness unseres Autogewerbes.

Ich wünsche Ihnen frohe Festtage, beste Gesundheit und alles Gute im neuen Jahr.

Herzliche Grüsse

Urs Wernli
Zentralpräsident

Alles für winterliche Verhältnisse.



CHEMUWA



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



Die sechste Generation der Caravelle wird den Schweizer Skinachwuchs durch die neue Saison bringen.

Ski-Nachwuchs setzt weiter auf Volkswagen

Die Schweizer Talente in den Bereichen Ski Alpin sowie den nordischen Sportarten werden auch künftig mit einer umfassenden Fahrzeugflotte von Volkswagen Nutzfahrzeuge national und international unterwegs sein. Im Oktober wurden 61 T6 Caravelle auf dem Air Force Center in Dübendorf dem Swiss-Ski Nachwuchsverantwortlichen **Beat Tschuur** überreicht. «Die Fahrzeuge sind ein wichtiger Faktor, um unsere Nachwuchsarbeit auf höchstem Niveau fortzuführen. Ich möchte mich im Namen von Swiss-Ski für die stets exzellente Zusammenarbeit mit der Amag bedanken», so Tschuur. Der 49-jährige Obersaxer schätzt insbesondere den nochmals erhöhten Komfort sowie die hervorragende Wintertauglichkeit der sechsten Caravelle-Generation: «Der gesamte

Standard wurde spürbar erhöht. Und dank 4x4 meistern die Caravelle selbst schwierigstes Terrain».

Konrad Schütz neuer Leiter PR bei Toyota und Lexus

Konrad Schütz wird ab 1. Januar neuer Leiter der Abteilung PR, Sponsoring und



Konrad Schütz.

Events bei Toyota Schweiz. Der 35-jährige Berner verfügt über langjährige Erfahrung in der Automobilbranche. Seine

Laufbahn begann er 2008 als technischer Trainer bei der Toyota AG. Zuletzt leitete Schütz während vier Jahren den gesamtschweizerischen Vertrieb der Marke Lexus. Schütz folgt auf **Andrea Auer**, die während den letzten drei Jahren die Pressearbeit von Toyota Schweiz verantwortete. Die 31-jährige Zürcherin verlässt den Importeur per Ende Jahr auf eigenen Wunsch, um sich beruflich neu zu orientieren.

Equip Auto in Paris: Bosch räumt ab

Bei einer Gala-Veranstaltung im Rahmen der Werkstattmesse Equip Auto in Paris konnte Bosch drei der acht Produktkategorien des «International Grands Prix for Automotive Innovation» für sich entscheiden. Robert Bosch gewann mit innovativen Produkten in den Kategorien Ausrüstung für das Reifengeschäft, Services für Profis und in der Kategorie Schmierstoffe/Reinigungsprodukte. Der Preis wurde bereits zum

17. Mal vergeben. Die Jury setzt sich aus 50 internationalen Journalisten aus 15 Ländern zusammen.

Standex-Kalender: Helden und Superschurken

«Comics & Cars» lautet der Titel des Standex Autokalenders 2018. Für den neuen Kalender der Wuppertaler Lackmarke inszenierte Fotograf **Ramon Wink** zwölf Auto-Ikonen der 1970er- und 1980er-Jahre nicht nur an dramatischen Schauplätzen, sondern auch in einer ganz besonderen Form. Die automobilen Klassiker des Kalenders werden als Hauptdarstellern in Comic-Motiven inszeniert – vom Helden bis zum Superschurken. Schon seit über 30 Jahren lässt Standex seine Wandkalender von renommierten Fotografen künstlerisch gestalten. Sie sind nicht im Handel erhältlich, sondern werden in der Schweiz von der André Koch AG exklusiv an Kunden der Wuppertaler Lackmarke verteilt.



«Comics & Cars»: Der spektakuläre neue Standex-Kalender ist da.

Unternehmerische Freiheit

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

Nissan: Madeleine Baumann neue Kommunikationschefin

Per 1. November hat **Madeleine Baumann** als Director Communications erneut



Madeleine Baumann.

die Verantwortung für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Nissan in der Schweiz übernommen. Sie tritt damit vorübergehend die Nachfolge von **José Peixoto** an. Madeleine Baumann hatte bereits von 1985 bis zu diesem Frühjahr die Pressearbeit von Nissan in der Schweiz verantwortet.

Jaguar: Damian Donnellan folgt auf Stephan Vögeli

Nach fast 20 Jahren an der Spitze von Jaguar Land Rover Schweiz gibt **Stephan Vögeli** die operative Führung per Ende 2017 ab. An seine Stelle rückt



Damian Donnellan.

per 1. Januar **Damian Donnellan**, bis vor Kurzem Managing Director der Mazda (Suisse) SA. **Stephan Vögeli** wird im Verlaufe des Frühjahres 2018 die Geschäftsleitung der «Emil Frey Classics AG» übernehmen und als Verwaltungsrat der «Jaguar Land Rover Schweiz AG» mit den beiden Marken verbunden bleiben.

CG Car Garantie: Wolfgang Bach neu im Vorstand

Am 1. November 2017 wurde **Wolfgang Bach** (59) zum neuen Vorstandsmitglied der CG Car-Garantie Versicherungs-AG (CarGarantie) berufen. Bach



Wolfgang Bach.

ist als Vorstand Finanzen und Allgemeine Verwaltung für die Bereiche Finanzen, Controlling, Produktcontrolling, IT und Human Resources verantwortlich.

Autoscout macht Rennfahrerträume wahr

Der Sieger der «Autoscout24 Young Driver Challenge powered by Seat» ist erkoren: **Oliver Holdener** aus Bennau (SZ) hat die mehrstufige Challenge zum Profirennfahrer gewonnen und sichert sich die Unterstützung



Autoscout24-Director Christoph Aebi und der strahlende Oliver Holdener.

von Autoscout24 und Seat Schweiz für die kommende Rennsaison in der ADAC TCR Germany Tourenwagenserie. Holdener erhält von den beiden Projektinitianten Autoscout24 und Seat Schweiz beratende und finanzielle Unterstützung im Wert von 50000 Franken. An der feierlichen Preisverkündung im Kameha Grand in Zürich konnte **Oliver Holdener** von Autoscout-Director **Christoph Aebi** den symbolischen Siegercheck entgegennehmen.

Neue Mitarbeitende in der Mobilcity

Seit 1. Dezember unterstützt **Sandra Thurnherr** als Sachbearbeiterin den Bereich Tank-



Sandra Thurnherr.

stellen- und Umwelt-Inspektorat sowie die Rezeption in der Mobilcity. Ebenfalls seit 1. Dezember arbeitet neu **Andreas Schnegg** als ver-



Andreas Schnegg.

antwortlicher Hausdienst Mobilcity. Er löst **Roland Mathys** ab, der den AGVS per Ende September verlassen hat. Der AGVS heisst Sandra Thurnherr und Andres Schnegg herzlich willkommen und wünscht ihnen viel Erfolg!



Täglich aktuelle News: www.agvs-upsa.ch

le GARAGE,
das partnerschaftliche
Garagenkonzept Ihrer ESA



le GARAGE

Die Marke Ihrer Wahl

B2B, B2C, C2C

Mehr Transparenz als je zuvor

Marcel Stocker kennt sich mit Plattformen aus. Der frühere Managing Director von Autoricardo berät heute mit seinem Startup «Digital Enterprise» Unternehmen in der digitalen Welt. Nicht jeder der zahlreichen Online-Plattformen gibt er eine längerfristige Perspektive. Sandro Compagno (Text) und Tatjana Kistler (Foto), Redaktion



Marcel Stocker, Geschäftsführer von Digital Enterprise im Gespräch mit AUTOINSIDE-Redaktor Sandro Compagno.

5 Regeln für mehr Erfolg auf Online-Plattformen

1. Sorge für gute Bilder

Zeig den Wagen im besten Licht. Sorge für eine perfekte Bildqualität und eine genügende Anzahl Fotos – von innen und aussen. Grössere Händler können das mit ihrer Corporate Identity verbinden.

2. Nutze die Untertitel

Der Titel auf den Online-Plattformen enthält Marke und Typenbezeichnung. Den Untertitel nutzen, um dem Interessenten Zusatzinformationen zu vermitteln (ab MFK, mit Navigationssystem...).

3. Wecke Emotionen

In jedem Online-Inserat besteht die Möglichkeit, einen kurzen Beschrieb zu verfassen. Mit diesem kurzen Text kann man Emotionen wecken (Klassiker, sehr gepflegtes Fahrzeug aus erster Hand...)

4. Verfolge die Preise

Es bringt nichts, ein Auto zu einem zu hohen Preis monatelang zu inserieren. Wenn sich der Markt bewegt, muss man die Preise anpassen. Auch nach unten.

5. Nutze bestehende Tools

Auto-i-dat oder Eurotax bieten Tools an, mit denen ein Fahrzeug auf verschiedenen Plattformen ausgeschrieben werden kann, ohne es mehrfach zu erfassen.

■ Online-Plattformen haben unser aller Kaufverhalten in den letzten Jahren massgeblich verändert. Digitale Vertriebs- und Kommunikationskanäle werden nicht nur im Handel mit Privatkunden, sondern auch mit Geschäfts- und Firmenkunden immer wichtiger. Im Fokus stehen dabei neben der eigenen Website die digitalen Marktplätze, die Anbieter und Nachfrager im virtuellen Raum zusammenführen und den Austausch von Waren und Dienstleistungen nahezu überall und zu jeder Zeit ermöglichen. Eine Übersicht:

Kauf/Verkauf: Business-to-Customer

Zu den traditionsreichsten Playern in diesem noch jungen Wirtschaftszweig gehören die Autoplattformen. So feiert der Schweizer Marktleader autoscout24.ch dieses Jahr bereits sein 20-jähriges Bestehen. Auch autoricardo.ch, die Nummer 2 im Lande, hat ihre Ursprünge noch im letzten Jahrhundert.

Diese beiden Unternehmen - Autoscout24 gehört der Ringier AG, Autoricardo zu Tamedia - haben sich den Schweizer Markt im B2C-Bereich mehr oder weniger aufgeteilt. «Autoscout24 bringt mehr neue Kontakte, dafür ist Autoricardo günstiger», bringt ein Garagist die Angebote der beiden Plattformen auf den Punkt. In einem Bereich unterscheiden sich die beiden jedoch: Autoricardo ist im Gegensatz zu Autoscout auch ein Auktionshaus. «Manchmal bieten Spassvögel mit, die dann gar nicht bezahlen können, wenn sie

den Zuschlag erhalten haben», sagt derselbe Garagist zu AUTOINSIDE. Er versteigere deshalb keine Occasionen.

«Natürlich ist es mühsam, wenn man eine Auktion durchgeführt hat und der Kunde den Wagen nicht übernimmt», gibt Marcel Stocker, der frühere Managing Director von Autoricardo zu. «Aber der materielle Schaden ist gering, das Auto steht ja noch da.»

Zudem gelte es, gewisse Grundregeln einzuhalten: «Oft sieht man, dass es dem Garagisten stinkt: Das Auto steht in einem Hinterhof, die Fotos sind aus einem schlechten Winkel aufgenommen. Das Potenzial für Missverständnisse ist hier gross. Wenn man es richtig angeht, erzielt man einen schönen Preis und vor allem hat man das Auto nach wenigen Tagen verkauft.»

Business-to-Business

Sehr gut funktionieren Auktionen auf B2B-Plattformen. Hier ersteigern Profis Fahrzeuge, um ihr Sortiment zu komplettieren oder zu erweitern. Carauktion.ch ist der Marktführer in der Schweiz, aber auch Flottenbetreiber wie Arval oder Amag veräussern ihre Leasing-Rücknahmen oder Direktionsfahrzeuge mittels Auktion. «Carauktion hat den Vorteil, dass Sie als Garagist den ganzen Prozess bis hin zur Auslieferung des Fahrzeuges auslagern können», erklärt Marcel Stocker.

Customer-to-Customer

Bleiben noch die C2C-Plattformen tutti.ch und anibis.ch, die ebenfalls von Garagisten genutzt werden. Anibis gehört wie Autoscout24 zu Ringier, Tutti ist eine Tamedia-Tochter.

Und was, wenn Amazon kommt?

Noch haben wir eine schöne heile Welt mit zwei Schweizer Playern, die sich den Schweizer Markt mehr oder weniger aufteilen. Doch ennet den Grenzen bräut sich Ungemach zusammen: Das Onlineversandhaus Amazon drängt in den Markt. In Italien hat Amazon in Kooperation mit Fiat erste Erfahrungen gesammelt. Gemäss dem Magazin «Automobilwoche» ist der US-Gigant dabei, Personal von der Online-Konkurrenz abzuwerben, «Wenn Amazon tatsächlich in diesen Markt käme, müssten wir das sehr ernst nehmen», wird Alexander Bugge, Chef des Fahrzeugvermittlers MeinAuto.de zitiert.

Marcel Stocker sieht das weniger dramatisch, «Die bisherigen Aktivitäten von Amazon im Autobereich waren vor allem Marketing und PR.» Sollte Amazon in den Schweizer Markt eindringen, müsste sich vielmehr der

Handel warm anziehen und nicht die Online-Plattformen. Langfristig ortet Marcel Stocker die grössere Gefahr in der zunehmenden Sharing Economy: «Wenn Mobilität zur Dienstleistung wird, stellt sich die Frage, ob es diese Plattformen dann noch braucht.»

Das Dilemma der Reparaturplattformen

Nicht nur Kauf/Verkauf wird auf Online-Plattformen abgewickelt, im Aftersales-Geschäft verschieben sich die Grenzen. Vergleichsportale wie Carhelper.ch buhlen um Automobilisten und Garagen als Kunden. «Solche Plattformen können einer Garage den einen oder anderen Neukunden bringen», meint Marcel Stocker. Das Potenzial hält er für begrenzt: «Es gibt eigentlich nur drei Gründe, eine Offerte auf einer solchen Reparaturplattform einzuholen: Ich bin von meinem bisherigen Garagisten enttäuscht, es steht eine grosse Reparatur an oder ich bin umgezogen und suche einen neuen Garagisten.» Wenn der Automobilist via Reparatur-Plattform einen Garagisten gefunden hat, sei die Wahrscheinlichkeit gross, dass er diesen für seine nächste Reparatur oder den nächsten Service direkt aufsucht. Stocker: «Ich frage mich, ob mit solchen Plattformen genug Geld zu verdienen ist. Die meisten Kunden hat man ja nur einmal.» Trotzdem würde er als Garagist mitmachen: «Ich kann Neukunden finden und die Hürden sind tief – sowohl für den Ein- wie für den Ausstieg.»

Tatsache ist, dass Online-Plattformen die Autobranche so transparent gemacht haben wie nie zuvor. Für preisbewusste Konsumenten mag das von Vorteil sein, für den Garagisten nur bedingt, meint Marcel Stocker: «Einige Garagisten trauern den alten Zeiten nach... Aber wer die Angebote nutzt und sich online geschickt verhält, der kann profitieren.» <

Zur Person

Marcel Stocker (39) ist Geschäftsführer von «Digital Enterprise». Zuvor war der Betriebsökonom acht Jahre bei Ricardo tätig, davor bei Renault Suisse und Hostettler Autotechnik AG. «Digital Enterprise» mit Sitz in Neuenkirch LU begleitet und unterstützt KMU in der digitalen Marktbearbeitung. Werbung, Kundenakquisition, Verkauf, Aftersales und Kundenbindung werden mit digitalen Tools unterstützt und verbunden. Oft fungiert «Digital Enterprise» als Generalunternehmer, der Projekte gemeinsam mit einem Netzwerk an Partnern umsetzt.



Weitere Infos unter:
www.digitalenterprise.ch

Interview mit Christoph Aebi (Autoscout24) und Jens Sickendieck (Auricardo)

«Online wird zum relevanten Kanal im Autohandel»

Der Schweizer Markt bei den Online-Handelsplattformen ist übersichtlich. Hier Autoscout24 als Marktleader, dort Auricardo als Herausforderer. Autoscout24-Director Christoph Aebi und Jens Sickendieck, Head of Auricardo, erklären, wie der Garagist auf ihrer Plattform Geld verdienen kann, und beantworten aktuelle Fragen. Sandro Compagno, Redaktion

■ Herr Aebi, wie kann ein Garagist mit Autoscout24 Geld verdienen? Wo liegt der USP von Autoscout24?

Christoph Aebi (Director Autoscout24 Schweiz AG): Die Konsumenten informieren sich heute fast ausschliesslich über Online-Kanäle – von überall und zu jeder Zeit, am liebsten über das Smartphone. Wir decken sämtliche Informationsbedürfnisse ab, sei es mit Vergleichsmöglichkeiten, Ratgeberbeiträgen oder der Möglichkeit von Push-Notifications. Mit einer aktiven Präsenz auf Autoscout24, der marktführenden und grössten Plattform, sichert sich der Garagist also Interessenten für seine Angebote. Doch nicht nur das: Autoscout24 ist seit Jahren die Referenz im Autohandel. Acht von zehn Anfragen werden über unser Portal generiert.

Wohin entwickelt sich das Online-Geschäft?

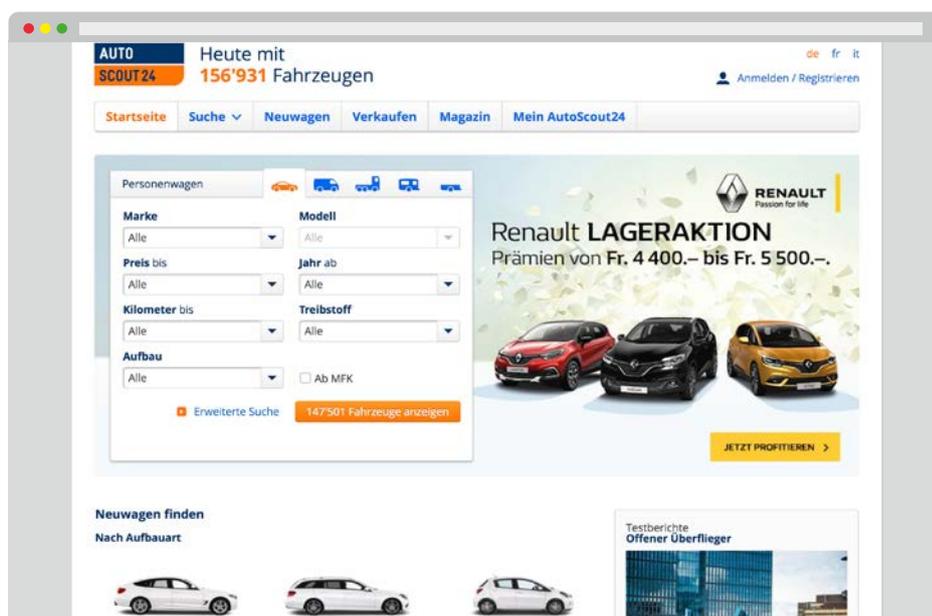
Online wird zum relevanten Kanal im Automobilhandel. Von der Sichtung des Angebots über den Kontakt bis zum Abschluss – die Digitalisierung ist zentral, davon sind wir überzeugt. Auch die Online-Werbung gewinnt klar an Bedeutung.

Welche Neuerungen sind bei Autoscout24 für 2018 geplant?

Seit Kurzem haben wir den Autoradar im Angebot. Damit sichtet der Handel quasi als Primeur die neusten Angebote auf Autoscout24; dieses Angebot werden wir im 2018 ausbauen. Wir planen zudem, dem Handel weitere Dienstleistungen im Bereich der Daten anzubieten, um das Geschäft der Garagisten gewinnbringender zu gestalten.

Autoscout24 ist die Nummer 1 im Land. Wo sehen Sie noch Wachstumspotenzial?

Wir werden weitere Businessfelder erschliessen, unter anderem im Datengeschäft. Bereits heute verfügen wir über eine Vielzahl



an Angebots- und Nutzerdaten, aus denen wir noch weiteren Mehrwert ziehen können.

Amazon steigt in den europäischen Automarkt ein. Was kann Autoscout24 ausrichten, wenn ein globales Schwergewicht in den Schweizer Markt eindringt?

Wichtig ist: Nicht in Nervosität ausbrechen. Amazon will mit günstigen Angeboten in den Markt eintreten und den Handel unter Druck setzen. Ob das gelingt, stellen wir infrage. Zumal wir wissen, dass auch für andere grosse, internationale Player der Schweizer Markt aufgrund der Mehrsprachigkeit wenig interessant ist. Vor allem aber möchte ich festhalten, Autoscout24 ist kein Autohändler und damit kein Konkurrent zum Handel. Wir sind Partner und effizienter Dienstleister!

Car Sharing ist einer der Megatrends in der Autoindustrie. Gefährdet eine Sharing Economy auch Ihr Geschäftsmodell?

Wie sie sagen: Car Sharing ist ein Trend, aber noch nicht Realität. Meine Einschätzung

gen dazu sind folgende: Car Sharing hat nur in Schweizer Grosstädten wie etwa Zürich, Genf, Lausanne und Basel Potenzial. Im ländlichen Raum wird der Besitz weiterhin dominieren. Bis sich dieser Trend in den Städten durchsetzt, dauert es noch eine Weile. Ich denke, zehn Jahre sicher. Zuerst müssen Politik und Behörden die Rahmenbedingungen schaffen... Wir bei Autoscout24 sind dann bereit für den Wandel! <



Christoph Aebi, Director Autoscout24.

■ Herr Sickendieck, wie kann ein Garagist mit Autoricardo Geld verdienen? Wo liegt der USP von autoricardo.ch?

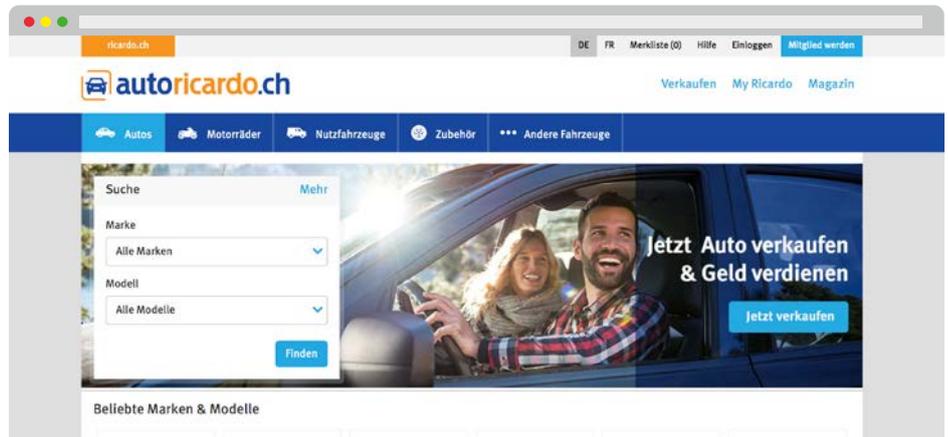
Jens Sickendieck (Head of autoricardo.ch): Als Garagist kann ich mit autoricardo.ch auf zwei Arten Geld verdienen: zum einen direkt durch Verkäufe auf unserer Plattform. Ein Beispiel hierfür sind unsere Fahrzeugauktionen. Der Garagist kann dort Fahrzeuge einstellen, die er schnell und unkompliziert verkaufen will. Zusätzlich kann er bei uns Ersatz- und Zubehörteile verkaufen. Darin sind wir einzigartig im Schweizer Markt. Zum anderen verdient der Garagist natürlich indirekt mit autoricardo.ch: Unser Job ist es, ihm möglichst viele Kontakte für seine Fahrzeuganzeigen zu bringen. Je mehr Leadkontakte per Mail oder Telefon er bekommt, umso grösser ist für ihn die Chance zum Verkaufsabschluss. Als einzige Plattform vereinigen wir Kleinanzeigen, Auktionen und Zubehör unter einem Dach. Wir bieten Lösungen für Fahrzeughandel und Aftersales.

Wohin entwickelt sich das Online-Geschäft?

Die Digitalisierung nimmt weiterhin zu. Das gilt auch für den Autohandel. Immer mehr Kontaktpunkte mit dem Kunden verschieben sich ins Internet, angefangen von der Informationsbeschaffung und der Produktauswahl. Ich denke, bald werden wir auch die ersten rein online basierten Fahrzeugkäufe in der Schweiz sehen. Wir von autoricardo.ch verstehen unsere Aufgabe als die eines «Digitalen Beraters» für die Garagisten: Wir verstehen sehr gut, wie Online-Marketing und -Werbung funktionieren und können dem Handel mehr bieten als reine Insertionsplätze: Zukünftig werden wir unseren Kunden sagen können, welche Autos in ihrer Region gesucht werden und ob sich die Nachfrage mit ihrem Angebot auf dem Platz deckt. So schaffen wir einen Mehrwert für die Garagisten, der weit über das reine Inserieren der Fahrzeuge hinausgeht.

Welche Neuerungen sind für 2018 geplant?

Im Laufe des nächsten Jahres werden wir zahlreiche Neuerungen bringen wie beispielsweise einen komplett neuen Händlerbereich, von dem aus der Garagist nicht nur seinen gesamten Bestand verwalten kann, sondern auch umfangreiche Analysen zu Standzeiten, Anfragen usw. vornehmen kann. Er wird Fahrzeuge über einen geschlossenen B2B-Bereich mit Händlerkollegen handeln



können und vieles mehr. Gleichzeitig werden wir uns in der Kundenanwendung stärker auf das mobile Internet, auf Smartphones und Tablets, konzentrieren.

Autoricardo ist die Nummer 2 im Land. Wie wollen Sie wachsen?

Wir sehen uns nicht als Nummer 2 – im Vergleich zu unseren Wettbewerbern, die sich rein auf den Bereich Classifieds fokussieren, sind wir viel breiter aufgestellt. Unsere Wachstumspläne stützen sich auf zwei Säulen: Zum einen wollen wir unsere bestehenden Geschäftsfelder weiter ausbauen. Zum anderen wollen wir aber auch über die bestehenden Bereiche hinauswachsen. Was spricht zum Beispiel dagegen, auch Werkstattleistungen online anzubieten? Oder Unternehmen dabei zu unterstützen, ihren Fuhrpark selbst ohne Zwischenhändler zu vermarkten? Das sind nur zwei Beispiele, um zu illustrieren, dass die Digitalisierung grosse Potenziale eröffnet.

Amazon steigt in den europäischen Automarkt ein. Was kann Autoricardo ausrichten, wenn ein globales Schwergewicht in den Schweizer Markt eindringt?

Amazon ist sicher allein aufgrund seiner Kapitalstärke ein nicht zu unterschätzender Wettbewerber. Allerdings ist es etwas ganz Anderes, ob ich Bücher und Kleidung online verkaufe oder ein Auto. Der Autokauf ist trotz allen Unkenrufen immer noch ein hochemotionaler Prozess und nach dem Hauskauf die grösste Investition eines Privathaushalts. Da bedarf es Vertrauen und Kompetenz in der Beratung, beides hat in der Schweiz weiterhin einen sehr hohen Stellenwert. Das ist unsere Stärke: Wir sind seit 17 Jahren als Unternehmen mit Schweizer Wurzeln etabliert, wir haben ein gutes Beziehungsnetzwerk zu

unseren Garagenkunden und verstehen sehr gut, was der Schweizer Online User fordert.

Car Sharing ist einer der Megatrends in der Autoindustrie. Gefährdet eine Sharing Economy auch Ihr Geschäftsmodell?

Die Grundannahme dahinter ist ja, dass sich die Menschen Fahrzeuge teilen, somit sind in der Summe weniger Autos im Markt unterwegs. Das mag so sein; und dann hätten wir – wenn wir uns nicht verändern – weniger Fahrzeuge bei uns. Aber unsere Rolle als Marktplatz besteht darin, verschiedene Interessenten zusammenzubringen. Was spräche dann also dagegen, dass wir unseren rund 3,3 Millionen Mitgliedern eine Plattform bieten, auf der sie verschiedenste Güter und Produkte teilen können – bis hin zu ihrem Auto? Persönlich glaube ich übrigens nicht daran, dass wir in der nahen Zukunft alle im Car Sharing unterwegs sein werden. Die Individualmobilität hat für die Menschen weiterhin eine grosse Bedeutung. In Ballungsräumen wie Bern oder Zürich lässt sich ein Sharing-Konzept sicher noch umsetzen, aber wie sieht es mit den ländlichen Regionen aus? Ich denke eher, der ganze Mobilitätsprozess wird fragmentierter werden und Car Sharing wird ein Bestandteil von vielen sein. <



Jens Sickendieck, Head of Autoricardo.

Carauktion

Von Null auf 113 Millionen

Während Autoscout24 und Autoricardo den B2C-Bereich unter sich aufteilen, hat sich eine weitere Online-Plattform unbemerkt von einer breiten Öffentlichkeit prächtig entwickelt: die B2B-Plattform carauktion.ch. **Sandro Compagno**, Redaktion

■ 6800 registrierte Nutzer weist die Re-Marketingplattform Carauktion aktuell aus. Das klingt nach weniger, als es ist. Denn diese User aus dem In- und Ausland sind allesamt Profis. Bei den Einstellern handelt es sich um Flottenbesitzer, Leasinggesellschaften, Händler, Vermieter, Behörden und Importeure. Die Käufer setzen sich vorrangig aus Händlern (51%) und Markenvertretern (32%) zusammen, kurz Garagisten.

Carauktion bietet mit seinen vor- und nachgelagerten Dienstleistungen einen Vollservice rund um den Verkaufsprozess an. Will ein Einsteller ein Fahrzeug verkaufen, wird es von Carauktion abgeholt, gecheckt, bewertet, verkauft und verrechnet. Das System ist modular aufgebaut. Ein Garagist kann auch nur einzelne Services nutzen.

Dass eine B2B-Plattform, auf der die Profis unter sich bleiben, einem Bedürfnis entspricht, wird klar, wenn man einige Kennzahlen betrachtet. Seien es publizierte oder verkaufte Fahrzeuge oder Anzahl User: Seit der Gründung der Firma im Jahr 2004 zeigt die Entwicklung nur in eine Richtung – nach oben.

Start mit elf Fahrzeugen

Aus einer Auktion mit elf Fahrzeugen und 210 Nutzern vor 13 Jahren wurde eine Unternehmung, die 2017 113 Millionen Franken umsetzt. «Als Pionier hatten wir gegen starke Widerstände seitens Einsteller und Käufer anzukämpfen», erklärt Geschäftsführer Daniel Hablützel. Die ersten Jahre habe Carauktion dafür aufgewendet, dem Geschäftsmodell die nötige Akzeptanz zu verleihen. Heute kommen wöchentlich über 400 neue Fahrzeuge in jeder Preisklasse und in jedem Zustand auf die Plattform. Daniel Hablützel nennt einige Tipps und Tricks, um als Einsteller erfolgreich zu sein: «Je detaillierter und somit transparenter ein Fahrzeug erfasst wird, desto höher sind die Verkaufschancen. Mit dem Sorglospaket bieten wir eine neutrale Expertise und eine Verkaufsabwicklung durch Carauktion an. Durch das integrierte «Vertrauenslabel» werden erfahrungsgemäss die besten Verkaufspreise generiert.»

Neutral und unabhängig

Und da Carauktion nicht einem grossen Importeur oder Hersteller gehört, sondern die Aktien zu 100 Prozent im Besitz von Gründer Remo Capeder sind, sei auch die Neutralität und Unabhängigkeit einer solchen Expertise gewährleistet, so Hablützel. Nicht selten bieten Leasinggesellschaften oder Versicherungen Unfallwagen über die Plattform an. Über neutrale Gutachter wird sichergestellt, dass alle das gleiche Verständnis davon haben, was zum Beispiel unter der Beschreibung «guter Zustand» zu verstehen ist.

Eine B2B-Auktion unterscheidet sich in einem wesentlichen Punkt von einer Auktion wie auf Ebay oder Autoricardo: So sind für Geschäftskunden beispielsweise unbeschränkte Auktionszeiten unpraktisch, weil sie die Versteigerungen nicht permanent im Auge behalten können. Daher hat Carauktion nur zweimal pro Woche – am Montag und am Mittwoch, jeweils mit Beginn 12 Uhr – Auktionstermine, die bis zum nächsten Tag um 10 Uhr laufen, falls es nicht in eine Verlängerung geht. Gestoppt wird das Prozedere, wenn seit dem letzten Gebot mehr als zehn Minuten vergangen sind.

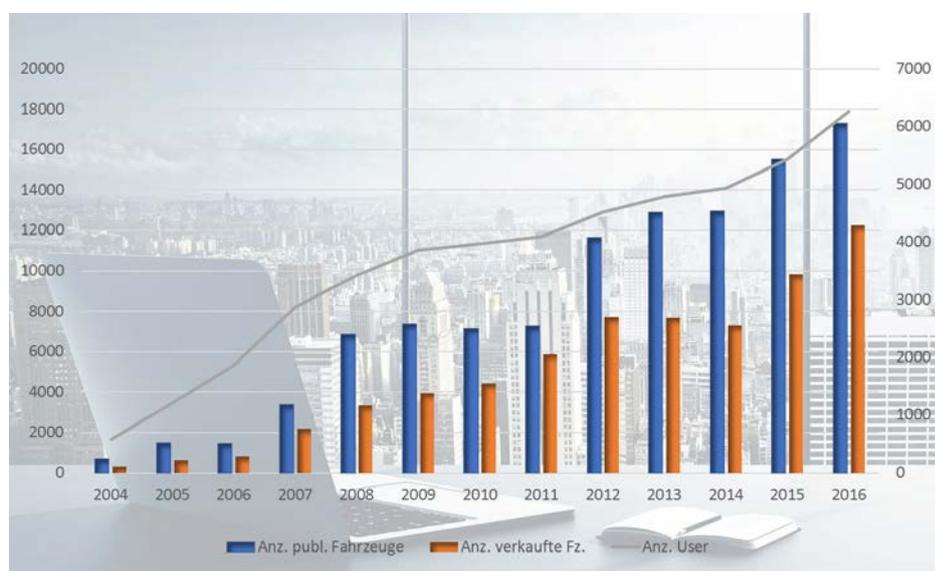
Für 2018 hat Carauktion verschiedene Projekte im Köcher. Hablützel: «Wir haben uns auf Digitalisierung und Datengenerierung

spezialisiert. Dies ermöglicht uns eine treffsichere Restwertfindung, die wir dem Handel via App zur Verfügung stellen werden. Dies ist zugleich der Startschuss für unsere virtualisierte Eintauschdrehzscheibe. In Kombination mit einer Expertise garantieren wir auch gleich den Eintauschpreis. Somit bleibt die Marge des Zwischenhändlers im eigenen Haus.»

Nicht nur PW, sondern auch Motorräder und Nutzfahrzeuge werden heute auf Carauktion gehandelt. Ab dem zweiten Quartal 2018 werden auch Gebrauchsgüter und Werkstatteinrichtungen auf der Plattform zu finden sein. Hablützel: «Jedoch bleiben wir dem Grundsatz der B2B-Kaufplattform treu.» <



Daniel Hablützel.



Beindruckende Entwicklung: 2017 erwirtschaftete Carauktion einen Umsatz von 113 Millionen Franken.

Ronal Group
www.ronalgroup.com

> **Neue Corporate Website**

pd. Die Ronal Group ist ab sofort mit ihrem neuen Web-auftritt unter ronalgroup.com in acht Sprachen online. Nach dem Relaunch kommt die Unternehmenswebsite in einem modernen Design daher, das unter dem Motto «Great passion

for Great Wheels» die grosse Leidenschaft des Radherstellers für seine Produkte widerspiegelt. Der neue Internet-Auftritt bietet Besuchern eine Vielfalt an Informationen, multimedialen Inhalten und ist für alle mobilen Endgeräte optimiert. <



Osram
www.osram.ch

> **Die App «Vehicle Light»**

pd. Die richtigen Lampen für das Fahrzeug? Immer gut informiert sein, selbst unterwegs – mit der Osram-App «Vehicle Light» für iOS und Android. Damit Nutzer immer wissen, welchen Lampentyp sie für welches Fahrzeug brauchen, gibt diese App klare Antworten. Sie hilft Nutzern, das richtige Produkt für ihr Fahrzeugmodell auszuwählen. Für jede Ausführung und jede Leuchte, vom Scheinwerfer über die Blinker bis zu den Bremsleuchten und zum Rückfahrcheinwerfer gibt dieses Tool die passende Lampe an. Ausserdem vereinfacht die App die Suche nach passenden

Lampen für Motorräder und zahlreiche Modelle führender LKW-Hersteller. <



Autoricardo
www.autoricardo.ch

> **Verlässlicher Partner für Ihren Online-Vertrieb in der Schweiz**

pd. autoricardo.ch ist eine der führenden Fahrzeug-Plattformen sowie die führende Plattform für Fahrzeugzubehör in der Schweiz. Sie bietet Händlern neben dem Verkauf via Inserat auch die Möglichkeit, Fahrzeuge und Fahrzeugzubehör zum Fixpreis oder als Auktion anzubieten. Durch die hohe Bekanntheit, die enge Bindung zu ricardo.ch und unterschiedliche Kooperationen im Tamedia-Netzwerk erreicht autoricardo.ch eine äusserst

hohe Reichweite. Das spiegelt sich auch in den stark ansteigenden Besucherzahlen wider.

Online-Auktionen auf autoricardo.ch sind eine zuverlässige Möglichkeit, Langsteher oder Fremdfabrikate relativ schnell und unkompliziert zum jeweils besten Marktpreis zu verkaufen. Im Durchschnitt erhalten Auktionen mehr Besucher als Fixpreis-Angebote. Bei Auktionen definiert der Verkäufer die Angebotsdauer, den

Startpreis sowie den jeweiligen Erhöhungsschritt. Sobald das Angebot startet, greifen die üblichen Regeln einer Auktion: autoricardo.ch-Mitglieder können einzelne Gebote gemäss Erhöhungsschritt oder ein maximales Gebot (persönliche Preislimite) abgeben.

Bei Auktionen ist es besonders sinnvoll, einen eher tiefen und somit attraktiven Startpreis zu wählen (z.B. Selbstkosten oder sogar ab einem Franken). Der Startpreis

sorgt dafür, dass das Angebot besonders auffällt und sich mehr Leute damit auseinandersetzen. Mehr Interessenten bedeuten mehr Gebote und führen im Endeffekt zu einem höheren Endpreis.

Warum nicht gleich selber einen Versuch starten und ein Angebot parallel mit Fixpreis und als Auktion auf autoricardo.ch laufen lassen? <

DLK TECHNOLOGIES
pour le traitement des eaux - für Wassertechnik

Autosalon Genf 2018

DLK - FBR - Bioanlage original aus Neuenburg

Abwasserreinigungsanlage Für mittlere und grosse Garage Die beste Lösung für die Umwelt Geringe Wartung

www.dlk.ch

IHR 4X4 SPEZIALIST FÜR GETRIEBE, LENKUNGEN UND ACHSEN.

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

Varta

www.varta-automotive.de/partner-portal

> Varta macht Werkstätten zu Batterieexperten

pd. Nach dem erfolgreichen Start des Varta-Batterie-Test-Check-Programms im Jahr 2016 erweiterte Johnson Controls im Februar dieses Jahres das Serviceangebot für Werkstätten mit dem Varta-Partner-Portal – das Online-Tool, das Werkstätten zu wahren Batterieexperten macht. Denn nicht nur die Fahrzeugelektronik wird zunehmend komplexer, sondern auch bei der Prüfung und dem Austausch von Batterien müssen Werkstätten heute mehr leisten und höhere Anforderungen erfüllen. Der Zeitaufwand für die Batteriewartung kann heute bis zu 60 Minuten betragen.

Das Varta-Partner-Portal ist ein neuer, praktischer und einfach zugreifbarer Online-

service, der es allen Werkstattmitarbeitern ermöglicht, Batterien so schnell und exakt wie möglich auszutauschen. Der Zugriff auf das Varta-Partner-Portal ist mit allen internetfähigen Geräten schnell und einfach möglich: Nach einer einmaligen Registrierung können alle Werkstattmitarbeiter kostenlos und unbegrenzt auf schrittweise, bebilderte Austauschweisungen zugreifen und diese herunterladen. Das neue Varta-Partner-Portal wurde nicht nur für komplexe Start-Stopp-Fahrzeuge entwickelt, sondern es dient auch dazu, für konventionelle Fahrzeuge die richtige Batterie auszuwählen, sodass für nahezu jedes Fahrzeug die perfekte Batterie



Werkstätten, die diesen kostenlosen Service nutzen möchten, können sich unter www.varta-automotive.de/partner-portal registrieren.

bereitgestellt werden kann. Die Anweisungen umfassen alle Informationen, die für den Ausbau und professionellen Einbau neuer Batterien erforderlich sind. Werkstattmitarbeiter haben verschiedene Möglichkeiten, um die Daten der Fahr-

zeuge einzugeben und in vier transparenten Modulen sofort auf alle wichtigen Informationen wie «Batterieposition», «Batterieauswahl», «Einbauanweisungen» und «Batteriewissen» für den Batterieaustausch zuzugreifen. <

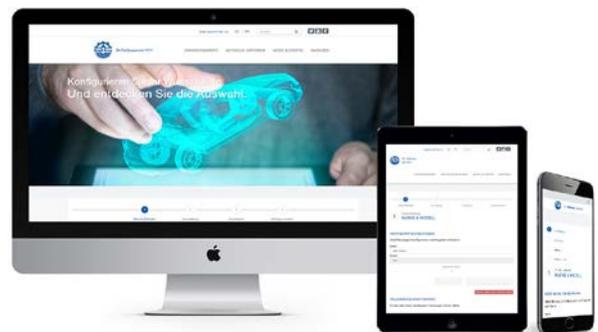
Mycar24

www.mycar24.agency

> Der Neuwagenkonfigurator für Garagen-Websites

pd. Der neue, moderne online-basierte Neuwagenkonfigurator ermöglicht eine Fahrzeugkonfiguration mit den aktuellsten Modellen und den dazugehörigen Serien- und Sonderausstattungen. Technische Daten über Leistung, Verbrauch oder CO₂-Emissionen sind ebenfalls im Neuwagenkonfigurator vorhanden. Der Modellvergleich stellt mehrere Modellvarianten gegenüber und vergleicht Fahrzeugdetails, Preise, technische Daten und Ausstattung. Die Basisapplikation bietet zudem eine Online-Kaufberatung an. Anhand von Automobilbedürfnissen werden Modelle, die am besten

zu den Kundenvorstellungen passen, vorgeschlagen. Ausserdem ermöglicht der Konfigurator, Offerten für das konfigurierte Auto samt Eintauschauto, Finanzierung und Versicherung einzuholen, die direkt dem Händler zugestellt werden. «Mit dem Mycar24-Neuwagenkonfigurator spart der Konsument Zeit beim Informieren, Vergleichen, Verhandeln und Kaufen von Neuwagen», sagt Geschäftsführer Antonio Papa. Aber nicht nur der Käufer hat Vorteile, auch die Händler; sie profitieren von zahlreichen interessanten Angebotsanfragen.



Offerten, Eintauschauto, Finanzierung, Versicherung: alles einfach online abwickeln.

Das Internet ist aus der heutigen Automobilbranche nicht mehr wegzudenken, weiss Antonio Papa: «80 Prozent aller Neuwagenkäufer nutzen das Internet zur Recherche und 50 Prozent treffen ihre finale Kaufentscheidung mithilfe des Internets. Darum hat Mycar24 für Neuwagenhändler die ideale Lösung konzipiert, damit sie ihr Geschäft weiter ausbauen und beschleunigen können. Sie erhalten Offertenanfragen ihrer Marken und

können massgeschneiderte Neuwagenangebote abgeben. «Sie gewinnen dadurch nicht nur neue Zielgruppen, sondern generieren auch zusätzliche Neuwagenverkäufe», sagt Antonio Papa. Die Daten werden via auto-i-dat-Webservice zur Verfügung gestellt und wöchentlich automatisch aktualisiert. Der Mycar24-Neuwagenkonfigurator ist für die Fahrzeugarten Personenwagen und Kleinbusse/Lieferwagen erhältlich. <

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

Nutzlast bis 2,9 t



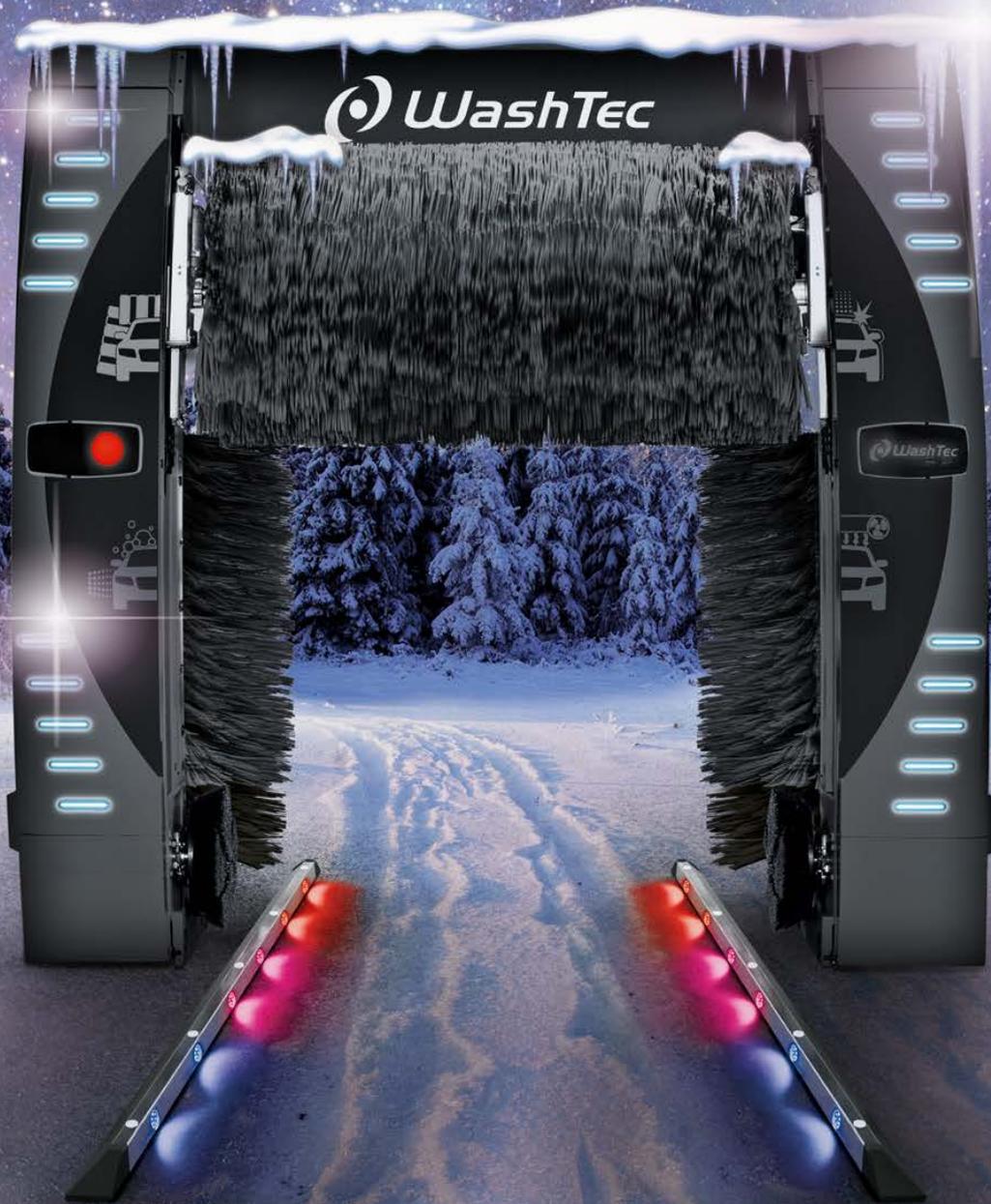
Autotransport-Anhänger und Aufbauten Besuchen Sie unsere Ausstellung oder verlangen Sie eine Vorführung. Auch in Kommunalanführung lieferbar.

T&W Technik

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



Wie wird das neue Jahr noch
glänzender als das alte?



Mit dem richtigen Partner an Ihrer Seite.

Die ESA bedankt sich für die vertrauensvolle Zusammenarbeit und wünscht allen Kunden und Partnern frohe Festtage und ein erfolgreiches 2018.

Beratung als grosses Plus

Das Zusatzgeschäft mit Zubehör – was lohnt sich?

Durch die einfache Bestellbarkeit im Internet wird der Verkauf von Zubehör für den Garagisten immer schwieriger. Der Mehrwert der Werkstätten liegt vor allem in der Beratung und dem Einbau der Teile. Experten legen den Dienstleistungsgedanken nahe: «Die Konsumenten brauchen Hilfe – der Garagist bleibt der Profi!» Tatjana Kistler, Redaktion

■ Jeder zweite Autohalter lässt gemäss Studien seinen Vierräder in einer freien Werkstatt warten. «40 Prozent der Fahrzeughalter fahren zum Service in eine Vertragswerkstatt», zeichnet das deutsche Magazin «Kfz-Betriebe» in der Studie «Trend-Tacho-Studie» ein Bild, das auch für die Schweiz in ähnlichem Mass zutreffen dürfte. Das Besondere: Gut 60 Prozent der 1000 befragten Automobilisten haben beim Garagenbesuch «keine konkreten Vorstellungen», ob bei der Reparatur Originalteile aus der Herstellerpresse oder markenunabhängige Pendants eingebaut werden sollen. Mehr als 90 Prozent der Kunden vertrauen aber bei der Teilewahl ihrem Garagisten.

Das Potenzial in Sachen Vertrauensgewinn und Pflege der Kundenbeziehung liegt beim Punkt Information. Lediglich ein Drittel der Befragten gab an, von ihrem Garagisten über die verbauten Teile und deren Qualität aufgeklärt worden zu sein (siehe

Box). Kurzum: Der Garagist gilt nach wie vor als Vertrauensperson – auch in Sachen Tipps beim Autozubehör. Verfügt der Garagist über eine solide Palette an Zubehör, kann er dieses als Qualitätsbürge an den Kunden bringen.

Sich in die Rolle des Kunden versetzen

Der Erfolg liegt bereits in der Zusammenstellung des Sortiments begründet, wie Anna-Katrin Strässer in ihrem Ratgeber «Das Marketing-Geheimnis für Auto-Werkstätten: Wie Sie Ihren Gewinn steigern – auch ohne BWL-Kenntnisse oder Marketing-Budget» schreibt: Was könnten die Kunden sonst noch benötigen? Was kann der Garagist ohne grossen zusätzlichen Aufwand anbieten? «Vielleicht bieten Sie bereits ein ganzes Sortiment an Autozubehör an. Sie können auch spezielle Seminare oder Fahrsicherheitstrainings anbieten. Ihrer Fantasie sind keine Grenzen gesetzt», so der Steilpass. Die Krux ist aber in der Eingrenzung begründet: Zusatzgeschäft mit Zubehör – was lohnt sich, was eben nicht?

Drei Gruppen von Zubehörkunden

Das Zusatzgeschäft lasse sich, so Kurt Wyssbrod, Markenchef bei Technomag, nur ankurbeln, wenn auch die Haltung gegenüber dem Kunden stimme. Aktiv vorgehen, lautet die Devise: «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. Es hat die Kunden förmlich in die

Garagen gespült. Heute, da die Autos effizienter sind, weniger Reparaturen brauchen und keine Abgaskontrollen mehr fällig sind, liegt es am Garagisten, sich zu positionieren und aktiv Dienstleistungen – oder eben Zubehör – anzubieten.»

Beim Zusammenstellen des Zubehörsortiments gelte es, sich erst einmal des technischen Fortschritts der Fahrzeuge bewusst zu werden: «Neue Fahrzeuge sind zum Teil schon sehr gut ausgerüstet. Entsprechen diese nicht dem Gusto der Konsumenten, ist eine Nachrüstung mit Zubehör in der Regel technisch nicht einfach», gibt Wyssbrod zu bedenken. Das Konsumverhalten der Kunden teilt der Fachmann derweil in drei Gruppen ein:

- **«Der klassische Konsument»:** Der Kunde sucht seinen Garagisten auf, um sich beraten zu lassen, wie sich sein Zubehörwunsch am besten erfüllen lässt.

Kopf-an-Kopf-Rennen: Garagist versus Hersteller

Die Macher der «Trend-Tacho-Studie» wollten weiter wissen, was beim Kunden für eine gute Ersatzteilqualität spricht. «Die Meinung meines Garagisten», antworteten 55 Prozent. Fast gleich viele Umfrageteilnehmer schenken der Herstellerqualität Glauben (54 Prozent). 46 Prozent folgen der Bekanntheit des Namens eines Teileherstellers, wobei Hella oder Bosch obenauf schwingen. 37 Prozent verlassen sich auf Ersatzteile, die im eigenen Land produziert werden.

Dieses Zubehör ist im Frühling 2018 ein Muss

Auf die Frage nach dem Trend des kommenden Jahres im Zubehörgeschäft fallen die Rückmeldungen aus der Praxis unisono aus: Sowohl Kurt Wyssbrod, Markenchef bei Technomag, als auch Daniel Bättig von Auto Bättig in Volketswil raten zu **DAB+-Umrüstsätzen für bestehende bereits integrierte Hi-Fi-Anlagen**: «Es gibt Hunderttausende von Fahrzeugen, die noch nicht umgerüstet sind», zeigt Wyssbrod das Potenzial auf. Zudem stünden bereits «diverse Systeme» mit langfristigem Potenzial bereit, ergänzt Bättig.



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.

- **«Der moderne Konsument»:** Der Kunde fährt mit dem bereits via Internet bestellten Zubehörteil in der Tasche zum Garagisten und will dieses nur noch einbauen lassen. «Hier ist fachmännischer Rat gefragt, denn der Konsument kann in der Regel diese Teile nicht selbst einbauen. Wenn doch, will dieser vielleicht die Verantwortung nicht übernehmen», schätzt Wyssbrod diese Kundengruppe ein. So müsse das Übernehmen von Garantie- und Verantwortung unbedingt ein Thema im Kundengespräch sein, da am eigentlichen Zubehörteil nichts verdient wird.
- **«Der ganz moderne Kunde»:** Der Endkonsument bestellt unter Mithilfe des Garagisten das gewünschte Zubehörteil in die Garage und bezahlt es direkt. Das Zubehör wird vom Garagisten eingebaut. Der Mehrwert des Garagisten beim Zusatzgeschäft mit Zubehör liegt demnach bei der

Beratungsdienstleistung und dem Einbau der Teile.

Welcher Vorrat lohnt sich?

Im Zeitalter der einfachen Bestellbarkeit und Informationsmöglichkeit für den Kunden hat sich der Garagist umso mehr die Frage zu stellen, welches Zubehör er vorrätig haben sollte. «Da die Teile immer typenspezifischer werden, ist eine Bevorratung immer mit einem gewissen Risiko verbunden. Grundsätzlich gilt: Je universeller das Zubehörteil, desto sinnvoller der Lagerbestand», stellt Kurt Wyssbrod klar. Fakt ist aber auch: Das Internet stellt nicht nur für den Kunden, sondern auch für den Garagisten ein Eldorado an Zubehörangeboten dar. Wyssbrod appelliert daran, sich Zeit für die Recherche zu nehmen: «Ob Kunde oder Fachmann: Es ist sicher sinnvoll zu wissen, wer was anbietet und zu welchen Preisen die Musik spielt.» <

Stimme aus der Praxis

Kleinteile und Wissen



Daniel Bättig,
Garage Auto Bättig,
Volketswil.

Herr Bättig, nach welchen Kriterien stellen Sie das Zubehör für die Kunden zusammen?

Beim Verkauf eines Fahrzeugs ist die Beratung enorm wichtig. Wir von der Garage Auto Bättig in Volketswil klären beim Verkaufsgespräch zuerst die Bedürfnisse des Kunden ab, damit der Neuwagen gleich mit dem gewünschten Zubehör ausgeliefert werden kann.

Welches Zubehör haben Sie immer an Lager?

Immer vorrätig haben wir diverse Schutzmatten, Bodenteppiche, schöne Alufelgen, Radkappen, Parksensoren und Lastenträger. Saisonal führen wir Wintersets respektive Kühlboxen. Und, als Markenvertreter, verschiedene Subaru-Boutique-Artikel.

Welches Zubehör lohnt sich heute kaum mehr?

Schneeketten sind heutzutage in jedem Baumarkt zu finden. Als 4x4-Anbieter verkaufen wir diesen Artikel sowieso sehr selten.

Macht das World Wide Web einen Strich durch die Zubehörrechnung?

Das fahrzeugspezifische Zubehör verkaufen wir immer noch gut, da die Kunden unsere Beratung wünschen und das Zubehör somit auch von uns montieren lassen. Ein Beispiel ist der Verkauf von Heckfahrradträgern mit den dazugehörigen Anhängerkupplungen. <



Navigationsgeräte, Scheibenwischblätter, Warndreiecke, Benzinkanister, Batterien, Standheizungen: Was möchte der Kunde sofort in seinen Warenkorb legen und was lohnt sich als Lagerbestand?

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

Sechs Fragen an die Zulieferbranche

«Alte Zöpfe gibts beim Zubehör nicht»

Starterbatterien, Navigationsgeräte, Warndreiecke, Benzinkanister, Car-Hi-Fi, Autoteppiche, Schneeketten und Wischerblätter: Die Palette an Autozubehör ist gross – und bietet für den Garagisten auch heute noch Chancen auf ein Zusatzgeschäft, wie Matthias Kruppen von der ESA im Interview sagt. **Tatjana Kistler**, Redaktion



Matthias Kruppen, Leiter Management Services & Kommunikation bei der ESA.

■ **Herr Kruppen, was hat der Garagist bei der Zusammenstellung des Zubehörsortiments zu beachten?**

Die saisonale Anpassung sowie seine Erfahrung in diesem Bereich sind sicher Grundlagen für die Zusammenstellung des Sortiments.

Welches Zubehör sollte vorrätig sein?

Auch im Zubehörbereich profitieren unsere Kunden vom täglich zwei- bis dreimal angebotenen Lieferservice. Damit kann ein grosser Teil des Bedarfs sicher abgedeckt werden.

Wo immer Spontankäufe oder sofortiger Bedarf in der Garage aber möglich sind, macht eine schlanke Bevorratung Sinn. Ein Beispiel hierfür sind Warnwesten für die Zeit vor der Ferienabfahrt.

Hand aufs Herz: Wie lukrativ ist das Aftersales-Geschäft mit Zubehör für den Garagisten im Zeitalter des Internets und der einfachen Bestellbarkeit wirklich noch?

Das Geschäft mit Zubehör bietet in jedem Fall einen zusätzlichen Deckungsbeitrag für den Garagisten. Entscheidend ist, den Konsumenten auf die Themen anzusprechen: «Hast du alles für deine Urlaubsreise?» oder mit «Bist du für den Winter gerüstet?». Und wichtig ist, den Kunden dann auch mit passenden Angeboten zu bedienen.

Wie kann ich mich als Garagist mit meinem Zubehörsortiment positionieren/abgrenzen?

Aufmerksam sein, ist der Schlüssel zum Erfolg: Ist ein Autoteppich abgenutzt? Fährt der Kunde bald in die Ferien und ist keine Warnweste oder Autoapotheke an Bord?

Welches Zubehör ist im Frühjahr 2018 ein Muss? Von welchen alten Zubehör-Zöpfen sollten sich die kleineren Garagen trennen?

Alles, was dem Kunden nützlich sein kann, sollte auch angesprochen werden. Alte Zöpfe gibt es nicht – jeder Kunde hat andere Bedürfnisse. Wichtig ist es, auf diese einzugehen und Verkaufschancen zu erkennen. Viele Ideen dazu sind stets saisongerecht auf esashop.ch zu finden. <

Abonnieren Sie Kompetenz!

Die Zukunft ist automobil. Und sie ist in Bewegung. Bleiben Sie auf dem Laufenden über

- relevante Entwicklungen im Autogewerbe
- attraktive Angebote und Dienstleistungen für Ihre Unternehmung
- spannende Neuheiten in Werkstattbereich.

Das auflagenstärkste Fachmagazin im Schweizer Autogewerbe richtet sich an Entscheider, Kadermitarbeiter und Führungsnachwuchs.

AUTOINSIDE, Administration und Aboverwaltung
Wölflistrasse 5, Postfach 64, 3000 Bern 22, verlag@agvs-ups.ch





© Pirelli Calendar 2018 by Tim Walker.



© Pirelli Calendar 2018 by Tim Walker.

Pirelli-Kalender 2018

Alice im Pirelliland

■ pd. Für den Kalender 2018 ging Pirelli diesmal ganz neue Wege. Der britische Fotograf Tim Walker gestaltete die 45. Ausgabe des Kalenders ganz nach seinem unverwechselbaren Stil, um einen der Klassiker der englischen Literatur nachzustellen: Alice im Wunderland. Inspiriert wurde er zu seiner Erzählung in Bildern nicht nur durch die phantastische Geschichte von Lewis Carroll, sondern vor allem durch die Illustrationen, mit denen Carroll bereits für die erste Ausgabe von 1865 John Tenniel beauftragt hatte.

Sie verwandeln sich im Pirelli-Kalender 2018 in 28 Aufnahmen, die in 20 verschiedenen und aussergewöhnlichen Sets eines neuen Wunderlandes entstanden. «Die Geschichte von Alice», erklärt Walker, «wurde unzählige Male erzählt, und ich wollte die Vorstellungswelt von Lewis Carroll in ihren Ursprüngen ergründen, um sie von Anfang an neu erzählen zu können. Ich wollte eine neue und originelle Betrachtungsweise.»

Bei der Verwirklichung seines Kalenders arbeitete Walker mit zwei herausragenden Künstlerinnen zusammen: Shona Heath, eine der bedeutendsten künstlerischen Leiterinnen und Set-Designerinnen in Grossbritannien, und Edward Enninful, ein symbolhafter Name in der Welt der Mode, der die raffinierten Kostüme dieser Ausgabe geschaffen hat. Shona Heath sind die aussergewöhnlichen Inszenierungen und Installationen zu verdanken, die eine kreative Erzählung dieser Version von Alice im Wunderland möglich gemacht haben. Einige Elemente der Geschichte, die in unserer kollektiven Vorstellungswelt fest verwurzelt sind, werden hier verdreht: so wird der weisse Hase zu einem schwarzen Hasen, und die roten Rosen der Königin werden von den Spielkarten schwarz angemalt. <



© Pirelli Calendar 2018 by Tim Walker.

Carex

www.carex.ch

> **Mit dem passenden Zubehör allen eine Wagenlänge voraus sein**

pd. Die Carex Autozubehör in Goldach wartet derzeit mit trendigem Zubehör für das Juwel auf vier Rädern auf. So lautet momentan die Devise: Auch im Winter stylische Felgen dank BBS. Mit den absolut salzresistenten Felgen kann dem Fahrzeug auch in der kalten Jahreszeit ein sportlicher Touch verliehen werden. Das Modell «BBS SR himalaya grey», das ab 166 Franken erhältlich ist, gibt es in den Dimensionen 7×16, 7,5×17, 8×17, 8×18, 8,5×19 + Porsche 8×18, 9×18 und 10×18. Die Felge «BBS SX crystal black» oder «BBS SX brillant silver» gibt es ab 193 Franken in den Dimensionen 7,5×17, 8×18, 8,5×19 und 9×20.

Ein neuer Trend auf den Felgen
Carstyling kann so einfach sein:



Die Zubehörtipps für diesen Winter aus dem Hause Carex.

Carex präsentiert LugNuzz, das Cover-Set von Foliattec. LugNuzz sind bunte Aluminiumhülsen, die sich mit einem geräuschvollen Klicken einfach magnetisch auf die vorhandenen Radschrauben aufsetzen lassen – und schon

ist der neue Look perfekt! Das LugNuzz-Cover-Set (Schlüsselweite 17 oder 19), das viermal fünf Hülsen enthält, ist für 149 Franken in den folgenden sechs Farben erwerbbar: Schwarz-chrom eloxiert, Grün

eloxiert, Rot eloxiert, Blau eloxiert, Chrom eloxiert und Gold eloxiert.

Swiss-Klick-Design- und -Wechselhalter

Ein weiterer Glanzpunkt im Carex-Sortiment sind die Swiss-Klick-Design- und -Wechselhalter, ein einzigartiges Patent aus schlagfestem ABS-Kunststoff. Die Wechselhalter sind äusserst stabil, können nicht rosten, sind simpel in der Bedienung und tausendfach bewährt. Den trendigen Wechselhalter gibt es im Set ab 46 Franken im Lang- (8×30cm und 11×51 cm) und im Hochformat (8×30 + 16×30 cm) sowie in den sechs Farben: Schwarz glanz, Chrom glanz, Chrom matt, im Carbon-Look, in Weiss matt und Gold glanz. <

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

Ein Strauss voller Vorteile für die PK MOBIL Kunden

BVG Zins 2017	+1%
PK MOBIL	2%
Obligatorisch	1%

Risikobeiträge 2018

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

PK MOBIL CP
Sicher unterwegs in die Zukunft

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

Marder Stop & Go

www.stop-go.de

> **Mit der App auf Zubehör aufmerksam werden**

pd. Pfotenabdrücke auf der Motorhaube, Nahrungsreste und angeknabberte Gummiteile im Motorraum, beschädigte Zündkabel, Schläuche, Gummimanschetten und zerfetztes Isoliermaterial. In aller Regel sind dies eindeutige Indizien für einen Marderschaden. Dann sollte man schnell handeln und entsprechende Vorkehrungen treffen, um kostenintensive Folgeschäden zu verhindern. Doch was ist zu tun und vor allem wie?

Marder Stop&Go zeigt, wie es geht! In zwei neu produzierten Tutorials werden alle nötigen Schritte einer professionellen und nachhaltigen Marderabwehr kompakt und für jedermann leicht verständlich erläutert. Das Themenspektrum deckt alle wichtigen Punkte von der unerlässlichen Vorbehandlung

bis hin zu den möglichen Alternativen ab und beschreibt die Vorzüge einer qualitativ hochwertigen und damit nutzbringenden Abwehr. Je nach Problemstellung und Geldbeutel hat der Kunde die Wahl zwischen einer kostengünstigen Duft-, einer soliden Ultraschall- sowie einer extrem wirkungsvollen Hochspannungsabwehr.

Alle Möglichkeiten werden in aufwendigen Animationen detailliert dargestellt. Dazu wird über die sachgemässe Installation informiert.

Für Autohaus und Werkstatt bieten die Videos, die unter www.marderabwehr.de/medien abrufbar sind, die Möglichkeit einer aktiven Verkaufsunterstützung. Prominent auf einem Bildschirm am POS platziert, generieren diese eine hohe Aufmerksamkeit. <

NGK Spark Plug Europe

www.ngk.de

> Neue V-Line-Typen steigern Marktabdeckung des Sortiments

pd. NGK Spark Plug Europe ergänzt das erfolgreiche Zündkerzensortiment V-Line um neun Referenzen. Die neuen V-Line Typen tragen die Kurznummern 46 bis 54 und sind die perfekte Wahl für Volumenmodelle etwa von PSA Citroën, Toyota, Nissan, Renault, Opel, Fiat, BMW und den Marken des Volkswagen-Konzerns.

Alle neuen V-Line-Typen stammen aus dem Erstausrüstungsgeschäft von NGK Spark Plug Europe. Unter ihnen finden sich Standardtypen mit Elektroden aus Nickellegierung ebenso wie Edelmetallausführungen mit platinverstärkten Mittelelektroden. Gemeinsam decken sie 16 Millionen Fahrzeuge in Europa ab – die Markt-

abdeckung des kompletten V-Line-Sortiments klettert damit um acht Prozent.

Mit der Sortimentserweiterung macht der grösste Zündkerzenhersteller der Welt das V-Line-Sortiment somit noch attraktiver für Händler und Werkstätten in ganz Europa. Darüber hinaus macht das V-Line-Kurznummernsystem die Identifikation der zu einem Fahrzeug passenden Zündkerze ebenso zum Kinderspiel wie die Sortimentspflege und die Bestellung.

NGK Spark Plug ist einer der führenden Automobilzulieferer. Der Spezialist im Bereich Zündung und Sensorik beliefert weltweit Kunden in Erstausrüstung und Aftermarket.

Zum Produktportfolio zählen Zündkerzen, Glühkerzen, Zündspulen und Zündleitungen – vertrieben unter der Marke NGK Ignition Parts. Saugrohr-/Ladedrucksensoren und Luftmassenmesser, Lambdasonden, Abgastemperatursensoren

sowie NOx-Sensoren bietet NGK Spark Plug unter der Marke NTK Vehicle Electronics an. Das Unternehmen unterhält Produktionsstandorte und Verkaufsniederlassungen in allen Teilen der Welt. <



NGK Spark Plug Europe ergänzt das Zündkerzensortiment V-Line um neun Referenzen.

 **autoricardo.ch**

UNGLAUBLICH GUTES GESCHÄFT

Lohnt sich schon ab dem ersten verkauften Fahrzeug!

Erfahren Sie mehr:

+41 41 510 62 94

info@autoricardo.ch

autoricardo.ch/haendler

Fahrzeuge inserieren ab CHF 480.- pro Jahr

Interview mit Professor Ferdinand Dudenhöffer

«Leben nicht mehr in der Zeit des (heiligen Blechle)»

Er gehört zu den besten Kennern der Automobilindustrie überhaupt, nimmt selten ein Blatt vor den Mund – und er prophezeit dem Auto eine hervorragende Zukunft, dem öffentlichen Verkehr dafür keine: Professor Ferdinand Dudenhöffer. Der Referent am nächsten «Tag der Schweizer Garagisten» sieht das Autogewerbe mit grossen Herausforderungen konfrontiert. **Reinhard Kronenberg**, Redaktion

■ **Herr Professor Dudenhöffer, in Ihrem aktuellen Buch schreiben Sie, die Automobilindustrie würde ihre beste Zeit nicht hinter, sondern vor sich haben. Wird alles gut?**

Ferdinand Dudenhöffer: Es ist die grösste Veränderung und gleichzeitig die grösste Herausforderung für die Branche: Elektromobilität, autonomes Fahren, Sharing Economy. Von daher werden sich viele Strukturen völlig verändern. Aber wovon wir ausgehen, ist, dass der Bedarf an individueller Mobilität, und damit die Nutzung von Autos, steigt. Das neue Auto und die neue Industrie – wie sie auch immer aussieht – haben viel Zukunft vor sich.

VW-Chef Matthias Müller ist überzeugt, dass Deutschlands Autobranche die Mobilität von morgen massgeblich prägen wird. Einverstanden?

Ja, Matthias Müller hat recht. Mit Ferdinand Piëch und Martin Winterkorn wäre VW der grosse Verlierer geworden – so, wie es in den nächsten Jahren vielleicht Toyota wird, und so, wie es mal GM, Ford oder Chrysler erwischt hat. Die Grössten sind nur dann zukunftsfähig, wenn sie den Wandel gestalten. Matthias Müller von VW, Dieter Zetsche von Daimler und Harald Krüger von BMW machen das.

Um nochmals Matthias Müller zu zitieren: Er sagt, man sei noch längst nicht am Ziel, aber auf dem richtigen Weg. Wie sehen Sie das?

Auch hier stimme ich zu.

VW hat soeben verkündet, dass man mit einem weiteren Rekordjahr rechnet. Würden Sie Aktien von Automobilherstellern kaufen?

Ich gebe keine Aktientipps oder Empfehlungen. Dafür sollten Sie zu Ihrem An-

lageberater gehen. Ich versuche nur, zu verstehen, wie sich Branchen ändern und was Geschäftsmodelle von morgen sein könnten.

Ist Mobilität eines der Megageschäfte der Zukunft?

Heute kaufen sich nur wenige ein Flugzeug, um zu fliegen, oder ein Hotel, um Urlaub zu machen. Den Umsatz machen also die Airlines oder die Touristikunternehmen. In der Zukunft werden es die App-Provider sein. Ob die dann Moovel, Uber, Moia oder Didi heissen, werden wir sehen.

«Wir leben nicht mehr in der Zeit der Mechanik, sondern in der Zeit der digitalen Veränderung all unserer Prozesse und Produkte. Wir müssen wie Elon Musk oder Steve Jobs werden.»

Worauf kommt es aus Sicht eines Herstellers in Zukunft an? Welche sind die Wachstumstreiber?

Die drei grossen Veränderungen umzusetzen: Elektromobilität, autonomes Fahren und Sharing Economy – meinetwegen können Sie auch Digitalisierung dazu sagen. Wir leben heute nicht mehr in der Zeit des «heiligen Blechle», der Mechanik, sondern in der Zeit der digitalen Veränderung all unserer Prozesse und Produkte. Wir müssen wie Elon Musk oder Steve Jobs werden. Nicht Toyota oder Sony sind die Zukunftsunternehmen, sondern das Silicon Valley, gepaart mit der Ge-

schwindigkeit der Chinesen. Das macht die Zukunft aus.

Welche sind also die grössten Herausforderungen?

Auf der einen Seite haben wir mit den Trends zur Elektromobilität, autonomem Fahren und Sharing Economy völlig neue Zulieferer – wie etwa Batteriehersteller und Softwareunternehmen. Auf der anderen Seite wird das Auto zunehmend zu einer Art «Dienstleistung». Wir werden es nicht mehr besitzen, sondern benutzen.

Wenn sich die Hersteller immer stärker zu Mobilitätsdienstleistern entwickeln – wo bleibt der Garagist, der sich ebenfalls immer stärker in diese Richtung entwickeln muss?

Er wird langfristig zum Dienstleister, der die technische Wartung und den Einsatz übernehmen könnte. Er könnte auch selbst Anbieter von Mobilität werden. Eine anspruchsvolle Herausforderung, aber das alles entwickelt sich nicht in den nächsten fünf Jahren, sondern braucht etwas länger. Sicher erscheint nur der Wandel. Wir haben also Zeit, uns auf die neuen Aufgaben vorzubereiten. Dass sich die Sachen ändern, sieht man etwa bei VW, wo man mit Partnern neue Verträge schliessen muss, oder bei Smart, die zur Elektromarke werden will. Aber auch bei der neuen Marke Lynck & Co, die aus China zu uns kommen wird und vom stationären Vertragspartner wegwill.

Hat der Verbrennungsmotor, namentlich der Diesel, eine Zukunft?

Das ist eine Frage des Zeithorizonts. Wenn Sie Zukunft auf fünf Jahre definieren – sicher. Wenn Sie Zukunft auf 25 Jahre festlegen,

dann meiner Meinung nach nicht. China definiert künftig die Regeln des Autogeschäfts. An der Grösse des Markts kommt keiner vorbei. Und China geht mit hohem Tempo zum Elektroauto über.

Wie beurteilen Sie das Marktpotenzial von Gas als Treibstoff?

Ich kann mir keinen grossen Marktdurchbruch vorstellen. Wir probieren das seit mehr als 25 Jahren, allerdings mit überschaubarem Erfolg. Es bleibt der einfache

Verbrennungsmotor. Und der wird langfristig im PW-Bereich ein Problem bekommen.

Das Problem bei Elektrofahrzeugen ist, dass jeder Hersteller meint, er müsse solche im Angebot haben. Der Markt ist aber noch kaum vorhanden, die Ökobilanz, bezogen auf die Herstellung und die Entsorgung der Batterien, schlecht und mit Kohle produzierter Strom für den Betrieb auch nicht gerade klimaverträglich. Ausserdem könnte der Bedarf gar nicht gedeckt

werden, wenn alle plötzlich Elektrofahrzeuge fahren. Warum also dieser Hype?

Das Elektroauto ist in der Stunde fünf, der Verbrennungsmotor in der Stunde 130. Selbstverständlich ist in der Stunde fünf nicht alles ideal. Aber die grossen Vorteile – lokal emissionslos, 95 Prozent Effizienz bei der Energieverwertung, Übergang zum nachhaltigen Strom und der Druck aus China – bringen den Durchbruch. Berta Benz hatte das Benzin in der Apotheke gekauft. Niemand hatte gedacht, dass wir einst in



«Der Garagist wird langfristig zum Dienstleister. Er könnte auch selbst Anbieter von Mobilität werden. Eine anspruchsvolle Herausforderung.»

Professor Ferdinand Dudenhöffer zur Zukunft der Automobilbranche: «Wir leben heute nicht mehr in der Zeit des «heiligen Blechle», der Mechanik, sondern in der Zeit der digitalen Veränderung all unserer Prozesse und Produkte.» (Bild vvg)

eine Erdöl- und Mineralölwirtschaft heutigen Ausmasses gehen. Wir sollten nicht versuchen, Gründe zu finden, die uns sagen, dass etwas nicht geht, sondern uns auf die Zukunft einstellen. Sonst werden wir vom Fortschritt aus China überrollt. Das beste Beispiel ist Elon Musk mit Tesla. Er hat die Welt verändert. Ohne Elon Musk und die Regulierungen in China gäbe es kein Elektroauto. Damit wäre unsere Welt ärmer.

Über Ihr Institut führen Sie regelmässig Veranstaltungen in Asien durch. Sie können sich ein differenziertes Bild des Potenzials, vor allem jenes der Chinesen, machen: Welche Rolle wird China in Zukunft im Bereich Mobilität spielen?

Zuerst gab es die Amerikaner, dann kamen die Japaner mit ihrer Lean Production, dann die Koreaner und Europäer mit Technologie. Die Zukunft wird China gehören. Und da können nicht nur die Geelys und Great Walls dabei sein, sondern alle mitmachen, die dynamisch und innovativ sind.

«Wir sollten nicht versuchen, Gründe zu finden, die uns sagen, dass etwas nicht geht, sondern uns auf die Zukunft einstellen.»

Der öffentliche Verkehr spielt in der Mobilität der Zukunft keine dominierende Rolle mehr?

Er wird es schwerer haben. Wenn das Auto vor meine Haustür fährt, wenn die Fahrt mit dem Roboterauto kostengünstiger, weniger störungsanfällig und komfortabler als mit der Bahn ist, dann muss man sich im öffentlichen Sektor was überlegen. Und denken Sie daran, in Zukunft müssen die Autos nicht mit einer Person bewegt werden, so wie heute. Die Uber und Didi der Welt werden uns dann so etwas wie einen «halböffentlichen» Verkehr bieten, der eigentlich «individuell» ist, nur dass vielleicht noch ein paar weitere Gäste chauffiert werden. Das Auto wird zum Gewinner – einfach nicht mehr als unser heutiges «heiliges Bleche». <

Referent am «Tag der Schweizer Garagisten» 2018

In seinem neusten Buch «Wer kriegt die Kurve? Zeitenwende in der Autoindustrie» beschreibt **Professor Ferdinand Dudenhöffer** «das Ende des Autos, wie wir es kennen». Er umreist die Autobranche an der Schwelle zu einer neuen Welt – der Welt von Apple, Google und anderen IT-Unternehmen. Er geht ausserdem den Fragen nach, ob die etablierten Hersteller gerüstet sind, um ihre führende Rolle zu behaupten und wie die zukunftsweisenden Geschäftsmodelle aussehen könnten.

Professor Ferdinand Dudenhöffer ist Referent am nächsten «Tag der Schweizer Garagisten» vom 17. Januar 2018 im Kursaal in Bern. Anmeldungen sind nach wie vor möglich.

www.agvs-upsa.ch/tagung2018

TAG DER SCHWEIZER GARAGISTEN 2018
Mittwoch, 17. Januar 2018, im Kursaal Bern

**MISSION
MOBILITÄT**

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

Seien Sie dabei!

Informieren Sie sich, hören Sie Ferdinand Dudenhöffer, Marc Walder, Mario Illien und Norbert Haug, treffen Sie Kollegen und lassen Sie sich kulinarisch verwöhnen.

Verpassen Sie nicht, sich anzumelden!



Die Tagung wird unterstützt von:



Das «Diner des garagistes» wird unterstützt von:



Digitale Plattform

digitalswitzerland: Support für KMU

Es ist die grösste und bedeutendste Initiative für die Digitalisierung, die die Schweiz bisher gesehen hat: digitalswitzerland hat zum Ziel, die Schweiz und ihre Unternehmen digital fit zu machen und die Rahmenbedingungen für neu gegründete Firmen, sogenannte Startups, zu verbessern. Initiant Marc Walder wird am «Tag der Schweizer Garagisten» vom 17. Januar 2018 aufzeigen, warum digitalswitzerland für das Autogewerbe wichtig ist. **Reinhard Kronenberg**, Redaktion

■ Die Schweiz ist eines der weltweit wettbewerbsfähigsten Länder. digitalswitzerland hat sich zum Ziel gesetzt, dass das auch im digitalen Bereich so bleibt. Die Initiative will die Schweizer Wirtschaft beim Übergang ins digitale Zeitalter unterstützen und dafür sorgen, dass der Standortvorteil besonders für junge Firmen und talentierte Berufsleute erhalten bleibt. Marc Walder, Initiant von digitalswitzerland und CEO des Medienunternehmens Ringier AG, ist überzeugt, dass die Digitalisierung sämtliche Wirtschaftsbereiche betrifft – nicht nur Grossunternehmen, sondern auch KMU. Die Automobilbranche und somit das Autogewerbe zählt er explizit dazu. Am «Tag der Schweizer Garagisten» vom 17. Januar 2018 im Kursaal in Bern wird Marc Walder aufzeigen, wie stark, schnell und nachhaltig die Digitalisierung seine eigene Branche verändert und wie sich sein Unternehmen ebenso rasch an die neuen Gegebenheiten angepasst hat.

Amag, BMW und Emil Frey sind mit an Bord

Die Liste der Mitglieder von digitalswitzerland ist inzwischen so eindrücklich wie lang: Mit ABB, AXA Winterthur, Cembra MoneyBank, Coop, Credit Suisse, economie-suisse, den beiden ETH in Zürich und Lausanne, Google, Helvetia, Julius Bär, Migros, NZZ, Ringier, SBB, Swiss und Swisscom, der UBS, dem World Economic Forum und der Zurich sind viele bedeutende Unternehmen vertreten. Aus der Autobranche finden sich die Amag, BMW und Emil Frey.

Die Initianten und Mitglieder von digitalswitzerland sind überzeugt, dass digitale Innovatoren, Gründer und Unternehmer, wie auch die grosse Zahl erfolgreicher KMU Schlüsselfaktoren für Innovation und künf-

tiges Wachstum darstellen. Ihre Stimmen will digitalswitzerland vereinen und verstärken, auch um die politischen Rahmenbedingungen – vor allem für junge Unternehmen – zu verbessern.

Gleichzeitig bietet digitalswitzerland eine

digitale Plattform, die Bildungsangebote in den Bereichen digitale Innovation und Transformation bündelt und Mitarbeitenden wie auch Lernenden den Zugang zu diesen Bereichen ermöglicht. Dieses Angebot richtet sich an Grosskonzerne wie auch an KMU. <



Marc Walder wird am «Tag der Schweizer Garagisten» vom 17. Januar 2018 aufzeigen, warum digitalswitzerland im Rahmen der künftigen Herausforderungen für das Autogewerbe wichtig ist.



transport CH

9^e SALON SUISSE DU VEHICULE UTILITAIRE
SCHWEIZER NUTZFAHRZEUGSALON
SALONE SVIZZERO DEL VEICOLO COMMERCIALE
& Aftermarket

16 - 19 NOV 2017 www.transport-CH.com BERNEXP0

transport-CH

Starke Branche, starkes Zeichen

Grösser, schöner, besser. Die neunte Ausgabe der transport-CH setzte erneut Massstäbe im Bereich Nutzfahrzeuge 33397 Besucherinnen und Besucher strömten an den vier Messetagen durch die Hallen der Bernexpo. Das Motto der transport-CH hiess «e-motions». Es versprach nicht zu viel. Sandro Compagno und Tatjana Kistler, Redaktion



Thierry Zuber, bei der Thommen-Furler AG für den Einkauf zuständig: «Die Messe ist dazu da, den Kunden in die Augen zu schauen.»



Stephan Marty, Geschäftsführer Hirschi AG: «Diese Messe ist für uns der wichtigste Auftritt des Jahres. Wir zeigen einem breiten Publikum eine ebenso breite Produktpalette.»



Fachsimpeln erwünscht: Besucher und Messestandbetreiber der transport-CH im Gespräch.



Dimensionen, die überzeugen: Produkteneuheiten lassen die Besucher der transport-CH staunen und auf dem weitläufigen Gelände der BernExpo verweilen.



«Sucht ein Nutzfahrzeugkunde für Spezialaufträge im Agrar-, Forst- oder etwa Futtermitteltransport Reifen, findet er sie bei uns», so Michele Santorsola (l.) und Jakob Huser von Nokian Tyres.



Reto Rettenmund, Verkaufsleiter Agrar, Bau, Transport von Motorex. «Der breite Fuhrpark der Transportindustrie stellt viele Anforderungen an unsere Produkte – diese können wir hier, beim Kunden, präsentieren.»



■ ««e-motions bedeutet», dass die immer effizienter und umweltschonender werdende Dieselmotortechnik bei uns ebenso ihren Platz hat wie die Elektromobilität», hatte OK-Präsident Dominique Kolly schon bei der Eröffnung der Ausstellung klargestellt. Ziel der vier Tage in Bern sei es, die Faszination Nutzfahrzeuge erlebbar zu machen.

«e-motions» kamen beispielsweise auf der Teststrecke im Aussengelände vor, wo alternativ angetriebene Nutzfahrzeuge getestet werden konnten. Unter anderen stand auch einer von drei

Elektro-LKW von Pistor zur Verfügung. Der Bäckereizulieferer nutzt elektrisch angetriebene Fahrzeuge zur regionalen Feinverteilung. Auf der langen Strecke ist der Diesel das Mass aller Dinge – und dürfte es auf absehbare Zeit auch bleiben. Im Vergleich zur letzten Austragung vor zwei Jahren wurde der Bereich der Zulieferer in Zusammenarbeit mit Swiss Automotive Aftermarket SAA gestaltet: Von den 270 Ausstellern waren 100 aus der Zulieferbranche. Auch der AGVS war präsent: Gemeinsam mit Partnerverbänden warb er im sogenannten «Verbandsdorf» um Talente für das Autogewerbe. <



«Der Messestandort Bern ist ideal, um Kunden zu begrüssen, aber auch potenzielle Kundschaft aus der Romandie zu erreichen», so Lukas Noth (l.) stellvertretend für seine Kollegen Daniel Maler und Markus Schwendimann von Oel Brack.



Einer der Grossen der Transportzulieferbranche: Matik. Ein einladender Stand, der sich nahtlos in das Gesamtbild der Messe einfügte.



André Wenger, bei der ESA für Einkauf, Marketing, Investitionsgüter zuständig, präsentiert die Produktvielfalt.



«Der Stand ist voll, die Leute kommen an ihre Transportmesse vor der Haustür – es ist für uns das Highlight 2017», Louis Huwyler, Geschäftsführer der Safia AG.



Ausprobieren, staunen, sich für eine Ausbildung im Autogewerbe entscheiden: Mit Partnerverbänden warb der AGVS im «Verbandsdorf» um Talente für das Autogewerbe. Thomas Jäggi vom AGVS: «Es ist sinnvoll, dass die ganze Branche hier zusammenarbeitet.»



«Es geht darum, wahrgenommen zu werden. Wir haben uns dazu entschlossen, dies mit einem Standkonzept ohne Produkte zu machen», sagt Kathrin Hilfer (r.) von der Luginbühl Fahrzeugtechnik AG, die mit ihrem Team heuer vor allem das informierende Gespräch mit den Besuchern sucht.



17. Automotive Day

Wohin bewegen wir uns?

Der 17. Automotive Day im Rahmen der transport-CH stand unter dem Motto «Mobilität im Wandel – Alles in Bewegung». Gesprochen wurde über alternative Antriebsformen, aber auch über intelligente Mobilität. **Sandro Compagno**, Redaktion

■ «Intelligente Mobilität und Elektromobilität»: Jürg Röthlisberger, Direktor des Bundesamtes für Strassen (Astra), nannte diese beiden Megatrends der Mobilität. Röthlisberger legte dar, dass man die Kapazität natürlich durch zusätzliche Verkehrsfläche erhöhen könne, dass aber auch im Verkehrsmanagement ein Potenzial von zehn bis 20 Prozent bestehe: «Wir müssen das, was wir schon haben, besser nutzen!» Auch müssten die Schnittstellen zwischen öffentlichem und privatem Verkehr verbessert sowie Sharing und Pooling gefördert werden, so der Astra-Chef.

«Das Problem ist nicht der Antrieb»

Martin Kyburz, der mit seiner Kyburz Switzerland AG unter anderem die elektrisch betriebenen Zustellfahrzeuge der Post herstellt, präsentierte in seinem Referat, wie er sich intelligente Mobilität vorstellt. Der elektrische Truck, den Tesla zufälligerweise gerade am Eröffnungstag der transport-CH enthüllte, werde das wohl nicht sein. «Das Problem ist nicht der Antrieb, sondern der Kollaps der Verkehrswege.» Die Lösung, die Kyburz vorschwebt, ist ein autonom fahrendes Vehikel für die Feinverteilung: «Nessie»

heisst das Projekt, das nicht viel mehr sei als ein «Palett auf Rädern mit einigen Sensoren».

Mit Elektromobilität befasst sich Armin Knüsel, Leiter Distribution beim Bäckereizulieferer Pistor. 2015 nahm Pistor den ersten Elektro-LKW in Betrieb, um die Stadt Luzern zu beliefern. Knüsel: «Das Fahrzeug hat die Erwartungen fast zu 100 Prozent erfüllt. Die Reichweite von 100 bis 150 Kilometern passt für Luzern und Umgebung. In drei Stunden sind die Batterien von 0 auf 100 Prozent geladen und die Nutzlast von 6,2 Tonnen ist ausreichend.»

Die Investition sei zwar doppelt so hoch wie für einen Diesel-LKW, aber dank tieferen Betriebskosten (Energie, Wartung!) lasse sich das wettmachen.

Ein Highlight war das unterhaltsame wie inspirierende Referat von Thomas Sauter-Servaes von der ZHAW Winterthur. Der Ingenieur definierte drei Richtungen, in die sich die Mobilität entwickle:

Connected (verbindend)

Das Automobil der Zukunft sieht er bildlich gesprochen als «Anhängsel des Smartphones». Hier spiele sich derzeit ein Rennen

der Plattformen ab. Dieses entscheide über die zukünftige Mobilität und die Dienstleistungen in diesem Zusammenhang.

Collaborative (gemeinschaftlich)

Sauter-Servaes rechnet mit einer Aufhebung der Trennung von Privatverkehr und öffentlichem Verkehr. Als Beispiel: Im motorisierten Individualverkehr in der Schweiz stehen 16 000 000 Plätze zur Verfügung, im ÖV 40-mal weniger, also 600 000. Wird die Sharing Economy den ÖV dereinst überflüssig machen?

Convenient (komfortabel)

Hier stellt sich die Frage, wie wir Autos in Zukunft nutzen: Werden wir sie weiterhin kaufen und bei Nichtgebrauch teilen? Oder wird es nur noch Flotten geben und gar keine Privatfahrzeuge mehr?

Fakt ist – und das zeigte das Verkehrschaos vor der Eröffnung der transport-CH rund um die Bernexpo: Zurzeit sind wir alle noch gerne und oft mit dem eigenen Privatfahrzeug unterwegs. Das ist vielleicht nicht verbindend und gemeinschaftlich aber sehr komfortabel... <

Die Amag ist «Importer of the Year»

«Wir taten vor allem eines: Zuhören»

Grosse Ehre: VW Nutzfahrzeuge zeichnete die Amag unter weltweit mehr als 50 Importorganisationen als «Importer of the Year» aus. AUTOINSIDE sprach mit Marc Bitterli, Serviceleiter VW Nutzfahrzeuge bei der Amag. **Sandro Compagno**, Redaktion

■ **Herr Bitterli, die Amag wurde von VW Nutzfahrzeuge in Hannover zur besten Importorganisation gekürt. Was bedeutet Ihnen diese Auszeichnung?**

Marc Bitterli (Serviceleiter VW Nutzfahrzeuge): Es freut uns sehr, dass die konsequente Ausrichtung auf die Bedürfnisse der gewerblicheren Kunden auch vom Hersteller honoriert wird. Mit unserem Team weltweit Benchmark zu sein, verstehen wir als grosses Kompliment. Einen besonderen Dank gebührt an dieser Stelle natürlich unseren Partnern – ohne ihr grosses Engagement wären unsere Bestrebungen nicht umzusetzen.

Was machen Sie besser als andere?

Besser ist vielleicht nicht das richtige Wort, konsequenter wäre wohl eher angebracht. Wir haben mit unzähligen gewerblichen Kunden gesprochen, haben uns mit Fuhrparkleitern zusammengesetzt, haben uns bei unseren Mitbewerbern wie auch bei unseren eigenen, besonders erfolgreichen Partnern umgeschaut und uns Gedanken über die Zukunft, Trends und anstehende Herausforderungen gemacht. Vor allem taten wir aber eins: Zuhören. Das Ergebnis dieser Massnahmen war dann die VW Nutzfahrzeuge Service Offensive «Commerce». Keine grossen Sprünge, sondern einfache, kleine Schritte, die von jedem Betrieb ohne riesige Investitionen einfach umgesetzt werden können.

Wie ist es Ihnen gelungen, diese Leistungskultur einem ganzen Team zu implementieren?

Da unsere Marke VW Nutzfahrzeuge und mit ihr die Produkte eher rational als emotional gelagert sind, mussten wir andere Wege suchen, die Begeisterung und eine hohe Identifikation des Teams zu erzielen. Durch unsere bodenständige und pragmatische Art ist es uns gelungen, den «Nutzi-Virus» in vielen Köpfen zu verankern und entsprechende Sympathie und Unterstützung zu gewinnen. Mit dem Verständnis für unsere Kunden und dem kontinuierlichen Aufzeigen unserer Vision gelang es, eine eingeschworene Mannschaft zu formen, die sich in ihrem täglichen Handeln und Tun konsequent auf die Bedürfnisse gewerblicher Kunden ausrichtet. Dazu gehören neben dem Know-how auch ein entsprechendes Commitment und eine hohe Leistungsbereitschaft.

Die Wahl fiel auch aufgrund von Eigeninitiative und der Entwicklung von Programmen und Aktivitäten. Können Sie uns ein Beispiel nennen?

Ein wichtiges Programm ist die bereits erwähnte Service-Offensive «Commerce». Um diese vorwärtszutreiben, entwickelten wir einen bunten Blumenstrauss an Coaching-Massnahmen, Tools, technischen Trainings und natürlich auch entsprechendes Marketingmaterial. Ein Baustein, an dem sich gut aufzeigen lässt, was ich damit meine, ist das Angebot für Auf- und Umbauten im

Aftersales. Rund um dieses Angebot stellen wir unseren Partnern technische Trainings, technischen Support, Marketingunterlagen und bei Bedarf auch Werkzeuge zur Verfügung. Uns ist es wichtig, dass wir nicht nur von Strategien und Konzepten sprechen, sondern auch ganz konkret unterstützen und die Partner bei der Umsetzung begleiten.

Wie viele Freiheiten gewährt Ihnen VW Nutzfahrzeuge in Hannover?

Solange die Ergebnisse und Resultate stimmen, haben wir mehrheitlich freie Hand. Klar zwingen uns Verträge und Standards, gewisse Vorgaben einzuhalten. Aber alles, was darüber hinausgeht, geschieht aus eigenem Antrieb und in Eigenverantwortung. Am Ende des Tages haben wir alle, Hersteller, Importeur und Garagist, ein gemeinsames Ziel: zufriedene und loyale Kunden, die die Basis auch für zukünftige Geschäfte bilden. <



«Importer of the Year»: Serviceleiter Marc Bitterli präsentiert die Trophäe, mit der das Volkswagen-Mutterhaus die Amag ausgezeichnet hat.



AUTOSCOUT24 YOUNG DRIVER Challenge POWERED BY SEAT



Oliver Holdener's Rennfahrertraum wird Wirklichkeit

«AutoScout24 Young Driver Challenge powered by SEAT»: Der Sieger steht fest.

Der Sieger der «AutoScout24 Young Driver Challenge powered by SEAT» ist erkoren: Oliver Holdener aus Bennau (SZ) gewinnt die mehrstufige Challenge zum Profirennfahrer und sichert sich die Unterstützung von AutoScout24 und SEAT Schweiz für die kommende Rennsaison in der ADAC TCR Germany Tourenwagenserie.

Der 21-jährige «Young Driver» konnte sein Glück kaum fassen: «Ein Traum geht für mich in Erfüllung», sagte Oliver Holdener strahlend. Mit der Auszeichnung als bester Nachwuchsfahrer erhält der Renndebütant 2018 die Chance für ein

weiteres Rennengagement. Holdener hatte an seinem ersten Rennen, welches im Rahmen des Nachwuchswettbewerbs am Sachsenring (D) absolvierte, eine eindruckliche Leistung gezeigt und die Konkurrenz hinter sich gelassen. Für die kommende Saison erhält er nun von den beiden Projektinitianten AutoScout24 und SEAT Schweiz beratende und finanzielle Unterstützung im Wert von 50'000 Franken.

«Um viele Erfahrungen reicher» bezeichneten sich die beiden weiteren Finalisten Gustavo Xavier (Oetwil am See/ZH) und Orhan Vouilloz (Chardonne/

VD). Auch wenn es am Ende nicht ganz für den Hauptgewinn reichte – die von AutoScout24 und SEAT Schweiz ermöglichte Teilnahme an einem TCR Germany Rennen in einem SEAT Leon Cup Racer wird beiden als «unvergessliches Highlight» in Erinnerung bleiben, wie sie betonten.

Rundum positives Fazit

«Alle drei Finalisten haben sich extrem gut geschlagen und eine eindruckliche Lernkurve gezeigt», zieht Projekt-Coach und AutoScout24-Markenbotschafter Fredy Barth ein positives Fazit. Rundum zufrieden zeigte sich auch Christoph



Aebi, Director AutoScout24: «Die jungen Rennfahrer waren von Anfang an mit Feuereifer dabei. Das hat uns zusätzlich motiviert und es freut uns, dass wir diesen Talenten mit unserem Know-how eine Plattform im Rennsport bieten können.» Andreas Huwyler, Marketingleiter SEAT, betonte die hohe Ausstrahlungskraft des Projekts. «Zu Beginn wussten wir noch nicht genau, was uns erwartet», so Huwyler. Die «Young Driver Challenge» wurde 2017 zum ersten Mal durchgeführt. Am Ende hatten sich 1250 Talente mit dem Traum einer Rennfahrerkarriere für die Herausforderung registriert. «Eine

grossartige Resonanz», wie Huwyler resümiert.

Neuaufgabe 2018 geplant

Für das kommende Jahr ist eine Neuaufgabe der «AutoScout24 Young Driver Challenge powered by SEAT» geplant. Diese wird wiederum im Rahmen des diesjährigen Wettkampfs stattfinden. Die drei Talente Oliver Holdener, Gustavo Xavier und Orhan Vouilloz hatten sich via regionale und nationale Kart-Ausscheidungen für je ein Rennen im SEAT Leon Cup Racer auf dem Nürburg-, Sachsen- und Hockenheimring qualifiziert. Während

ihrer Renneinsätze wurden sie von den AutoScout24-Markenbotschaftern Fredy Barth und Nico Müller sowie von Ruedi und Ronny Jost vom Host-Team Topcar Sport GmbH eng begleitet und beraten. Die Leistungen wurden anschliessend verglichen und bewertet. Dabei war nicht nur das fahrerische Können ausschlaggebend, sondern gefragt waren auch ein überzeugendes Auftreten und Gewandtheit im Umgang mit Medienschaftern.



AUTO
SCOUT 24

Abgang in der Führung von Swiss Automotive Aftermarket

«Viele Mitglieder haben ein grosses Stück Arbeit vor sich»

Sie ist die Grande Dame der Schweizer Autobranche, war oftmals die einzige Frau inmitten eines Männergremiums. Als erfolgreiche Unternehmerin hat sie die Auto-i-dat ag von einer Kleinfirma zum Schweizer Marktleader im Bereich Fahrzeugdaten gemacht. Jetzt tritt Bernadette Langenick als SAA-Präsidentin zurück. **Reinhard Kronenberg**, Redaktion

■ **Frau Langenick, wenn Sie auf Ihre sieben Jahre als Präsidentin des SAA zurückblicken – was war die grösste Herausforderung?**

Bernadette Langenick: Zum einen sicher die Tatsache, dass die in unserem Verband zusammengeschlossenen Firmen sehr unterschiedlich auf die Herausforderungen der Zukunft reagieren. Es braucht Kraft und Beharrlichkeit, sie permanent auf die Veränderungen zu sensibilisieren. Wir haben, wie im Autogewerbe generell, zwei sehr unterschiedliche Tendenzen – die Innovativen, die die Entwicklung antizipieren, und jene, die glauben, dass es ewig so weitergeht. Zum anderen ist es zunehmend eine Herausforderung, die Mitglieder zugunsten eines Engagements für die gemeinsame Sache zu motivieren. Aber das ist der zeitlichen Belastung geschuldet, unter der unsere Mitglieder als verantwortungsvolle Unternehmer stehen. Ich bin selber Unternehmerin und kann das sehr gut nachvollziehen.

Dafür läuft es wirtschaftlich bei Ihren Mitgliedern gut – der Konjunkturbarometer des SAA zeigt ein erfreuliches Bild. Im Vergleich zum Vorjahr ist der aktuelle Barometer sogar noch optimistischer. Woran liegt das?

Dafür gibt es verschiedene Gründe. Zum einen trägt die aktuelle wirtschaftliche Situation in der Schweiz sicher dazu bei. Wir haben glücklicherweise nach wie vor Vollbeschäftigung. Es ist aber auch so, dass die Branche den Frankenschock verdaut hat und jetzt günstiger im Ausland einkaufen kann, was direkte Auswirkungen auf die Margen hat. Kommt dazu, dass viele Mitglieder in den vergangenen Jahren, auch bedingt durch den Frankenschock, ihre Strukturen angepasst haben.

15 Prozent der befragten Mitglieder sind der Überzeugung, dass die Erträge im kommenden Quartal zurückgehen. Sind das Pessimisten?

Nein, das sind keine Pessimisten, sie schätzen die nahe Zukunft aufgrund ihrer eigenen Situation einfach anders ein als die Mehrheit. Das ist legitim und möglicherweise auch dadurch zu erklären, dass diese Unternehmen in Segmenten mit ausgeprägtem Wettbewerb tätig sind.

Inwiefern hat die Digitalisierung in der Zulieferbranche bereits zu strukturellen Veränderungen geführt?

Ich beobachte diese Entwicklung seit Jahren und muss heute feststellen, dass es nach wie vor einige Firmen gibt, die in diesem Bereich noch ein grosses Stück Arbeit vor sich haben. Aber das hat

auch mit ihren Kunden zu tun: Solange in vielen Garagenbetrieben eine Generation verantwortlich ist, die lieber per Telefon als online bestellt, gibt es für diese Firmen nichts umzustellen. Allerdings warne ich davor, den Zug zu verpassen: Zunehmend übernimmt jetzt eine Generation, für die die Digitalisierung der Normalzustand ist.

Die Digitalisierung treibt die Hersteller voran. Sie entwickeln sich in Richtung Mobilitätsdienstleister und konzentrieren sich auf die vier strategischen Felder «autonomes Fahren», «Sharing», «Connected Car» und «alternative Antriebe», sprich Elektrifizierung. Gerade letzteres ist weder für Garagisten noch für Zulieferer eine gute Entwicklung...

Das mag jetzt etwas abgedroschen klingen, aber diese Suppe wird mit Sicherheit nicht so heiss gegessen, wie sie aktuell gekocht wird. Ich bin überzeugt, dass diese Entwicklung weniger dramatisch ausfällt, als man heute aufgrund der vielen Medienberichte denkt.

Und da steht jetzt nicht der Wunsch dem Gedanken Pate...

Nein. Sehen Sie, unsere Mitglieder bedienen vor allem ältere Fahrzeuge und weniger den Neuwagenmarkt. Würden nun plötzlich nur noch Elektrofahrzeuge verkauft, müssten unsere Kunden in vier Jahren mit grossen Umsatzrückgängen rechnen. Aber dieses Szenario wird auf keinen Fall eintreten, nicht zuletzt, weil der Aufbau für eine stärkere Elektrifizierung auch auf absehbare Zeit nicht überall zu schaffen ist. Ungelöst ist nach wie vor auch die Frage nach der Stromversorgung, wenn alle plötzlich nur noch elektrisch unterwegs sein wollen. Alleine schon aus diesen Gründen wird es in Zukunft mehrere Antriebsarten geben. Der Benzinmotor bzw. der Diesel wird – wenn vielleicht auch nur noch als Hybrid – weiter existieren.

Die Elektrifizierung der Fahrzeuge wird zu einem Rückgang im Aftersales-Geschäft des Garagisten führen. Wie schätzt der SAA diese Entwicklung für die Zulieferbranche ein?

Wenn Sie vom Szenario einer Vollelektrifizierung ausgehen, dann haben wir ein Problem, keine Frage. Aber davon gehen wir nicht aus. Wir müssen hier jetzt übrigens auch nicht in kollektive Panik verfallen – der Übergang dauert Jahre. Aber das entbindet uns natürlich nicht von der unternehmerischen Verantwortung, nach alternativen Geschäftsfeldern zu suchen. <

Zugang in der Führung von Swiss Automotive Aftermarket

Der neue SAA-Präsident Erhard Luginbühl im Fokus

Mit Erhard Luginbühl übernimmt der bisherige Vizepräsident das Amt von Bernadette Langenick, der langjährigen Präsidentin des Swiss Automotive Aftermarket (SAA). Der Aargauer Unternehmer muss die Interessen der Aussteller unter einen Hut bringen und die SAA-Expo, die Fachausstellung in Halle 7 am Auto-Salon in Genf, in eine erfolgreiche Zukunft führen. **Reinhard Kronenberg**, Redaktion

■ Normalerweise treffen sich die Vertreter der 80 SAA-Mitglieder an ihrer Herbstversammlung zu einem Austausch in einer der sechs Fachgruppen, um die Rahmenbedingungen der Garagenzuliefererbranche zu verbessern. In diesem Rahmen geht es auch darum, für die SAA-Mitglieder und die Öffentlichkeit Dienstleistungen wie Konjunkturbarometer und Marktdaten zu konzipieren. Doch dieses Mal war alles etwas anders: Man tagte zwar auch in den Fachgruppen, aber die grösste Aufmerksamkeit galt dem Wechsel im Präsidium. Nach knapp neun Jahren, davon sieben Jahre als Präsidentin, zog sich Bernadette Langenick aus dem SAA-Vorstand zurück. Private Umstände lassen ihr keine andere Wahl; ihr steht für die Weiterführung dieses anspruchsvollen Amtes nicht mehr die nötige Kapazität zur Verfügung. In ihre Amtszeit fällt unter anderem der für die Branche wichtige Entscheid, die

Ausstellung in Halle 7 in eine moderne, auf eine Woche verkürzte Fachmesse zu transformieren. Langenicks Nachfolger ist Erhard Luginbühl. Er ist Unternehmer und Besitzer des Familienunternehmens Luginbühl Fahrzeugtechnik im aargauischen Möriken und seit 2009 im SAA-Vorstand aktiv, zuletzt als Leiter der Fachgruppe Nutzfahrzeuge. Er übernimmt das Amt per sofort.

SAA-Expo: 2000 Quadratmeter mehr

Die SAA-Expo ist nicht nur für den Verband selbst, sondern für die gesamte Zuliefererbranche ein wichtiges Thema. Die ganze Fachwelt ist gespannt, wie sich die 2017 erstmals durchgeführte und auf eine Woche verkürzte Fachmesse entwickelt. Beim SAA hat man erfreut zur Kenntnis genommen, dass sich zunehmend Aussteller für die Kurzmesse anmelden, die vorher «lang» waren. Aktueller Stand ist, dass 14 der 80 SAA-Mitglieder sowie fünf nicht SAA-Mitglieder die kürzere

Variante gewählt haben – das sind 19 Firmen auf einer Fläche von 3151 Quadratmetern. Damit liegt man plus minus auf Vorjahresniveau bei doppelter Ausstellungsfläche. Auch 2019 wird es sowohl eine kürzere als auch eine längere Messe geben; die Hoffnungen, dass bereits übernächstes Jahr nur noch eine Version – nämlich die kürzere – stattfinden wird, haben sich zerschlagen. Doch es gibt auch gute Nachrichten: «Die Messe wird 2018 nicht mehr der Länge nach in eine Kurz- und Langversion unterteilt, sondern quer», sagt Bernadette Langenick gegenüber den AGVS-Medien. Das habe den Vorteil, dass der hintere Teil nach einer Woche geschlossen werden kann und die Aussteller ihr Material gleich im Anschluss abtransportieren können und nicht nach Abschluss des Auto-Salons nochmals nach Genf fahren müssen. <



Bernadette Langenick übergibt das Steuer des Swiss Automotive Aftermarket an Erhard Luginbühl.

Ein Unternehmer, der anpackt

kro. «Beruf muss Berufung sein»: Dieses Motto ist zentraler Treiber in Erhard Luginbühls Berufsleben. Mit den Vorstandsmitgliedern Giorgio Feitknecht, Samir Moursy, Mark Porter, Silvan Lämmle, Markus Brunner und Claudio Binder ist der 53-Jährige künftig für die strategische Ausrichtung und die Geschicke des Swiss Automotive Aftermarket (SAA) verantwortlich.

Der Unternehmer besitzt mit der Luginbühl Fahrzeug- und Werkstatttechnik AG, Luginbühl Engineering, der Moveme AG und der Melu Verwaltungs AG vier Firmen. Im Fahrzeugtechnikbereich bietet er Sicherheitssysteme für alle Arten von Arbeitsmaschinen an, im Werkstatteinrichtungsbereich das komplette Programm namhafter Hersteller. Die Firma Moveme AG bietet Lösungen von der Altersmobilität oder etwa Elektroscootern bis zum Treppenlift. Luginbühl ist gelernter Lastwagenmechaniker. Er hat ein Studium als Automobilingenieur an der HTL in Biel (heute Berner Fachhochschule) abgeschlossen und trat nach Berufserfahrungen als Ingenieur bei Kässbohrer 1996 in die Firma seines Vaters ein. Seit 2002 ist er deren Inhaber.

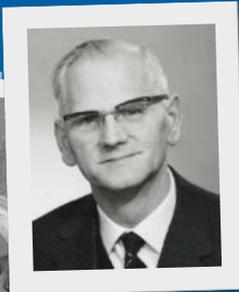
Happy Birthday

100 Jahre Innovation und S

Eine unabhängige, global renommierte Schweizer Familienunternehmung blickt auf ein Jahrhundert Erfolgsgeschichte zurück: An Bodenpflegemitteln. Heute darf sich das in Langenthal domizilierte Unternehmen Motorex mit seinen 350 Mitarbeitenden nicht nur Produktionsvolumen von 30000 Tonnen auch Weltkonzern nennen. Geblieben sind die Maximen: Unabhängigkeit, Einzigartigkeit, W



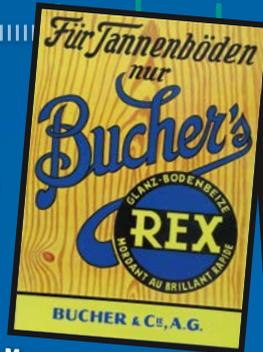
1947 – Firmensitz im Grünen.



Gründervater – Arnold Bucher.



1940 – Glanzbodenbeize.



Motorex-Werbung aus der Gründungszeit.



1952 – rollende Werbekampagne.



1956 – auf Wachstumskurs.



Schweizer Qualität

Am 3. Dezember 1917 startete in Bützberg im Kanton Bern eine kleine Produktion von Schuh- und Motoröl Nummer 1 in der Schweizer Schmierstoffbranche, sondern mit dem Vertrieb in 85 Ländern und einem hohen Maß an Zuverlässigkeit. Die AGVS-Mitglieder und ihr Verband gratulieren!



1960 – Öl-Tonne.



Aus Alt mach Neu: Vintage-Kollektion im Layout von 1950.



2017 – Motorex heute.



2017 – CEO Edi Fischer.



Jahresgespräch mit AGVS-Zentralpräsident Urs Wernli

«Die Erfolgsgeschichte Automobil steht vor einer spannenden Zukunft»

Grosse Garagenbetriebe werden tendenziell grösser, während kleinere zunehmend Mühe haben, eine Nachfolgeregelung zu finden. Gleichzeitig fordert die Digitalisierung ein Umdenken und die Renditen vieler Betriebe werden wohl auch 2018 ungenügend bleiben. Trotzdem blickt Urs Wernli zuversichtlich in die Zukunft: Die individuelle Mobilität wird eines der künftigen Mega-Themen sein – und das Autogewerbe ist mittendrin. **Reinhard Kronenberg**, Redaktion

■ **Herr Wernli, wenn Sie auf das Jahr zurückblicken, was bleibt am stärksten in Erinnerung?**

Urs Wernli: Meine besten Erinnerungen sind unabhängig vom Jahr. Zum Wertvollsten gehört stets der Austausch mit den Mitgliedern und den Vertretern unserer geschätzten Partner. Zu erleben, wie viele unserer Mitglieder sich als Unternehmer in einem Markt behaupten, der sehr schwierig ist, macht Mut und motiviert, sich täglich einzusetzen. Aber wenn Sie darauf bestehen, etwas aus dem ablaufenden Jahr zu erwähnen, dann ist es sicher der Umstand, dass wir die «Diesel-Krise», wie die Medien diese nennen, besser überstanden haben, als ursprünglich befürchtet.

■ **Sie und Ihr AGVS-Team stehen permanent im Austausch mit Ihren Mitgliedern. Wo drückt der Schuh aktuell am meisten?**

Die Palette an Herausforderungen ist gross und nicht jedes Thema ist für jedes Mitglied gleich wichtig. Aber es gibt Sorgen, die sich in den Gesprächen häufen: zu wenig geeigneter Nachwuchs, Investitions- und Margendruck, Nachfolge, das Verhältnis zum Importeur, keine oder zu wenig Zeit für Weiterbildung, Digitalisierung. Allerdings sind das in der Regel keine Klagen. Unsere Mitglieder sind Unternehmer, die wissen, worauf sie sich eingelassen haben. Sie sind es gewohnt, ihre Probleme selber zu lösen. Wobei wir sie dabei nach Kräften unterstützen.

■ **Seit Jahren zeichnet sich die Tendenz ab, dass Marken ihr Händlernetz «optimieren». Gleichzeitig bekunden offensichtlich immer mehr Betriebe Mühe, eine geeignete Nachfolgeregelung zu finden. Wie beurteilen Sie die rückläufige Entwicklung der Anzahl Garagenbetriebe?**

Wir beobachten zwei gegenläufige Tendenzen: Zum einen kaufen grosse Betriebe kleinere auf, insbesondere an attraktiven Standorten. Das hat damit zu tun, dass es im Handel zunehmend auf die Grösse ankommt. Zum anderen registrieren wir, dass sich viele Betriebe mit einer geeigneten Nachfolgeregelung schwer tun. Das bereitet uns Sorgen. Auch aus diesem Grund haben wir diesen Herbst ein Dossier darüber verfasst. Oft spielen hier die Banken eine verhängnisvolle Rolle, weil sie nicht bereit sind, die nötigen Kredite zu sprechen.

Das ist nicht nur in unserer Branche so, macht die Sache nicht besser. Diese Entwicklung ist volkswirtschaftlich bedenklich.

■ **Der Grad der Digitalisierung ist in den AGVS-Betrieben unterschiedlich fortgeschritten, ebenso die Bereitschaft, sich darauf einzulassen. Wie geht der AGVS mit dieser unterschiedlichen Entwicklung um?**

Das hat primär damit zu tun, dass in vielen Betrieben der Generationenwechsel noch bevorsteht. In den Markenbetrieben treibt der Importeur die Digitalisierung voran und bei den Garagenkonzepten erkennen wir ebenfalls eine gesteigerte Dynamik. Wo tatsächlich noch Potenzial besteht, ist bei kleineren Betrieben. In vielen Fällen fehlt dort schlicht die Zeit oder die Kapazität, sich digital zu entwickeln. Ich kann das zu einem grossen Teil nachvollziehen. Wir werden deshalb unseren Effort als Dienstleister unserer Mitglieder erhöhen.

■ **Die technische Entwicklung der Fahrzeuge läuft aus Sicht des klassischen Garagisten nicht in eine optimale Richtung: Autonome Fahrzeuge werden weniger Unfälle verursachen, elektrifizierte Autos brauchen deutlich weniger Wartung und Sharing wird dazu führen, dass weniger neue Autos verkauft werden. Warum soll heute jemand noch einen Beruf im Autogewerbe lernen?**

Weil es ein toller und interessanter Beruf in einer faszinierenden Branche ist! Die individuelle Mobilität bleibt ein Grundbedürfnis der Menschen. Sie wird auch deshalb eines der Mega-Themen der Zukunft sein. Und wir sind mit dem Autogewerbe mitten drin. Wir haben die Möglichkeit, die Zukunft aktiv mitzugestalten.

■ **Bereits im Januar steht einer der jährlichen Verbandshöhepunkte an, der «Tag der Schweizer Garagisten». Das Thema lautet «Mission Mobilität. Die Rolle des Garagisten. Was ändert – und was bleibt? Was kann das Mitglied erwarten?»**

Die Hersteller nutzen die Digitalisierung für neue Dienstleistungen, die sie zu monetarisieren hoffen. Sie entwickeln sich dabei hin zu umfassenden Mobilitätsdienstleistern. Für unsere Mitglieder wird das in jedem Fall Konsequenzen haben. Am «Tag der Schweizer

Garagisten» 2018 gehen wir zusammen mit kompetenten Referenten und Diskussionsteilnehmern der Frage auf den Grund, was diese Entwicklung für den Garagisten bedeutet. Wir wollen auch aufzeigen, wie er sich heute darauf vorbereiten kann und sollte. Dass wir damit einen Nerv getroffen haben, zeigt sich an der Anzahl Anmeldungen, die bis heute eingegangen sind – so viele wie noch nie zuvor.

Kurz darauf folgt im März ein weiterer Höhepunkt: der Auto-Salon in Genf, wo Sie als Vertreter des Autogewerbes im Komitee sind. Von Jahr zu Jahr melden sich jedoch mehr Marken ab und die Fachausstellung SAA-Expo ist in eine Kurz- und eine Langversion geteilt. Warum ist es für den Garagisten nach wie vor ein Muss, nach Genf zu gehen?

Weil hier die technologische Spitze gezeigt wird, die neuesten Trends sowohl bei den Fahrzeugen als auch im Werkstatt- und Zubehörmarkt. Eine solche Übersicht erhält man in dieser Kombination sonst nirgends auf der Welt. Das macht Genf einzigartig. Beim ganzen Stress das Jahr über – diese ein bis zwei Tage Auszeit sollte sich das Mitglied zur Erweiterung des persönlichen Horizonts nehmen. Ausserdem trifft man immer eine ganze Reihe von Kollegen, mit denen man sich austauschen kann. Und für die Zulieferer ist das eine einzigartige Gelegenheit, sich mit Gastfreundschaft bei ihren Kunden zu bedanken. Diese Geste sollte man honorieren.

Die Konjunkturforscher rechnen für nächstes Jahr mit einem leichten Rückgang bei den Neuimmatrikulationen. Was erwarten Sie für ein Autogewerbjahr 2018?

Angesichts der Tatsache, dass das Potenzial an vorgezogenen Neukäufen erschöpft sein dürfte, ist diese Prognose nachvollziehbar. Der Markt ist gesättigt und wächst nur, wenn die Bevölkerung auch tut. Wichtig ist, dass wir nicht unter die Grenze von 300 000 verkauften Neuwagen fallen. Die gute Nachricht ist, dass der Gebrauchtwagenmarkt und das Werkstattgeschäft plus minus auf dem aktuellen Niveau bleiben dürfte. Die Renditen in den Mitgliederbetrieben bleiben leider auch 2018 ungenügend.

Von aussen betrachtet kommt der AEC zu wenig vom Fleck. Wo liegt das Problem?

Wir registrieren in der Tat eine insgesamt stagnierende Anzahl an AEC-Partnern. Allerdings sind jene, die ihn anbieten, sehr aktiv. Wir werden den AEC 2018 für einen breiteren Kreis unserer Mitglieder attraktiv machen. Am AEC als Dienstleistungsinstrument wollen

wir festhalten. Die Marktforschung hat klar gezeigt, dass Garagisten, die den AEC anbieten, als dienstleistungsorientierter und damit attraktiver wahrgenommen werden.

Eine Alternative zur Elektromobilität ist Compressed Natural Gas (CNG). Die Gaswirtschaft wird mit Gas als Treibstoff in den nächsten Jahren in die Offensive gehen. Wie beurteilen Sie aus Sicht des Garagisten diese Treibstoffart?

Es wird schliesslich eine Kombination aus verschiedenen Antriebsarten sein müssen – sonst werden die CO₂-Grenzwerte ab 2020 nicht erreicht und die Folgen wären gravierend, vor allem finanziell. CNG als Treibstoff hat gegenüber der Elektromobilität den Vorteil, dass damit der Verbrennungsmotor erhalten bleibt. Ohne Verbrennungsmotor würde ja ein grosser Teil des Aftersales-Geschäfts fehlen.

Die Autobranche und damit das Autogewerbe stehen vor einer sehr herausforderungsreichen Zukunft. Mit welchen Gefühlen blicken Sie als AGVS-Zentralpräsident in die nahe Zukunft?

Die Zukunft der Mobilität wird von uns allen gewährleistet – Hersteller, Importeur, Garagist und Zulieferer. Ich glaube an die Innovationsfähigkeit der Schweiz und ihres Gewerbes. Und ich bin überzeugt, dass die Erfolgsgeschichte Automobil nicht an ihrem Ende angekommen ist, sondern vor einer spannenden Zukunft steht. Es ist auch erfreulich, dass jedes Jahr rund 3000 Jugendliche ihre Grundbildung in einem Autoberuf starten. Dort, wo die Jugend sich engagiert, ist auch die Zukunft der Branche auf gutem Wege. <



Urs Wernli, Zentralpräsident AGVS: «Die individuelle Mobilität bleibt ein Grundbedürfnis der Menschen. Sie wird auch deshalb eines der Mega-Themen der Zukunft sein.»

AGVS unterstützt Berufsbildung im Kosovo

Leuba auf Visite in Pristina

Hilfe zur Selbsthilfe lautet das Ziel, das der AGVS im Kosovo verfolgt. Zentralvorstand Nicolas Leuba reiste auf Einladung der Handelskammer Schweiz-Kosovo nach Pristina. **Sandro Compagno**, Redaktion

■ Das Programm von Nicolas Leuba war eng getaktet: Am Montag um 6.30 Uhr hob der AGVS-Zentralvorstand und Präsident der AGVS-Sektion Waadt in Genf-Cointrin in Richtung Balkan ab. Tags darauf um 11.30 Uhr hatte er bereits wieder Schweizer Boden unter den Füßen. Dazwischen lag ein Tag, der es in sich hatte. «Ich traf mich mit zwei Ministern und einem Staatssekretär, ich hatte zwei Geschäftsessen mit mehreren Ex-Ministern, traf den lokalen VW-Repräsentanten und nahm an einer 50-minütigen Wirtschaftssendung des kosovarischen TV teil», rekapituliert Leuba mit einem Schmunzeln.

Auf Einladung der Handelskammer

Der Besuch in der Hauptstadt des Kosovos stand im Zusammenhang mit einem Treffen im vergangenen Mai. Auf Initiative der Handelskammer Schweiz-Kosovo und deren Präsidenten Stefan Sarkany hatte eine hochrangige kosovarische Delegation zwei Ausbildungszentren des AGVS besucht (AUTO-INSIDE 6/17). Die Regierung im Kosovo interessiert sich sehr für das duale Bildungssystem der Schweiz. Die junge Republik leidet unter einer Arbeitslosigkeit von rund 50 (!) Prozent; die Jugendarbeitslosigkeit soll



Nicolas Leuba mit Ramadan Avdiu (Mitte), dem albanischen Generalkonsul in Genf, und Stefan Sarkany (rechts), Präsident der Handelskammer Schweiz-Kosovo.

sogar bei 80 Prozent liegen, genaue Angaben gibt es nicht.

Ausbilden vor Ort

«Wir bilden in der Schweiz viele junge Leute mit Wurzeln im Kosovo aus, gerade

auch in Autoberufen», erklärt Nicolas Leuba. Ein Teil kehre später als ausgebildete Fachleute in die Heimat zurück. «Unsere Idee ist es nun, diese Leute vor Ort auszubilden, ihnen im Kosovo eine berufliche Grundbildung zu ermöglichen, die jener in der Schweiz gleichwertig ist.»

Beratende Rolle des AGVS

In Pristina wurde Leuba vom Minister für Bildung, Wissenschaft und Technologie empfangen, dazu vom Infrastrukturminister und vom Staatssekretär für Arbeit und Soziales. Weiter traf sich der Romand mit dem grössten VW-Händler im Kosovo, der ebenfalls grosses Interesse am Schweizer Modell bekundet habe: «Ich habe ihn ermutigt, einen Garagistenverband, analog zum AGVS, zu gründen. Denn ohne Strukturen funktioniert das Modell nicht.» Leubas Ziel: Um den Aufbau der Bildungsinstitution in Pristina sollen sich Experten aus dem kosovarischen Bildungsministerium und des zu gründenden Garagistenverbandes kümmern. Der AGVS engagiert sich nicht finanziell, sondern sieht sich in einer beratenden Rolle. <



Legende im Showroom: Ein Golf I bei Baki Automobile, dem grössten VW-Händler im Kosovo.

Subaru Mechaniker-WM 2017

Thurgauer ist Vize-Weltmeister

■ pd. Anfang November 2017 fand in Tokio das WM-Finale der Subaru-Mechaniker (SWTC = Subaru World Technician Competition) statt. Yves Grubenmann von der Dreispitzgarage AG in Uesslingen TG erreichte den hervorragenden zweiten Platz.

Am Hauptsitz der Subaru-Akademie in Japan haben die Champions aus 16 Ländern um den Weltmeistertitel gekämpft. Die Kandidaten bewiesen ihr Können an anspruchsvollen und komplexen Aufgabenstellungen. Am ersten Tag galt es, 40 theoretische Prüfungsaufgaben innert 60 Minuten zu lösen. An präparierten Fahrzeugen mussten die Techniker innert 30 Minuten zwei elektrische Pannen lokalisieren. Am stufenlosen Subaru-Lineartronic-Automatikgetriebe wurden die Kandidaten geprüft, ob sie in der Lage sind, Revisionen an den komplexen Aggregaten durchzuführen. Die Königsdisziplin, der 50-minütige «Vehicle-on-board-Diagnose-Posten», meisterte der Thurgauer Yves



Martin Eberhard, Schulungsleiter der Subaru Schweiz AG, Yves Grubenmann, Vize-Weltmeister 2017.

Grubenmann bravourös. Bereits nach rund 15 Minuten gelang es Grubenmann, den Motor als Erster zu starten. Kurz vor Ablauf der vor-

gegebenen Zeit markierte er den letzten der drei Fehler. Ausser ihm gelang dies keinem der 15 weiteren Kandidaten. <

Volkswagen Service Quality Award

Auszeichnung für höchste Kundenzufriedenheit

■ pd. Volkswagen ist die Servicequalität und die Kundenzufriedenheit ein wichtiges Anliegen. Deshalb werden einmal im Jahr die besten Schweizer VW Servicebetriebe mit dem Volkswagen Service Quality Award (VSQA) ausgezeichnet. Die Selektionskriterien sind streng. Nur wer in den vergangenen zwölf Monaten die beste Servicequalität und höchste Kundenzufriedenheit erreicht, gewinnt.

Der «Volkswagen Service Quality Award» genannt VSQA, ist ein begehrter Preis. Er wird alljährlich nur an wenige ausgewählte Volkswagen Partnerbetriebe verliehen. Beim VSQA dreht sich alles um Servicequalität und Kundenzufriedenheit. Prämiert werden die Betriebe mit den besten absoluten Werten sowie den höchsten Steigerungen der CSS-Werte (Customer Satisfaction Survey) gegenüber den Resultaten bei der letzten Messung.

Alle Volkswagen Partnerbetriebe müssen über einen Zeitraum von zwölf Monaten eine regelmässige Befragung zur Kundenzufriedenheit durchführen. Für das

Ranking beim Service Quality Award sind die Kriterien Gesamtzufriedenheit und Wiederholreparatur-Quote ausschlaggebend.



Matthias Lehmann, Autocenter Jegenstorf AG; Oliviero Milani, Amag Breganzona; Armino Alves, Garage Mutschellen AG; Herbert Sommerhalder, Amag Uster; Rudolf Martin Schoch, Amag Uster, Reto Zehnder, Leiter Volkswagen Service Schweiz.

«Hervorragender Service ist massgeblich für eine hohe Kundenzufriedenheit und dies wiederum ist die Voraussetzung für eine hohe Kundenloyalität» erklärt Reto Zehnder, Leiter Volkswagen Service Schweiz. Er ist für die korrekte Durchführung des VSQA in unserem Land verantwortlich. «Es ist mir eine grosse Freude, den besten vier Betrieben für herausragende Leistungen in punkto Servicequalität und Kundenzufriedenheit den VSQA zu verleihen. Sie und Ihre Teams dürfen stolz sein auf Ihre ausserordentlichen Leistungen» lobte Reto Zehnder die Gewinner. Die Feierlichkeiten fanden in Fürstentum im Kanton Graubünden statt.

Ausgezeichnet mit dem Service Quality Award 2017 wurden die vier Volkswagen Betriebe Autocenter Jegenstorf AG, Amag Breganzona, Garage Mutschellen AG und Amag Uster. <

«Garagistenzmorge» bei der Auto Welt von Rotz AG in Münchwilen TG

«Wir machen keine halben Sachen»

In knapp 40 Jahren haben Hanspeter von Rotz und seine Familie in Münchwilen TG aus einem Ein-Mann-Betrieb eines der grössten Autohäuser der Ostschweiz geschaffen. Mit der neuen Website setzt die Auto Welt von Rotz nun auch im digitalen Bereich Massstäbe. **Sandro Compagno**, Redaktion



Sichtbares Zeichen: Das grosse Firmenlogo ist selbst von der A1 aus zu sehen.

■ Dabei entspringt das bis anhin sichtbarste Erkennungsmerkmal der Auto Welt von Rotz durchaus einer analogen Welt: Wer auf der A1 zwischen St. Gallen und Zürich unterwegs ist, dem fällt das in rund 30 Metern Höhe auf einem Pfeiler angebrachte Firmenschild unweigerlich ins Auge. Rund 700 Autos verschiedenster Provenienz sind unter dem gelb-blauen Logo vereint: Die Auto Welt von Rotz ist offizielle Vertretung der Marken Citroën, DS, Mazda, Suzuki und Toyota sowie offizieller Servicepartner von Lexus. Zusätzlich importiert das Autohaus weitere 18 Marken, darunter Audi, BMW und VW. «Wie eine kleine Amag», erklärt Karin von Rotz. Die Tochter des Gründers ist für die Bereiche Marketing, Verkauf, Personal und IT zuständig, Schwiegersohn Andrej Rüegg kümmert sich um die Occasionen und Jahreswagen. Sohn Daniel obliegt die technische Leitung. Hanspeter von Rotz hat sich aus der operativen Leitung seines Unternehmens zurückgezogen. «Aber er gibt immer noch Vollgas», sagt Karin von Rotz mit einem Schmunzeln. Auch ausserhalb des Betriebs: Der 65-Jährige präsidiert die AGVS-Sektion St. Gallen, Appenzell und Liechtenstein.

Das Resultat: Aus dem Ein-Mann-Betrieb von 1978 ist eine mittelständische Unternehmung mit 80 Mitarbeitenden und rund 80 Millionen Franken Jahresumsatz geworden, ein umfassender Mobilitätsdienstleister mit Import und Handel, eigener Carrosserie und Lackiererei, Tuning-Abteilung, Tankstelle, Waschstrasse, Reifenhotel, Autovermietung...

Diese breite Abstützung ist Firmenpolitik. Karin von Rotz: «Niemand weiss, wo unsere Branche in 10 oder 20 Jahren steht. Die Mobilität der Zukunft wird kommen, aber wie sieht sie aus? Unsere Antwort auf diese Frage ist die Diversifikation.» Auf diese Weise verringert sich die Abhängigkeit von einzelnen Geschäftsbereichen.

Ein Hotel – nicht für Reifen!

Zeichen dieser Diversifikationsstrategie ist ein Projekt, das derzeit auf der anderen Seite der Kantonsstrasse entsteht und um das sich Seniorchef Hanspeter von Rotz kümmert: Im Oktober war Spatenstich für einen Neubau, der im Herbst 2018 eingeweiht wird. Im 130 Meter langen Gebäude werden ein Occasioncenter für 300 Jahreswagen, zusätzliche Lagerkapazität im Untergeschoss sowie im Obergeschoss ein Motel mit 47 hochwertigen Zimmern entstehen. «Wir haben einige Industriebetriebe in der Gegend, die für Seminare oder Kurse immer wieder nach Unterkünften suchen. Wir sind der Meinung, dass durchaus ein Bedarf nach



Loyalität, Vertrauen, Zuverlässigkeit...: Im Andrej Rüegg, Karin von Rotz und Sandra Schell im Showroom, wo die 80 Mitarbeitenden der Auto Welt von Rotz tagtäglich an die Werte des Familienunternehmens erinnert werden.

Hotellerie in der Gegend besteht», erklärt Karin von Rotz. Bereits heute führt die Familie ein kleines Gasthaus, in dem sie Zimmer vor allem an Handwerker vermietet.

Gibt es etwas, das der Familienbetrieb nicht macht? «Ja», antwortet Andrej Rüegg, «wir machen keine halben Sachen!»

Keine halben Sachen machen die von Rotz auch online. Die neue Website sucht ihresgleichen. Sobald man www.vonrotz.ch öffnet, taucht unten rechts in einer Chat-Box das Gesicht von Sandra Schell auf. «Wir sind online – kontaktieren Sie uns bei Fragen :-))» lautet die freundliche Aufforderung der Verkaufsleiterin, die sich mit zwei weiteren Kollegen um dieses Dialog-Tool kümmert. «Auf diesen

Live-Chat sind wir sehr stolz», sagt Sandra Schell. «Wir haben Kunden, die während der Arbeit nicht telefonieren können. Mit dem Chat bieten wir ihnen dennoch die Gelegenheit, sich mit Fragen an uns zu wenden oder Termine zu vereinbaren.»

Dialog mit den Kunden als Ziel

Viele Kunden würden die Möglichkeit sehr schätzen, auf diese Weise einfach und unkompliziert mit ihrer Garage zu kommunizieren, ergänzt Andrej Rüegg. Auch für die Firma sei dieser persönliche Kontakt wichtig: «Was habe ich davon, wenn ich 1000 Leute auf der Website habe, aber keinen Dialog mit ihnen?» Eine rhetorische Frage,

Als Mitglied der UGS Zertifizierung profitieren Sie mit Ihrem Betrieb von diversen Vorteilen



Garage Alder Autoservice GmbH, Dornach

- ✓ regelmässige Produkteschulungen
- ✓ qualitativ hochwertige Erstausrüster-Ersatzteile
- ✓ attraktive Angebote
- ✓ Urkunde aus hochwertigem Aluminium



Die exklusive Zertifizierung für Betriebe aus der Automobilbranche

www.ugs-swiss.ch

Informieren Sie sich bei ihrem regionalen UGS Händler



Das alte Gästehaus neben der Tankstelle...



... wird im Herbst 2018 durch ein modernes Motel ersetzt. Darunter gibt es Platz für 300 Jahreswagen.

auf die die Auto Welt von Rotz eine Antwort gefunden hat. Andrej Rüegg: «Das Verhalten des Kunden verändert sich. Reisen oder Versicherungen kaufen wir schon online; wir sind sicher, dass sich auch der Autokauf in die digitale Welt verschieben wird. Irgendwann wird der Kunde eine solche Chat-Funktion ganz einfach erwarten.» Die Garage müsse sich dem Kunden anpassen, nicht umgekehrt.

Neben Google-Rezensionen sind auch Social Media auf der Website eingebunden. «Gestartet sind wir mit Facebook, mussten aber rasch feststellen, dass die Zeit des Internets extrem schnelllebig ist», stellt Sandra Schell fest. Die Jugend hält sich auf Snapchat und Instagram auf. Über diese Kanäle kommuniziert die Auto Welt von Rotz. Sandra Schell: «Wir zeigen, was wir tun und was bei uns läuft. Dazu verraten wir Tipps und Tricks rund ums Auto. Es darf durchaus auch mal lustig zu und her gehen.»

Klare Strategie statt Schnickschnack

Der neue Auftritt der Auto Welt von Rotz ist absolut State of the Art. Aber er ist eben nicht «neumödiger» Schnickschnack, sondern mit einer klaren Strategie aufgebaut. Der Kunde steht im Zentrum. Womit wir wieder bei der Homepage mit ihrer so charmanten wie kundenfreundlichen Chat-Funktion sind. Zentrales Element der Homepage ist und bleibt ein Suchfeld für die rund 700 Fahrzeuge, die permanent im Angebot sind – vom Neuwagen bis zur preiswerten Occasion mit mehr als 100 000 Kilometern. Das Tool ist mit Autoscout24 verknüpft und entsprechend einfach zu bedienen. Resultat all dieser Anstrengungen und Innovationen: 2016 brachte die Auto Welt von Rotz rund 2500 Autos an den Mann beziehungsweise die Frau. «Dieses Jahr rechnen wir mit einem Plus von zehn Prozent», sagt Karin von Rotz. Und der berechtigte Stolz auf ihre Firma ist ihr dabei durchaus anzuhören. <



In nur vier Jahrzehnten wuchs die Auto Welt von Rotz vom Ein-Mann-Betrieb zum Familienunternehmen mit 80 Mitarbeitenden. 2017 dürfte die Firma rund 2750 Autos verkaufen und einen Umsatz von 80 Millionen Franken erwirtschaften.

Neues Schulungsangebot liefert perfekte Vorbereitung

Stieger Academy: Kursprogramm 2018

Um für die Herausforderungen des Arbeitsalltags gewappnet zu sein, ist eine gute Vorbereitung die halbe Miete. Die Stieger Academy bietet mit ihrem neuen Schulungsangebot die besten Bedingungen für alle, die in ihren Garagenbetrieben mit Software-Produkten von Stieger arbeiten und optimal vorbereitet sein wollen.

■ pd. Das Kursprogramm 2018 enthält vielfältige Möglichkeiten, sich für Aufgaben im neuen Jahr fit zu machen. Die Themenauswahl wurde so gestaltet, dass Kursteilnehmende von genau den Inhalten profitieren, die für ihre tägliche Arbeit besonders hilfreich und relevant sind. Hier ein kleiner Ausschnitt aus dem neuen Programm:

xDrive-Praxiskurs Debi, Kredi, Kasse

Der neu aufgenommene Kurs richtet sich an diejenigen, die für kaufmännische Arbeiten im Betrieb verantwortlich sind. Der gezielt praxisbezogene Kurs geht detailliert auf die Debitoren- und Kreditorenbuchhaltung ein und zeigt auf, wie diese effizient geführt werden können. Darüber hinaus bereitet er auch auf die Integration des neuen Zahlungsstandards ISO 20022 vor. Unsere

Empfehlung: Interessenten nutzen diesen Praxiskurs als ideale Vorbereitung für den Besuch des Kurses «Rechnungswesen».

xDrive-Einsteigerkurs

Wer mit «xDrive» effizient und erfolgreich arbeiten will, dem reichen «mal schnell» von einem Kollegen erworbene Kenntnisse nicht aus, um das Maximum aus diesen Programmen herauszuholen. Deshalb wendet sich der meistbesuchte Kurs der Stieger Academy gezielt an Einsteiger in «xDrive» und vermittelt detailliertes Basiswissen für ein erfolgreiches Arbeiten mit den Programmen.

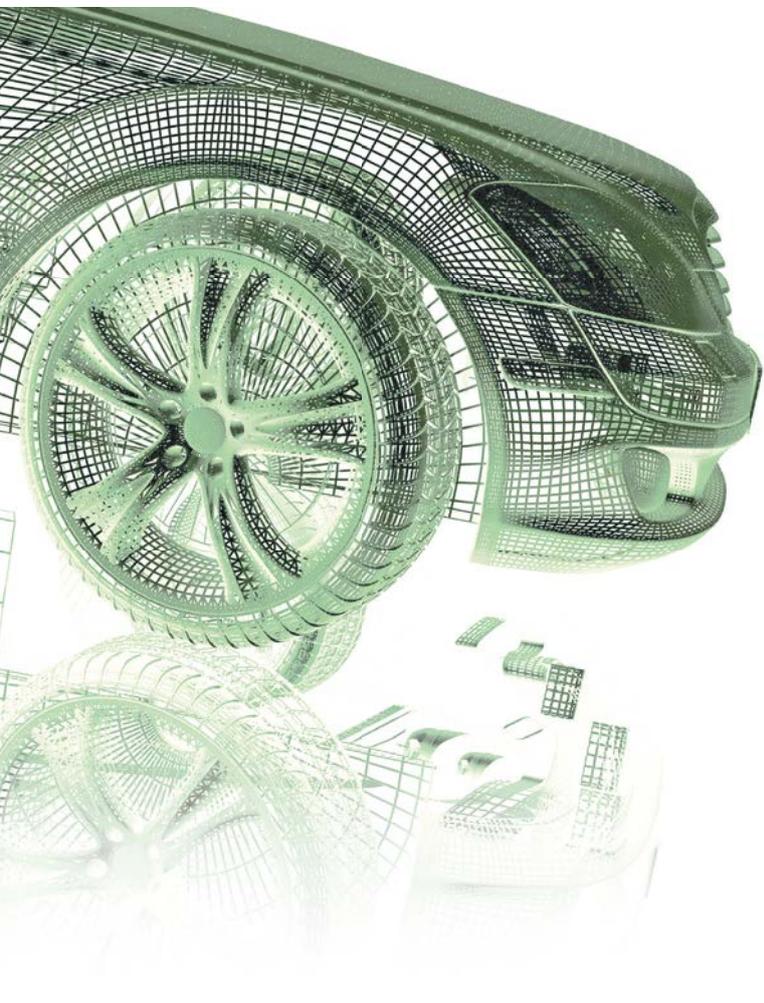
Europlus Werkstattplanung leicht gemacht

Allen Mitarbeitenden, die im Bereich Annahme oder Werkstattplanung tätig sind,

dienen die Programme «Visual-Plan» in Verbindung mit «Europlus» und «Visual-Time» als zentrale Instrumente, um eine effektive Terminplanung und optimale Auslastung der Werkstatt zu erzielen. Der erfahrene Kursleiter René Rüttimann vermittelt anschaulich und detailliert, wie Anwender die vielfältigen Möglichkeiten vom Werkstattplaner und die direkte Verbindung zu «Europlus» kennen und optimal nutzen lernen. <

Stieger Academy

pd. Wer mehr über das Kursprogramm 2018 der Stieger Academy wissen möchte oder sich jetzt schon das neue Schulungsangebot bestellen will, kontaktiert einfach Stephan Rissi unter Telefon 071 858 50 80. Oder sich gleich direkt unter www.stieger.academy für die Kurse anmelden.



Erstklassige Fahrzeugdaten aus der Schweiz, für die Schweiz

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

auto^[i]

Schweizer Partner für Fahrzeugdaten

AutoEnergieCheck

Dario Cologna steht für den AEC wieder vor der Kamera

Die Aufnahmen für den AutoEnergieCheck (AEC) in Davos sind im Kasten, das Material wird jetzt zu Kurzfilmen verarbeitet. Die Winterkampagne startet dieser Tage und zeigt AEC-Botschafter Dario Cologna in sympathischen Szenen. Die AGVS-Medien haben auf dem Filmset hinter die Kulissen geblickt.

Reinhard Kronenberg, Redaktion

Klappe, die Erste! Für das Video mit den Tipps zur Wintervorbereitung stand Dario Cologna mit Marco Müller, Geschäftsführer der Amag Davos, vor der Kamera.

■ «Und Action!» Dario Cologna beginnt den Satz, muss dann aber lachen, weil sein Gegenüber den Einsatz verpasst hat. Am Schluss lachen alle auf dem Filmset, weil es so ansteckend ist. Drehanlass? Der AGVS hat im November mit Dario Cologna in Davos eine Reihe von Videos für den AEC gedreht. Sie sollen die energiesparende Dienstleistung der Schweizer Garagisten bewerben und die Automobilistinnen und Automobilisten zum AEC inspirieren. Das lohnt sich, denn mit dem AEC spart man bis zu 360 Franken pro Jahr.

Fest steht: Die gute Laune während der Dreharbeiten hat sich auf die Videos übertragen: «Wir finden sie sehr sympathisch», sagt Markus Peter, Leiter Umwelt und Technik beim AGVS. Und er hofft, dass das die Automobilisten ebenfalls finden – schliesslich sind sie die Zielgruppe, die der AGVS mit den Videos ansprechen will.

Der AEC als Chance für den Garagisten

Dario Cologna spielt unter anderem einen Tankwart, der die Kunden überrascht. Er gibt ihnen Tipps, um beim Fahren zu sparen – Energie, Treibstoff, Kosten. Die Kernbotschaft des AEC ist gleichzeitig eine hervorragende

Gelegenheit für den AGVS-Garagisten, sich als kundenfreundlicher Dienstleister zu positionieren und die Kundenbeziehung nachhaltig zu stärken.

Das hat auch Marco Müller, Geschäftsführer der Amag in Davos, erkannt. In seinem Garagenbetrieb wurde eines der

Videos gedreht und er spielt sogar in einem der AEC-Clips mit. «Es geht um Tipps, Energie zu sparen und die Umwelt zu schonen», sagt er, «denn Energie sparen, heisst auch, Geld zu sparen. Und wer will das schon nicht?»



Dank dem AEC mehr Budget für Weihnachtsgeschenke? Samichlaus Dario Cologna erklärt, wie das funktioniert. Dafür wurde in Davos eine heimelige Stube eingerichtet und das Christkind eingeflogen.

AEC-Newcomer Oktober 2017

Der AEC schafft Vertrauen

Kundennähe, Know-how und ein freundliches Auftreten: Die Präsenz am Mobilitätstag Langenthal verhalf der Autohaus Hard AG im Oktober zu zwölf AEC. **Tatjana Kistler, Redaktion**

■ Die Autohaus Hard AG aus Langenthal nutzte im September den Auftritt am Mobilitätstag Langenthal, um sowohl das Unternehmen als auch den AEC einer breiteren Öffentlichkeit zu präsentieren. Der Nissan-Vertreter konnte dadurch ein beachtliches Folgegeschäft lancieren: Der Langentaler Garagenbetrieb führte im Oktober zwölf AEC durch. «Wir bieten den AEC erst seit Kurzem an und möchten dies auch in Zukunft erfolgreich machen», so das Fazit von Adrian Marti, stellvertretender Geschäftsführer der Autohaus Hard AG.

«Für unsere Kunden ist es wichtig»

Das Acht-Mann-Unternehmen, das sich unter anderem mit einem 24-Stunden-Pannen- und -Unfalldienst auszeichnet, stellt ein Umdenken fest: Dank des AEC, den die Autohaus Hard AG mit dem Service respektive als Winter-/Frühlingscheck anbietet, nimmt die Kundschaft den Garagisten vermehrt als Dienstleister und Berater wahr.

«Unsere Kunden schätzen es, dass wir uns für die Umwelt einsetzen», erklärt der diplomierte Betriebswirt und Automobil-diagnostiker. «Es ist uns ein grosses Anliegen, unsere Kunden fair und offen zu betreuen», ergänzt Marti. Nur so entstehe eine solide Kundenbeziehung mit dem Potenzial zu diversen Folgegeschäften. <



Die Autohaus Hard AG stellte den AEC am Mobilitätstag in Langenthal vor und kurbelte das Folgegeschäft an.



Anfang Dezember online

Die Videos sind Teil der aktuellen AEC-Winterkampagne. Sie bauen auf dem Erfolg der Herbstkampagne auf, die 2016 durchgeführt worden ist und unter anderem dazu geführt hat, dass der AEC bereits das viertbekannteste Energielabel in der

Schweiz ist. Die Kampagne startet Anfang Dezember und dauert – mit Unterbrüchen – bis im März. Sie wird erneut unterstützt von EnergieSchweiz, dem Energieeffizienzprogramm des Bundes. <



Weitere Infos unter:
www.autoenergiecheck.ch

Ist das Dario Colonia? Kunden der Migrol-Tankstelle bei der Amag in Davos staunen nicht schlecht, als sie vom AEC-Markenbotschafter in der Rolle des Tankwarts begrüsst und auf die Vorteile der Dienstleistung aufmerksam gemacht werden.



An insgesamt sieben Posten wurde gruppenweise geübt, hier an einem Lancia Appia Serie 3 aus dem Jahr 1959.

Faszination Oldtimer

Technikseminar des SHVF mit über 125 Teilnehmern

Mit einer Beteiligung von über 125 Teilnehmern war das in der Badener Berufsfachschule BBB durchgeführte SHVF Technikseminar ausserordentlich gut besucht. Aus der ganzen Schweiz reisten die Inspektoren der Mitgliederklubs, allesamt gut ausgebildete Spezialisten, teils mit ihren eigenen historischen Fahrzeugen, an. Der Schule auf dem Martinsberg gab dies einen äusserst würdigen Rahmen. **Bernhard Taeschler**, SHVF

■ Die wissensdurstigen Techniker und Inspektoren liessen sich von Felix Aschwanden, Leiter Technik der Swiss Historic Vehicle Federation (SHVF), über die Neuerungen und die zukünftigen Abläufe für die Erstellung von FIVA Identity Cards orientieren. Im nächsten Jahr dürften einige Neuerungen in Kraft gesetzt werden.

Daten an zentraler Stelle

So soll in der FIVA-ID-Card (siehe Box) die ganze Geschichte des historischen Fahrzeuges dokumentiert werden. Der Fahrzeug-Pass wird enger mit dem Fahrzeug verknüpft

als mit dem Eigentümer. Die gesammelten Daten der ID-Cards werden zukünftig von der FIVA zentral aufbewahrt, weshalb alle Angaben nur noch in englischer Sprache gemacht werden können.

Theorie und Praxis

Ferner ging es um die korrekte Einteilung der Fahrzeuge in «original», «original type» oder «modifiziert». Ebenso wichtig ist die möglichst lückenlose Dokumentation des Herstellers resp. Konstrukteurs, der Marke und des Modells, des Baujahres und der vielen Nummern von Chassis, Mo-

tor, Getriebe usw. An sieben Posten wurde im Verlaufe des Vormittages gruppenweise an besonderen Fahrzeugen, Autos und Motorrädern, geübt. Es galt, die gehörte Theorie auch in die Praxis umzusetzen. Mit einem abschliessenden, schriftlichen Test wurde das Gelernte überprüft.

Während und nach dem Mittagessen gab es genügend Zeit, um die aufgelisteten Fragen bilateral oder öffentlich beantwortet zu erhalten. Bei derart viel geballtem Wissen der Teilnehmer sind solche Gespräche immer wieder spannend und sehr lehrreich. Jeder Spezialist hat an diesem spannenden



Felix Aschwanden, SHVF Vorstand Technik, spricht zu den Teilnehmern.

Tag in Baden etwas dazu gelernt und sich mit Gleichgesinnten austauschen können. Veteranenfahrzeuge sind kulturelle Zeitzeugen und damit Kulturgut, das möglichst gut erhalten und dokumentiert werden soll. <



Weitere Infos unter:
www.shvf.ch

Die FIVA Identity Card

Die Fédération Internationale des Véhicules Anciens (FIVA) ist eine weltweit tätige nichtstaatliche Organisation, die dem Erhalt, dem Schutz und der Förderung historischer Fahrzeuge und der damit verbundenen Kultur gewidmet ist.

Das Ziel des FIVA-Identity-Card-Programms ist es, kraftfahrtechnisches Kulturgut für die heutige und die kommenden Generationen zu dokumentieren und zu erhalten sowie dem Eigentümer ein präzises – wenn auch nicht unfehlbares –, unabhängig geprüftes und ausgefertigtes Dokument über die Identität und Geschichte seines historischen Fahrzeuges bereitzustellen. Basis dafür ist der FIVA Technical Code in der jeweils gültigen Fassung und die dazugehörigen Zusatzunterlagen.

Eine FIVA Identity Card kann von den Strassenverkehrsämtern, den Haltern oder von potenziellen Käufern für den Nachweis des Originalzustandes und der Authentizität verlangt werden. Authentizität bedeutet Echtheit im Sinne von «als Original befunden».

In der Schweiz wird die FIVA Identity Card eines in der Schweiz immatrikulierten, erhaltenswürdigen Fahrzeuges von der technischen Kommission der SHVF ausgestellt. Nicht immatrikulierte Fahrzeuge (auch mit Händlerschild) müssen in der Schweiz verzollt sein. Überdies muss deren Eigentümer in der Schweiz wohnhaft sein.



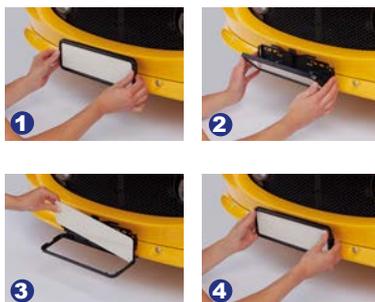
Angeregte Diskussionen und grosses Interesse an der Detailarbeit.

Easyclick

flach, funktional, stylisch und einfach
- das revolutionäre Wechselnummern-System.

Erhältlich in den Farben:

- Schwarz
- Chrom glänzend
- Chrom matt
- Schwarz-Carbon



Erhältlich im
Autofachhandel oder
Autogaragen



Eine Autopflege-Serie auf höchstem Niveau!



Tegro AG
member of MTS

Ringstrasse 3 | 8603 Schwerzenbach
Tel. +41 (0) 44 806 88 88 | info@tegro.ch

Erste Herbstversammlung der AGVS-Sektion beider Basel

> Elektromobilität und technische Grundbildung im Fokus



Austausch, Fachwissen, Geselligkeit: Die Herbstversammlung der AGVS-Sektion beider Basel mit Fachreferent Peter Arnet von der Alpiq AG war ein voller Erfolg.

■ **co.** Erstmals lud die AGVS-Sektion beider Basel die Mitglieder zu einer Herbstversammlung ein. Im Mittelpunkt standen die Fachreferate zu den Themen Elektromobilität sowie die Neuerungen in der technischen Grundbildung.

Visionen und Aktualität

René Degen, Präsident der AGVS-Sektion beider Basel, eröffnete die erste Herbstversammlung im Bildungszentrum. Dass 75 Gäste den Weg nach Sissach gefunden hatten, um den beiden Referenten zu lauschen, freute den Präsidenten. Selbstverständlich, darauf wies René Degen bereits zu Beginn der Veranstaltung hin, dürfe auch das leibliche Wohl nie zu kurz kommen. Die Gäste konnten sich demnach auf eine Vielfalt von Leckereien aus der portugiesischen Küche freuen – die «Nachbarn» des Bildungszentrums, die Comunidade

Portuguesa de Sissach, und auch Gastgeber des Abends, hatten für die AGVS-Sektion beider Basel aus dem Vollen geschöpft.

Vor dem geselligen Teil warteten aber die Fachreferate auf die Teilnehmer. Peter Arnet, Geschäftsführer der Alpiq AG, startete mit seinem Vortrag «Elektromobilität – die Zukunft beginnt jetzt». Er führte die Vision der Alpiq AG sowie der Elektromobilität generell aus. Ein Thema, das alle Anwesenden zum Nachdenken anregte und auch beim abschliessenden Austausch für Gesprächsstoff sorgte.

Abschliessend war es an Arnold Schöpfer vom AGVS-Zentralverband, die Teilnehmer über die Neuerungen der Verordnung über die technischen Grundbildungen zu informieren. Ergänzend wurden die Massnahmen zum Jugendarbeitsschutz ausgeführt, um die Betriebe zu sensibilisieren und Unsicherheiten zu klären. <



AQUARAMA[®]
SWISS
CAR WASH SYSTEM
ferrum
WASCHTECHNIK

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

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

Praxis statt Powerpoint mit der Sektion Bern

> **Gemeinschaftsprojekt Workshops Fokus Technik von AGVS, Astag und VSCI**

■ sco, Rund 50 Schülerinnen und Schüler sowie 25 Lehrer, Berufsberater, und Eltern informierten sich am 15. November in der «Mobility» über Autoberufe. Die Feedbacks der Sekundar- und Realschüler reichten von positiv bis begeistert.

Die Initiative für diesen Technikworkshop der Verbände AGVS, Astag und VSCI ging von der Wirtschaftskammer Biel-Seeland aus, die etwas gegen den Fachkräftemangel in der Autobranche unternehmen will. Zu diesem Zweck waren Schüler, Eltern, Lehrer und Berufsberater in die «Mobility» eingeladen. Die Jugendlichen konnten entdecken und ausprobieren, was beispielsweise ein Automobil-Mechatroniker, ein Carrossier-Lackierer oder eine Strassentransportfachfrau im Berufsleben erwartet. Am Vormittag war eine Klasse aus Spiegel BE in der «Mobility», am Nachmittag waren weitere rund 25 Jugendliche – und ebenso viele Erwachsene – aus dem ganzen Kanton Bern vor Ort.

«Auch Eltern, Lehrer und Berufsberater sprechen wir mit diesem Workshop an», erklärt Ursula Grütter-Isenschmid von der AGVS-Sektion Bern. «Sie beeinflussen die Berufswahl oftmals ganz entscheidend.»

Praktische Übungen überzeugen

Der AGVS informierte in einer kurzen Präsentation über seine berufliche Grundbildung. Anschliessend wurden in Gruppen zu zehn Teilnehmenden verschiedene praktische Übungen angegangen: Diagnose, Radwechsel und Beleuchtung standen auf dem Programm. «Gerade beim Radwechsel wurde viel gelacht», sagt Ursula Grütter-Isenschmid. Beim Nutzfahrzeugverband Astag konnten sich die Jugendlichen ans Steuer eines LKW setzen, was entsprechend gut ankam; und der Carrossierverband VSCI liess die Workshop-Teilnehmer einen Kotflügel formen und spritzen.

Das Fazit des Tages in den Worten der Jugendlichen: «Autos und Technik faszinieren mich.» – «Carrosserie interessiert mich, weil ich das Sprayen cool fand.» – «Dass man dreckig wird und man etwas mit den Händen machen muss, gefällt mir.» Reaktionen auf einen Workshop, bei dem für einmal die Praxis im Fokus stand und nicht eine Broschüre oder eine Powerpoint-Präsentation. <



Theorie und Praxis gehen beim Workshop Fokus Technik in der Mobility Hand in Hand. (Bilder Arjeta Berisha)



Mit vereinten Kräften: Radwechsel.



Konzentriertes Lauschen und Lernen.



Nicht nur Jugendliche, sondern auch Berufsberater, Lehrpersonen und Eltern folgten der Einladung nach Bern.

Autoberufe.ch

Mehr News, mehr Information, mehr Interaktion

Autoberufe.ch ist die Website des AGVS, die Jugendliche für eine berufliche Grundbildung im Autogewerbe begeistern will. Nach einer umfassenden Modernisierung erstrahlt die Seite im Dezember in neuem Glanz. **Sandro Compagno**, Redaktion

The screenshot shows the homepage of Autoberufe.ch. At the top, there is a navigation bar with the logo, language options (DE | FR | IT), and social media icons. Below the navigation bar is a search bar and a main headline: "Das Schweizer Autogewerbe ist in Bewegung." A featured article titled "Autoberufe: Einsteigen und aufsteigen" is displayed, followed by a grid of job listings. Each listing includes a photo of a person working in the automotive industry, the job title, and the specific specialization. At the bottom, there is a map of Switzerland with a location pin and the text "HIER FINDEST DU DEINE LEHRSTELLE". Below the map is a section for "EVENTS" with a brief description.

Stoneste » Ich interessiere mich für eine Lehre in der Automobilbranche

Autoberufe: Einsteigen und aufsteigen

Immer mehr Menschen und Waren sind auf unseren Strassen unterwegs. Darum steigt die Zahl der Fahrzeuge, die verkauft, repariert und gewartet werden. Automobilistinnen und Automobilisten wollen eine tadellose Beratung, optimale Dienstleistungen und eine qualitativ hochwertige Arbeit. Um diese verantwortungs- und anspruchsvollen Aufgaben zu bewältigen, braucht die Autobranche junge, motivierte Leute, die im Leben vorwärtskommen wollen. Ein Beruf im Autogewerbe bietet dir eine Zukunftsperspektive mit interessanten und attraktiven Entwicklungs- und Aufsteigmöglichkeiten. Hier findest du die Kurzporträts aller beruflichen Grundbildungen im Autogewerbe.

Automobil-Mechatroniker/-in EFZ
Fachrichtung «Personenwagen»

Automobil-Mechatroniker/-in EFZ
Fachrichtung «Nutzfahrzeuge»

Automobil-Fachmann/-frau EFZ
Fachrichtung «Personenwagen»

Automobil-Fachmann/-frau EFZ
Fachrichtung «Nutzfahrzeuge»

Automobil-Assistent/-in EBA

Detailhandelsfachmann/-frau EFZ
Autoteile-Logistik

Detailhandelsassistent/-in EBA
Autoteile-Logistik

Kaufmann EFZ/Kauffrau EFZ
im Automobil-Gewerbe

HIER FINDEST DU DEINE LEHRSTELLE
Hier findest du auf einen Blick alle offenen Lehrstellen im Autogewerbe in deinem Kanton.

EVENTS
Das Autogewerbe kommt zu dir! Raus aus der Werkstatt und hin zu den Jugendlichen lautet unsere Devise. Ob an Berufsmessen, an nationalen und regionalen Events oder an Berufsmesterschaften: Wir zeigen, was wir können, selbstbewusst und zuversichtlich. Denn: Autoberufe haben Zukunft.

■ Sie werden «Digital Natives» oder auch Generation Z genannt: Menschen, die nach dem Jahr 2000 das LED-Licht der Welt erblickten, für die es nicht nur das Internet schon immer gab, sondern auch Smartphones, Tablets und WLAN. Will man diese jungen Leute erreichen, muss man sie dort ansprechen, wo sie sich aufhalten; das kann an Schulen sein, an Ausstellungen oder an Berufsmessen – aber nicht nur. Schon früh erkannte der AGVS, dass diese Generation ihre Informationen hauptsächlich aus dem Internet bezieht.

Das Internet als wichtigste Informationsquelle

Wie wichtig das World Wide Web im Ringen um Talente ist, belegen die Resultate einer Umfrage unter Lehrabgängern im Jahr 2016. Der AGVS wollte wissen, wo sich die jungen Berufsleute vor der Lehre über ihren Beruf informiert hatten. Die häufigsten Antworten lauteten:

1. Internet
2. Berufsmessen
3. Zeitungen/Zeitschriften

Seit 2014 nutzt der Schweizer Garagistenverband autoberufe.ch, um mit Jugendlichen bei der Berufswahl in Kontakt zu treten. Mit der Website spricht der AGVS gezielt junge, am Autogewerbe interessierte Menschen an. Er informiert umfassend über sämtliche Möglichkeiten der beruflichen Grundbildung und der höheren Berufsbildung, publiziert aktuelle Meldungen aus den Bereichen Aus- und Weiterbildung und sucht mit interaktiven Elementen (Blog, Quiz) den Dialog.

Doch nirgends läuft die Zeit schneller als in den unendlichen Weiten des World Wide Web. Hier sind schon drei Jahre eine kleine Ewigkeit, das gilt auch für eine erfolgreiche Website wie autoberufe.ch.

In einer Arbeitsgruppe mit AGVS-Geschäftsleitungsmitglied Olivier Maeder, Arjeta Berisha und Lernenden als Vertreter des Garagistenverbandes sowie Mit-

arbeitenden der Viva AG für Kommunikation wurden im Frühjahr die Leitplanken für die neue Website gesetzt. Die Viva erstellte darauf eine erste Sitemap, die in Abstimmung mit dem AGVS in mehreren Schritten ausgebaut, verfeinert und in den letzten Wochen umgesetzt wurde.

Drei Eingangsportale

Der neue Auftritt ist weit mehr als nur eine optische Auffrischung. Auf der Startseite gibt es neben dem weiterhin prominenten News-Teil drei «Eingangsportale» in die Website: erstens für Jugendliche, die sich für eine berufliche Grundbildung im Autogewerbe interessieren, zweitens für Lernende und drittens für Berufsleute, die sich weiterbilden möchten. Hinter jedem Portal finden sich die für die jeweilige Zielgruppe relevanten Inhalte.

Auch Eltern, Ausbildner sowie Lehrer und Berufsberater finden auf autoberufe.ch nützliche und umfassende Informationen zu den Anforderungen an Lernende und den Karrieremöglichkeiten in einer dynamischen, anspruchsvollen und spannenden Branche.

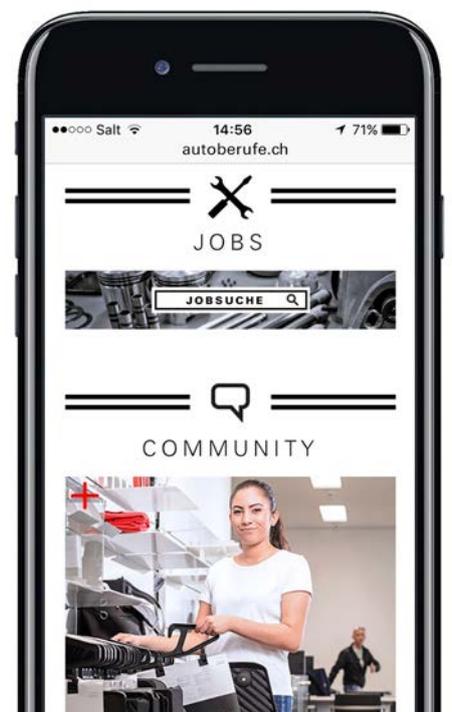
Der News-Teil wurde deutlich entschlackt; er ist kompakter und dadurch aktueller geworden. Verzichtet wurde auf den Slider, der abwechselnd die wichtigsten Nachrichten anzeigte – diese findet der Nutzer nun auf einen Blick. Dass autoberufe.ch neu in den AGVS-Strukturbaum integriert wurde, vereinfacht das Handling der Seite – sowohl für die Redaktion wie auch für die Leserinnen und Leser: Wenn sie einen Begriff im Suchfeld eingeben, dann werden alle AGVS-Seiten nach diesem Begriff durchsucht.

Community aufgewertet

Aufgewertet wird der Dialog mit den Leserinnen und Lesern. Via WhatsApp

können Lernende und junge Berufsleute mit ihrer Community in Verbindung treten, Schnapshots und Impressionen, Gedanken und Ansichten auf die Seite laden und so Kolleginnen und Kollegen an ihrem Arbeitsalltag teilhaben lassen. Ein Blog sowie die Links auf den MechaniXclub sowie die Social-Media-Kanäle von autoberufe.ch komplettieren den Bereich Community.

Spielerisch und ziemlich knifflig wird es unter «Faszination Auto»: Hier wartet ein Quiz auf findige Köpfe mit hoher Frustrationstoleranz. Das – wir wagen zu behaupten – schwierigste Auto-Quiz der Schweiz wird regelmässig aktualisiert. Ein monatlich erscheinender Newsletter rundet das Angebot ab und informiert über Neuigkeiten im Bildungsbereich oder aber, wenn wieder neue Quiz-Fragen für rauchende Köpfe sorgen... <



«Wir zählen auf unsere Lernenden»



Herr Maeder, www.autoberufe.ch erstrahlt in neuem Glanz. Was gefällt Ihnen an der Seite am besten? Olivier Maeder, AGVS-Bereichsleiter Bildung: Mir gefällt die Seite als

Gesamtwerk. Der Informationsgehalt ist hoch, die neuen Interaktionsmöglichkeiten begeistern, die direkten Einstiegsmöglichkeiten für die verschiedenen Zielgruppen und natürlich auch die optisch sehr ansprechende Seite sind weitere Highlights.

Was war der Grund für den Relaunch?

Die bisherige Website war nun mehr als drei Jahre im Einsatz. Dies ist im Internetzeitalter eine lange Zeit. Die Möglichkeiten, die Hauptzielgruppen Schüler und Lernende direkt anzusprechen, waren limitiert. Die Interaktionsmöglichkeiten, wie zum Beispiel der Blog, waren eingeschränkt und vom Handling her nicht mehr zeitgemäss.

Hat sich auch die Ausrichtung geändert?

Die Seite hat ein stärkeres Profil und wird damit die Zielgruppen direkter ansprechen. Auch werden die Zielgruppen Schüler und Lernende mit den weiterbildungsinteressierten Berufsleuten erweitert. Der direkte Einstieg ermöglicht den genannten Zielgruppen das Finden der gewünschten Informationen, ohne lange suchen zu müssen. Zudem werden neu unter www.autoberufe.ch alle Informationen zur AGVS-Berufsbildung zugänglich sein.

Auf www.autoberufe.ch hat es einen grossen Community-Bereich. Wie soll der mit Leben gefüllt werden?

Hier zählen wir auf unsere Lernenden – sie sind die besten Botschafter, um die Schüler für unsere Berufe zu begeistern. Die Lernenden sollen unter anderem über interessante Erlebnisse aus ihrem Arbeitsalltag berichten und den Austausch mit anderen Lernenden und Schülern fördern. Auch werden wir mit spannenden Themen, beispielsweise Events oder Technik, im Community-Bereich die Diskussionen anregen.

17 neue Kundendienstberater mit eidg. Fachausweis

> Feierlicher Anlass in Laupersdorf SO

■ sco. 19 Automobil-Verkaufsberater (AVB) und 17 Kundendienstberater (KDB) – neben 33 Männern auch drei Frauen – durften im September im Eventmuseum Energy Park in Laupersdorf SO ihre eidgenössischen Fachausweise entgegennehmen. Im AUTOINSIDE 11/17 waren die AVB abgebildet, nicht aber die KDB. Dieses Versäumnis soll hiermit nachgeholt werden. Herzliche Gratulation an alle 36 Absolventinnen und Absolventen! <



Die erfolgreichen Kundendienstberater, flankiert von Thomas Jäggi (AGVS/2.v.r.) und Peter Linder (Präsident QSK-KDB, rechts).

Auto Zürich Car Show

«Brain-Village» bleibt bis

Mehr Platz, mehr Lernende, mehr Besucher. Das «Brain-Village» an der Auto Zürich Car Show war ein voller Erfolg.

Sandro Compagno, Redaktion



Hand drauf: Initiant Peter Krieg, Auto-Zürich-Präsident Karl Bieri und Andreas Billeter vom AGVS Zürich bekräftigen die Zukunft des «Brain-Village».

■ Und das war noch nicht alles: Initiant und Organisator Peter Krieg sowie Andreas Billeter vom AGVS Zürich konnten verkünden, dass die Veranstaltung, mit der die Zürcher Garagisten um Lernende werben, für die nächsten drei Jahre gesichert ist. «Präsident Karl Bieri hat stets ein offenes Ohr für die Belange der Aus- und Weiterbildung», dankte Peter Krieg dem Präsidenten der Auto Zürich Car Show für die Unterstützung. Die Ausstellungsfläche im Zelt vor der Messe Zürich hatte sich im Vergleich zum Vorjahr auf 400 Quadratmeter beinahe verdoppelt. Erstmals war auch der Nutzfahrzeugverband Astag Teil des «Brain-Village» – und Peter Krieg denkt noch weiter: «Als Fernziel

möchten wir auch die Carrossiers ins Village bekommen...» Finanziert wird die Veranstaltung neben der der AGVS-Sektion Zürich von verschiedenen Sponsoren aus dem Zuliefererbereich und von Schulen.

Information durch den AGVS

Trotz mehr Fläche standen sich die Besucher und Besucherinnen am Donnerstag und Freitagabend sprichwörtlich auf den Füßen herum. Die AGVS-Vertreter Arnold Schöpfer und Olivier Maeder informierten an zwei Infoveranstaltungen vor jeweils rund 100 Vertretern aus den Zürcher AGVS-Betrieben (Berufsbildner, Betriebs- und Geschäftsleiter) über die Neuerungen in der Berufsbildung.

Insbesondere ging es um die Änderungen der beruflichen Grundbildungen der Automobil-Mechatroniker, Automobil-Fachleute und Automobil-Assistenten ab August 2018.

Mechatroniker, Fachleute und Assistenten kämpften vom 2. bis 5. November um die Zürcher Berufsmeisterschaften. Während vor Jahresfrist – auch wegen der beengten Platzverhältnisse – ein Berufsmeister nur in der «Königsklasse» Automobil-Mechatroniker gekürt wurde, waren 2017 alle technischen Grundbildungen vor Ort. Statt 20 Lernenden massen sich nicht weniger als 60 Teilnehmerinnen und Teilnehmer. «In unserer Branche brauchen wir alle», sagte Peter Krieg. «Wenn in der Saison der Mechatroniker ausschliess-

mindestens 2020

lich Reifen wechselt, dann ist etwas schiefgelaufen.» In der Garage der Zukunft brauche es neben dem Diagnostiker und dem Werkstattchef auch ausführende Berufsleute.

Joel Flückiger Zürcher Berufsmeister

Der neue Zürcher Berufsmeister bei den Automobil-Mechatronikern heisst Joel Flückiger. Der ehemalige Lernende der Emil Frey AG in Zürich-Altstetten setzte sich vor Alexander Luc Suter und Marc Lindauer durch. Eine spannende Kategorie von Lernenden durfte sich am Sonntagnachmittag den Zuschauern präsentieren: Eine Gruppe von Flüchtlingen, die meisten aus Eritrea, die an der Schweizerischen Technischen Fachschule Winterthur (STFW) einen Jahreskurs zur Vorbereitung auf eine Grundbildung im Autogewerbe absolviert. «Das sind anerkannte Flüchtlinge, denen wir eine Plattform bieten wollen», erklärte Andreas Billeter die Aktion des AGVS Zürich. «Viele Garagisten wissen gar nichts von diesen Leuten.» Deren Motivation sei sehr hoch, ergänzte Billeter. Nur die Besten dürfen den Jahreskurs der STFW absolvieren: «Wenn jemand keine Leistung erbringt, muss er den Kurs verlassen.» <



Konzentration: Ein Lernender und sein Experte an der Berufsmeisterschaft.



Das Siegertrio (v.l.) bei den Automobil-Mechatronikern: Alexander Luc Suter (2.), der Zürcher Berufsmeister Joel Flückiger und Marc Lindauer (3.), flankiert von Andreas Billeter und Karl Bieri.

Auto Zürich Car Show

> 58 048 Besucherinnen und Besucher in der Messe Zürich

pd. An der 31. Auto Zürich Car Show trafen Gegensätze aufeinander: Da standen praktische Kleinwagen neben grossen Luxus-SUV oder leistungsstarke Tuningboliden neben emissionsfreien Elektroautos. Auf die Spitze getrieben wurde dieser Gegensatz in Halle 5, wo sich der Stand des Sauber-F1-Teams befand. Mehrmals täglich starteten die Techniker aus Hinwil den Motor ihres Formel-1-Boliden. Ein Spektakel. «Für mich eines der Highlights der diesjährigen Messe», freute sich Auto Zürich-Präsident Karl Bieri. Nur wenige Schritte daneben

stand der lautlose Formel-E-Bolide von Renault, mit dem der Waadtländer Formel-E-Weltmeister Sébastien Buemi in der nächsten Saison seinen Titel zurückholen will. Auch hier war das Besucherinteresse riesengross. Insgesamt 250 Aussteller präsentierten sich und ihre Produkte in Zürich.

Dass die grösste Deutschschweizer Automesse den Spagat zwischen all den Gegensätzen meistert, belegen die offiziellen Besucherzahlen: 58 048 Personen strömten an den vier Messetagen durch die sieben Ausstellungshallen in Zürich Oerlikon. <



Der Besucherandrang war auch bei der 31. Ausgabe der Auto Zürich Car Show gross.



AGVS Business Academy

DEZEMBER

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

Einführung in die kaufmännische Grundbildung in der Branche Automobilgewerbe (BiVo 2012) für Ausbildungsverantwortliche.

> 13. Dezember 2017, Winterthur

JANUAR

Facebook, Xing, Twitter und WhatsApp im Autoverkauf

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

> 24. Januar 2018, Bern

Steigerung der Produktivität und Rentabilität im Aftersales-Geschäft

Am Ende dieses Kurses sind die Teilnehmenden in der Lage, mit den wichtigsten Kennzahlen zu arbeiten und Massnahmen zur Steigerung der Produktivität umzusetzen. Umsätze und Erträge sollen durch mehr Effizienz und damit verrechenbare

Stunden im Aftersales-Geschäft erhöht werden. Zur Unterstützung erhalten die Absolventen Checklisten, Beispiele und ein einfaches Excel-Sheet zur Berechnung und Überwachung der wichtigsten Kennzahlen.

> 31. Januar 2018, Bern

Basisseminar 2018 für Automobil-Verkaufsberater/innen

In zehn Tagen werden die jungen oder angehenden Automobil-Verkaufsberater/innen im Detail mit den eigentlichen Verkaufsbelangen (Verkaufspsychologie, Kommunikation, Verkaufsmethodik) auf ihre tägliche Arbeit vorbereitet. Nebst den direkten Verkaufsfachern erhalten die Kursteilnehmenden wichtige Informationen und Unterlagen zu Teilgebieten, die sie kennen müssen: Versicherungsfragen, Teilzahlung/Leasing, Mehrwertsteuer, Occasionswagenbewertung, Rechtskenntnisse.

> Zehn Tage, Start Montag, 22. Januar 2018, Bern

FEBRUAR

Videotraining im Autoverkauf – wie Sie das praktisch und einfach umsetzen

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

> 1. Februar 2018, Bern

Formation turbo pour vendeur auto 2018, dix jours

La communication avec l'autre, la conquête et la fidélisation de la clientèle ainsi que la technique de vente constituent l'essentiel de cette formation intensive. Il s'agit d'une formation moderne, vivante, animée par des intervenants qui sont tous professionnels de leur branche.

> Du 29 janvier au 9 février 2018 à Paudex

MÄRZ**MwSt.-Grundkurs**

Der Grundkurs ist eine aktuelle, praxisnahe Einführung in die Mehrwertsteuer im Automobilgewerbe unter Anwendung von Fallbeispielen. Der Tageskurs soll den Teilnehmenden 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**

MAI**MwSt.-Fortsetzungs- und -Vertiefungskurs**

Der Fortsetzungs- und Vertiefungskurs MwSt. soll bei den Teilnehmenden die korrekte Anwendung der Mehrwertsteuer fördern. Anhand kurzer praxisbezogener Fallbeispiele und im Dialog mit dem Referenten kann das Wissen vertieft werden. Voraussetzung ist der Grundkurs.

> **15. Mai 2018, Winterthur**

Occasionsmanagement

Für Automobilverkaufsberater, Geschäftsführer und Inhaber: Ausstellung sowie Präsentation der Occasionen. Es wird der

gesamte Eintauschprozess erarbeitet: Bestandesmanagement von Occasionen, dynamische Preisstrategie anhand von Beispielen auf den Internetplattformen aufzeigen und erarbeiten. CRM-Kunden gewinnen und Kundenbindung sind weitere Schlaglichter.

> **16. 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 ; CRM : gagner et fidéliser les clients.

> **17 mai 2018, Berne**

AUGUST**Automobil-Verkaufsberater/in mit eidg. Fachausweis**

Verkaufsberater sind gefordert. Sie wirken als Mobilitäts- und Finanzberater in einer Person. Eine persönliche Weiterbildung ist deshalb unabdingbar. Diese branchenspezifische Weiterbildung unterstützt dabei, in der täglichen Arbeit verkaufsmarktorientiert und betriebswirtschaftlich zu denken und zu handeln. Der Lehrgang umfasst acht Module, die einzeln abgeschlossen werden. Sind alle Module erfolgreich bestanden, steht der Weg offen, den eidgenössischen Fachausweis zu erlangen.

> **Start Lehrgang: August 2018, Bern (drei Semester, berufsbegleitend)**

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

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

EDUQUA



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



The Real Car Wash Factory!
Engineered for the future...
für Ihren Erfolg!

Be different, be better!

Tel. +41 56 648 70 80
verkauf-ch@christ-ag.com
www.christ-ag.com



Christ
WASH SYSTEMS



Aktuelle regionale Veranstaltungen zur Aus- und Weiterbildung im Automobilgewerbe

AARGAU

Automobildiagnostiker

Informationsabend:

Mittwoch, 24. Januar 2018, 18.00 Uhr,
Start: Mittwoch, 5. September 2018,
Weiterbildungszentrum Lenzburg
> www.wbzlenzburg.ch

Betriebswirt im Automobilgewerbe

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

BERN

Kundendienstberater

Kursstart: Mittwoch, 31. Januar 2018,
GIBB Bern
> www.gibb.ch

Automobil-Verkaufsberater

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

Automobildiagnostiker

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

Betriebswirt im Automobilgewerbe

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

Automobil-Werkstattkoordinator

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

CHUR/ZIEGELBRÜCKE

Automobildiagnostiker

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

Informationsabende:

15. März 2018, 19.00 Uhr,
Berufsschule Ziegelbrücke,
16. März 2018, 19.00 Uhr,
AGVS Ausbildungszentrum, Chur

HORW

Automobildiagnostiker und Automobil-Werkstattkoordinator

Informationsabende ab 18 Uhr:

16. November 2017, 13. Dezember 2017,
22. Februar 2018,
Start Vorbereitungskurs: August 2018,
AGVS Ausbildungszentrum Horw
> www.agvs-zs.ch

ST. GALLEN

Automobildiagnostiker

Lehgangsstart: August 2018;
neu mit Einführungstagen,
AGVS Ausbildungszentrum St. Gallen
> Infoanlässe siehe www.agvs-abz.ch

THURGAU

Automobildiagnostiker

Lehgangsstart: August 2018,
Gewerbliches Bildungszentrum Weinfelden
> eb.gb.w.ch

WINTERTHUR

Kundendienstberater im Automobilgewerbe

Start Lehrgang: 12. Januar 2018,
STF Winterthur
> www.stfw.ch/akb

Informationsanlass

Weiterbildungen im Automobilgewerbe

Dienstag, 16. Januar 2018, 19.00 bis 20.30 Uhr,
STF Winterthur (STFW)

Betriebswirt im Automobilgewerbe

Start Lehrgang: 22. August 2018,
STF Winterthur (STFW)
> www.stfw.ch/abwa

Automobildiagnostiker

Automobil-Werkstattkoordinator

Start Lehrgang: 5./6. September 2018,
STF Winterthur (STFW)
> www.stfw.ch/ad / www.stfw.ch/adwo

Automobil-Verkaufsberater

Start Lehrgang: 21. August 2018,
STF Winterthur (STFW)
> www.stfw.ch/aavb

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 Weiter-
bildungen unter
www.agvs-upsa.ch/de/berufsbildung/hoehere-berufsbildung



ZÜRICH

Informationsanlass**Weiterbildungen im Automobilgewerbe**

Montag, 4. Dezember 2017,
Dienstag, 16. Januar 2018,
18.30 bis 20.30 Uhr,
TBZ Zürich

> www.tbz.ch/weiterbildung/automobiltechnik

Betriebswirt im Automobilgewerbe

Start nach neuem Konzept: 23. Februar 2018,
TBZ Zürich

> www.tbz.ch/weiterbildung/automobiltechnik

Lehrgang Fahrzeugrestaurator

Fachrichtung Automobiltechnik (2018)
Fachrichtung Carrosseriespenglerei (2019)
Fachrichtung Carrosserielackierei (2018)

Die nächsten Lehrgänge starten Anfang
2018, Anmeldungen und Informationen:

> www.fahrzeugrestaurator.ch

ROMANDIE

Diagnosticien d'automobiles

Prochaine session: janvier 2018,
cours du soir et samedi,
Centre de formation UPSA-Vaud,
Yverdon-les-Bains

> www.formation.upsa-vaud.ch

Diplôme fédéral de gestionnaire d'entreprise de la branche automobile

Prochaine session: 18.04.2018 – 02.05.2020,
Centre Patronal de Paudex

> www.romandieformation.ch

Brevet fédéral de conseiller de vente en automobile

Prochaine session: 25.04.2018 – 27.11.2019,
Centre Patronal de Paudex

> www.romandieformation.ch

Brevet fédéral de coordinateur d'atelier automobile UPSA

Séance d'information: 20.03.2018, 18h,
prochaine session: 10.09.2018 - 30.06.2019,
Centre Patronal de Paudex

> www.romandieformation.ch

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

Séance d'information: 18.04.2018, 18h,
prochaine session Printemps 2020,
Centre Patronal de Paudex

> www.romandieformation.ch

VALAIS

Diplôme fédéral de gestionnaire d'entreprise de la branche automobile

Prochaine session: 21.02.2018,
Centre valaisan de perfectionnement
continu, Sion

> www.cvpc.ch

Diagnosticien d'automobiles

Prochaine session: automne 2018,
École Professionnelle Technique et des
Métiers, Sion

> www.formationcontinuevalais.ch

Coordinateur d'atelier automobile

Prochaine session: automne 2018,
École Professionnelle Technique et des
Métiers, Sion

> www.formationcontinuevalais.ch

HINTER UNS LIEGEN **15 JAHRE**
ERFOLGREICHE ZUSAMMENARBEIT.



Erfolg bedeutet für uns langjährige Zusammenarbeit und Loyalität. Nach 100'000 Kunden- und Partnerbesuchen, 1'000'000 erstellten Policen und 350'000 regulierten Schadenfällen feiern wir nun unser 15-jähriges Bestehen. Für Ihr Vertrauen in unsere Produkte und Services möchten wir uns herzlich bedanken. Gerne stehen wir Ihnen unzählige weitere Jahre mit unseren vielseitigen Dienstleistungen zur Seite!

© Quality1 AG, Bubikon, 4/2017



Bremssysteme für Nutzfahrzeuge

Die perfekte Regelung

Das «Elektronisch geregelte Bremssystem» (EBS) für Nutzfahrzeuge und Busse ist in gewissem Sinn mit dem «Elektronischen Stabilitätsprogramm» (ESP) in Personenwagen zu vergleichen. In diesem Artikel stehen insbesondere die Funktionsweise bei normaler Bremsung sowie die Verzögerungsregelung mit Differenzschlupfregelung im Fokus. **Harry Pfister**, auto&wissen

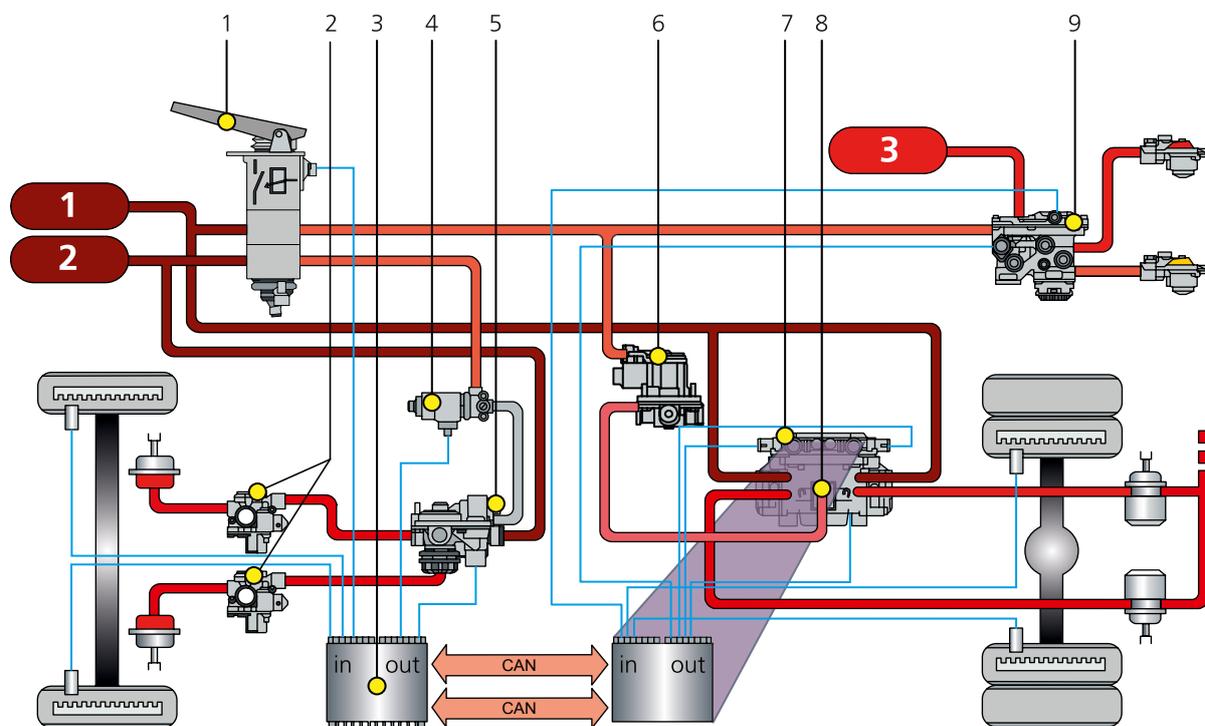


Bild 1: EBS mit den wichtigsten Einzelkomponenten: 1 Bremswertgeber, 2 ABS-Magnetventile VA, 3 EBS-Steuergerät, 4 Redundanzsperrventil VA, 5 Proportional-Relaisventil, 6 Reduzierventil, 7 Achsmodulator HA, 8 Integriertes Redundanzventil, 9 EBS-Anhängersteuerventil.

■ Das elektronische Bremssystem (EBS) in Nutzfahrzeugen und Bussen soll dem Chauffeur ein Bremsverhalten – unabhängig von der Gesamtmasse und Verteilung der Ladung – wie in einem Personenwagen vermitteln. Um dies zu erreichen, wird der konventionellen pneumatischen Druckluftbremsanlage ein elektronischer Regelkreis überlagert. Grundsätzlich entsprechen die Druckerzeugung, die -speicherung und die -sicherung einer herkömmlichen Druckluftbremsanlage. Diverse elektrische und elektronische Komponenten ergänzen die pneumatischen Systeme. Zusätzlich zu den im **Bild 1** aufgeführten Bauteilen wird das EBS ergänzt durch:

- Raddrehzahlsensoren an Vorder- und Hinterachse (bereits bei Druckluftbremsanlagen mit ABS vorhanden)
- Verschleissensensoren an jeder Bremse
- Beladungssensor (optional)
- CAN-Bus

Mithilfe der gesamten Einrichtung ergeben sich gegenüber der normalen Druckluftbremsanlage ein schnellerer und zeitgleicher Druckaufbau in allen Bremszylindern. Die Bremswirkung ist unabhängig von der Beladung und lässt sich feinfühler dosieren. Zugfahrzeug und Anhänger bremsen aufeinander abgestimmt, sodass kein Teil der Zugkomposition für den anderen Teil mitbremsen muss. Zudem ist der Belagsverschleiss pro Achse am gesamten Zug gleichmässiger.

Zusätzliche Funktionen

Mit EBS ausgestattete Fahrzeuge ermöglichen folgende zusätzliche Funktionen:

- Elektronische Bremskraftverteilung bei Solofahrten oder Anhängerbetrieb
- Reibschlussabhängige Bremskraftverteilung
- Zusätzliche «elektrische» Anhängersteuerung via CAN
- Verschleissanpassung der Bremsen

- Automatische Integration der Dauerbremsen im EBS-Management
- Antiblockiersystem (ABS)
- Elektronische Stabilitätsregelung (ESP)
- Spurassistent (OnLane)
- Antriebsschlupfregelung (ASR)
- Kippschutz (ROP) für Auflieger und Anhänger
- Abstandsregeltempomat
- Rollsperr (Hill Holder)
- Panikbremse
- Vereinfachte Diagnose

Bremswertgeber

Bei normaler Bremsung (Fahrerbremswunsch) sendet der Bremswertgeber über Schalter und Wegsensoren seine Daten zum EBS-Steuergerät. Der Bremswertgeber besteht aus einem pneumatischen und einem elektrischen Teil. Im Normalfall erfassen Mikroschalter die Bremspedalbetätigung und Sensoren den Pedalweg. Im Redundanzfall – falls das EBS ausfällt – leiten die

Bremsventile im pneumatischen Teil des Bremswertgebers die Steuerdrücke an die Achsen.

Aufgrund der Schalterstellung des Bremswertgebers veranlasst das Steuergerät das Redundanzsperrventil der Vorderachse, die pneumatische Verbindung vom Bremswertgeber zum Proportional-Relaisventil abzusperren. Die Informationen der Raddrehzahlsensoren werden im Steuergerät in Ist-Verzögerungswerte umgerechnet. Dieses steuert nun das Proportional-Relaisventil an, das den Druck in die Bremszylinder der Vorderachse einsteuert. Zeitgleich wird der Befehl zur Bremsdruckaussteuerung vom EBS-Steuergerät via CAN-Bus an den Achsmodulator der Hinterachse übertragen.

Der Datenbus ist zur Sicherheit doppelt ausgeführt. Der Achsmodulator steuert das integrierte Redundanzventil an und verschliesst die pneumatische Verbindung vom Bremsventil zum Achsmodulator. Der Achsmodulator steuert nun den Bremsdruck an die Bremszylinder der Hinterachse.

Bei einer Abbremsung mit Anhänger ergibt sich folgender Ablauf: Das Steuergerät berechnet in Abhängigkeit von der Verzögerungsvorgabe im Zugfahrzeug den Soll-Druck für die Anhängersteuerung. Das pneumatische Signal vom Bremswertgeber wird dagegen im EBS-Anhängersteuerventil unterdrückt. Das Anhängersteuerventil gibt also den Steuerdruck gemäss elektrischer Vorgabe am Kupplungskopf «Brems» (gelb) aus. Parallel dazu wird der Wert des Steuerdruckes via CAN über die elektrische Steck-

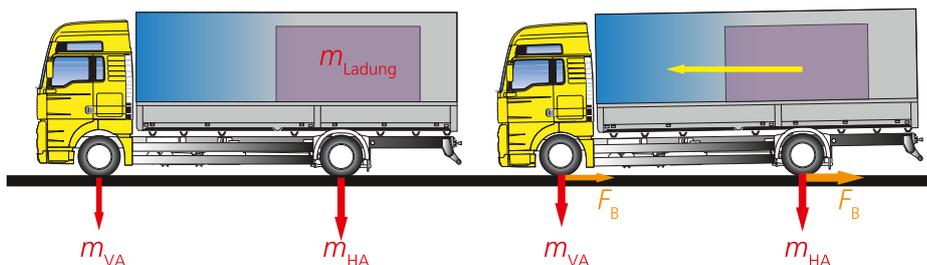


Bild 3: Zusätzlich zur statischen Last (m_{Ladung}) wirkt beim Bremsen die dynamische Achslastverlagerung. Die Bremskräfte F_B müssen angepasst werden, damit der gleiche Schlupf an allen Achsen vorhanden ist. Die Schlupfdifferenz muss = 0 sein.

verbindung ISO 7638 dem Anhänger zur Verfügung gestellt. Über den Kupplungskopf «Vorrat» (rot) wird der Anhänger – auch ohne Bremsbetätigung – andauernd mit Vorratsdruck versorgt.

Verzögerung a

Der Regelkreis der Verzögerungsregelung läuft auf mehreren Ebenen ab (**Bild 2**). Der Fahrer fordert über das Bremspedal (Bremswertgeber) die notwendige Verzögerung a vom Bremssystem an. Die Verzögerungsregelung im EBS-Steuergerät bremst das Fahrzeug ab. Dabei verfolgt die Regelung stets die Abnahme der Geschwindigkeit v in der Zeit t und regelt so die Bremsanlage, dass die Verzögerung a erreicht wird.

Allerdings muss die Bremsanlage die Bremskraft auf die Vorder- und Hinterachse verteilen. Dies wird mithilfe der Differenzschlupfregelung ausgeführt. An der Vorderachse erfolgt dies mit dem Proportional-Relaisventil und an den Hinterachsen über den Achsmodulator. Bei Omnibussen sind es gegebenenfalls mehrere Achsmodulatoren.

Um eine Rückmeldung für die Differenzschlupfregelung zu erhalten, werden die Drehzahlen der Räder erfasst und der Bremsdruck an den Achsen entsprechend eingestellt. Gleichzeitig werden die Bremsdruckwerte an das EBS-Steuergerät übertragen und in der lernfähigen Elektronik abgespeichert. Solange der Ist-Wert kleiner als der Soll-Wert für die Verzögerung ist, wird der Bremsdruck gesteigert. Überschreitet der Ist-Wert den Soll-Wert, wird der Bremsdruck gesenkt. Ein grösserer Ist-Wert kann auftreten, wenn zum Beispiel der Fahrer die Dauerbremsanlage zusätzlich betätigt. Wird die gewünschte Verzö-

gerung erreicht, wird der Druckanstieg gestoppt und der Bremsdruck gehalten. Der Fahrer kann jederzeit durch mehr oder weniger Druck auf das Bremspedal eine grössere oder kleinere Verzögerung als neuen Soll-Wert für die Verzögerung vorgeben.

Dynamische Achslastverlagerung

Die Differenzschlupfregelung ist zum Beispiel nötig, um den verschiedenen Belastungszuständen gerecht zu werden. Es ergeben sich somit unterschiedliche Achslasten (**Bild 3**). Bei beladenem Fahrzeug muss die Bremskraft an der Hinterachse grösser als an der Vorderachse sein.

Während des Bremsvorgangs ergibt sich eine dynamische Achslastverlagerung. Die Vorderachse wird stärker belastet, die Hinterachse entlastet. Dabei nickt das Fahrzeug an der Vorderachse ein. Deshalb muss die Bremskraft so angepasst werden, dass die Verzögerung als Soll-Wert weiterhin eingehalten wird. Bei konventionellen Bremsanlagen erfolgt dies durch den automatisch lastabhängigen Bremskraftregler (ALB). Beim EBS wird diese Funktion durch die permanente Messung des Radschlupfs mithilfe der Raddrehzahlsensoren umgesetzt. Anhand der Raddrehzahldifferenzen zwischen Vorder- und Hinterachse(n) werden die Bremsdrücke angepasst. <

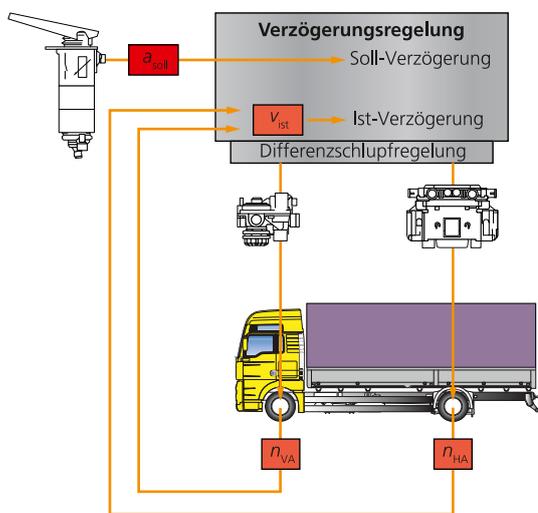


Bild 2: Im EBS ist eine Verzögerungs- und Differenzschlupfregelung integriert. Der Fahrerwunsch wird in einem geschlossenen Regelkreis den Bedingungen angepasst.



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

Rechtsdienst

Händlerschilder – so geht es

Das Benutzen von Händlerschildern im In- und Ausland führt immer wieder zu Unsicherheiten. Der AGVS hat die häufigsten Fragen gesammelt. Der Rechtsdienst gibt Auskunft. **Olivia Solari**, AGVS



Mit Händlerschildern versehene Fahrzeuge können Kaufinteressenten für Probefahrten ohne Begleitung überlassen werden. Der Garagist muss aber ein zwei Jahre aufzubewahrendes Verzeichnis über solche Fahrten führen.

■ An wen werden Händlerschilder ausgestellt?

Händlerschilder werden grundsätzlich nur solchen Betrieben ausgestellt, die unter Anhang 4 der Verkehrsversicherungsverordnung (VVV) fallen und damit die erforderliche Betriebsgrösse erfüllen. Damit wird klargestellt, dass nur hobby-mässig geführte Betriebe keinen Anspruch auf Händlerschilder haben.

Wer darf ein Händlerschild benutzen?

Gemäss Art. 25 Abs. 1 VVV darf ein Händlerschild nur benutzt werden, wenn der Inhaber oder ein Angestellter des Betriebs entweder selbst fährt oder bei der Fahrt anwesend ist. Zusätzlich ist es den Familienangehörigen der Betriebsinhaber und Betriebsleiter erlaubt, ein Händlerschild zu verwenden. Wenn eine Überführung im Interesse des Betriebs ist, kann eine vom Betriebsleiter beauftragte Person das Händler-

schild verwenden. Das Fahrzeug muss in diesem Fall aber selbst geführt werden (Art. 25 Abs. 2 VVV). Überdies können mit Händlerschildern versehene Fahrzeuge Kaufinteressenten für Probefahrten ohne Begleitung überlassen werden, wenn das Fahrzeug betriebssicher ist und den Vorschriften entspricht. Der Betriebsinhaber hat über solche Fahrten ein Verzeichnis zu führen, das mindestens zwei Jahre aufzubewahren ist (Art. 25 Abs. 3 VVV).

Darf ich mit einem Händlerschild ins Ausland fahren?

Zollrechtlich würde der Fahrt ins Ausland nichts im Weg stehen. Es gibt aber verkehrsrechtliche Einschränkungen: Im internationalen Kraftfahrzeugverkehr sind nämlich nur Fahrzeuge zugelassen, an die eine ausländische staatliche Behörde (Strassenverkehrsamt) ein Kennzeichen zugeteilt hat.

Das trifft auf Händlerschilder nicht zu. Denn diese werden nicht durch einen hoheitlichen Akt, sondern durch den Händler zugeteilt. Daher rät der AGVS von jeglichen Auslandsfahrten mit Händlerschildern dringend ab.

Darf ich an Sonntagen respektive Feiertagen in keinem Fall mit einem Händlerschild fahren?

Ein Fahrzeug mit Händlerschild darf auch am Sonntag vom Betriebsinhaber, einem Angestellten des Betriebs oder den Familienangehörigen des Betriebsinhabers benutzt werden.

Benötige ich trotz Händlerschild eine Autobahnvignette?

Grundsätzlich sind Motorfahrzeuge und Anhänger mit einem Gesamtgewicht bis zu 3,5 Tonnen vignettenpflichtig. An Werktagen sind Fahrzeuge mit Händlerschildern von dieser Pflicht ausgenommen. Zu beachten ist, dass der Sonntag gemäss Definition kein Werktag ist. Genauso verhält es sich mit Feiertagen. Da die Kantone unterschiedliche Feiertage anerkennen, gilt es, im Vorfeld zu prüfen, ob allenfalls in einem anderen Kanton ein Feiertag ist. Das Anbringen einer Vignette ist deshalb auch an Fahrzeugen mit Händlerschildern empfehlenswert, um eine saftige Busse zu vermeiden. <

Noch Fragen?

Das Fact Sheet «Händlerschilder» steht auf der Website des AGVS zum Download bereit. Mitglieder, die weitere Fragen zu diesem Thema haben, können sich gerne an den Rechtsdienst des AGVS wenden.

**Olivia Solari, Telefon 031 307 15 15,
E-Mail rechtsdienst@agvs-upsa.ch**

Ebenfalls auf der Website zu finden ist die geltende bundesrätliche Verkehrsversicherungsverordnung vom 8. Mai 2005.

www.agvs-upsa.ch/de/dienstleistungen/recht-und-steuern/probefahrten-haendlerschilder

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



ÖLWECHSELKITS UND ÖLE FÜR ZF-AUTOMATGETRIEBE. WIRTSCHAFTLICH. EFFIZIENT. EINFACH.

Optimale Lösung für einen perfekten Getriebeölwechsel. Alles, was Sie brauchen, finden Sie in einem Paket. Passend zusammengestellt für den jeweiligen Getriebetyp – bis hin zum exakt abgestimmten Getriebeöl ZF-LIFEGUARDFLUID.
ZF-Ölwechselkits: das gute Gefühl, mit der Originalqualität von ZF unterwegs zu sein. www.zf.com/ersatzteile





Suva

Prämienmassnahmen 2018

Für 2018 können die Betriebe der Klasse 13D (Landfahrzeuge und Baumaschinen «Instandhaltung») in der Berufsunfallversicherung mehrheitlich mit einem unveränderten Nettoprämienatz rechnen. Weil die Ausgleichsreserven wieder im Zielband sind, fällt die ausserordentliche Reduktion weg, die 2017 die Zuschläge um fünf Prozent senkte. **Suva**

■ Im Unterklassenteil 13D A0 (Unterhalt von leichten Motorfahrzeugen) bleibt der Basisprämienatz in der Berufsunfallversicherung BUV unverändert. Er liegt bei 0,7400 Prozent netto. Um eine Stufe sinkt dagegen der Basisprämienatz im Unterklassenteil 13D B0 (Unterhalt von schweren Motorfahrzeugen und Hubstaplern). Neu beträgt er 0,9910 Prozent netto. Die Prämien der Betriebe, die nach dem Bonus-Malus-System bewertet werden oder erfahrungstariert sind, weisen eine individuelle Entwicklung auf. Die Anzahl Betriebe mit Erhöhung, Senkung respektive keiner Veränderung der Prämienätze sieht wie folgt aus:

Unter-klassenteil	Bezeichnung	Anzahl Betriebe		
		Mit Senkung	Keine Veränderung	Mit Erhöhung
A0	Unterhalt von leichten Motorfahrzeugen	505	6892	252
B0	Unterhalt von schweren Motorfahrzeugen und Hubstaplern	203	56	19

Ausgleichsreserven im Zielband

Ausgleichsreserven dienen dem Ausgleich von Schwankungen der Versicherungsergebnisse. Die Suva bildet Ausgleichsreserven, um in wirtschaftlich schlechten Zeiten auf unmittelbare Prämienatzserhöhungen verzichten zu können bzw. diese sehr moderat zu gestalten. Weil im vergangenen Jahr die Zielhöhe von 35 Prozent einer BUV-Jahresnettoprämie der Klasse 13D überschritten war, wird mit der Prämie 2017 ein Teil dieses Überschusses abgebaut. Konkret bedeutete dies, dass alle versicherten Betriebe der Klasse 13D von einer ausserordentlichen Reduktion der Zuschläge auf dem BUV-Nettoprämienatz von 5 Prozent profitierten. Mit dem Abbau im laufenden Jahr sind die BUV-Ausgleichsreserven der Klasse 13D wieder im Zielband. Damit fällt für 2018 diese Reduktion weg.

Unverändert bleiben die Prämienzuschläge. Das heisst, wie schon 2017 erhebt die Suva 2018 keinen Zuschlag für den Teuerungsausgleich.

Erhöhung in der Nichtberufsunfallversicherung

In der Nichtberufsunfallversicherung NBUV steigt der Basisprämienatz um eine Stufe an. Neu beträgt er 1,9630 Prozent netto. Die Basisbetriebe sowie Betriebe mit individueller Prämienentwicklung aufgrund des Bonus-Malus-Systems respektive der Erfahrungstariertung führen in der NBUV der Klasse 13D zu folgenden Veränderungen:

Unter-klassenteil	Bezeichnung	Anzahl Betriebe		
		Mit Senkung	Keine Veränderung	Mit Erhöhung
A0	Unterhalt von leichten Motorfahrzeugen	63	583	7003
B0	Unterhalt von schweren Motorfahrzeugen und Hubstaplern	8	50	220

Prävention im Zentrum

Prävention ist ein wesentlicher Faktor, um die Prämie zu beeinflussen. Mit erfolgreicher Prävention lassen sich Unfälle und somit menschliches Leid und Kosten verhindern. Deswegen setzt die Suva mit ihrer neuen Strategie die Prävention ins Zentrum. Zusammen mit Versicherung und Rehabilitation bildet sie wie bisher das Modell Suva. Für die erfolgreiche Prävention, um die Zahl der Unfälle zu reduzieren, kann jeder Betrieb einen Beitrag leisten und sich für die Sicherheit engagieren. <



Weitere Infos unter:
www.sicherheits-charta.ch

Zeichen und Wunder

Die Mehrwertsteuer sinkt

Am 24. September 2017 haben die Schweizer Stimmberechtigten die Vorlage «Altersvorsorge 2020» an der Urne abgelehnt. Das hat zur Folge, dass die Mehrwertsteuersätze zum ersten Mal seit Einführung im Jahr 1995 sinken werden. **Andreas Kohli, Figas**

	Normalsatz	Sondersatz Beherbergung	Reduzierter Satz
Aktuelle Steuersätze	8,0%	3,8%	2,5%
– Auslaufende IV-Zusatzfinanzierung 31.12.2017	–0,4%	–0,2%	–0,1%
+ Steuererhöhung FABI 01.01.2018 - 31.12.2030	0,1%	0,1%	0,1%
Neue Steuersätze ab 01.01.2018	7,7%	3,7%	2,5%

■ Am 1. Januar 2018 tritt die Teilrevision des Mehrwertsteuergesetzes in Kraft. Die Änderungen betreffen verschiedene Punkte in den Bereichen Steuerpflicht, Steuerausnahmen, Verfahren und Datenschutz. Auch das Fahrzeuggewerbe ist teilweise davon betroffen. Was bedeutet die Senkung der Mehrwertsteuersätze für die Steuerpflichtigen?

Anpassungen der Software-Lösungen

Eine Anpassung der Steuersätze ist nicht neu. Die aktuelle Änderung ist nach 1996, 1999, 2001 und 2011 bereits die fünfte Modifikation der Mehrwertsteuersätze. Daher sind die meisten ERP-Systeme gut auf den Wechsel vorbereitet. Da jedoch die Zeit für die Umstellung drängt, empfiehlt es sich, rasch mit dem Software-Lieferanten Kontakt aufzunehmen.

Rechnungsstellung

Wie bei den letzten Steuersatzanpassungen ist grundsätzlich der Zeitpunkt bzw. der Zeitraum der Lieferung oder Leistungserbringung für den anzuwendenden Steuersatz massgebend. Die Rechnungsstellung oder der Zahlungseingang bei der Abrechnung nach vereinnahmtem Entgelt ist dabei unerheblich.

Beispiel 1: Die X-AG liefert dem Kunden Y am 28.12.2017 ein Fahrzeug, Rechnungsstellung erfolgt am 04.01.2018, Zahlungseingang am 05.01.2018. Die Rechnung ist mit 8,0 Prozent Mehrwertsteuer auszustellen, da die Lieferung noch im Jahr 2017 erfolgt.

Beispiel 2: Die Y-AG stellt dem Kunden am 28.12.2017 eine Vorausrechnung für eine Fahrzeuglieferung im Januar 2018. Zahlungseingang am 04.01.2018. Das Fahrzeug wird am 05.02.2018 ausgeliefert. Die Vorausrechnung ist mit dem neuen Satz von 7,7 Prozent auszustellen, da die Lieferung erst 2018 erfolgt.

Leistungen, die zu alten und zu neuen Sätzen zu versteuern sind, können in der gleichen Rechnung fakturiert werden. Das Datum oder der Zeitraum der Rechnung müssen allerdings klar ersichtlich sein. Ist die Leistung nicht klar abgegrenzt, ist die gesamte Leistung zum alten, das heisst zum höheren, Satz steuerbar. Bei den vergangenen Steuersatzanpassungen war bei fehlender Abgrenzung jeweils der neue, ebenfalls höhere, Satz anwendbar. Die Steuerbehörde verfährt hier also ganz nach dem Grundsatz «in dubio pro fisco».

Knacknuss periodische Leistungen

Das oben beschriebene Prinzip der Leistungsabgrenzung gilt auch für periodische Leistungen (Abonnemente, Wartungsverträge, optierte Mietverträge etc.). So ist eine periodische Leistung, die sich von 2017 ins 2018 erstreckt, aufzuteilen.

Beispiel 3: Der Kunde K hat mit der W-AG ein Wartungsabonnement für die Laufzeit vom 01.10. bis 30.09. abgeschlossen. Am 29.09. stellt die W-AG eine Rechnung für die Periode 2017/18. Die Rechnung ist aufzuteilen in die Perioden 01.10. bis 31.12.2017 (8,0%) und 01.01. bis 30.09.2018 (7,7%).

Eine Knacknuss stellen dabei periodische Rechnungen dar, die bereits vor dem 24.09., also vor der Ablehnung der Mehrwertsteuersatzerhöhung, ausgestellt worden sind.

Beispiel 4: Die S-AG hat mit dem Fussballverein F einen Sponsoringvertrag abgeschlossen, Laufzeit 01.07. bis 30.06. Am 30.05.2017 wurde die entsprechende Rechnung für die Periode 2017/18 verschickt, inkl. 8,0 Prozent Mehrwertsteuer. Aufgrund der Steuersatzanpassung per 01.01.2018 wären die Leistungen ab 01.01.2018 allerdings nur noch mit 7,7 Prozent steuerbar. Kann oder muss der Fussballverein F der S-AG eine entsprechende Gutschrift erteilen, obwohl auf der Rechnung 8,0 Prozent Mehrwertsteuer ausgewiesen ist? Diese und ähnliche Fragen müssen durch die ESTV noch beantwortet werden.

Fazit

Auch wenn bei Mehrwertsteuersatzanpassungen mittlerweile eine gewisse Routine Einzug gehalten hat, stellen solche Veränderungen eine Unternehmung immer wieder vor grössere Herausforderungen. Die IT-Systeme müssen angepasst werden, Preislisten sind zu überarbeiten und auch die Mitarbeitenden und Kunden sind an die neue Situation heranzuführen. Der sehr enge Fahrplan bedingt ein rasches Handeln und lässt praktisch keine Testphase zu. Die Unternehmung ist daher gut beraten, sich so schnell wie möglich mit der Umsetzung zu befassen. Gerne sei an dieser Stelle nochmals auf die Videoserie unter www.figas.ch verwiesen. <



Weitere Infos unter:
www.figas.ch



Umweltinspektorat

Die Kontrolle trifft jeden

Der AGVS betreibt im Auftrag der Kantone ein eigenes Umweltinspektorat. Dabei wird der Umgang mit wassergefährdenden Flüssigkeiten respektive die korrekte Entsorgung von Abfällen überprüft. Über das Umweltinspektorat werden sowohl AGVS-Mitglieder als auch andere Betriebe im Auto- und Transportgewerbe kontrolliert. Das sorgt für eine Gleichbehandlung unabhängig von einer Mitgliedschaft im AGVS. **Tatjana Kistler**, Redaktion

■ Für ein professionelles Umweltinspektorat für die Kontrolle der Lagerung von wassergefährdenden Flüssigkeiten oder etwa beim Thema Abfallentsorgung fehlten der öffentlichen Hand oft Geld und Ressourcen. «So wurden die Administration und die Durchführung der Kontrollen an das Umweltinspektorat des AGVS ausgelagert», erklärt Markus Peter, Leiter Technik & Umwelt. Der Lösungsvorschlag des Branchenverbands fand bereits bei vielen kantonalen Behörden Anklang. «Bei unserem Vorschlag zur Privatisierung standen mehrere Überlegungen im Vordergrund: die Entlastung der Kantone bei zeitlichen und finanziellen Engpässen, ein möglichst einheitlicher Vollzug in der ganzen Schweiz und natürlich eine möglichst kostengünstige Lösung für die Betriebsinhaber», erörtert Peter weiter.

Auch Nicht-Mitglieder werden kontrolliert

Daraus entstand bereits vor mehr als zwei Dekaden in Kooperation mit den Kantonen Aargau, Solothurn, St. Gallen und Zürich das Umweltinspektorat, kurz UWI. Dieses zeichnet für die gesamte Administration der Kontrollen verantwortlich. «Die Durchführung selbst übertragen wir aber an vertraglich gebundene Kontrollfirmen», ergänzt Markus Peter. Und diese, so ein oft beim AGVS angebrachtes Vorurteil, besuchen nicht etwa ausschliesslich AGVS-Mitglieder. «Da unser Umweltinspektorat quasi als eigene Organisation innerhalb der AGVS-Geschäftsstelle fungiert, haben wir natürlich auch Nicht-Mitgliedsbetriebe zu kontrollieren», stellt der Fachmann klar. Von der Inspektion sind somit alle autogewerblichen Betriebe tangiert, namentlich Autoreparatur-, Carrosserie-, Lackier-, Transport-, Landmaschinen- und Baumaschinenbetriebe. Hinzu kommen Bauwerk- wie auch kantonale und gemeindeeigene Werkhöfe.

So funktioniert die jährliche Kontrolle

Das Umweltinspektorat des AGVS wird laufend von den Partnerkantonen über Änderungen bei den Betrieben informiert, «So haben wir die Möglichkeit, mit einem Betriebsinhaber Kontakt aufzunehmen, um ihn über Pflichten und Arbeitsweisen des Inspektorats sowie über die Kontrollfirmen zu informieren.» Steht eine Kontrolle an, meldet der Garageninhaber dem UWI, für welche Kontrollfirma (siehe Box) er sich entschieden hat. «Dann liegt der Ball wieder bei uns: Wir bereiten alle Formulare vor und stellen diese der ausgesuchten Kontrollfirma zur Verfügung», nennt Markus Peter den letzten Schritt, bevor die Kontrolle unangemeldet und innerhalb von vier Monaten durchgeführt werden kann.

Mehrere Kontrollen auf einmal

Um die Administration und den Aufwand für die Betriebe möglichst gering zu halten, führt das Umweltinspektorat schliesslich mehrere Kontrollen auf einmal durch. Im Fokus stehen die Bereiche Abwasser, Abfall, Lagerung von wassergefährdenden Flüssigkeiten und Lackiererei.

Die Durchführung der Kontrollen kann derweil von Kanton zu Kanton abweichen. Zurzeit besteht eine Zusammenarbeit des AGVS-Umweltinspektorats mit den Kantonen Aargau, Basel Stadt, Baselland, Genf, Graubünden, Luzern, Nidwalden, Obwalden, St. Gallen, Schaffhausen, Solothurn, Schwyz, Thurgau, Uri, Waadt, Wallis, Zug, Zürich und neu ab 1. Januar 2018 auch Tessin. <



Weitere Infos unter:
umwelt@agvs-upsa.ch

Welche Firma kontrolliert meinen Betrieb?

Jeder Garageninhaber erhält mit dem Aufgebot zur Betriebskontrolle durch das Umweltinspektorat eine Liste mit anerkannten Kontrollfirmen. Aus dem Kreis dieser Unternehmen kann frei ausgewählt werden. Da vonseiten des Umweltinspektorats keine Preisvorgaben gemacht werden, werden den Garagenbetrieben Formulare zur Offerteinholung zur Verfügung gestellt.

Für weitere Fragen steht der AGVS zur Verfügung.



Quality1

Kooperation mit Alphera

■ pd. Seit dem 1. November 2017 arbeitet Alphera Financial Services im Fahrzeuggarantiegeschäft mit der Quality1 AG zusammen. Das Angebot Alphera Garantieversicherung umfasst zwei Garantie-Pakete mit unterschiedlichem Deckungs-/Leistungsumfang. Höchste Kundenzufriedenheit bei unterschiedlichen Bedürfnissen ist garantiert.

Der Vertrieb erfolgt über die Aussendienstorganisationen beider Kooperationspartner. Das Schadenmanagement sowie das gesamte Back Office werden durch die Quality1 AG sichergestellt. Bester Service ist garantiert.

Alphera Financial Services und die Quality1 AG – zwei Kooperationspartner mit gleichen Stärken:

- Schweizweite Präsenz
- Knowhow und langjährige Erfahrung in der Automobilbranche
- Nähe zum Geschäftspartner dank regionalem Aussendienst
- Top-Dienstleistungen zu attraktiven Konditionen
- Schnelle Reaktionszeit bei Anliegen seitens der Geschäftspartner / Kunden <

Über Quality1 AG

Die Quality1 AG, eine 100-Prozent-Tochtergesellschaft der Allianz Suisse, ist die schweizweit führende Anbieterin für Fahrzeuggarantien in den Bereichen Auto, Boot, Landmaschinen und Motorrad – mit professionellem Risikomanagement und schneller Schadenabwicklung. Die Firma mit Sitz in Bubikon (ZH) wurde 2002 gegründet und beschäftigt rund 40 Mitarbeitende. Zu den Kunden gehören zahlreiche Importeure, Retailbetriebe, Verbände und Branchenorganisationen mit über 4000 Vertrauensgaragen und -werkstätten, Händler, Finanz- und Flottenmanager sowie Privatpersonen.

Über Alphera Financial Services

Alphera Financial Services wurde 2001 von BMW Group Financial Services, einem der weltweit führenden Anbieter von Finanzierungsdienstleistungen, gegründet. Dahinter stand die Idee, das umfassende Wissen und die Erfahrungen im Markt auch für die Käufer anderer Marken zugänglich zu machen. Heute ist Alphera in über 20 Ländern vertreten. Alphera finanziert und versichert neue und gebrauchte Fahrzeuge aller Marken. Kunden bekommen aus einer Hand alle nötigen Finanz- und Versicherungsprodukte – leicht und schnell.

AUTO-BERUFE HABEN ZUKUNFT

AGVS | UPSA
Auto Gewerbe Verband Schweiz

Willkommen in der faszinierenden Welt des Automobils! Das Autogewerbe ist auf der Suche nach Talenten, die Spass an modernster Technik haben. In einer Garage findest du täglich Abwechslung, herausfordernde Tätigkeiten und Menschen mit derselben Leidenschaft für Autos. Die berufliche Grundbildung in einem der sechs Autoberufe ist das Sprungbrett für deine Karriere in einer vielseitigen und spannenden Branche. Autoberufe haben Zukunft. www.autoberufe.ch

viva.ch

NTN

www.ntn-snr.com

> **NTN-SNR-Sensor als Kernstück der Lidar-Systeme von Valeo**

pd. NTN-SNR hat den hochauflösenden Winkelsensor perfektioniert, der jetzt als zentraler Bestandteil des Lidar-Systems Valeo Scala serienmässig im Audi A8 zum Einsatz kommt. Erstmals ist damit ein Fahrzeug mit Funktionen der Autonomiestufe 3 ausgerüstet, das selbständig und ohne ständige fahrerseitige Überwachung mit 60 km/h auf einer zweispurigen Strasse fahren kann, die durch einen Mittelstreifen getrennt ist. Der Sensor beruht auf den Erfahrungen von NTN-SNR mit ASB, einer Technologie, die das Unternehmen 1997 auf den Markt brachte und die heute als internationaler Standard gilt.

Valeo Scala ist das erste Lidar-System, das eine derartige Funktionalität und Leistung zu einem für die Serienproduktion

erschwinglichen Preis bietet. Als Entwicklungspartner positioniert sich NTN-SNR damit als führendes Mechatronikunternehmen mit einer Lösung, die in den kommenden Jahren eine bedeutende Rolle spielen dürfte. Nach Anlauf der Serienproduktion im Jahr 2017 wird NTN-SNR ab 2019 mehr als 150000 Teile pro Jahr produzieren. Die Zusammenarbeit mit Valeo an der zweiten Generation des Lidar-Systems läuft bereits.

Genauigkeit dank NTN-SNR-Magnetsensoren

Die rotierenden Spiegel des Lidar-Systems erfassen das von Objekten reflektierte Licht und erzeugen somit ein Abbild der Fahrzeugumgebung. Dabei misst der von NTN-SNR entwickelte Winkelsensor die

Bewegung der Objekte mit grosser Genauigkeit. Die Lösung von NTN-SNR setzt sich aus zwei Komponenten zusammen: einem zweispurigen Magnetring auf dem Drehmotor des Spiegels und einem feststehenden Sensor, der die Winkelposition des Rotors misst. NTN-SNR hat einen Sensor mit einer Auflösung von mehr als

5000 Polpaargrenzen pro Umdrehung entwickelt, der eine Messgenauigkeit von wenigen Zehntel Grad ermöglicht. Mit Hilfe der zweiten Spur kann ein Referenzimpuls die «absolute» Winkelposition des Spiegels in seiner Umgebung ermitteln und diese bei jeder Umdrehung bestätigen. <



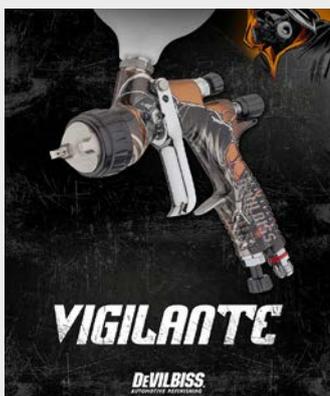
NTN-SNR Sensor-Technologie in der Lidar-System von Valeo für hochautomatisierte Fahrzeuge der Autonomiestufe 3.



Gyso

www.gyso.ch

> **Vigilante, der Vollstrecker**



pd. Der Vigilante ist die neueste Sonderedition der «GTiPro LITE»-Lackierpistole von DeVilbiss mit dem weltberühmten ergonomischen Design,

geschmiedetem Aluminiumkörper und eloxiert mit einem spektakulären Bild des neuen Superhelden von DeVilbiss. Vigilante ist schnell, effizient und vor allem knallhart!

Basierend auf der «GTiPro LITE» ist die Superheldenleistung garantiert und dank des einzigartigen, intelligenten Atomisierungsprozesses ist die unerreichte Lackierungsqualität sichergestellt.

Mit allen fachmännischen Lackiermaterialien und speziell mit den wasserbasierten Basislacken stellt die perfekte

Vigilantes Struktur und die exzellente Pigmentausrichtung den akkuraten Farbgleich sicher. Das «No-Kick»-Luftventil ist bei professionellen Lackierern weltweit als Industriestandard für sehr gute Kontrolle des Auslöseimpulses und für dynamische und unsichtbare Übergänge anerkannt. Gebaut um jede Herausforderung anzunehmen.

Der Vigilante kann mit der hocheffizienten Luftkappe TE10 oder TE20 für Basis- und Klarlacke ausgerüstet werden. Kunden haben die Auswahl bei den Farbdüsen zwischen den

Grössen 1.2 oder 1.3. Unabhängig davon, ob es eine einfache Reparatur- oder eine dreischichtige Perlmutterlackierung ist, mit dem Vigilante an seiner Seite braucht man sich nicht zu sorgen.

Der Vigilante wird, wie die Standard «GTiPro LITE», als Lackierer-Kit angeboten, das die Lackierpistole, den Fliessbecher, vier farbige Personalisierungsringe, einen Torx-Schraubenzieher, einen Multifunktions-schraubenschlüssel und eine Reinigungsbürste enthält. <

CAPDA
Suisse SA

Vertrieb von Originalersatzteilen aller Marken
+41 79 634 88 90, +41 78 895 75 60, www.capda.ch

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

Der umfassendste Auto-Steuergeräte-Reparatur-Service von Cortellini & Marchand AG. **Sie suchen, wir finden – Ihr Suchservice für Auto-Occasionsteile**

www.auto-steuergeraete.ch **www.gebrauchte-fahrzeugteile.ch**

Eurotax

www.eurotaxpro.ch

> Eurotax-Fahrzeugbewertung mit Smartphone oder Tablet

pd. Um die Position als Marktführer zu behaupten, hat Eurotax seine Fahrzeugbewertungslösung VMS (Vehicle Management System) – die neue, webbasierte Generation von Autowert – mit zeitgemässer «Mobile Device Fähigkeit» erweitert.

Seit Anfang November 2017 können VMS-Kunden die Eurotax-Fahrzeugbewertung somit neu auch auf jedem beliebigen Smartphone oder Tablet als «responsive WebApp» nutzen. Hierfür muss keine native Applikation aus App-

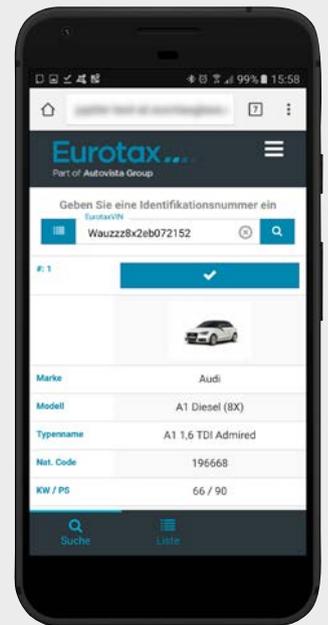
Stores heruntergeladen und installiert werden. Für die Nutzung werden lediglich ein aktueller Mobile-Browser sowie eine aktive Internetverbindung vorausgesetzt.

«Als responsive WebApp ist VMS einfach zu bedienen und noch flexibler im Einsatz. Die auf das Wesentliche reduzierte Darstellung für den optimierten Gebrauch auf kleinen Bildschirmen ermöglicht es, jedes Fahrzeug mittels VIN, Kontrollschilde, Typennummer oder Suchbaum effizient identifizieren zu können. Dank

der mobilen Nutzung mit Smartphones und Tablets genau dort, wo im Tagesgeschäft Bedarf besteht», freut sich Elmar Maier, Produktmanager bei Eurotax.

Die «Mobile Device Fähigkeit» ist für bestehende VMS-Kunden kostenlos und erfordert keine neuen oder zusätzlichen Login-Daten. <

Eurotax ist jetzt auch «Mobile Device»-fähig.



VORSCHAU AUTOINSIDE AUSGABE 1 – JANUAR 2018

Die nächste Ausgabe erscheint am 3. Januar 2018 mit folgenden Schwerpunktthemen:

**Kaufen, finanzieren oder leasen?**

Beim Thema Betriebs- und Werkstattinvestitionen stellen sich den Garagisten oft diverse Fragen nach der richtigen Finanzierungsart. In der Januar-Ausgabe stellen wir diese Fragen Finanz- und Versicherungsexperten.

**Marketing und Kommunikation**

Gute Arbeit führt zu guter Mund-zu-Mund-Propaganda. Leider genügt dies in der heutigen Zeit selten, um neue Kunden zu gewinnen und bestehende zu halten. Wir zeigen innovative Marketing- und Kommunikationsideen.

**Mission Mobilität**

Einmal im Jahr trifft sich die Autobranche zum «Tag der Schweizer Garagisten». Die Tagung des AGVS ist zur wichtigen Standortbestimmung geworden. Im AUTOINSIDE 1/18 beleuchten wir die zentralen Themen der Tagung.

Das auflagenstärkste Fachmagazin für die Schweizer Garagisten

90. Jahrgang, 11 Ausgaben in deutscher und französischer Sprache
WEMF-beglaubigte Auflage per September 2017: 12 289 Exemplare davon 9172 in Deutsch, 3117 in Französisch

Herausgeber

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

Verlag

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

Administration und Aboverwaltung

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

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: Andreas Kohli, Harry Pfister, Christa Odermatt, Olivia Solari, Bernhard Taeschler

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

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

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