

AUSGABE 6 - JUNI 2017

AUTO INSIDE

Das Fachmagazin für die Schweizer Garagisten

Mit welchem Konzept eine Garage den grössten Erfolg hat

Seite 8-19

Welche Investitionsgüter die Rentabilität verbessern

Seite 20-25

Was Banker zur Finanzierung von Garagen sagen

Seite 26-29

MOTOREX. UND ES LÄUFT WIE GESCHMIERT.

TAG DER OFFENEN TÜR
Langenthal, 24. Juni 2017

Feiern Sie mit uns einen unvergesslichen Tag!
www.100-years-motorex.com

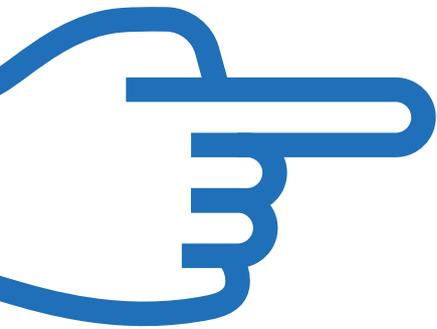


Der Kunde von heute ist anspruchsvoll. Umso professioneller und effizienter muss der Werkstattbetrieb sein. Mit dem aktuellsten und komplettesten Volls Sortiment an Schmier- und Reinigungsmitteln und dem besten Service und Support ist MOTOREX die Nummer eins für Garagisten mit allerhöchsten Ansprüchen. Vertrauen auch Sie auf einen unabhängigen Partner, der immer vollen Einsatz leistet, damit Sie Ihr Bestes geben können. www.motorex.com

hostettler autotechnik ag



Das Schulungsprogramm 2017 ist verfügbar.



Jetzt Training buchen!

- Alle Schulungen sind unter www.autotechnik.ch ersichtlich
- Für Autofit Partner sind die Trainings kostenlos, ausgenommen speziell markierte Kurse
- Kursbeginn per Februar 2017

NEU

Online-Anmeldung
www.autotechnik.ch/training

Vorteile:

- Verfügbarkeit sofort ersichtlich
- Einfach, schnell, unkompliziert, jederzeit möglich
- Umgehende Anmeldebestätigung

Hostettler Autotechnik AG

Telefon 041 926 62 35

Téléphone 021 644 21 60

E-Mail info@autotechnik.ch

Juni 2017



8 Neues Garagenkonzept: AUTOINSIDE besuchte einen der ersten Schweizer Garagisten, der sich der Checkbox von ESA anschloss.



26 Branche ist konjunkturresistent: Die Banken bescheinigen dem Schweizer Autogewerbe langfristig gute Aussichten.



Titelseite:
Dank Motorex läuft es seit 100 Jahren wie geschmiert.

Editorial

5 Mit Vernunft – nicht im Affekt

6 Kurz notiert

Garagenkonzepte

- 8 Türöffner zu neuen Kunden
- 10 Von der Marke zum Konzept
- 12 Internationales Flair dank Konzept
- 14 Zertifizierung als Alternative
- 16 Die Sicht der Markenkommission
- 18 Auswahl von weiteren Konzepten

Investitionsgüter

- 20 Dealer Management Systeme
- 22 Baustellenbesuch bei LKW-Werkstatt
- 24 Mehr Frequenz dank Waschanlage

Finanzierung

- 26 Gute Aussichten fürs Autogewerbe
- 29 Massgeschneiderte Finanzierungen

Management und Recht

- 31 Überstunden und Überzeit

Verkauf

- 32 Autoverkauf im Einkaufszentrum

Werkstatt und Kundendienst

- 33 Kundenbindung mit eigenem Öl
- 34 Der perfekte Lackschutz
- 35 Digitalisierung in der Architektur
- 36 Interview mit Motorex-CEO Edi Fischer
- 40 Durchblick auch bei Reparatur
- 41 AEC-Newcomer des Monats
- 42 Impressionen der ESA-GV
- 46 Porträt von Charles Blättler
- 48 Kein Kopfzerbrechen bei Schadensmeldung

Dienstleistungen

- 50 Jetzt auf All IP umstellen

Beruf und Karriere

- 52 Business Academy
- 54 Regionale Weiterbildungsmöglichkeiten
- 56 Lernende als Models im Einsatz
- 58 Vorbereitung auf die WorldSkills

Politik

- 59 Motion will periodische Abgasprüfung

Verband

- 60 Blick zurück auf 90 Jahre AGVS
- 61 Der AGVS als Entwicklungshelfer

Sektionen

- 62 Präsidentenwechsel in Genf
- 63 Zentralschweiz / Aargau
- 64 Bern: Spass beim Kartevent in Lyss
- 65 Bern: Silver-Sponsoring ist Gold wert

66 Garagenwelt

67 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



Wir bringen ihre Fahrzeuge schnell wieder auf die Strasse.

Repanet Suisse - Ihr Nutzen für...

Flotten- und Leasinggesellschaften:

- Koordination ihrer Anforderungen bei Pannen und Unfällen
- Ein Reparaturnetzwerk
- Erfüllung aller Kriterien, um Ihre Flotte zu reparieren
- Optimierung des Informationsflusses

Versicherungen:

- Aufbau von zertifizierten Werkstatt-Netzwerken
- Ergänzung von bestehenden Netzwerken
- Koordination von Service-Level-Anforderungen
- Optimierung von Kommunikationsströmen



Internationales Netzwerk
ausgezeichneter
Karosserie- und Lackierbetriebe



André Koch AG
Grossherweg 9
8902 Urdorf-Zürich
www.andrekoch.ch
www.repanetsuisse.ch

Mit Vernunft – nicht im Affekt

Liebe Leserin, lieber Leser,

Ende April publizierte der «Sonntags-Blick» einen Artikel mit der Überschrift «Der Autoscheiben-Bschiss: Garagisten knöpfen uns 37 Millionen Franken zu viel ab!» Es wurde behauptet, dass Garagisten allzu leichtfertig Scheiben austauschen, statt sie zu reparieren. Über den Artikel haben sich viele Garagisten zu Recht geärgert. Man kann beim Thema Scheiben ersetzen unterschiedlicher Meinung sein und die Reizwörter «abknöpfen» und «Bschiss» in Kombination mit «Millionen» mögen sich als knackiger Titel für eine Boulevardgeschichte eignen – mit seriöser Recherche hat das aber rein gar nichts zu tun. Ein erster Reflex war deshalb, mit einer Medieninformation zu reagieren. Nur hätten wir mit einer solchen Reaktion dem Medienkarussell noch mehr Schwung gegeben – und das liegt nicht im Interesse unserer Mitglieder; zumindest nicht im vorliegenden Fall. Auch ist es nicht der Stil des AGVS.

Wir können uns politisch nicht als «Stimme der Vernunft» positionieren und gleichzeitig im Affekt handeln, wenn wir unfair behandelt werden. Stattdessen haben wir die bekannten



«Es gibt kaum eine Branche, die so oft in den Medien präsent ist wie unsere – und das mehrheitlich positiv.»

Fakten erneut dargestellt, die für ein Auswechseln von Scheiben sprechen – und davon gibt es einige und sehr stichhaltige. Sie finden den Beitrag auf Seite 40 dieser Ausgabe. Diese Tatsachen sollen unsere Mitglieder in der Argumentation unterstützen, falls Kunden über das Thema sprechen möchten. Die Argumente basieren nebst den technischen Gegebenheiten vor allem auch im Vertrauen in die Arbeit der AGVS-Mitglieder: seriös, fachgerecht und im Dienste der Kunden, so wie es im Ehrenkodex des

AGVS steht. Auch darauf darf im Gespräch mit dem Kunden bei Bedarf verwiesen werden.

Über die letzten Jahre haben wir im AGVS die internen Print- und Online-Medien ausgebaut und die Partnerschaften mit den externen Medien gestärkt. Es gibt kaum eine Branche, die so oft in den Medien präsent ist wie unsere – und das erst noch mehrheitlich positiv, mit Themen wie beispielsweise Ausbildung, Autoausstellungen, Sicherheit auf der Strasse, technische Entwicklungen oder Dienstleistungen. Diese Aufmerksamkeit der Medien brauchen wir auch in Zukunft, um auf den Wandel hinzuweisen, den die Mitglieder auf dem Weg hin zum Mobilitätsdienstleister vollziehen. Bei allem Ärger über den reisserischen Artikel ist es deshalb vernünftig, nicht im Affekt zu handeln und die Gesamtinteressen im Auge zu behalten.

Herzliche Grüsse

Urs Wernli
Zentralpräsident



Weiter mit Bildung

→ Mit der STFW praxisnah zum Berufserfolg.

AUTOMOBIL-DIAGNOSTIKER PW / NFZ

→ eidg. Fachausweis
04./05.09.2017 - 10.07.2019

WERKSTATT-KOORDINATOR

→ eidg. Fachausweis
04./05.09.2017 - 10.07.2019

BETRIEBSWIRT IM AUTOMOBILGEWERBE

→ Höhere Fachprüfung
23.08.2017 - 10.07.2019

AUTOMOBIL-VERKAUFSBERATER

→ eidg. Fachausweis
22.08.2017 - 18.12.2019



SCHWEIZERISCHE
TECHNISCHE FACHSCHULE
WINTERTHUR

GRATIS ANMELDEN:

INFOVERANSTALTUNG
WEITERBILDUNGEN IM
AUTOMOBILGEWERBE

MONTAG, 12.06.2017
19.00 - 20.30 Uhr
www.stfw.ch/info

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



Neue Mitarbeiterin auf der AGVS-Geschäftsstelle

Seit dem 3. Mai 2017 unterstützt **Bianca Bürgy** als Mitarbeiterin im Tankstellen- und Umwelt-Inspektorat den Bereich Branchenvertretung. Nebst dieser Tätigkeit wird sie auch an der Rezeption Mobility arbeiten. Bianca Bürgy bringt Sekretariats- und Empfangs-

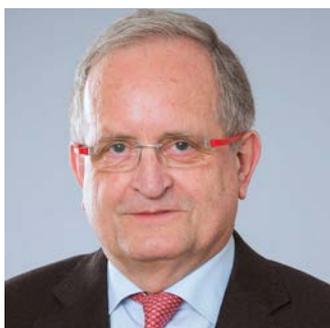


Bianca Bürgy unterstützt das UWI.

Erfahrung mit und spricht fünf Sprachen. Der AGVS heisst Bianca Bürgy herzlich willkommen und wünscht ihr viel Erfolg!

François Launaz bleibt am Steuer

Der Präsident von auto-schweiz, **François Launaz**, ist für weitere drei Jahre in seinem Amt bestätigt worden. An der



François Launaz wurde als Präsident von auto-schweiz bestätigt.



Armin Schnellmann, Avia Autobahn-Service Forrenberg AG, (links) und Rainer Schöne, Energie 360°, freuen sich über die neue Schnellladestation.

Generalversammlung der Vereinigung Schweizer Automobil-Importeure in den Räumlichkeiten der Galliker Car Logistics in Altshofen LU wurde er einstimmig wiedergewählt. Gleichzeitig haben die anwesenden Mitglieder von auto-schweiz eine neue Verbandsstrategie verabschiedet, in deren Zentrum die Interessen der Autofahrerinnen und -fahrer stehen. Zudem soll die Automobilbranche wieder stärker in National- und Ständerat vertreten sein. «auto-schweiz kann und muss eine immer wichtigere Rolle auf dem politischen und administrativen Parkett unseres Landes spielen», betonte Präsident François Launaz.

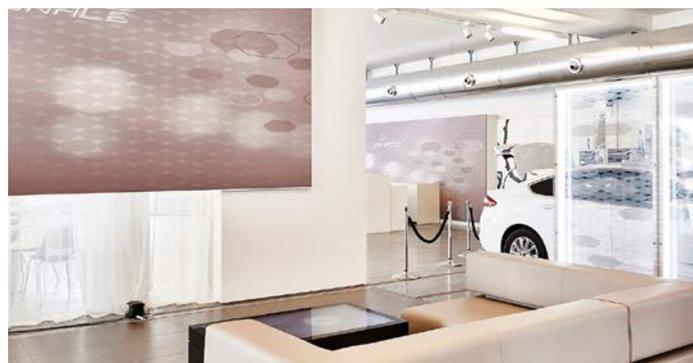
Elektrotankstelle an der Autobahn

Auf der Autobahnraststätte Forrenberg Nord an der A1 von St. Gallen nach Winterthur hat Energie 360° eine Schnellladestation für Elektroautos in Betrieb genommen. Damit lässt sich die Batterie von schnellladefähigen Elektrofahrzeugen in 30 Minuten zu rund 80 Prozent laden. An der neuen Ladestation lassen sich zwei Elektroautos

gleichzeitig laden. Die Elektrotankstelle umfasst alle drei zurzeit gängigen Steckertypen (CHAdeMO, CCS und Typ2), damit sämtliche schnellladefähigen Elektrofahrzeuge sie nutzen können. Die maximale Ladeleistung der Elektrotankstelle beträgt derzeit 80 kW und lässt sich künftig auf 150 kW erhöhen.

Wolgensinger AG wird zum Ford Flagship-Store

Die Wolgensinger AG wird nicht nur neuer Ford-Händler, sie eröffnete in St. Gallen auch den ersten FordStore der Ostschweiz. Das FordStore-Konzept bietet ein neues Kundenerlebnis – sowohl in Bezug auf den Empfang und den Rundgang durch die Konzession, als auch hinsichtlich der innovativen digitalen Tools. Highlights sind die



Blick in den FordStore mit neuem Kundenerlebnis.

Vignale Lounge, die gesamte Ford Performance-Palette vom Mustang bis zum Focus RS und das Transit Center. «Wir sind stolz, dass sich mit der Wolgensinger AG ein sehr renommierter und erfolgreicher Händlerbetrieb für Ford entschieden hat», sagt **Paul Fratter**, Managing Director, Ford Motor Company (Switzerland) SA. Die Wolgensinger AG blickt auf eine sehr erfolgreiche Vergangenheit im Automobilgewerbe zurück. 1936



Daniel Wolgensinger führt die Garage in der dritten Generation.

gegründet, wird sie heute in der dritten Generation von **Daniel Wolgensinger** geführt. «Wir freuen uns sehr auf die Zusammenarbeit mit Ford. Das FordStore-Konzept überzeugt, denn bei uns steht der Kunde vom ersten Betreten des Betriebs an im Mittelpunkt», sagt Daniel Wolgensinger.

Unternehmerische Freiheit

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



Schaeffler (von links): Professor Dr. Stefan Bratzel, Direktor des Center of Automotive Management, Barbara Hahlweg, Moderatorin, Matthias Zink, CEO Automotive Schaeffler AG, Felix Kuhnert, Leiter des Bereichs Automotive bei PwC.

Schaeffler ist innovationsstärkster Automobilzulieferer

Schaeffler setzte sich beim Automotive-Innovations-Award, der seit 2012 durch das Center of Automotive Management (CAM) sowie die Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) verliehen wird, in der Rubrik «Antrieb» durch. Die Jury honorierte Schaefflers innovative Kombination eines CVT-Getriebes mit einer Hybrid-Funktion, das heisst einem integrierten E-Motor. Dieses zeichnet sich insbesondere durch geringe Energieverluste sowie eine äusserst kompakte Bauweise und damit verbunden einem erheblichen Bauraum- sowie Gewichtsvorteil aus. **Matthias Zink**, Automotive-CEO von Schaeffler, nahm den Preis in Frankfurt entgegen.

Meola neuer Brand Country Manager Fiat Professional

Christian Meola übernahm innerhalb der FCA Switzerland per 1. Mai 2017 die Position als Brand Country

Manager Fiat Professional. Nebst seiner fundierten und langjährigen Erfahrung in der Nutzfahrzeugbranche in den Bereichen Produkt Marketing und Sales, weist Meola einen internationalen Background vor. Er startete seine Karriere bei Iveco in Italien und war stets international tätig, unter anderem in Frankreich und



Christian Meola ersetzt Arthur Schnyder.

Australien. Zuletzt besetzte er die Stelle als Head of LCV Product Strategy and Planning bei Nissan Europe Headquarter in der Schweiz. Meola ersetzt **Arthur Schnyder**, der das Unternehmen aufgrund einer neuen beruflichen Herausforderung verlässt.



In der Schweiz tanken Gasautos ein Gemisch mit mindestens zehn Prozent Anteil an Biogas, das komplett CO₂-neutral ist.

Stickoxid-Emissionen: Empa empfiehlt Gasautos

Neuste Messergebnisse der Empa, dem Forschungsinstitut der ETH in Dübendorf, zeigen, dass moderne Dieselautos viel mehr Stickoxide ausstossen als erwartet. Hervorragende Werte haben auf den Testfahrten der Empa Gasfahrzeuge erzielt: Sie waren 60- bis 140-mal sauberer unterwegs als die gemessenen Dieselautos. Stickoxide sind besonders problematisch im Zusammenhang mit der Ozonbildung im Sommer. «Wer heute schon sauberer fahren möchte, als es das Gesetz verlangt, kann dies tun», schreibt die Empa in der neusten Ausgabe ihres Magazins «Empa Quarterly» und empfiehlt dafür den Kauf eines Erdgas/Biogas-Fahrzeugs. Die getesteten Gasautos erzielten hervorragende Messwerte: Während moderne Euro-6-Dieselfahrzeuge bis zu 1400 mg/km Stickoxide ausstossen, waren es bei den Gasautos unter 10 mg/km. Die Höchstwerte eines ebenfalls

getesteten Benziners lagen bei über 50 mg/km. Gasfahrzeuge sind in der Schweiz mit einem Biogas-Anteil von mindestens 10 Prozent unterwegs.



Viva AG sucht Redaktor/in (100%)

Die Viva AG für Kommunikation in Zürich als langjährige Partnerin des AGVS sucht für ihre diversen Publikationen im Print und online eine/n leitende Redaktorin/ leitenden Redaktor. Geboten wird eine interessante und herausfordernde Tätigkeit in einem engagierten, professionellen Team. Erwartet werden einige Jahre Erfahrung als Redaktor, ein starker Bezug zum Schweizer Gewerbe, Verständnis für unternehmerische Fragen und eine Affinität zu den Themen Auto/Technik/Mobilität. Die Tätigkeit umfasst gelegentliche Einsätze an Abenden und Wochenenden. Fühlen Sie sich angesprochen? Dann schicken Sie Ihre Bewerbung inkl. Schreibproben an scompagno@viva.ch.



Täglich aktuelle News: www.agvs-upsa.ch

le GARAGE,
das partnerschaftliche
Garagenkonzept Ihrer ESA



le GARAGE

Die Marke Ihrer Wahl

Checkbox: Das neue Garagenkonzept der ESA

Türöffner zu neuen Kunden



Die Kundschaft der Garage Thommen in Ormalingen BL besteht zum grossen Teil aus Liebhabern von älteren Volvos. Um den Kunden- und Fahrzeugkreis zu erweitern, schloss sich Adrian Thommen dem neuen ESA-Konzept Checkbox an.

Sascha Rhyner, Redaktion

■ Niklaus Huwyler steht vor der Garage Thommen in Ormalingen und strahlt – nicht wegen des strahlend blauen Himmels und auch nicht wegen des wunderschönen Volvo Amazon aus den 1960er Jahren. «So habe ich mir eine Checkbox-Garage vorgestellt, als wir das Konzept entwickelten», erklärt der Leiter Garagenkonzepte & Kundenbindung bei der ESA. «Die Garage ist architektonisch typisch – sie sieht ein wenig aus wie eine Box – und sie ist ein typischer Betrieb mit zwei gut ausgebildeten Fachleuten.»

Adrian Thommen, Inhaber der Garage und ab dem 1. Juni Checkbox-Partner, freut sich, künftig mit einer starken Marke an seinem Gebäude zu werben. «Wir haben gemerkt, dass wir für viele erster Ansprechpartner sind für ihren alten Volvo», erklärt Thommen, der selber rund zehn alte Volvos besitzt. «Als ein Kunde aber seinen Volvo wieder abholte, bemerkte er nebenbei, dass

er gerade seinen Opel in einer anderen Garage im Service habe.» Dem Kunden sei nicht bewusst gewesen, dass Thommen und sein Mitarbeiter Ueli Hunziker auch diese Dienstleistung anbieten können. «Mit Checkbox erhoffen wir uns, dass unsere Kunden realisieren, dass wir Service und Reparaturen an allen Marken vornehmen können.»

Auf Umwegen zur eigenen Werkstatt

Die Liebe zur schwedischen Automarke – und später auch zum Land selber – entstand schon während der Lehrzeit. «Ich machte die vierjährige Lehre zum Automechaniker bei der Garage Ernst Buser AG in Ormalingen – einem Volvo- und Renault-Vertreter», erzählt Thommen. Danach arbeitete er bei verschiedenen Betrieben und mit verschiedenen Marken wie Ford, Nissan, Jeep und schliesslich im Occasionscenter der Garage F. Niggli in Liestal. «Danach hatte

ich das Gefühl, etwas ganz anderes machen zu wollen. Während drei Jahren arbeitete ich im Aussendienst der Allianz Versicherungen.» 2010 entschloss sich Adrian Thommen, sich selbstständig zu machen. «Das wichtigste an Einrichtung war vorhanden und so konnte ich ohne übermässig grosse Investitionen starten. Es sprach sich schnell herum und so wurde die Werkstatt in Wittinsburg zu klein.» Ende 2012 zog er nach Ormalingen um, wo er eine ehemalige mechanische Werkstätte zur Autogarage umfunktionierte. Die geografische Nähe zu seinem ehemaligen Lehrbetrieb – noch immer offizielle Volvo-Vertretung im Dorf – ist kein Problem: «Wir haben ein gutes Verhältnis und tauschen uns auch regelmässig aus.»

Mit der Werkstattauslastung ist er zufrieden. Einzig das Occasionsgeschäft entwickelte sich rückläufig. «Im Verlaufe der

Zeit realisierte ich, dass ich alleine nicht mehr alles bewältigen konnte – Telefone, Kundenbesuche, Abklärungen absorbierten mich», berichtet er. Er fand in Ueli Hunziker den idealen Mitarbeiter. «Er hatte bei den Pilatus Flugzeugwerken gearbeitet und liess sich in der verkürzten Mechatroniker-Ausbildung umschulen. Er schloss als bester seines Jahrgangs ab», sagt Thommen nicht ohne Stolz.

Kosten-Nutzen-Verhältnis stimmt bei Checkbox

Stolz ist Adrian Thommen auch auf seine kleine Werkstatt, die direkt hinter dem Restaurant Altavilla steht: «Ich habe das hier von Null aufgezogen, deshalb zögerte ich lange, mich einem Konzept anzuschliessen.» Kam dazu, dass ihm die Angebote auf dem Markt nicht zusagten. «Das Kosten-Nutzen-Verhältnis stimmte für eine kleine Garage wie meine nicht.» Erst in jüngerer Vergangenheit wurde das Thema Garagenkonzept wieder aktuell. «Rund zwei Drittel unserer Kunden sind Fahrer von älteren Volvo-Modellen. Das wollen wir ändern, damit die Kunden auch ihre anderen Fahrzeuge zu uns bringen. An Service und Reparaturen ist bei uns alles möglich. Deshalb ist ein Konzept eine gute Ergänzung», sagt Thommen.

Für Garagen wie jene von Adrian Thommen entwickelte ESA das Konzept Checkbox. «Als Genossenschaft sind wir verpflichtet, für alle unsere Mitinhaber eine Lösung anzubieten. Mit dem Konzept von Bosch, das eher im Premium-Bereich ist, und «Le Garage» als Full-Service-Konzept decken wir ein grosses Segment ab, aber gerade für die kleineren Werkstätten fehlte bisher ein Angebot», erklärt

«Als ESA sind wir allen Mitinhabern verpflichtet»



Herr Huwyler, für welche Garagisten sind Garagenkonzepte ideal?

Niklaus Huwyler: Grundsätzlich für jeden Garagisten, der eine Mehrmarkenkompetenz hat und diese kommunizieren oder unterstreichen möchte.

Was ist der Hintergrund des Konzepts Checkbox?

Als Genossenschaft ist die ESA allen Mitinhabern – gross und klein – verpflichtet. Wir müssen für alle Segmente Lösungen anbieten. Es gab zahlreiche Garagen, die ein entsprechendes Bedürfnis hatten. Deshalb haben wir für jeden nun ein passendes Garagenkonzept.

An wen richtet sich das Angebot?

Uns ist wichtig, dass Checkbox-Garagisten gut ausgebildet sind und ihre Werkstatt gut ausgerüstet ist – also alle nötigen Geräte vorhanden sind. Die Garage muss ordentliche Werkstattöffnungszeiten haben. Der Inhaber muss auch ESA-Mitinhaber sein. Alles in allem: Es muss ein professionell geführter Betrieb sein.

Welche Entwicklungen beobachten Sie bei den Konzepten?

Es gibt einen Strukturwandel. Die Marken straffen ihr Angebot und erhöhen die Ansprüche. Immer mehr Garagisten wollen oder können diese nicht mehr erfüllen. Gleichzeitig wollen sie nach aussen mit einer Marke auftreten. Die ESA muss ihnen helfen, Zugang zu Informationen zu erhalten. Dafür braucht es einen Partner und gleichzeitig behalten die Garagen ihre unternehmerische Unabhängigkeit.

Immer häufiger ist zu sehen, dass Garagen eine Markenvertretung und ein Garagenkonzept nebeneinander haben...

Das stellen wir auch vermehrt fest. Markenvertreter wollen ein zweites Standbein haben, um die Werkstattauslastung zu erhöhen. Oder es kann sein, dass die Marke weniger Autos verkauft und die Garage das Volumen halten möchte. Eine zweite Marke hinzuzunehmen wird zusehends schwieriger – auch wegen der Auflagen der Hersteller oder Importeure.

Niklaus Huwyler. «Dieses Bedürfnis haben wir klar gespürt.» Und auch die Resonanz nach der Lancierung am Auto-Salon war positiv: «Wir rechnen mit 25 bis 30 Checkbox-Betrieben bis Ende Jahr. Grosses Interesse gibt es vor allem auch in der Romandie.»

Adrian Thommen freut sich bereits auf die Beschriftung und zeigt die Visualisierung, die er von der ESA vorab erhalten hat. «Es gibt eine grosse rote Tafel, die mit «Checkbox» und «Garage Thommen» beschriftet sein wird, sowie eine Dienstleistungstafel, auf der die fünf wichtigsten Dienstleistungen aufgeführt sind. Diese Tafel werde ich im Eingangsbereich montieren», blickt er in die Zukunft. Für den Fototermin mit AUTOINSIDE diente eine Beachflag. Adrian Thommen und Niklaus Huwyler strahlen beim Anblick der typischen Checkbox-Garage mit der Sonne um die Wette. <



Weil die Büroarbeit immer mehr Zeit in Anspruch nahm, stellte Adrian Thommen einen Mitarbeiter ein.



Ueli Hunziker liess sich auf dem verkürzten Weg zum Automobil-Mechatroniker ausbilden.



Die Affinität von Adrian Thommen zu Volvo und Schweden ist in der Werkstatt sicht- und spürbar.



Die Garage Thommen hat sich auf ältere Volvo-Modelle spezialisiert – wie diesen Volvo Amazon.

Interview mit Jakob und Carola Schlatter, Carxpert-Garagisten

«Wir möchten die Freiheiten nicht mehr missen»

Die Landgarage AG in Uhwiesen im zürcherischen Weinland ist seit dem Jahr 2000 ausschliesslich Konzept-Garage und gehört damit zu den Pionieren unter den freien Garagenbetrieben. Im Interview mit AUTOINSIDE erzählen die Geschäftsinhaber Jakob und Carola Schlatter, warum es ihnen heute besser geht als je zuvor. **Mario Borri**, Redaktion



Seit 1998 von Jakob und Carola Schlatter geführt: Die Landgarage AG in Uhwiesen im zürcherischen Weinland.

■ Jakob Schlatter, amtierender Präsident der AGVS-Sektion Schaffhausen, und seine Frau Carola führen die Landgarage AG in Uhwiesen ZH seit Anfang 1998. Zu Beginn war der Betrieb offizieller Peugeot-Händler. Im Jahr 2000 übernahmen die Schlatters zusätzlich das Technomag-Konzept «AD-Garage» (heute Carxpert). Seit 2000 – seit 17 Jahren also – ist die Landgarage AG ausschliesslich Konzept-Garage.

Herr und Frau Schlatter, warum haben Sie der Markenvertretung den Rücken gekehrt?

Jakob Schlatter: Es lag nicht an der Marke. Peugeot ist mein Leben, ich habe schon auf den Franzosen die Lehre gemacht und sie bauen nach wie vor tolle Autos.

Carola Schlatter (schmunzelt): Ja, das kann ich bestätigen. Mein Mann trägt ein Löwen-Tattoo.

JS: Es war so: Peugeot Schweiz teilte Anfang der Nuller-Jahre die Gebiete unter den Händlern neu auf. Uns wurde das Gebiet zwischen Uhwiesen und Winterthur zugewiesen. Weil ich aber Schaffhauser bin und meine Stammkundschaft zwischen Uhwiesen und Schaffhausen zu Hause ist, konnte ich das nicht akzeptieren.

Was hat Sie zur Übernahme des Technomag-Garagenkonzeptes bewogen?

JS: Ich hatte einige Male davon gehört und mir auch schon länger Gedanken gemacht, ein Konzept zu übernehmen. Damals waren Garagenkonzepte aber noch verpönt und es gab erst drei bekannte Anbieter – ESA mit Le Garage, Derendinger mit Garage Plus und eben

Technomag mit AD-Garage. Wir hatten mit Technomag als Ersatzteillieferant bereits gute Erfahrungen gemacht und AD-Garage war unserer Meinung das repräsentativste und durchdachte Konzept. Durch den Namenswechsel zu Carxpert im Jahr 2011 hat das Technomag-Konzept nochmals an Format gewonnen.

Was sind die Vorteile eines Garagenkonzeptes?

CS: Wir sind freier, unabhängiger, können praktisch alles machen. So macht die Arbeit Spass.

JS: Als Markenvertretung geht man viele Verpflichtungen ein. Zum



Seit 17 Jahren frei: Jakob und Carola Schlatter vor ihrer Landgarage.



Alt und neu: Automobil-Fachmann Adrian Cirillo bereitet einen neuen Peugeot 108 für die Auslieferung vor. Der 205 GTI (Jg. 1990) daneben ist noch zu haben.

Beispiel muss man eine bestimmte Anzahl an Neuwagen verkaufen. Als freier Garagist muss ich das nicht. Und auch der Kunde ist freier, er kann entscheiden was er will. Ich mache ein Beispiel: Kommt ein Kunde mit einem älteren, defekten Auto zum Markenhändler, muss dieser ihm fast von einer Reparatur abraten und ihm ein neues Auto verkaufen, um die Quote zu erfüllen. Beim freien Garagisten hat er in den meisten Fällen die Wahl zwischen Reparatur und Neukauf. Klar, wenn es sich nicht mehr lohnt, raten auch wir von der oft kostspieligen Reparatur ab. Es gibt jedoch immer wieder Automobilisten, die bereit sind, Geld in ihren alten Wagen zu investieren. Und wenn man ihnen die Auswahlmöglichkeit bietet, sind sie dankbar und bleiben als Kunden erhalten.

CS: Es gibt auch finanzielle Vorteile. Zum Beispiel bei der Corporate Identity, deren regelmässige Updates der Markengaragist selber bezahlen muss. Oder für Werbemassnahmen, die einem vom Hersteller oder Importeur aufgezwungen werden und für die man teures Geld bezahlt. Bei Carxpert kann man seine Werbung aus einem Ideenkatalog auswählen und individuell zusammenstellen. Man nimmt nur, was man braucht. Das spart Geld.

Gibt es auch Nachteile?

JS: Alles hat zwei Seiten, doch für uns stimmt es so. Zum Beispiel ist man vertraglich dazu verpflichtet, die Ersatzteile vom Konzeptanbieter zu kaufen. Doch es besteht kein zeitlicher Druck wie bei den Markenhändlerverträgen. Bei Technomag zum Beispiel kann man wählen, in welcher Zeit man die Teile beziehen möchte.

Was ist passiert, als Sie das Peugeot-CI abmontierten?

CS: Unsere Stammkunden waren natürlich informiert. Sie brachten ihre Peugeots weiterhin zu uns. Als andere Autofahrer im Dorf gesehen haben, dass wir auch Fahrzeuge anderer Marken reparieren, konnten wir sie als neue Kunden gewinnen. Wir haben unseren Kundenstamm durch die Markenunabhängigkeit klar erweitert.

Auf einem Banner steht immer noch: «Ihr Peugeot-Spezialist». Was hatten Sie nach dem Wechsel für ein Verhältnis zur Marke?

JS: Wie gesagt, mein Herz schlug und schlägt für Peugeot. Wir verkaufen auch immer noch Peugeot-Neuwagen. Diese erhalten wir von offiziellen Peugeot-Vertretern in der Schweiz, mit denen wir eine gute Beziehung pflegen. Auch mit den anderen AGVS-Garagisten der Sektion Schaffhausen haben wir guten Kontakt. Ab und zu verkaufen wir auch



Peugeot ist sein Leben: Jakob Schlatter muss nachhelfen, sonst springt der Youngtimer nicht an.

einen Neuwagen einer anderen Marke. Von Zeit zu Zeit besuchen uns wieder offizielle Vertreter von Peugeot und versuchen, uns zurückzuholen.

CS: Wir müssten zwangsläufig wieder Verpflichtungen eingehen, das wollen wir aber nicht. Wir möchten die Freiheiten nicht mehr missen.

Wie sieht es mit der Versorgung mit Fahrzeugdaten aus?

JS: Das klappt hervorragend. Dank Carxpert haben wir freien Datenzugang zu allen Marken. Mit unserem Diagnosegerät Marke Hella Gutmann können wir 70 bis 80 Prozent aller Autos prüfen. Nur an die Daten der neueren Autos kommen wir nicht. Das ist aber halb so tragisch. Solange die Fahrzeuge noch Garantie haben, werden sie sowieso zum Markengaragisten gebracht.

Was empfehlen Sie anderen Garagisten, die mit dem Gedanken spielen, die Markenvertretung abzugeben und ein Konzept zu übernehmen?

JS: Das ist nicht einfach, denn es ist ein Unterschied, ob der Betrieb in der Stadt oder auf dem Land liegt und ob der Chef vier oder vierzig Mitarbeitende hat. Ich kann nur für kleinere Landgaragen wie die unsere sprechen. Ich sage: Habt keine Angst, dass ihr ohne Markenvertretung nicht überleben könnt! Wir sind seit 17 Jahren frei und es geht uns so gut wie nie zuvor.

CS: Doch man muss etwas für den Erfolg tun. Man muss lernen, mit der neu gewonnenen Selbstständigkeit umzugehen. Wenn einem niemand mehr sagt, was man tun muss, ist mehr Eigeninitiative und Kreativität gefragt, und der Wille, hart zu arbeiten. <

Garage Auto Portmann GmbH in Engelberg

«Internationale Bekanntheit

20 Jahre alt wird Autofit in diesem Jahr. Für Autofit-Partner Daniel Portmann war neben den Schulungen, die kostenlos und unbegrenzt angeboten werden, der auch im Ausland bekannte Brand ein Grund, sich dem Garagenkonzept der Hostettler Autotechnik AG anzuschliessen. **Sascha Rhyner**, Redaktion

■ Der Frühling ist im Engelbergertal angekommen. Der Schnee, der Ende April nochmals meterhoch gefallen war, ist verschwunden. Grüne Wiesen dominieren das Landschaftsbild. Nur auf den höheren Gipfeln liegt noch Schnee. Der blaue Himmel lädt Cabriolet-Fahrer gar zur Fahrt mit offenem Verdeck. Einzig der kühle Wind erinnert daran, dass sich die kalte Jahreszeit noch vor nicht allzu langer Zeit aus dem Wintersportort zurückgezogen hat.

Multimarketenkonzept statt mehrere Marken

Die Autofit-Tafel der Auto Portmann GmbH, gleich bei der Ortstafel Engelberg, fällt auf – auch jetzt, während dem Umbau. Auf der Vorderseite der Liegenschaft entsteht ein Anbau. Noch ist nur das Rohgerüst mit dem gewellten Dach auf den tonnenschweren Stahlträgern zu sehen. Der Zimmermann ist mit dem Zuschneiden der Holzbalken beschäftigt. Daniel Portmann, seit Mai auch Präsident der AGVS-Sektion Zentralschweiz, baut an der Zukunft der Garage. «Die Post wird ab August Mieter im Anbau sein», erklärt er. Zwar verliert der Geschäftsführer die herrliche Aussicht auf die umliegenden Bergwelt mit Scheideggstock und Salistock, nicht aber die geschäftliche Weitsicht: «Mit den zusätzlichen Mieteinnahmen sichere

ich die Zukunft ab.» Weitsicht liess Portmann Ende 2012 dem Garagenkonzept von Autofit beitreten: «Wir hatten mit Suzuki, Opel und Isuzu drei Markenvertretungen, was für eine Garage von unserer Grösse aber nicht machbar ist. Also beschränkten wir uns auf Suzuki und gingen die Partnerschaft mit einem Garagenkonzept ein.»

Kostenloses und unbegrenztes Schulungsangebot

Dass dabei die Wahl auf Autofit von Hostettler fiel, war kein Zufall. «Die Qualität ist entscheidend: Hostettler ist seit über 20 Jahren unser Teilelieferant und ein kompetenter Partner für uns» sagt Portmann. Zweimal pro Tag erfolgt die Lieferung. «Was ich vor 9 Uhr bestelle, erhalte ich am Vormittag und die zweite Bestellung für den Nachmittag setze ich vor 14 Uhr ab.» Daniel Portmann ist mit der Teileverfügbarkeit sehr zufrieden. «Für den Garagisten ist es entscheidend, das Lager im Griff zu haben – auch bei Kleinstteilen. Dank diesen Lieferungen können wir unser Lager klein halten und so die Kosten senken.»

Als grossen Vorteil sieht er das kostenlose, unbegrenzt nutzbare Angebot an Schulungen: «Als Garagist geht die Zeit sehr schnell und man muss sich ständig weiterbilden, um auf dem aktuellsten Stand



hilft im Tourismusort»

zu bleiben.» Dazu steht eine technische Hotline – ebenfalls kostenlos – zur Verfügung.

«Ein zweiter Hauptpunkt war für uns – inmitten einer Tourismusregion –, dass Autofit auch im Ausland eine bekannte Marke ist. Das erhöht natürlich die Chancen, dass ein Feriengast, den Brand wiedererkennt und uns das Vertrauen schenkt.» Weitere Vorteile aus Sicht von Portmann sind die Möglichkeit einer Bonitätsprüfung der Kunden, auch wenn «das auf dem Land vielleicht noch weniger wichtig ist als in urbanen Gegenden».

Mehr Kunden nach Wechsel

Die Umstellung vom Drei-Marken-Betrieb zur Autofit-Suzuki-Garage verlief reibungslos. «In der ersten Phase kamen sogar mehr Kunden – es kam auch der Kunde mit dem Mercedes plötzlich zu uns», erinnert sich Daniel Portmann. Er lobt den sauberen Auftritt von Autofit: «Das Image einer Garage

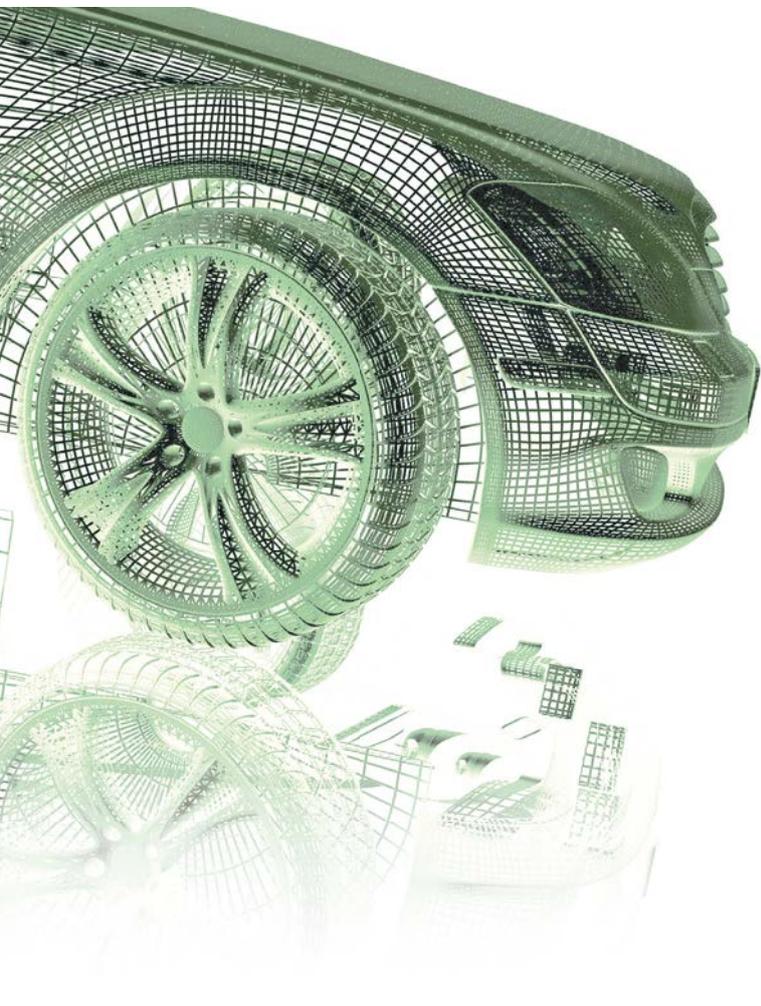


Daniel Portmann beweist in seinem Büro im Showroom viel Weitsicht.

und die Identifikation mit ihr ist wichtig.» Allerdings weiss er auch, dass er als Garagist in einer kleinen Gemeinde mit anderen Faktoren konfrontiert ist als ein Garagenbetrieb

in einer Stadt. «Wenn ich heute einen Fehler mache, dann weiss es morgen vermutlich die ganze Gemeinde», erklärt er lachend.

Auch dank der Partnerschaft mit einem Garagenkonzept ist Daniel Portmann überzeugt, dass sein Garagenbetrieb mit den vier Mitarbeitenden, den er in der zweiten Generation führt, gut aufgestellt ist. «Was die Zukunft bringt, welche Antriebstechnologie sich durchsetzen wird, weiss im Moment niemand genau», sagt Portmann. Er sieht den Multimarkenbrand als Chance zu bestehen und ist gleichzeitig sicher: «Es wird auch in 30 Jahren noch starke Markenvertreter geben, weil die Hersteller in die Technologie investieren.» Und nicht nur, weil er selber diesen Weg eingeschlagen hat, ist Portmann mit dem Blick auf die imposante Bergkulisse felsenfest überzeugt: «Um stark zu bleiben, braucht es Garagenkonzept und Markenvertretung.» <



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



Union der freien Fahrzeugteile Grossisten der Schweiz (UGS)

«Der Wunsch von Garagisten»

Die Union der freien Fahrzeugteile Grossisten der Schweiz (UGS) präsentierte am Auto-Salon in Genf die exklusive UGS-Zertifizierung. AUTOINSIDE fragte bei UGS-Präsident Gregor Eckert nach, wie die Idee entstand und wie sie im Markt angekommen ist, und wollte wissen, welche Vorteile ein Garagist durch die Zertifizierung hat. **Sascha Rhyner, Redaktion**

Die Garage Thomi AG in Grenchen ist UGS-zertifiziert (v.l.n.r.): Ramona Moser (Automobil-Assistentin), Marc Thomi (Mechaniker), Beat Thomi (Geschäftsführer) und Gregor Eckert (stv. Geschäftsführer NS Autoersatzteile AG/Präsident UGS).

■ Herr Eckert, die Union der freien Fahrzeugteile Grossisten der Schweiz UGS bietet seit diesem Jahr eine Zertifizierung an. Wie kam es dazu?

Gregor Eckert: Vor einigen Jahren wurde von diversen Händlern der Wunsch geäußert, ein Garagenkonzept im Namen der UGS einzuführen. Da ein Garagenkonzept jedoch gegen unser Credo verstösst, die Kunden nicht mit Verträgen zu knebeln, sondern ihnen im Gegenteil die Möglichkeit zu bieten, frei im Markt zu agieren, haben wir eine Alternative zu einem Garagenkonzept gesucht.

An wen richtet sich dieses Angebot in erster Linie, respektive welche Kriterien muss eine Garage erfüllen?

Das Angebot richtet sich an Garagenbetriebe, Reifenhäuser, Carrosserien und weitere Betriebe, die im Fahrzeuggewerbe tätig sind. Die Betriebe sollen das Gros der benötigten Ersatzteile bei einem entsprechenden, regionalen UGS-Mitglied beziehen und im kantonalen Handelsregister eingetragen sein. Die Mitarbeiter der Betriebe sind bereit, an Weiterbildungen teilzunehmen. Weiter ist es nötig, dass die zu zertifizierende Firma die technischen Mittel besitzt, um ihre Kunden optimal bedienen zu können.

Welche Vorteile bringt die Zertifizierung?

Wie schon erwähnt, bieten wir den zertifizierten Betrieben Weiterbildungen an, die wir mit unseren Partnerlieferanten sorgfältig und auf technische Inhalte hin planen. Sie profitieren von regelmässigen und saisonalen Aktionen, Angeboten und Zusatzrabatten, Rückvergütungen und weiteren finanziellen Vergünstigungen, der Bereitstellung von Werbematerial und natürlich – wie gewohnt – von qualitativ hochwertigen Erstausrüster-Ersatzteilen. Weiter profitieren die Betriebe von einer Zertifizierungsurkunde aus hochwertigem Aluminium – zur sichtbaren Montage am Firmeneingang.

Welche Verpflichtungen muss ein Garagist eingehen?

Der Betrieb muss die vorher genannten Kriterien erfüllen, die allenfalls als Verpflichtungen verstanden werden können. Diese Verpflichtungen sind aber nicht an Verträge geknüpft. Wir wollen unserem Credo treu bleiben und die Garagen nicht an Verträge knebeln, um ihnen ihre individuelle und unternehmerische Freiheit zu lassen. Einzig wird eine Loyalitätsvereinbarung unterzeichnet, die die vorher genannten

Konditionen und Kriterien wie auch diverse administrative Regelungen enthält.

Ein wichtiges Argument sind sicher die Schulungen und Ausbildungen. Mit wem bieten Sie diese an?

Die Schulungen und Ausbildungen werden mit unseren Zertifizierungs-Partnerlieferanten – Banner-Batterien, Bendix, Rowe, Thule, FebiBilstein, Wix, Roadhouse und Zimmermann –, die auch auf den Beschilderungen sichtbar sind, spezifisch geplant und durchgeführt. Wir bieten den zertifizierten Betrieben vorerst rein technische Schulungen an. Uns ist es sehr wichtig, dass wir unseren zertifizierten Betrieben helfen, im Markt «à jour» zu bleiben.

AGVS, Markenhändler, Garagenkonzepte, UGS – wie kann der Automobilist den Überblick behalten?

Wir vergleichen uns nicht mit Garagenkonzepten, weil die Zertifizierung kein Garagenkonzept ist. Ich mache Ihnen ein Beispiel: Ein Restaurant kann sich zum Beispiel von «Gault Millau» bewerten bzw. zertifizieren lassen. Der Betrieb bleibt unabhängig und bietet seine Produkte seiner geschätzten Kundschaft in gewohnter Qualität an. Der

Betrieb unterstützt die Region und kennt seine Gäste meist persönlich. Eine andere Art der Zusammenarbeit wäre beispielsweise das verbreitete Franchising, bei dem man, wie etwa bei Restaurants, eine Vertretung einer Kette wie McDonald's oder Marché übernimmt, aber dabei unter Umständen die unternehmerische Freiheiten verliert. Die Frage stellt sich dann, welche Geschäftsbezüge vertraglich besiegelt werden.

Die Garagenkonzepte sind meiner Meinung nach spezifische Franchising-Lösungen mit individuellen Vertragslevels und Leistungen, was sicher auch Vorteile haben kann. Mit einem Augenzwinkern kann ich die Frage wie folgt beantworten: Ein Automobilist kann sich also die Frage stellen, ob «Fast Food» oder eine gewohnte und gesunde «Qualitätskost». (schmunzelt)

Die wertvolle und wegweisende AGVS-Mitgliedschaft ist mit beiden Produkten nicht zu vergleichen. Aber auch die AGVS-Mitgliedschaft zeigt dem Automobilisten die Zugehörigkeit seiner Vertrauens-Garage bei einer etablierten und bekannten Institution. Unsere Zertifizierung ist natürlich auch mit Markenvertretungen kompatibel und



UGS-Präsident Gregor Eckert.

ebenfalls mit den im Markt etablierten Garagenkonzepten – sofern der Franchising-Geber nichts dagegen hat.

Wie viele Garagen sind bereits zertifiziert und wie viele Interessenten haben sich seit dem Auto-Salon in Genf gemeldet?

Wir haben die Zertifizierung zwei Wochen vor dem Auto-Salon lanciert, haben das Konzept am Auto-Salon präsentiert und konnten schon vor Beginn des Salons rund 15 Garagen zertifizieren. Einige Tage nach

dem Auto-Salon waren es schon etliche mehr. Wir sind vom Interesse und Erfolg der Zertifizierung bisher positiv überrascht.

Mit welchen Partnern arbeitet die UGS zusammen und nach welchen Kriterien finden Sie diese?

Die UGS arbeitet mit diversen und bekannten Marken zusammen. Alle in Frage kommenden Partner sind auf unserer Homepage aufgeführt. Ein neuer Partnerlieferant der UGS stellt sich und seine Produkte an einer Versammlung der Händler vor. Falls für beide Seiten ein Mehrwert eruiert werden kann, zahlt ein Partnerlieferant der UGS entsprechende Lieferantenbeiträge zugunsten des Marketings, der Vermarktung der Artikel usw. und wird dann als offizieller UGS-Lieferant gelistet. Die Händler verpflichten sich dann auf Loyalitätsebene, diese Lieferanten zu unterstützen bzw. zu berücksichtigen. Auch unsere Mitglieder verkehren mit ihren UGS-Lieferanten auf der Ebene der Loyalität wie auch die Mitglieder wiederum mit ihren zertifizierten Betrieben – seit rund zwölf Jahren das Erfolgsrezept der UGS. <

Neu mit VIN

EurotaxClaimsManager.

Die komplette Schadenfallabwicklung aus einer Hand.



Mit dem ClaimsManager ist es einfacher als je zuvor einen Schadenfall abzuwickeln. Von der Aktenverwaltung über die Reparaturkalkulation bis zur Weitergabe an die Versicherungen – das Online-Tool bietet alles aus einer Hand. Die einfache Handhabung und das übersichtliche Design sorgen für einen maximalen Komfort, sparen wertvolle Zeit und passen sich Ihrem Workflow an. www.eurotax.ch

Interview mit Markus Hesse, Mitglied AGVS-Zentralvorstand

«Jede Geschäftsbeziehung

Wenn absehbar wird, dass die Fortführung einer Markenvertretung nicht mehr haltbar ist, kann ein Schritt unter das Dach eines Garagenkonzepts durchaus Sinn ergeben, sagt Markus Hesse, im AGVS-Zentralvorstand verantwortlich für den Bereich Handel. Reinhard Kronenberg, Redaktion



Viele Garagen entscheiden sich neben einer Markenvertretung auch noch für die Übernahme eines Garagenkonzepts.

■ Herr Hesse, unter welchen Umständen kann ein Garagenkonzept für einen Markenhändler zur valablen Alternative werden?

Markus Hesse: Das muss grundsätzlich jeder Unternehmer in seinem ganz spezifischen Fall selber beurteilen. Generell macht es dann Sinn, wenn absehbar ist, dass die Fortführung der Markenvertretung hinfällig wird oder bereits geworden ist, aus welchen Gründen auch immer. Allenfalls macht die Übernahme eines Garagenkonzepts auch als Ergänzung zu einer Markenvertretung Sinn – sozusagen als zweite Marke.

Welche grundsätzlichen Gedanken muss sich jemand machen, bevor er sich für ein Garagenkonzept entscheidet? Gibt es so etwas wie eine Art «Checkliste»?

Wenn sich ein Unternehmer aus einer Partnerschaft mit einer Marke löst, muss er selber entscheiden, ob er sich wieder auf eine Partnerschaft einlassen will. Jede Geschäftsbeziehung – auch eine mit den mir bekannten Garagenkonzepten – bringt nicht nur Lösungen, sondern auch Verpflichtungen.

Wie ist die Haltung des AGVS gegenüber den Garagenkonzepten?

Der AGVS steht für alle Mitglieder des Verbandes gleichermassen ein und legt in erster Linie Wert auf die Einhaltung unseres Ehrenkodex, auf die Ausbildungsbereitschaft sowie auf die freie unternehmerische Tätigkeit des Betriebes im Sinne unserer Branche. Ich bin der Meinung, dass es im Verband genug Platz für Markenvertreter und für freie Betriebe hat.

Wird die Zahl an Garagisten, die sich nicht mehr an eine Marke binden wollen oder können, tatsächlich laufend grösser?

Das wird die Zukunft zeigen. Erste Anzeichen dafür verdichten sich. Hört man auf das, was in der Branche geredet wird, so müsste dies sehr schnell spürbar werden. Trotzdem halte ich es mit dem bewährten Sprichwort, dass die Suppe nicht so heiss gegessen wird, wie sie gekocht wurde.

Wo liegen aus Ihrer Sicht die grössten Herausforderungen für den Betreiber einer Garage innerhalb eines Garagenkonzepts?

Die Herausforderung liegt meiner Ansicht nach im strategischen Ansatz. Auch ein Garagist ohne Markenvertretung muss sich mittel- und langfristig ausrichten. Und hier

gilt es das jeweilige Konzept und die Strategie des entsprechenden Dienstleisters zu berücksichtigen; die einzelnen Konzepte sind durchaus sehr unterschiedlich.

Sind Garagenkonzepte inzwischen mehr als nur ein Unterschlupf für Garagisten jenseits von Markenvertretungen?

Jeder Garagist braucht Teile und die Konzeptanbieter sind in aller Regel nicht per Zufall auch Zulieferer von Garagenbetrieben innerhalb ihres jeweiligen Konzepts. Sie können nebst der Versorgung mit Ersatzteilen auch Werkzeuge, Werkstattliteratur etc. anbieten. Als Unterschlupf würde ich dies nicht bezeichnen, erst recht nicht, wenn der Schritt gut geplant und überlegt ist und damit auch strategisch Sinn macht.

Ist die unternehmerische Freiheit im Rahmen eines Garagenkonzepts tatsächlich grösser als bei der Vertretung einer Marke? Oder werden bisherige Zwänge einfach durch andere abgelöst?

Die unternehmerische Freiheit steht oft in direktem Zusammenhang zu Chancen und Risiken. Will der Unternehmer keine grossen Risiken, darf er auch keinen grossen wirt-

birgt Chancen und Risiken»

schaftlichen Erfolg erwarten. Der starke wirtschaftliche Druck in den letzten Jahren führt zwangsweise zu einer gewissen Unzufriedenheit – das ist inzwischen in vielen Branchen der Fall, auch wenn das nur ein schwacher Trost ist.

Lässt sich die Unterstützung, die ein Markenhändler von seinem Importeur bekommt, tatsächlich mit der Unterstützung vergleichen, die ein Garagist im Rahmen eines Garagenkonzepts vom jeweiligen Franchise-Geber erhält?

Nein, das kann und darf man nicht erwarten. Der absolute Fachmann wird der Markengaragist bleiben, weil er direkt mit dem Hersteller verbunden ist und alle Informationen aus erster Hand und vollumfänglich erhält.



Markus Hesse, Mitglied AGVS-Zentralvorstand.

Von aussen betrachtet haben potenzielle Kunden oft den Eindruck, dass eine freie Werkstatt Arbeiten kostengünstiger ausführen kann als eine Markenvertretung...

...das sind Klischees, die schon lange kursieren und sich hartnäckig halten. Der zuverlässige Markenvertreter wird immer nach Herstellerangaben, der sogenannten Verrechnungszeit, abrechnen. Somit erhält der Kunden für sein Geld einen wahren Gegenwert.

Fährt man als Kunde für Garantiarbeiten also besser in die Markenvertretung?

Der Markenvertreter hat das entsprechende Equipment, das markenspezifisch ausgebildete Personal und kann sich bei Bedarf auf die Unterstützung des Importeurs verlassen. Um Ihre Frage konkret zu beantworten: ich würde in die Markenvertretung fahren. <

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

Amag: stop+go

www.stopgo.ch

> Uneingeschränkter direkter Zugang zu Originalersatzteilen

pd. Das Garagenkonzept stop+go wurde 2008 von der Amag lanciert. Aktuell hat stop+go in der Schweiz 71 Partnerbetriebe. Das Konzept ermöglicht den Garagen, Fahrzeuge auf einem qualitativ hohen Niveau zu warten und zu reparieren – dank dem Support der Amag. Stop+go fokussiert sich dabei auf Fahrzeuge, die ausserhalb

der offiziellen Werksgarantie sind, also vier Jahre und älter, und richtet sich in erster Linie an inhabergeführte Garagen. Die Betriebe sollen eine Ergänzung zu den Markenvertretungen sein, denn der Bestand von Fahrzeugen aus dem VW-Konzern steigt in der Schweiz jährlich an. Stop+go Partner können alles anbieten, was auch ein

Markenbetrieb kann – ausser Garantie- und Kulanzarbeiten.

Weitere Vorteile sind: direkte technische Unterstützung durch den Importeur der Volkswagen-Konzernmarken VW, Audi, Seat, Skoda und Volkswagen Nutzfahrzeuge; uneingeschränkter direkter Zugang zu den Originalersatzteilen zu attraktiven Preisen;

direkte Schulung der Mitarbeiter durch den entsprechenden Fahrzeug-Importeur; Trainingsangebot der Amag Academy; Unterstützung bei Marketingaktivitäten der Partner; eigener stop+go Internet-Auftritt; Zugriff auf die komplette Amag-Logistik; geringe Systemkosten; Zugriff auf umfassende Dienstleistungen der Amag. <



André Koch AG: Repanet Suisse

www.andrekoch.ch

> Einheitliche Standards, zentral koordinierte Verfahren

pd. Anfang Januar 2014 startete die André Koch AG mit Repanet Suisse, dem Schweizer Netzwerk ausgezeichneter Carrosserie- und Fahrzeuglackierbetriebe. Mit dem Repanet Suisse Konzept bietet die André Koch AG interessierten Lackierbetrieben praxisnahe Workshops und

Seminare, eine umfassende Betriebsberatung, Marketingmassnahmen und massgeschneiderte Unterstützungsangebote. Mit den hohen Qualitätsstandards stellt Repanet auch sicher, dass teilnehmende Betriebe auf Top-Niveau arbeiten können. Auf diese Wei-

se hilft das Netzwerk den Betrieben dabei, ihre Stellung am Markt zu stärken und Kunden dauerhaft mit hohen Standards zu überzeugen.

Das Repanet Suisse Netzwerk wird weiter, nach den Marktbedürfnissen, sowohl quantitativ und qualitativ ausgebaut. Die

qualifizierten Betriebe identifizieren sich als Teil eines einzigartigen Reparaturnetzwerkes und nehmen in der Branche eine hervorragende Marktstellung ein.

Aufgrund der hohen Qualitäts- und Servicestandards ist Repanet Suisse der ideale Partner für Flotten-/Leasinggesellschaften, Versicherungen und Garagenbetriebe.

Egal wo die Flotte im Einsatz ist, regional, national oder sogar international: Repanet Suisse erfüllt die hohen Anforderungen. Einheitliche Standards, zentral koordinierte Verfahren und Kommunikation ermöglichen es, den Service und die Qualität zu liefern, die man erwarten kann – europaweit/schweizweit. <



Bosch Car Service

www.bosch-service.ch

> Neue Dienstleistungen erschliessen zusätzliche Geschäftsfelder

pd. Bosch präsentiert eine neue Telematik-Lösung, die Flottenbetreiber mit den Bosch Car Service Garagen vernetzt. Mit der Bosch-Lösung können Flottenmanager die Standzeiten ihrer Fahrzeuge reduzieren und Bosch Car Service Betriebe sichern sich mit dem zusätzlichen Serviceangebot ein wichtiges Kundensegment. Möglich wird dies über eine Kommunikationseinheit im Fahrzeug, die Daten aus dem laufenden Betrieb und den Zustand verschiedener Verschleisssteile verschlüsselt in die Bosch IT-Infrastruktur überträgt, wo sie ausgewertet werden. Flottenbetreiber und die betreuenden Bosch Car Service können dort auf die aufbereiteten Informationen zugreifen.

Bosch Car Service Partner können ihren Kunden mit dem



Über die Kommunikationseinheit werden die Fahrzeugdaten und die Zustände der Verschleisssteile verschlüsselt in die Bosch IT-Infrastruktur übertragen.

neuen Service ein individuell zugeschnittenes Angebot unterbreiten. Es reicht vom Einbau des zentralen Kontrollgeräts bis hin zur kompletten Online-Betreuung der Fahrzeuge. Kleinere Flottenbetreiber können das technische Fuhrparkmanagement bequem der Werkstatt übertragen. Dort wird frühzeitig erkannt, wann die nächste War-

tung fällig ist und ob sich eine auffallende technische Veränderung ergeben hat. Das betroffene Fahrzeug wird so rechtzeitig in die Garage gerufen. Die Bosch Car Service Betriebe können mit dem neuen Service gezielt Unternehmen mit mehreren Fahrzeugen ansprechen und an sich binden – und damit ein zusätzliches Geschäftsfeld eröffnen.

Für Flottenbetreiber erfasst die Flottenlösung von Bosch zudem noch eine Vielzahl weiterer Informationen, die weit über den technischen Zustand des Fahrzeugs hinausgehen. So können unter anderem Standort, Kraftstoffverbrauch, Kilometerstand oder sogar die Fahrweise ausgewertet werden. <

Derendinger: Garage Plus

www.garageplus.ch

> Garage Gschwend – hier schraubt der Chef!

pd. Wenn der Ausdruck «hier kocht der Chef» auf einen Garagenbetrieb angewendet werden kann, dann in Appenzell bei der Garage Gschwend GmbH. Kilian Gschwend betreibt als passionierter Automobilfachmann und Mechatroniker seit August 2015 seinen Betrieb an der Zielstrasse 50.

Für alle Arbeiten stehen modernste Geräte und Ausrüstungen zur Verfügung. «In meinem Betrieb bin ich in der Lage, Automatikgetriebe zu spülen und das Getriebeöl zu erneuern. Zudem verfüge ich über einen Bosch Multimaster zur Auslesung der Daten sämtlicher Motortypen», sagt der Garagist.

Kilian Gschwend ist mit seinem Betrieb Mitglied von Garage Plus, dem unabhängigen Mehrmarken-Garagenverbund.

Als Teil der Derendinger Gruppe, dem grössten Ersatzteillieferanten der Automobilbranche in der Schweiz, verfügen die über 260 Garage Plus Betriebe über ein ausgezeichnetes Netzwerk und können auf regelmässige Wei-

terbildung zählen. Für technische Hilfe bei schwierigen Fällen stehen täglich vier bis fünf Fachleute in der Zentrale zur Verfügung. «Garage Plus bietet die optimale Struktur, um als Unternehmer frei zu sein und doch

schnell und unkompliziert den Zugang zu Original-Ersatzteilen und technischer Unterstützung zu bekommen», betont Kilian Gschwend die Vorteile von Garage Plus, mit der er auch seinen Internetauftritt realisiert hat. <



Kilian Gschwend vor einem Austin Gordon aus dem Jahr 1927.

Dealer Management Systeme

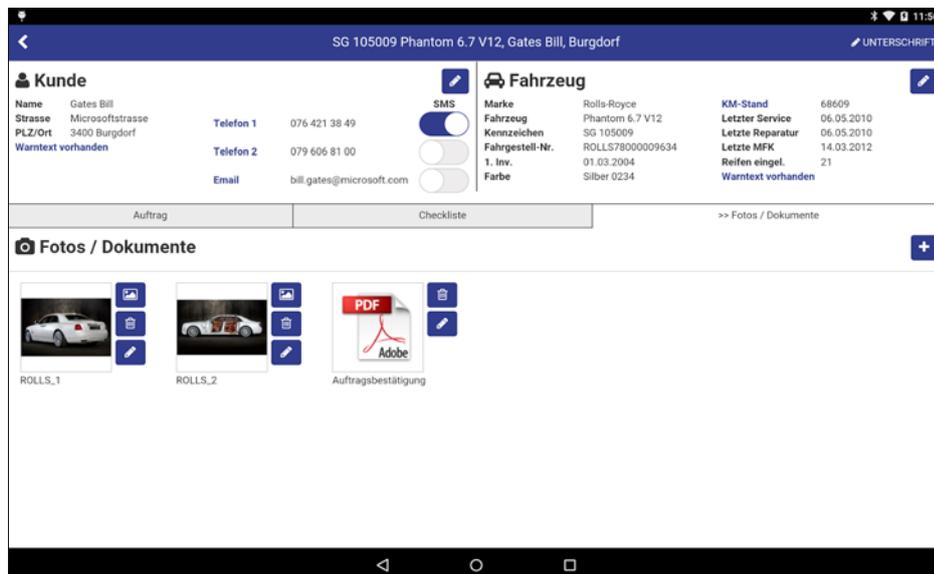
«Zentrales Nervensystem»

Die Wahl eines Dealer Management Systems (DMS) und dessen sichere Bedienung sind heute entscheidend für die erfolgreiche Bewältigung der ansteigenden Datenflut im Garagenbetrieb. Moderne DMS tragen zu mehr Effizienz sowie schnellen und einfachen Abläufen und damit direkt zum geschäftlichen Erfolg bei. **Reinhard Kronenberg**, Redaktion

■ «Ein DMS entlastet den Garagisten und gibt ihm Zeit, sich um jenen Teil seines Geschäfts zu kümmern, der letztlich am wichtigsten ist: die Beziehungspflege zu seinen Kunden», sagt Stephan Rissi, Leiter Marketing und Verkauf bei Stieger Software. Der Verkauf von Garagensoftware hat heute deshalb einen integralen Ansatz: «Wir verkaufen inzwischen nicht primär Software, sondern fördern durch eine umfassende Analyse und Beratung das digitale Denken des Kunden.» Es gehe zunehmend darum aufzuzeigen, wie wichtig vernetztes Denken und wie gross der Einfluss der Digitalisierung auch im Garagen-gewerbe heute schon ist. «Bereits durch die Vollintegration der verschiedenen Tools im Stieger DMS und deren Vernetzung untereinander wird der Grad der durchgängigen Digitalisierung ständig gefördert», führt Stephan Rissi aus.

Prozessoptimierung im Betrieb

War das DMS ursprünglich ein reines Faktura-Programm, so ist es heute das zentrale Nervensystem eines Garagenbetriebs: Es hilft



Ein gutes DMS ist in einer Garage zum zentralen Arbeitsinstrument geworden. Mobile Anwendungen wie die Stieger Annahme-App ergänzen das System perfekt.

den Anwendern, ihre Geschäftsabläufe und den Einsatz benötigter Ressourcen im Unternehmen optimal zu steuern. «Wir bei Stieger haben den Anspruch, unseren Kunden IT-Lösungen zu bieten, die ihnen täglich einen ech-

ten Wertschöpfungsbeitrag und maximalen Nutzen für ihren Betrieb liefern. Damit erzielen sie dank Prozessoptimierung nachhaltig eine höhere Leistungsfähigkeit und Rentabilität in ihrem Betrieb», so Stephan Rissi.

Herausforderung Investitionssicherheit

Zwei Schlüsselworte hierzu lauten: Schnittstellen und Markenneutralität. Schnittstellen sind die Königsdisziplin für jeden DMS-Anbieter. Sie definieren die Anbindung des jeweiligen DMS an die komplexen Systeme von Herstellern und Zulieferern. In dieser Disziplin ist das DMS von Stieger unbestrittene Königin: Die Firma hat inzwischen rund 850 solcher Schnittstellen im Angebot, von denen sie alleine im vergangenen Jahr über 100 neu entwickelt hat. Das setzt einen sehr engen Kontakt zu Herstellern und Zulieferern voraus. Denn von der Information bis zur fertig programmierten Schnittstelle und deren oftmals sehr aufwendigen Zertifizierung durch den Importeur oder Hersteller vergehen oft 12 bis 18 Monate.

«Der Vorteil für den Garagisten ist, dass er dank des vielfältigen Schnittstellenangebots stets die vollständige unternehmerische Ent-



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

des Unternehmens»

scheidungsfreiheit bezüglich seiner zukünftigen Entwicklung behält. Denn es ermöglicht ihm praktisch immer, dadurch das ganze Potenzial an Geschäftsmöglichkeiten auszuschöpfen, das sich ihm bietet. Gleichzeitig hat er die Garantie, dass seine Investition in ein Stieger DMS lange Bestand hat», erklärt Stephan Rissi.

Zukunftssichere Lösungen

So wie die Schnittstellen-Vielfalt, trägt auch die Markenneutralität eines DMS substantiell zur Investitionssicherheit bei: «Sie stellt sicher, dass der Garagist unser DMS auch dann noch gewinnbringend nutzen kann, wenn sich seine geschäftlichen Rahmenbedingungen später ändern, sei es, dass er eine neue Marke dazugewinnt, eine wechselt oder sich einem der Garagenkonzepte anschliesst.»

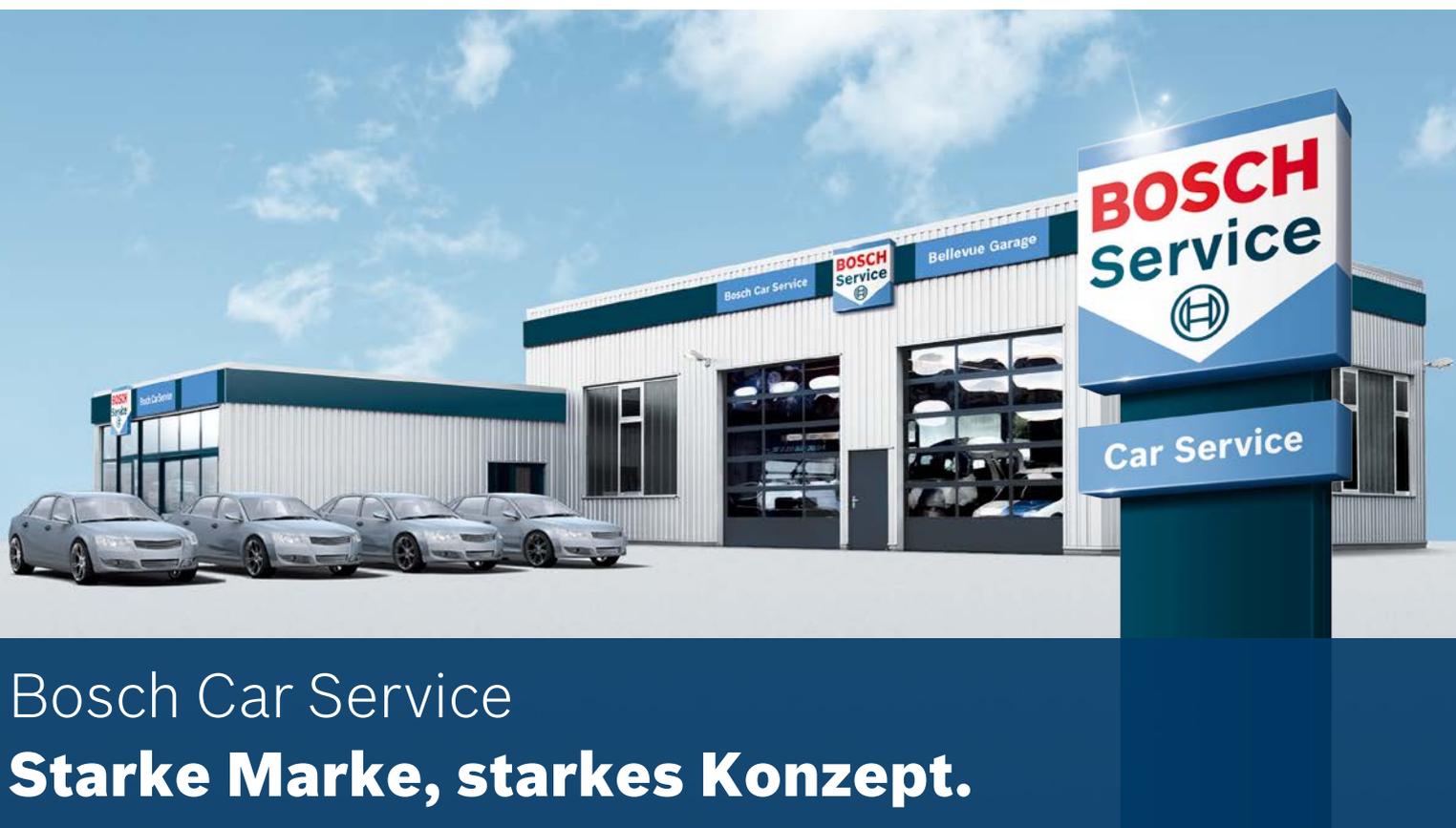
Ein DMS, so umfassend seine Funktionalitäten auch sein mögen, ist nie fertig ge-

baut: Spezifische Kundenrückmeldungen und -anforderungen werden bei Stieger zentral erfasst, ausgewertet und wo immer sinnvoll in die laufende Weiterentwicklung integriert. «Auf diesem Weg stellen wir sicher, dass am Schluss alle Nutzer unseres DMS von den individuellen Inputs aus dem Markt profitieren», betont Stephan Rissi. Über die in der Jahreslizenz inbegriffenen Updates kommt der Garagist ohne Mehrkosten in den Genuss solcher Weiterentwicklungen. Das generiert ihm jedes Mal einen Zusatznutzen, ohne sein Budget zu belasten.

Für Ende des nächsten Jahres stellt Stephan Rissi die Markteinführung von «Premium Drive» in Aussicht: «Unsere neue Software-Generation. Sie wird die Basis bilden für die Garagensoftware der Zukunft.» Auch das fällt unter die Kapitel Zukunfts- und Investitionssicherheit.» <

Achtung: Datensicherung

Daten zu sammeln, zu strukturieren und in der täglichen Arbeit für den geschäftlichen Erfolg zu nutzen, ist das eine – die Daten zu sichern, das andere. Unabhängig von der Wahl des DMS rät Stephan Rissi von Stieger Software dringend, dem Thema Datensicherheit die nötige Aufmerksamkeit zu widmen: «Wir sind jedes Jahr immer wieder auch mal mit Fällen konfrontiert, in denen die Daten eines Nutzers komplett verloren gegangen sind», sagt er. Er rät, die Daten im Idealfall täglich sowie im Wochen- und Monatsrhythmus zu sichern und sie unbedingt an unterschiedlichen Standorten zu lagern. «Seinen gesamten Datensatz zu verlieren», sagt Stephan Rissi, «ist vergleichbar mit einem Vollbrand in der Garage. Daten sind heute das eigentliche Kapital eines Betriebs und sie zu verlieren, gefährdet die gesamte Existenz.» In dieses Kapitel gehört auch die klare Zuordnung der Verantwortung für die Daten; aus Stephan Rissis Sicht «ist das Chefsache».



Bosch Car Service
Starke Marke, starkes Konzept.

www.BoschCarService.ch



BOSCH
 Technik fürs Leben

Luginbühl Fahrzeug- und Werkstatttechnik AG

«Bei uns steht die Qualität im Vordergrund»

Firmenchef Erhard Luginbühl und sein Team begleiten ihre Projekte wenn möglich von A bis Z. Wie den Neubau der LKW-Werkstatt der Hans Meyer AG im aargauischen Birm. AUTOINSIDE war mit auf Baustellenbesuch. **Mario Borri**, Redaktion

■ Seit mehr als drei Jahren beschäftigen sich Erhard Luginbühl und Aussendienst-Sachbearbeiter Naim Shabani mit der neuen Werkstatt des Tiefbau-, Transport- und Entsorgungsunternehmens Hans Meyer AG in Birm im Kanton Aargau. Nun geht das Projekt in den Endspurt; im August sollen Werkstatt und die sich darin befindende technische Ausrüstung den Betrieb aufnehmen. Luginbühl – vor allem aber Shabani – sind fast jeden Tag vor Ort und überwachen die Abschlussarbeiten. Während des Besuchs von AUTOINSIDE ging es um die Stromversorgung. Die Werkstatttechnik-Profis wollten vom Elektriker wissen, warum die Abgas-Absauganlage in der Grube noch nicht funktionierte. Gemeinsam liess sich das Problem schliesslich lösen.

Planung auf der grünen Wiese

«Mir liegen natürlich alle unserer momentan rund 30 Projekte sehr am Herzen, dieses aber besonders», erklärt Erhard Luginbühl. Denn einerseits wohnt er in der Nachbarschaft und kennt den Firmenchef persönlich, andererseits war die Luginbühl AG beim Werkstattprojekt schon sehr früh im Boot. Der Firmenchef: «Wir waren noch vor dem Architekten ins Projekt involviert und konnten es auf der grünen Wiese planen. Das ist eine tolle Sache.» So konnten die Sachverständigen der Firma Luginbühl Einfluss nehmen, welche Abmessungen und welche Zugänge das Werkstattgebäude idealerweise haben muss. Und der Aussendienst-Sachbearbeiter und gelernte LKW-Mechatroniker Naim Shabani war für die bestmögliche Ausstattung besorgt.



Fast fertig: Naim Shabani (l.) und Erhard Luginbühl in der Reparatur-Grube.



Die neue LKW-Werkstatt der Hans Meyer AG von aussen. Dahinter das neue Bürogebäude. Auf dem Hügel im Hintergrund thront das Schloss Brunegg.

Werkstattausrüstung für 500 000 Franken

Beim Rundgang erklärt der Patron, was im Neubau alles von der Firma Luginbühl stammt: «Die gesamte Luftversorgung mit der Kompressoranlage von Blitz, mit der zentralen Abgas-Absauganlage und der Gruben-Absauganlage von Stec, die akkubetriebenen mobilen Radgreiferanlagen von Blitz, der Bremsprüfstand von Maha und der Gelenkspieltester von Altus, die Kabelrollen an den Wänden von Rapid, die Kompressoren und das Altölablaufsystem mit den dazugehörigen Tanks – das ist alles von uns geplant, konzipiert, gebaut und montiert.» Das gesamte Auftragsvolumen für die Luginbühl Fahrzeug- und Werkstatttechnik AG beläuft sich bei diesem Projekt auf rund eine halbe Million Franken. Die meisten dieser Produkte vertreibt die Luginbühl AG als Importeur.

Die Lösung steht im Zentrum

Projekte nach Möglichkeit von A bis Z zu begleiten, zählt zu den unternehmerischen Stärken der 1979 durch Walter Luginbühl gegründeten Firma. Walters Sohn Erhard Luginbühl, der 1995 in die Firma einstieg und sie 2002 übernahm: «Die Lösung steht im Zentrum und jedes Projekt wird mit dem Wissen unserer Spezialisten entwickelt und von unseren erfahrenen Monteuren verbaut.» Ein weiterer Erfolgsfaktor ist das breite Angebot. Durch die beiden Sparten Fahrzeug- und Werkstatttechnik steht die Firma auf einem soliden Fundament mit einem reichen Angebot an Dienstleistungen und einem grossen Produkte-Know-how. So hat es die Luginbühl Fahrzeug- und Werkstatttechnik AG geschafft, seit bald 40 Jahren auf dem hart umkämpften Markt Transport- und Fahrzeugwerkstatt erfolgreich zu bestehen. <



Gemeinsam Lösungen finden: Shabani und Luginbühl diskutieren mit dem Elektriker.



Das Abpump-Aggregat und der Tank befinden sich im Untergeschoss.



SACHS Kupplungen in Premiumqualität.



Anfahren am Berg oder in beengten Parkhäusern, endlose Staus und kurvenreiche Strecken – die täglichen Anforderungen an Fahrer und Kupplung sind vielseitig. Deshalb sind SACHS Kupplungen die erste Wahl zahlreicher renommierter Autohersteller. Verlassen auch Sie sich auf deutsche Markenqualität made by SACHS.

Waschanlagen

«Unser Garagenbetrieb profitiert von der zusätzlichen Frequenz»

Die in vielen Betrieben rückläufigen Margen im Neuwagengeschäft bringen immer mehr Unternehmer im Autogewerbe dazu, sich nach zusätzlichen Einkünften umzusehen, um die wegbrechenden Erträge wenigstens zum Teil zu kompensieren. Eine Möglichkeit sind Waschanlagen. Was sie für den Betrieb bringen können, zeigt AUTOINSIDE am Beispiel der Garage M. Walter AG in Weinfelden. **Reinhard Kronenberg**, Redaktion



Rechnung aufgegangen: Mit dem gut frequentierten Waschpark erwirtschaftet die M. Walter AG in Weinfelden einen hohen Deckungsbeitrag.

■ Eine der ersten Voraussetzungen für die Erstellung einer Waschanlage überhaupt ist, das dafür nötige Land oder Areal zu besitzen. Bei der Garage Walter AG in Weinfelden war das gegeben: Sie hatte eine Rasenfläche, die direkt an den Werkstattbetrieb angrenzte. Für eine Nutzung der Fläche als Waschpark sprach, dass der Betrieb an einer der meistbefahrenen Strassen im ganzen Kanton liegt und das Waschcenter von dieser Seite her direkt

einsehbar ist. Dagegen sprach, dass es in Weinfelden bereits eine Vielzahl an Waschanlagen gibt – eine davon in unmittelbarer Nähe seines Garagenbetriebs, geführt von der Landi Weinfelden: ein Waschplatz – eher unattraktiv, aber frequentiert. Garagist Martin Walter fragte sich: Können wir das nicht besser?

Klare Vorstellungen sind von Vorteil

Die Frage nach dem «Was» war mit dem

Entscheid für ein Waschcenter beantwortet. Die nächste zu beantwortende Frage war: Wie? «Wir hatten bereits klare Vorstellungen und wollten neben einer Selbstbedienungsanlage mit Lanzen und Staubsauger auch eine Portalwaschanlage realisieren», sagt Besitzer Martin Walter, «wir wollten Innovationen in Sachen Sauberkeit anbieten und hatten gleichzeitig hohe Ansprüche an eine ästhetische Architektur.» Auch ökologisch habe

Weniger Sorgen für Selbstständige.

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

suvarisk
Sicher versichert

Jetzt Offerte bestellen
unter 0848 820 820





Die neuen Waschanlagen der Otto Christ AG sind auf dem aktuellsten Stand der Waschtechnik.

man mit dem Waschcenter eine «saubere Sache» realisieren wollen, ergänzt er und freut sich ab dem Wortspiel, das sich bei diesem Thema direkt aufdrängt.

Walter begann sich umzusehen, wer diesen Ansprüchen als Anbieter gerecht werden konnte. Und da kam die Otto Christ AG Wash Systems ins Spiel: «Mit der Firma Christ hatten wir schnell den Anbieter gefunden, der über jene Innovationen verfügt, mit der wir unsere Anlage ausstatten wollten.» Diese Entscheidung wurde durch die persönliche, professionelle Beratung bei der baulichen Planung sowie bei der Konfiguration der Anlage laut Walter vollumfänglich bekräftigt. Die Begeisterung war beidseitig: «Für uns», sagt Christ-Projektleiter und Verkaufsberater Jean-Philipp Kern, «war die Anlage in Weinfelden ein Referenzprojekt.»

Neuster Stand der Waschtechnik

Der Bau der Anlage dauerte vier Monate, die Investitionskosten lagen bei 1,3 Millionen Franken, alleine die eigentliche Waschtechnik schlug mit 500000 Franken zu Buche – eine stolze Summe, die Christ-Projektleiter Jean-Philipp Kern damit begründet, dass die Anlage auf dem absolut neuesten Stand der Waschtechnik ist – weltweit. «Was hier steht, gehört zum Innovativsten, was Sie in Sachen Autowäsche überhaupt bekommen können», sagt er. Und der Erfolg gibt dem Projekt vollumfänglich recht: «Seit der Eröffnung wird unsere Anlage Monat für Monat mehr frequentiert», freut sich Martin Walter – an Samstagen stehen die Autos gar Schlange. Die Steuerung der Frequenz eines Waschcenters ist allerdings schwierig – «es ist das Wetter, das die Tages-Frequenzen bestimmt», sagt Walter.

Überwältigende Reaktionen

Ein Waschpark passt optimal zum angestammten Garagenbetrieb – auch und gerade, weil Walter die Frequenz konsequent nutzt, um den Garagenbetrieb für Dienstleistungen und Pneu zu bewerben. «An keiner Auto-Ausstellung hatten wir bisher auch nur annähernd so viele Besucher wie an einem Wochenend-Tag mit unserem Waschpark», sagt er. Die Reaktionen seien schlicht überwältigend und die Empfehlungsquote «enorm». Rund um Frauenfeld ist Walter in aller Munde – und auch auf Facebook, wo er den Waschbetrieb ebenfalls erfolgreich bewirbt. Der Waschpark ist so modern, dass man sogar via Apple Pay bezahlen kann.

Die Rechnung ist aufgegangen

Für Walter hat sich das Risiko gelohnt, die Rechnung ist aufgegangen: «Wir erwirtschaften mit dem Waschpark einen hohen Deckungsbeitrag. Er belebt ausserdem das gesamte Firmenareal und wir profitieren mit dem Garagenbetrieb substanziell von der zusätzlichen Frequenz.» Sauberkeit ist ein Geschäft – und für den, der es richtig anpackt, sogar ein sehr gutes. Walter empfiehlt allen, die die räumliche Möglichkeit haben, eine solche Investition zu prüfen: «Allerdings müssen die nicht geringen Investitionen in einem gesunden Verhältnis zu den eigenen finanziellen Möglichkeiten stehen.» Doch auch hier ist der Anbieter Partner. «Wir helfen bei der Analyse des Standortes und auch bei der Wirtschaftlichkeitsrechnung», sagt Markus Tschuran, Niederlassungs- und Serviceleiter von Otto Christ AG. Darin hat seine Firma jahrzehntelange Erfahrung. Was Christ allerdings nicht macht: Sie finanziert keine Anlagen: «Aber wir können selbstverständlich gerne Kontakte schaffen zu geeigneten Partnern», sagt Jean-Philipp Kern. <

Alles für Sicherheit und Schutz.

petex



CHEMUWA



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

Interview mit Urs P. Gauch, Mitglied der Geschäftsleitung bei Raiffeisen Schweiz

«Die Nachfrage steigt, solange

Urs P. Gauch, Leiter Departement Firmenkunden bei Raiffeisen Schweiz, spricht mit AUTOINSIDE über Renditen, Ratings und Rechnungen und kommt zum Schluss, dass das Schweizer Autogewerbe langfristig durchaus gute Aussichten hat: «Die Branche ist konjunkturrestant. Und Mobilität bleibt ein Bedürfnis.» **Sandro Compagno**, Redaktion

■ **Herr Gauch, gemäss aktuellem Branchen-spiegel der Treuhand-Unternehmung Figas liegt die durchschnittliche Eigenkapital-Rendite eines Garagenbetriebes unter 4 Prozent, der durchschnittliche Cashflow in Prozent des Umsatzes bei 1,7 Prozent. Wie interpretieren Sie als Banker solche Kennzahlen?**

Urs P. Gauch: Sie sind nicht berauschend. Die Branche ist sehr wettbewerbsintensiv, es herrscht ein anhaltender Margendruck. Die erwähnten Kennzahlen sind Durchschnittswerte, aber sie deuten auf einen Konsolidierungsbedarf der Branche hin.

Mit anderen Worten: Gibt es zu viele Garagenbetriebe in der Schweiz?

In Gesprächen mit Garagisten hören wir oft die gleichen Klagen: über nicht mehr existente Margen im Neuwagengeschäft und immer mehr Auflagen der Importeure. Man kann das Autogewerbe mit der Hotellerie vergleichen: Auch dort herrscht ein harter Wettbewerbsdruck und auch dort hat es trotzdem viele gute Betriebe. Das Autogewerbe hat den grossen Vorteil, dass es relativ konjunkturrestant ist. Ein Auto muss gewartet werden. Es besteht also stets ein Sockelbedarf an Leistungen. Früher war das alle 10 000 km, heute noch alle 30 000 km. Diese und andere Marktentwicklungen sind in den Betriebsstrukturen noch nicht vollständig nachvollzogen. Doch langfristig sind die Aussichten gut: Die Mobilität wird sich verändern, aber sie bleibt ein Bedürfnis.

Das Rating von Garagenbetrieben ist tief: Was kann der einzelne Garagenbetrieb konkret tun, um von den Banken positiver bewertet zu werden?

Wichtig ist, dass er sich klar positioniert. Raiffeisen versucht, nahe am Kunden zu sein. Wir kennen unsere Kunden und sind so in der Lage, beim Kreditrating auch qualitative Aspekte zu berücksichtigen. Drei Fragen stehen im Zentrum: Erstens die Strategie. Handelt es sich um einen unabhängigen Garagenbetrieb oder um eine Markenvertretung in

einem Marktgebiet mit einer genügenden Grösse? Zweitens die Zahlenbasis: Wie verdient die Garage ihr Geld? Mit Neuwagen, Occasionen, Reparaturen? Hat sie einen Carrosserie-Bereich oder eine Tankstelle mit einem rentablen Shop? Die dritte Frage, die sich in einem Garagenbetrieb immer stellt, ist die nach dem Kapital. Eine Garage ist kapitalintensiv. Wie schnell schlägt der Garagist seinen Wagenpark um? Einmal im Jahr oder viermal? Besitzt er ein Gebäude? Ist es richtig

eingerechnet? Könnte er es rentabler nutzen? Das sind die Fragen, auf die der einzelne Garagist Einfluss nehmen kann und muss.

Welches sind die wichtigsten Kriterien einer Bank bei der Bewertung eines Garagenbetriebes?

Der Unternehmer muss vor allem eine schlüssige Strategie haben. Wir haben einen Kunden bei der Übernahme von mehreren kleinen Garagenbetrieben begleitet und un-



Urs P. Gauch sieht einen Konsolidierungsbedarf im Autogewerbe.

die Bevölkerung wächst»

terstützt. Er hat diese Betriebe übernommen und konsolidiert und ist jetzt mit seiner Marke die klare Nummer 1 in der Region, kann also Skalenvorteile realisieren. Wichtig sind auch eine saubere Betriebsrechnung und ein realistisches Budget. Eine Planung über zwei bis drei Jahre schadet auch nicht.

Worauf muss ein Garagist bei der Finanzierung seines Betriebes besonders achten?

Auf die Anlageintensität. Gerade im Wagenpark muss er sein Kapital rasch umsetzen. Und er darf nicht zu viele Risiken eingehen. Wir haben das 2015 erlebt, als plötzlich der Euro gegenüber dem Franken um 20 Prozent an Wert verlor. Die Neuwagenpreise sanken und die Preise der Occasionen zogen nach. Die Rechnung ist schnell gemacht: Ihr Occasionenbestand beträgt 500 000 Franken. Sinken die Preise um 10 Prozent, machen Sie 50 000 Franken Verlust... Auch die Immobilie muss er genau analysieren; oft sind Garagen an sehr guten, zentrumsnahen Lagen. Hier stellt sich die Frage, ob er mit einem Umzug an die Peripherie einerseits stille Reserven auflösen und andererseits am neuen Standort einen effizienteren Betrieb aufbauen kann.

Beobachten Sie als Banker häufige Fehler, mit denen sich Garagisten das Leben unnötig schwer machen?

Ich komme wieder mit dem Wagenpark: Oft ist dessen Verwaltung zu wenig proaktiv. Wenn der Garagist ein Auto sechs oder zwölf Monate an Lager hat und das korrekt rechnet, dann wird das teuer.

Sie raten ihm, in so einem Fall trotz knapper Margen mit dem Preis runterzugehen.

Den Preis senken oder eine andere Verkaufsplattform suchen. Ich bin Bankfachmann, kein Autovermarkter. Aber hier sehe ich Potenzial.

Oft ist von Garagisten zu hören, dass «die Banken» nicht mitmachen. Gleichzeitig bekunden Banken anscheinend Schwierigkeiten, geeignete Kreditnehmer zu finden. Wieso kommt das viele Geld, das die Zinsen derzeit so tief hält, nicht im Gewerbe an?

Das kann ich so pauschal nicht stehen las-

sen. Gerade bei Raiffeisen werden 95 Prozent aller Geschäftsentscheide lokal gefällt. Die Raiffeisenbanken vor Ort kennen ihre Kunden und deren Betriebe. Vor einem Jahr zum Beispiel sind wir zwei Brüdern, die einen neuen Garagenbetrieb aufbauen, bei der Finanzierung beigestanden: Die beiden Unternehmer hatten einen sauberen Business-Plan, ein gutes Konzept und ein proaktives Management. Man kann das Autogewerbe heute mit der Baubranche während der Immobilienkrise der 1990er-Jahre vergleichen: Es existieren Überkapazitäten, die über die Jahre abgebaut werden müssen. Das ist jetzt rein volkswirtschaftlich argumentiert, ich blende die oft schmerzhaften Einzelschicksale hier aus. Aber wo Überkapazitäten bestehen, müssen Betriebe vom Markt verschwinden oder aufgekauft werden. Wir Banken wollen mit Garagenbetrieben zusammenarbeiten. Aber wir schauen genau hin.

Welches sind für eine Bank die grössten Risiken in der Zusammenarbeit mit einer KMU im Allgemeinen und dem Autogewerbe im Speziellen?

Allgemein kann man von vier Risiken ausgehen. Erstens disruptive Entwicklungen, wie sie aktuell im Detailhandel zu beobachten sind: Hier gehen jährlich 3 bis 5 Prozent Umsatz verloren; das ist mit Kostensenkungen nicht aufzufangen. Zweitens das konjunkturelle Risiko: Hier blicken wir auf zehn Jahre mit einer guten Basiskonjunktur zurück, Drittens das Währungsrisiko: Das ist in einer Volkswirtschaft mit hohen Export- und Importaktivitäten immer ein Thema. Viertens die Positionierung und die Strategie: Für die Autobranche lässt sich mit einer kleinen SWOT-Analyse Folgendes festhalten. Die Stärken liegen in der lokalen Vernetzung und im anhaltenden Bevölkerungswachstum. Solange wir als Land wachsen, treibt das die Nachfrage an. Die Schwächen liegen in den Überkapazitäten und im gesättigten Markt. Als Chance erachte ich das Internet mit all seinen Möglichkeiten: von der Vermarktung bis hin zur Diagnose bei Reparaturen und der Abwicklung bei der Rechnungsstellung und als Risiko Themen wie Elektromobilität, Sharing oder auch die künftige Energiestrategie. <

Schwerpunktthema **Der Garagist – Unternehmer mit Zukunft**

2017

UBS: «Kein spezifisches Branchenrating»

Auch die UBS kommt auf Anfrage von AUTOINSIDE zum Schluss, dass die Margen im Autogewerbe «sehr eng sind und die Risiken des Eigenkapitalgebers – auch im heutigen Tiefzinsniveau – nur ungenügend abgedeckt werden». Gegen den Vorwurf, Garagen grundsätzlich tief zu bewerten, wehrt man sich bei der grössten Schweizer Bank: «Ein spezifisches Branchenrating kennen wir nicht. Die von uns betreuten Garagen haben gegenüber dem Gesamtportfolio keine stark abweichenden Bonitätseinschätzungen.»

Bei der Kreditsprechung stütze sich die UBS vor allem auf die künftige Ertragskraft einer Unternehmung ab.

Und genau hier sieht die Bank Probleme: «Die erhöhten Anforderungen der Importeure widerspiegeln sich teilweise in Kreditgesuchen für Um- und Neubauten von Garagen, deren Ertragskraft in einem ungenügenden Verhältnis zur neuen Verschuldung steht.» Die Projekte seien teilweise, aus rein betriebswirtschaftlicher Sicht, überdimensioniert und mit ungenügend angesparten Mitteln unterlegt.

Unterschätzt würden teilweise auch «ungünstige Rücknahmeverpflichtungen, die bei Leasingverträgen verkaufter Fahrzeuge eingegangen werden», so die UBS. Teilweise problematisch für die UBS sind die Aktualität und Qualität des Zahlenmaterials und insbesondere bei kleineren KMU die Abhängigkeit vom Inhaber/Geschäftsführer. Auch die Infrastruktur werde «diverse Herausforderungen mit sich bringen und Anpassungen notwendig machen»; sie sei auf die heutigen Rahmenbedingungen ausgerichtet, während die aktuellen Trends in Richtung e-Auto, e-Commerce und Carsharing deuten.

MIDLAND.CH



Sponsored Content

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Dank der Rahmenvereinbarung mit der Groupe Mutuel haben Sie als AGVS-Mitglied exklusive Bedingungen bei Personenversicherungen und zudem professionelle Unterstützung beim betrieblichen Absenzen- und Gesundheitsmanagement durch das CorporateCare. **Christian Feldhausen**, Groupe Mutuel

■ Über sehr vorteilhafte Bedingungen bei Krankentaggeld und UVG-Zusätzen hinaus bietet Ihnen Groupe Mutuel Unternehmen durch das eigens entwickelte CorporateCare-Konzept zusätzlichen Nutzen.

Mehrwert durch das CorporateCare-Konzept

Die Absenzenquote und die Gesundheit Ihrer Mitarbeitenden haben direkten Einfluss auf die Produktivität, was für Ihren Unternehmenserfolg entscheidend ist. Hier setzen wir an. Um die Absenzen zu steuern und die Gesundheit im Unternehmen zu fördern, unterscheidet unser CorporateCare-Konzept drei Handlungsebenen, wie die Pyramide zeigt.



Drei Schlüsselthemen 2017

Für 2017 haben unsere CorporateCare-Spezialisten drei Schlüsselthemen ausgewählt: die Wiedereingliederung, die leistungsstarke Präsenz der Mitarbeitenden und die Ergonomie.

1. Jede Arbeitsunfähigkeit steuern – die Wiedereingliederung im Zentrum

Die erste Handlungsebene, die Basis aller Massnahmen des CorporateCare-Konzepts, konzentriert sich auf die optimale Bearbeitung aller Absenzen, die das Unternehmen dem Versicherer meldet. 2017 steht die Wiedereingliederung der Mitarbeitenden nach längerer Abwesenheit im Zentrum. Es geht darum, alle Massnahmen für eine schnelle, optimale Wiederaufnahme der Arbeit zu berücksichtigen und möglichst früh alle Akteure (betroffener Mitarbeiter, behandelnder Arzt, Arbeitgeber, IV, Versicherer) einzubeziehen. Denn Ihre Mitarbeitenden sind Ihr wertvollstes Kapital.

2. Absenzen eindämmen – eine leistungsstarke Präsenz als Ziel

Auf der zweiten Ebene begleiten wir Sie mit spezifischen Massnahmen für ein verbessertes Absenzenmanagement. 2017 liegt der Fokus auf Ausbildung und Engagement der Führungskräfte, um eine

leistungsstarke Präsenz der Mitarbeitenden zu fördern. Wichtig sind ein effizientes und transparentes Vorgehen bei Absenzen und die systematische Fallbearbeitung. Unsere Erfahrungen und Zahlen zeigen deutlich, dass ein interdisziplinärer Ansatz dazu beiträgt, die Zahl der Absenzen zu reduzieren, ihnen vorzubeugen und ein Klima des Vertrauens innerhalb des Unternehmens zu schaffen.

3. Prävention fördern – mit Fokus auf die Ergonomie

Auf der dritten Ebene analysieren unsere Spezialisten Ihre Bedürfnisse bezüglich Risikoprävention. Wir können Sie bei der Realisierung Ihrer Massnahmen unterstützen und Ihnen die kompetentesten Leistungserbringer vermitteln. 2017 steht die Gesundheitsförderung durch Ergonomie im Mittelpunkt. Dabei beraten wir Sie über die Prävention von körperlichen Beschwerden am Bewegungsapparat (Rücken, Nacken, Hals) sowie über richtige Körperhaltung und Lastentragen. Dank unserer Analyse können Sie Ihre Risiken bezüglich Ergonomie besser identifizieren und vorbeugende Massnahmen treffen. Dazu gehört auch die kostengünstige Anpassung der Arbeitsplätze, um übermässige oder schädliche Belastungen zu reduzieren.

Kompetente Beratung

Investieren Sie etwas Zeit in eine umfassende Beratung und entdecken Sie weitere Mehrwerte bei der Groupe Mutuel:

- grosse Palette an KVG- und VVG-Produkten
- Kombinationsrabatt bei Abschluss mehrerer Produkte
- Ratenzahlung der Prämie ohne Zuschlag
- Verzicht auf Kündigungsrecht infolge Schadenfalls
- innovative Versicherungsergänzungen: zum Beispiel Stop-Loss-Lösungen, Taggeldzusatz für 180 Tage. <



Kontakt

Willy Lerjen, Key Account Manager
Tel. 058 758 31 80
E-Mail: wlerjen@groupemutuel.ch
www.groupemutuel.ch/unternehmen
www.groupemutuel.ch/de/corporatecare



Für eine Online-Offertenanfrage:
www.groupemutuel.ch/de/upsa



Cembra Money Bank

Massgeschneiderte Finanzierungen



■ pd. Cembra Money Bank ist eine kompetente Partnerin für Fahrzeugfinanzierungen. Sie verfügt als eine der grössten Schweizer Finanzierungspartnerinnen über mehr als 50 Jahre Erfahrung. Mit rund 700 Mitarbeitenden ist die Bank eine der führenden Anbieterinnen von Produkten für die Finanzierung von Fahrzeugen.

Lokale Präsenz

Schweizweit sind 21 Aussendienst-Mitarbeitende für eine garantiert kompetente Betreuung vor Ort im Einsatz. Betreut werden die Garagisten in ihrer Landessprache, denn die Anträge werden von Mitarbeitenden in Zürich, Bussigny und Camorino bearbeitet.

Alles aus einer Hand

Neben dem Angebot von Leasing*, Finanzierung und «Finanzierung Plus», dem Produkt für zusätzliche Flexibilität, profitieren Cembra-Partner von weiteren Angeboten:

- **Für Partner:** Cembra unterstützt durch die Möglichkeit des Vorführwagen-Leasings und der Finanzierung der Lagerwagen. Eine Partnerschaft erlaubt so die effiziente Planung von Kosten und Liquidität.

- **Für Kunden:** Mit der Raten-Versicherung bieten die Garagisten ihren Kunden eine kostengünstige und sinnvolle Variante, um ihre monatlichen Raten gegen unerwartete finanzielle Engpässe bei Arbeitsunfähigkeit oder unverschuldeter Arbeitslosigkeit abzusichern. «Easy Fix» ist die massgeschneiderte Finanzierung für Reparaturen und Zubehör, von der Kunden von AGVS-Mitgliedern exklusiv profitieren.

Online – eConnect

Mit eConnect stellt Cembra Money Bank ihren Partnern eine moderne, unkomplizierte Online-Plattform für die Berechnung und Übermittlung von Anträgen zur Verfügung.

eConnect bietet volle Kontrolle und Überblick über pendente Anträge und laufende Verträge und wird bereits heute von über 3000 Fahrzeughändlern schweizweit eingesetzt. <



Mehr zu eConnect erfahren Sie unter:
www.cembra.ch/econnect-info

Für mehr Informationen zur Zusammenarbeit mit Cembra Money Bank:
www.cembra.ch/partner

*Die Kreditvergabe ist verboten, falls sie zur Überschuldung der Konsumentin oder des Konsumenten führt.

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

Die PK MOBIL-Kunden haben das ganze Jahr Weihnachten.

BVG Zins 2017 +1%

PK MOBIL 2%

Obligatorisch 1%

Risikobeiträge 2018

Senkung um 15%



PK MOBIL
CP

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

Sicher unterwegs in die Zukunft

FIGAS – Ihr Branchenprofi

professionell – diskret – persönlich



Ihr Unternehmensbewerter

bewertet mobile Anlagen und fahrzeuggewerbliche Liegenschaften

erstellt Unternehmensbewertungen

unterstützt Nachfolgeprozesse und

vermittelt Garagengesellschaften in der ganzen Schweiz!

FIGAS Autogewerbe-Treuhand der Schweiz AG

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

Ein Unternehmen der OBТ Gruppe

Sponsored Content

SMART Deal, PAINT Deal, SOLUTION Deal – die cleveren Vereinbarungen von Ihrer ESA!

■ SMART Deal

Die ESA-Kunden erhalten für die Treue im Bereich der Service- und Verschleissteile kostenlos Werkstatt-einrichtungen oder können Schmierstoffe gratis vorbeziehen.



- Sicherheit durch Original-Ersatzteil-Qualität von den bedeutendsten Systemzulieferern in der Erstausrüstung

- Sie wählen Ihre Treueprämie.

Highlight: Nebst dem Service- und Verschleissteileumsatz wird auch der Schmiermittelumsatz von ESALube-, SHELL-, und ELF-Produkten in den SMART Deal gerechnet.

Ein SMART Deal lohnt sich, weil...

- Einzigartiges Sortiment:
 - Premium Marken wie TRW, BOSCH, ATE, VALEO, ZF usw.
 - Ausserordentlich günstige Preise – jeden Tag für alle Artikel
- Hochstehende Produktequalität und Innovationen:
 - Eines der breitesten und qualitativ hochwertigsten Sortimente in Europa

SOLUTION Deal

Mit dem SOLUTION Deal können die Kunden ESA-Dienstleistungen gratis beziehen. Sie verpflichten sich dabei lediglich, ihren Bedarf an Service- und Verschleissteilen und Schmiermitteln bei Ihrer ESA zu beziehen!



PAINT Deal

Der PAINT Deal ermöglicht Carrosserie-Betrieben zum eigen definierten Preis, Investitionsgüter wie Lackierkabinen oder sonstige Gerätschaften als



Leihgabe in der ESA zu beziehen. Sie müssen dabei lediglich einen Teil ihres Bedarfs an Lacken bei der ESA decken.

Kontaktieren Sie uns! Ihr zuständiger Gebietsleiter informiert Sie gerne näher über die ESA-Deals! <

QUALITY 1 – SEIT 15 JAHREN FÜR SIE DA.



Zu unserem 15-jährigen Jubiläum möchten wir uns bei allen Kunden und Partnern für die tolle Zusammenarbeit herzlich bedanken. Wir freuen uns auf die weitere Erfolgsgeschichte von Quality1.

© Quality1 AG, Bubikon, 4/2017



Überstunden / Überzeit

Arbeitsvertragliche Bestimmungen

Das geleistete Arbeitsvolumen von Erwerbstätigen nahm in den letzten Jahren generell zu. Ein Teil dieser Arbeitsstunden wurde von Mitarbeitern auch ausserhalb der «normalen» Arbeitszeit erbracht. Somit stellt sich in den Betrieben vermehrt die Frage, was man unter Überstunden / Überzeit versteht und wie rechtlich, finanziell und buchhalterisch mit dieser Thematik umzugehen ist. **André Frey, Figas**

■ Die nachstehenden Ausführungen basieren auf den generellen Bestimmungen der diversen Gesetze respektive Verordnungen. **Im Detail nicht eingehen können wir auf die verschiedenen Bestimmungen in den verbindlichen Gesamtarbeitsverträgen der einzelnen AGVS-Sektionen.**

rien von Mehrarbeit ist deshalb entscheidend, weil Überzeit zwingend durch Freizeit gleicher Dauer zu kompensieren oder durch Bezahlung des Basislohns zuzüglich 25 Prozent abzugelten ist (mit Ausnahmen für Büropersonal sowie den technischen und anderen Angestellten, mit Einschluss des Verkaufspersonals in Grossbetrieben des Detailhandels).

Arbeitszeiterfassungspflicht zu vereinbaren. Ungeachtet dessen ist den Arbeitsvertragsparteien zu empfehlen, sich anlässlich der Vertragsschliessung mit der Problematik der Arbeitszeitkontrolle auseinanderzusetzen und sich mit den gesetzlichen Regelungen und Spielräumen gegenseitig vertraut zu machen. Auch hier sind allfällige Bestimmungen in den verbindlichen GAVs zu berücksichtigen.



Überstunden / Überzeit

Überstunden sind Arbeitsstunden, welche die «normale» resp. vereinbarte Arbeitszeit übersteigen und unter den Maximalarbeitszeiten gemäss dem Arbeitsgesetz liegen. Je nach Gesamtarbeitsvertrag (GAV) kann diese «normale» Arbeitszeit variieren. Im Normalfall beträgt die wöchentliche Arbeitszeit in der Schweiz im Jahresdurchschnitt 42 Stunden. Gemäss den Bestimmungen des Arbeitsgesetzes beträgt die zulässige wöchentliche Höchstarbeitszeit 45 Stunden für Arbeitnehmer in industriellen Betrieben sowie für Büropersonal, technische und andere Angestellte, mit Einschluss des Verkaufspersonals in Grossbetrieben des Detailhandels und 50 Stunden für alle übrigen Arbeitnehmer.

Als Überzeit gilt die Arbeitszeit, welche die gesetzlich erlaubte wöchentliche Höchstarbeitszeit gemäss Arbeitsgesetz von 45 bzw. 50 Stunden überschreitet. Dabei ist wichtig darauf zu achten, dass die Vorgaben in Bezug auf die maximale Dauer der Überzeit eingehalten werden.

Die Unterscheidung dieser beiden Katego-

rials in Grossbetrieben des Detailhandels). Die Kompensation durch Freizeit hat grundsätzlich innert 14 Wochen zu erfolgen, wobei vertraglich eine Verlängerung der Kompensationsfrist auf eine Höchstdauer von 12 Monaten möglich ist.

Für Überstunden kann die Abgeltung unter Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und GAV-Regelungen anders geregelt oder ausgeschlossen werden. Dabei kann durch schriftliche Übereinkunft zwischen den beiden Parteien sowohl jegliche zusätzliche Zahlung für Überstunden wegbedungen wie auch nur der Zuschlag von einem Viertel abgeändert oder die Zeitkompensation ausgeschlossen werden.

Arbeitszeitkontrolle

Per 1. Januar 2016 ist die neue Revision der Verordnung zum Arbeitsgesetz in Kraft getreten und die Unternehmungen wurden entgegen den ersten Bestimmungen administrativ wieder entlastet. Diese neuen Bestimmungen ermöglichen es, unter klar definierten Bedingungen Abweichungen von der detaillierten

Massnahmen bezüglich Überzeitguthaben

Wichtig ist aus unserer Sicht, dass interne Weisungen und Kontrollen bestehen, um zu sorgen, dass allfällige Ferien- und Überzeitguthaben nicht überborden und die gesetzlichen Maximalzeiten eingehalten werden. Sowohl der Bezug von Ferien als auch die Kompensation von Überzeit unter dem Jahr (je nach den diversen verbindlichen GAV's) kann vom Arbeitgeber angeordnet werden. Damit soll verhindert werden, dass ein Mitarbeiter bei einer Kündigung durch Bezug eines aufgestauten Ferienguthabens den Betrieb innerhalb kürzester Zeit verlassen kann, bevor sein Nachfolger gefunden und eingearbeitet wurde. Ebenso hat der Arbeitgeber in der Regel ein Interesse, die Auszahlung allfälliger Überstunden und Überzeiten zu vermeiden.

Rückstellungen für nicht bezogene Ferien- und Überzeitguthaben

Die per Bilanzstichtag nicht bezogenen Ferien- und Überzeitguthaben der Mitarbeiter sind jährlich zu ermitteln und in der Jahresrechnung abzugrenzen. In der Praxis wird diese Abgrenzung auf sehr unterschiedliche Art berechnet. Wir empfehlen folgende Berechnung: Jahresbruttolohn inkl. Sozialleistungen (Arbeitnehmeranteil) geteilt durch 220 Tage (übliche Anzahl Arbeitstage) multipliziert mit den Ferien- und Überzeitguthaben in Tagen. Wesentliche Überzeit- und Ferienguthaben sind zwingend abzugrenzen, damit die Jahresrechnung vollständig und korrekt erstellt wird. <

Neue Marketingstrategie

Seat verkauft Autos im Einkaufszentrum

Mit Seat mietet sich erstmals ein Autohersteller in ein Schweizer Einkaufszentrum ein. Der Seat Store im Glattzentrum in Wallisellen ZH, dem grössten Shoppingtempel des Landes, feierte Anfang Mai Eröffnung. **Mario Borri**, Redaktion



Zwischen Dosenbach und McCafé: Der Seat Store im Glattzentrum in Wallisellen.

■ «Mit dem Store im Glatt passt sich Seat den neuen Einkaufsgewohnheiten der Bevölkerung an. Hier muss der Kunde nicht zu uns kommen, sondern wir gehen zu ihm», erklärt Seat-Markenchefin Sandra Grau. Das könnte in etwa so aussehen: Nachdem man die Wocheneinkäufe erledigt und sich einen Kaffee gegönnt hat, schlendert man noch ein bisschen im Shoppingcenter umher. Man entdeckt den Seat Store und nutzt die Gelegenheit, denn ein neues Auto ist längst überfällig. Im 165 m² grossen Showroom stehen die neusten Modelle zur Sitzprobe oder auf dem angrenzenden Parkdeck zur Probefahrt bereit. Anschliessend kann am Computerterminal oder mit Hilfe eines Beraters das Auto konfiguriert werden. Passt alles, kann man gleich den Kaufvertrag unterzeichnen und den Wagen bei Lieferung auch im Glatt abgeholen.

Erfahrungen sammeln

Doch wie sich die Kunden dann tatsächlich verhalten, wird die Zukunft zeigen. Sandra Grau: «Mit diesem ersten Store in einem Einkaufszentrum möchten wir vor allem Erfahrungen sammeln und die Bekanntheit der Marke Seat steigern.» Stösst der Showroom im Glatt

auf Akzeptanz, kann das Dienstleistungsangebot weiter ausgebaut werden. Jost Eggenberger, Managing Director Amag Retail: «Dank der Nähe zur Amag Autowelt in Dübendorf können wir uns vorstellen, dass im Glatt dereinst auch Autos für den Service oder für den Reifenwechsel abgegeben und anschliessend wieder abgeholt werden können.»

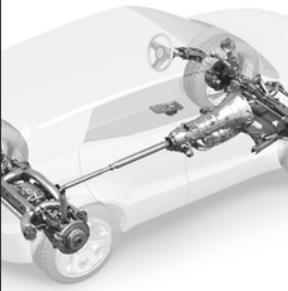
Umsätze ankurbeln

Auch für das Glattzentrum selber könnten sich Vorteile ergeben. «Dank dem Auto-Showroom im Haus erhoffen wir uns neue Kunden, die sich dann auch in den anderen Geschäften umsehen», sagt Zentrumsleiter Rageth Clavadetscher.

Auto-Stores könnten auch ein Mittel gegen die generellen Umsatzrückgänge in Einkaufszentren sein. Denn gemäss Autoscout24 beträgt der Durchschnittspreis eines Neuwagens in der Schweiz 41 370 Franken (Stand 2016). Rageth Clavadetscher: «Obwohl man im Glatt auch Luxusuhren kaufen kann, bringen Autos natürlich mehr Umsatz.» <



V. l.: Jost Eggenberger (Amag Retail), Sandra Grau (Seat) und Rageth Clavadetscher (Glattzentrum) beim Eröffnungsakt.



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

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



Eigene Ölflaschen für Garagen

Kundenbindung mit Öl

Das Ölgeschäft ist für den Garagisten noch immer lukrativ. Davon ist Panolin überzeugt und offeriert daher den Garagisten, ihre eigenen Etiketten für Öldosen zu gestalten. **Sascha Rhyner**, Redaktion

■ Es geht blitzschnell. Das Logo hat sich Stephan Lämmle, Leiter Produktionslogistik bei Panolin, kurzerhand aus dem Internet geholt und auf eine bestehende Etikette gesetzt. Mit dem ersten Ergebnis ist er noch nicht ganz zufrieden, mit der Maus verschiebt er das Logo noch etwas nach rechts und gibt dann den Druckbefehl. Im Nu klebt die Etikette auf einer Ein-Liter-Dose und fertig ist die AUTOINSIDE-Ölflasche.

Etwas aufwendiger ist die Gestaltung für Garagen. «Wir bieten den Vollservice inklusive Gestaltung durch unseren Werbefachmann und machen auch Vorschläge», erklärt Panolin-Geschäftsführer Silvan Lämmle. «So kann eine Garage ihr ganz eigenes Motorenöl haben: mit dem eigenen

Logo, den eigenen Farben und sogar mit einem eigenen Produktnamen.» Wobei er

einschränkt, dass bei einem eigenen Namen die Hersteller-Freigaben auf dem Öl unter Umständen wegfallen. «Die meisten Kunden wünschen sich bisher aber eine Kombination aus dem eigenem Branding und der Marke Panolin.»

Erstmals hatte Panolin das «Private Labeling» am Auto-Salon 2016 präsentiert. Bis zur konkreten Umsetzung dauerte es schliesslich etwas mehr als ein Jahr. «Wir evaluieren in dieser Zeit die Machbarkeit. Und weil wir gleichzeitig ein neues Flaschendesign entwickelten, hatte dies wiederum einen Einfluss auf die Etiketten. Folglich musste auch die EDV angepasst werden», begründet Silvan Lämmle die Verzögerungen.

Den Nachbarn mit dem falschen Öl erwischt

Zwei Ereignisse nennt Lämmle als Ursprung der Idee mit den individualisierten Etiketten und dem Nachfüllliter. Zum einen habe ihm eine Journalistin berichtet, dass die Öllampe just aufgeleuchtet habe, als ihr Garagist nicht verfügbar gewesen war. Und zum anderen habe er den Nachbarn gesehen, wie er ein 20W-50-Motorradöl in sein Auto habe füllen wollen. «Ich konnte ihn gerade noch stoppen und ihn auf die Gefahren hinweisen», erzählt er lachend. «Ein Motorradöl hat eine ganz andere Chemie und ist dickflüssiger. Ich erklärte ihm, er würde Probleme haben, den Wagen zu starten, wenn er dieses Öl einfülle.» Selbstredend brachte er ihm umgehend ein Motorenöl aus der Zürcher Oberländer Produktion.

Die Rückmeldungen zum «Private Labeling» seien sehr positiv. «Die Garagisten haben Freude an den eigenen Flaschen und wir haben das Angebot bereits auf weitere Gebinde erweitert», erzählt Lämmle. Und das Ölgeschäft sei noch immer lukrativ für den Garagisten. Er könne mit dem Öl auch eine Kundenbindung schaffen, sagt Lämmle und beschreibt das Beispiel der Garage

Lech in Rothrist:



Panolin hat einen eigenen Drucker, um die individuellen Flaschen zu drucken.



Geschäftsführer Silvan Lämmle präsentiert das AUTOINSIDE-Öl.

«Bei der Ablieferung eines Autos – Neuwagen oder Occasion – legt die Lerch AG eine Ein-Liter-Dose Motorenöl, den sogenannten Nachfüllliter, in den Kofferraum und bespricht dies mit dem Kunden. Die Flasche wird in der Ablieferpauschale mitverrechnet. Beim Service verwendet er das Öl aus dieser Flasche und legt anschliessend wieder eine neue Flasche in den Kofferraum. Für den Kunden ist das kostenneutral.»

Dass Panolin nicht im Supermarkt, an der Tankstelle oder im Baumarkt erhältlich ist, sieht Lämmle als Vorteil für die Garagisten. So ist auch der Nachfüllliter nur über den Kanal Garage erhältlich. «Profitieren sollte der Garagist und letztendlich der Konsument», sagt Silvan Lämmle. <



Weitere Infos unter:
www.panolin.com



Besserer Schutz dank Folien

Gibt es den perfekten Lackschutz?

Ein Auto ist nicht einfach nur ein Gebrauchsgegenstand, sondern ist Statussymbol, Prestigeobjekt oder das geliebte «Baby». Damit ist auch schon klar, dass die meisten grossen Wert auf die Pflege ihres Autos legen.



Eine Folie schützt den Lack vor kleinen Steinschlägen, Sonneneinstrahlung oder Streusalz.

■ pd. Der Autolack ist tagtäglich verschiedenen Gefahren ausgesetzt: Waschanlagenbürsten, Reibungen an Sträuchern am Fahrbahnrand, Umwelteinflüssen wie UV-Strahlung, Sommersonne, Salz und Kälte im Winter. Grundsätzlich ist ein moderner Autolack so konzipiert, dass er Umwelteinflüssen gut standhält.

Im Handel gibt es eine Menge an Pflegemitteln, um den Lack möglichst vor diesen Umwelteinflüssen zu schützen.

Wie sieht es aber mit Kratzern oder Steinschlägen aus? Steinschläge und Kratzer sind die Feinde jeden Autolacks. Kleine, harmlos

wirkende Steinchen, die während der Autofahrt auf den Lack geschleudert werden, bewirken kleine Risse, die bis auf das Blech reichen können. Die Korrosion lässt dann meist nicht mehr lange auf sich warten.

Eine professionelle Konservierung kann Abhilfe schaffen. Wenn ein Auto komplett konserviert ist, bleibt der Lack über längere Zeit gepflegt.

Die sicherste Art, den Lack zu schützen, sind Lackschutzfolien. Ein Aufwand, der sich lohnt. Llummar hat 2015 eine neuartige Lackschutzfolie auf den Markt gebracht, die kleine «Verletzungen» selber «heilt». Was heisst das

genau? Entstandene Kratzer bilden sich dank Sonnenwärme oder einfach durch Putzen mit warmen Wasser wieder zurück. Die Folie ist hochtransparent und damit für das blosse Auge kaum sichtbar. «Kratzer auf dem Autolack gehören der Vergangenheit an», sagt Christian Steiner, Verkaufsleiter der Chemuwa Autozubehör AG, die Llummar Folien in der Schweiz vertreibt. «Die neuartige Folie schützt das Fahrzeug ganzjährig vor kleinen Steinschlägen, Sonneneinstrahlung, Sand und Streusalz», so Steiner weiter.

Eine Folie, die hält, was sie verspricht

Die Gesetze zwingen Fahrzeughersteller, wasserbasierende Lacke zu verwenden, die umweltverträglich sind. Dadurch ist die Oberfläche der Lacke nicht mehr so hart, reagiert also empfindlicher auf Kratzer und Stösse. Die Llummar Folie ist kratzfest, verfärbungs- und fleckenbeständig. Die praktisch unsichtbare Hochglanzoberfläche und die hohe optische Klarheit gleichen dem Lack eines Neuwagens. Mit der Lackschutzfolie kann das Auto genauso gewaschen werden, wie sonst auch. Und mit einer vom Hersteller empfohlenen Politur sieht das Auto aus wie am ersten Tag. Lackschutzfolien sind ein perfekter Schutz für den Lack, damit das Fahrzeug makellos bleibt. <



Weitere Infos unter:
www.chemuwa.ch



**TBZ
HF**

Technische Berufsschule Zürich
Höhere Fachschule HF
Sihlquai 101, 8005 Zürich
admin.hf@tbz.zh.ch
Informationen: www.tbz.ch

Weiterbildung Aus Leidenschaft zum Erfolg!

→ Lehrgänge Automobiltechnik
Info-Abende an der TBZ HF
Mi 7.6.17 und Do 15.6.17, 18:30



Planung eines Autohauses

«Der wichtigste Trend ist die Digitalisierung»

In der Mai-Ausgabe von AUTOINSIDE erklärte Architekt Aurel Toth, wie sich Optik und Ambiente eines Autohauses auf die Kauflust der Kunden auswirken können. Wie die ideale Garage aussieht, konnte er nicht sagen. Wir fragten nochmals nach. **Mario Borri**, Redaktion

■ **Herr Toth, mit welcher Architektur der Garagist die Kauflust seiner Kunden steigert, konnten Sie nicht sagen. Doch was sind die architektonischen Trends bei Autohäusern?**

Aurel Toth: Das Ambiente im Showroom soll für Kunden behaglich sein. Und auch die Mitarbeitenden sollen sich wohlfühlen. Natürliches Licht spielt dabei eine entscheidende Rolle. Im Gebäudeinneren steht alles im Zeichen der Digitalisierung. Jedes ausgestellte Auto muss an den Strom angeschlossen werden können. Nur eingeschaltet kommen die digitalen Instrumente und die stylischen LED-Tagfahrlichter richtig zur Geltung. Zudem werden Preise und technische Informationen über das Fahrzeug immer öfter an Displays angezeigt, auch diese brauchen Strom.

Stichwort Grösse: Wachsen Autohäuser mit den Autos mit?

Das kann man nicht generell sagen. Beim Showroom ist die Grösse aber nicht das wichtigste. Denn bald wird man die Autos virtuell anschauen können, dann braucht es keine riesigen Ausstellungen mehr. Aber weil die Autos immer länger und breiter werden, müssen für gleich viele Autos grössere Aussenparkplätze und Parkhäuser gebaut werden.

Blicken wir nochmals zurück: Wie haben sich die baulichen Vorschriften verändert?

Am deutlichsten bei der Energieeffizienz. Eine Dreifachverglasung ist heute Pflicht und die Energieversorgung ist anders geregelt. Ausserdem muss das Gebäude erdbebensicher und mit einem Brandschutzsystem ausgerüstet sein. Auch der Arbeitssicherheit muss Rechnung getragen werden. Die klassischen Hochglanzböden, die man von früher kennt, sind verboten. Eine Vorschrift ist es nicht, aber wir bauen jedes Autohaus behindertengerecht und rollstuhlgängig.



Autocenter Bülach ZH: Grosse Fensterflächen sorgen für ein angenehmes Ambiente im Innenraum.

Schauen wir über die Grenzen: Gibt es generelle Unterschiede bei der Planung von Autohäusern in der Schweiz und dem Ausland?

Ja, weil das Land im Ausland günstiger ist, kann man grosszügiger planen. Und weil das Lohnniveau im Ausland generell etwas tiefer ist, es dank der Grösse der Grundstücke keine Unterkellerung braucht und auch die baulichen Vorschriften nicht so streng sind, wird das ganze Projekt günstiger. Viele Autohersteller sind sich dessen nicht bewusst und staunen dann, wie teuer ein Autohaus in der Schweiz ist.

Eine Abschlussfrage: Was muss ein Garagist beachten, bevor er ein neues Autohaus baut?

Das wichtigste ist der Standort. Er muss ein gut gelegenes und erschlossenes Grundstück haben. Natürlich muss die Zufahrt gewährleistet sein. Die Grösse des Betriebes sollte an den Umsatz und an die Anzahl Mit-

arbeitende angepasst sein. Des Weiteren sollte er die finanzielle Belastung abschätzen können und das mit der Bank regeln. Ausserdem sollte die Zukunft beziehungsweise die Nachfolge geregelt sein. Eine solche Investition lohnt sich nur mittel- bis langfristig. Wenn kein positives Entwicklungspotenzial erkennbar ist, muss man über die Bücher oder die Pläne lieber begraben. <



Aurel Toth in seinem Büro in Bern.

100 Jahre Bucher AG Langenthal

«Bei Motorex-Mitarbeitenden fliesst grünes Blut in den Adern»

Im Juni feiert die Bucher AG Langenthal das 100-Jahr-Jubiläum. Im Interview mit AUTOINSIDE erzählt CEO Edi Fischer unter anderem, wie aus dem kleinen Produzenten von Leder-, Holz- und Hufpflegemitteln ein internationaler Schmiermittelhersteller wurde und was an der Jubiläumsfeier am 24. Juni geboten wird. **Mario Borri**, Redaktion

■ **Herr Fischer, wir gratulieren zum Jubiläum. Wie hat es eine Firma aus einem kleinen Schweizer Städtchen geschafft, sich ein Jahrhundert lang gegen die internationalen Schmiermittelmultis zu behaupten?**

Edi Fischer: Vielen Dank. Zum einen war das Timing für den Einstieg ins Schmierstoffgeschäft optimal. Als Ende der 1920er-Jahre die Motorisierung begann, hatte die Bucher AG bereits Motorenöle im Angebot. Zum anderen ist es dem Standort zu



Edi Fischer ist seit 2007 Vorsitzender der Geschäftsleitung.



verdanken. Denn die Herstellung von Schmierstoffen ist zunehmend ein hoch technologisches Geschäft, das zur chemischen Industrie und immer weniger zur Erdölindustrie gehört. In der Forschung und Entwicklung im chemischen Bereich hat die Schweiz ja einen sehr guten Ruf. Ein weiterer Pluspunkt ist unser stetig wachsendes Sortiment – heute sind es total 8000 technisch hochwertige Produkte – und die fundierte Beratung. Wir können dem Kunden klar und messbar aufzeigen, welche Vorteile sein Betrieb hat, wenn er mit uns zusammenarbeitet.

Können Sie uns die Unternehmensgeschichte kurz erzählen?

Die Bucher AG wurde 1917 von Arnold Bucher in Bützberg gegründet. Zu dieser Zeit stellte man Schuhcreme, Pflegeprodukte für Leder und Holz, Huf-Fette sowie chemisch-technische Produkte unter der Marke Rex her. Irgendwann kamen dann die Kunden nicht mehr mit dem Pferd, sondern mit

dem Auto. Ende der 1920er-Jahre nahm man Motorenöle ins Angebot auf. 1938 folgte der Umzug von Bützberg nach Langenthal.

Was hat denn überhaupt den Ausschlag gegeben, gross in die Schmiermittel-Industrie einzusteigen?

1942 ist mit Edy Bucher die zweite Generation in die Firma eingetreten. Er erkannte das Potenzial der Schmierstoffe, welche die zunehmende Motorisierung mit sich brachte. 1947 änderte er den Markennamen Rex in Motorex. Zusammen mit der Einführung des Motorex-Grüns in den 1950er-Jahren markierte der Namenswechsel den Anfang unseres Aufstiegs.

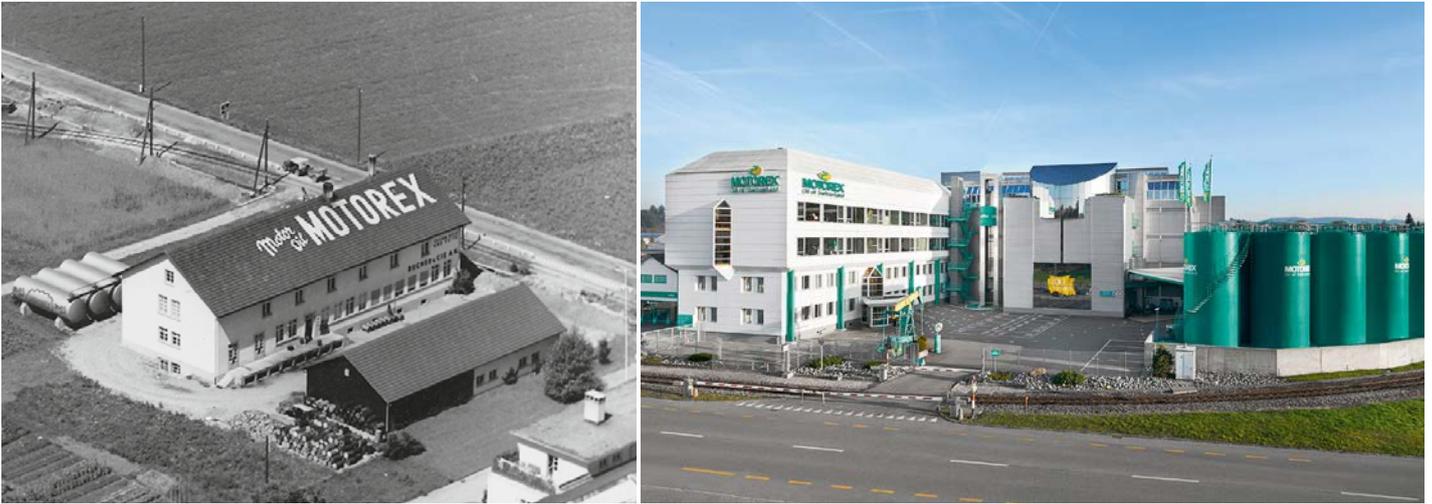
Wie ging es weiter?

Nach dem zweiten Weltkrieg begann das Wirtschaftswunder mit einer starken Verbreitung von Autos, Lastwagen, Traktoren und Baumaschinen, was das Potenzial für Schmierstoffe weiter erhöhte. Motorex konnte mit zuverlässiger und vorausschauender Arbeit in den Labors, in der Fabrik und im Vertrieb mehr und mehr Kunden gewinnen.

Wann und wie gelang der internationale Durchbruch?

Mit dem Einstieg ins Motorradsegment und der damit verbundenen Möglichkeit, als Sponsor im Motorradsport aufzutreten. 1984 prangte das Motorex-Logo erstmals auf einem Rennmotorrad – auf dem Gespann des legendären Schweizer Seitenwagenteams Rolf Biland und Kurt Waltisperg. Dank unserem





Zwischen diesen Bildern liegen 70 Jahre: Die Bucher AG an der Bern-Zürichstrasse in Langenthal 1947 und 2017.

Engagement im Motorcross mit KTM und in amerikanischen Rennserien kennen uns Töfffahrer auf der ganzen Welt.

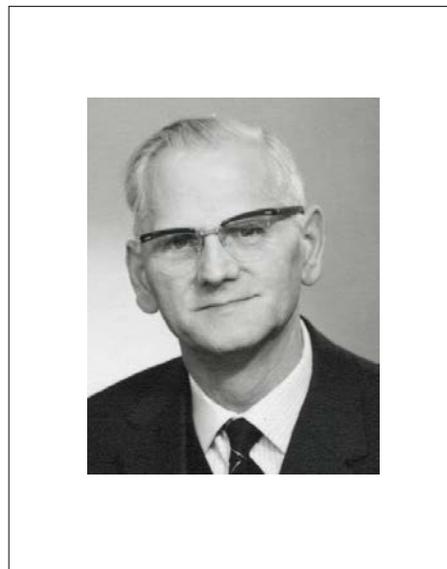
Bis wann blieb Edy Bucher am Steuer?

1990 gab er die operative Führung seinen Töchtern Helen Bucher und Monique Regenass-Bucher und deren Mann Peter Regenass ab. Die drei haben die Firma entscheidend weitergebracht. Sie tätigten Investitionen am Standort Langenthal, sorgten mit einer gezielten Verbreitung der Marke für einen weiteren Schub und führten eine Unternehmenskultur ein, die Motorex für viele talentierte und motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu einem attraktiven Arbeitgeber machte. 2007 zogen sich die Familienmitglieder aus der operativen Führung zurück und erstmals übernahm eine familienexterne Geschäftsleitung die Führung der Firma. 2009 machte Motorex mit der Gründung von Motorex Deutschland und dem erstmaligen Export in die USA einen weiteren Schritt. Heute ist Motorex in 85 Ländern präsent. In sechs Ländern haben wir eine Niederlassung, in drei Ländern auch eine Produktion. Langenthal ist und bleibt mit 250 Mitarbeitenden der grösste und wichtigste Standort, weltweit beschäftigen wir 340 Mitarbeitende. Mit David Bucher und Mirjam Stettler steht die vierte Generation bereits

in den Startlöchern. Motorex bleibt also auch in Zukunft eine Familienfirma.

Was ist das Erfolgsrezept von Motorex?

Einerseits unsere seriöse und konsistente Arbeitsweise. Bei uns gibt es kein «Hühnhott». Dann durch die Kundennähe: Wir sind mit unseren fachkompetenten Vertriebsleuten nahe beim Kunden, so dass wir verstehen, was diese wirklich brauchen. Ausserdem freuen wir uns, zusammen mit unseren Kunden und Partnern immer wieder neue und clevere Produkte zu entwi-



Firmengründer Arnold Bucher.

ckeln und so die Arbeit für unsere Kunden und Anwender besser zu machen. Und schliesslich unser umsichtiges und verantwortungsvolles Geschäftsgebaren. Wir sind greifbar, wenn uns der Kunde braucht.

Welche Schwerpunkte setzt Motorex?

Zum einen wollen wir weiter stark in der Lösung von schmiertechnischen Problemen sein. Wenn jemand eine herausfordernde Aufgabe hat, soll er bei Motorex an der richtigen Adresse sein. Zum anderen bieten wir ein umfassendes Sortiment von Schmiermitteln. Wir liefern nicht nur grossvolumige Produkte, sondern auch Kleinmengen, die für den Kunden oft entscheidend sind. Wichtig ist auch die kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Schmierstoffe in Zusammenarbeit mit Anwendern und Herstellern der Fahrzeuge, aber auch in Kooperation mit Universitäten und Forschungsinstitutionen. Denn unsere Produkte sollen immer die offiziellen Herstellerfreigaben haben.

Apropos Mitarbeitende: Wie schaffen Sie es, Fachleute aus aller Welt nach Langenthal zu locken?

Wir versuchen, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein. Der familiäre Umgang ist uns wichtig. Ausserdem bietet die Schweiz eine sehr gute Lebensqualität. Und die ländliche Gegend von Langenthal hat viel Schönes zu

BAUMGARTNER AG





Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Bucher AG Langenthal engagieren sich gerne für die Firma – auch in ihrer Freizeit.

bieten, ist aber auch verkehrstechnisch gut erschlossen. Wir beschäftigen eine ganze Reihe von Mitarbeitenden aus verschiedenen Ländern, die in Zürich, Bern, Basel oder Solothurn leben und jeden Tag mit Auto oder ÖV nach Langenthal pendeln. Die Bucher AG hat in unmittelbarer Nähe des Firmengeländes einen eigenen kleinen Bahnhof.

Welche Rolle spielen Garagisten für Motorex?

Eine entscheidende, denn ihre Geschichte ist unsere Geschichte. Wir wandelten uns zu Beginn der Motorisierung vom Schuhcreme- zum Motorenöl-Hersteller und aus den Schmieden der damaligen Zeit wurden Autogaragen. Die Entwicklung verlief parallel und es gab immer wieder Berührungspunkte. 1998 gründeten wir als erster auf dem Schweizer Markt tätige Schmiermittelhersteller eine eigene Verkaufsorganisation speziell für Garagisten – die Carline. Denn der Markt war und ist hart umkämpft und die Betreuung, speziell von Multimarkengaragen, wird durch die zunehmende Komplexität der Technik immer wichtiger.

Bleiben wir beim Markt: Wie wird sich der Schmiermittelmärkte weiterentwickeln?

Das Volumen an Schmiermitteln ist seit den 1970er-Jahren rückläufig. Aktuell hat der Schweizer Schmiermittelmärkte ein Volumen von rund 43 000 Tonnen, 1990 waren es noch zwischen 80 000 und 90 000 Tonnen. Schmiermittel wird es auch in Zukunft brauchen. Die Technik wird aber anspruchsvoller und benötigt anspruchsvollere Produkte. Die Themen betreffen vor allem den Umweltschutz: Schmierstoffe leisten einen grossen Beitrag zur Reibungsreduktion. We-

niger Reibung bedeutet weniger Energiebedarf und eine bessere CO₂-Bilanz. Andererseits die Umweltverträglichkeit: In vielen Anwendungsgebieten müssen Schmiermittel heute biologisch abbaubar sein, was zumindest einer teilweisen Abkehr vom Erdöl gleichkommt. Und auch der immer strengere Arbeitnehmerschutz ist ein wichtiges Thema. Motorex ist bei allen Themen sehr gut aufgestellt. Trotzdem wird der Volumrückgang anhalten. Durch den Ausbau des Angebotes – 2003 hatte Motorex noch sechs verschiedene PW-Motorenöle im Angebot, heute sind es 28 – und durch den Vorstoss in neue Märkte sind wir für die Zukunft bereit.

Was ist aber mit der zunehmenden Elektrifizierung der Mobilität?

Die Auswirkungen werden spürbar sein – für uns und die Garagisten. Denn weniger Werkstattarbeit bedeutet weniger Ölverkauf. Das Volumen von Motorenölen wird definitiv zurückgehen. Allerdings sind Motorenöle nur eine Kategorie von Schmiermitteln, wenn auch eine grosse. Auch andere Dinge benötigen Schmiermittel. Wo sich etwas bewegt, muss geschmiert werden. Wir werden also auch weiterhin Schmierstoffe produzieren und nicht etwa Konfitüre (schmunzelt). Doch wir müssen in neue Anwendungen vorstossen, das wird nicht einfach.

Bei Motorex werden familiäre Werte gross geschrieben. Wie schaffen Sie es, Tradition und Moderne sowie regionale Verankerung und weltweite Relevanz miteinander zu vereinen?

Es ist unser erklärtes Ziel, ein attraktiver Arbeitgeber für engagierte und fähige Mitar-

beitende zu sein. Dazu pflegen wir einen familiären Geist, einen guten und freundlichen Umgangston und Verständnis für unsere Mitarbeitenden, auch für ihr Leben neben dem Arbeitsplatz. Das war zu Gründerzeiten schon so und wir konnten als familienexterne Führungskräfte diesen Spirit weiter pflegen. Aber wir verlangen auch einen gewissen Sportsgeist, ein Engagement für die Firma. Wer bei uns arbeitet, durch dessen Adern sollte schon etwas grünes Blut fließen. Dass wir das haben, erzähle ich Ihnen mit einem kleinen Beispiel: Als die Vorbereitungen für die Jubiläumsfeierlichkeiten anstanden, war die Hilfsbereitschaft der Belegschaft enorm. Wenn Arbeiten verteilt wurden, meldeten sich immer gleich mehrere freiwillig. Alle waren bereit, Freizeit zu opfern, das freut mich wirklich sehr. Ich bin sehr stolz auf unsere Mitarbeitenden.

Worauf dürfen sich die Gäste an der Jubiläumfeier am 24. Juni freuen?

Auf zehn Stunden Spass, Unterhaltung, Action und Musik. Es gibt zum Beispiel eine Stunt-Show mit dem Motorrad, Autorennfahrerin Jasmin Preisig macht mit ihrem Racer Taxifahrten, es gibt eine grosse Oldtimer-Ausstellung und auch ein umfangreiches Kinderprogramm mit Mini-Zug und Schminkbar. Gegen Abend startet dann das Open-Air-Konzert mit der bekannten Schweizer Band Baba Shrimps als Headliner. <



Weitere Infos unter: www.100-years-motorex.ch



extra.
Prämiensystem

Jetzt punkten.
www.extra-praemien.ch

Das Prämiensystem extra: Machen Sie mit!

Neue Partner, noch mehr Vorteile:
Das Prämiensystem extra



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

Polemischer Artikel im SonntagsBlick sorgt für Ärger

Durchblick auch bei Reparatur

«Der Autoscheiben-Bschiss: Garagisten knöpfen uns 37 Millionen Franken zu viel ab» – so titelte der SonntagsBlick reisserisch. Der AGVS kann und will diese unerhörte Aussage auf gar keinen Fall so stehen lassen. **Mario Borri**, Redaktion

■ Dass die Reparaturquoten bei Garagisten tiefer sind als bei Glasspezialisten, hat einen einfachen Grund: Weil viele Glasspezialisten Vereinbarungen mit Versicherungsgesellschaften haben, so genannte Glasschadenpauschalen, verdienen sie nur bei einer Reparatur Geld und fördern diese entsprechend. «Zum Beispiel mit grossangelegten Werbeaktionen im Fernsehen oder vor Einkaufszentren, die sich ein Garagist niemals leisten könnte», erklärt Markus Peter, Leiter Technik & Umwelt beim AGVS.

Zur Praxis der Versicherer gehört auch, dass sie vom Versicherungsnehmer in der Regel einen Selbstbehalt fordern, wenn die Scheibe beim Garagisten repariert oder ersetzt wird. Eine weitere Ursache für die hohe Scheibenwechselquote bei Garagisten sind nicht selten Probleme bei der MFK. Denn es kommt vor, dass reparierte Scheiben bei der

Kontrolle aufgrund des verzerrten Sichtfeldes nicht abgenommen werden. Und, so Markus Peter: «Dem Garagisten werden vor allem neuere Autos mit Scheibenschäden gebracht. Dort sind die Kundenansprüche an eine makellose Scheibe naturgemäss höher.»

Wenn möglich Reparatur anbieten

Dennoch könnte die Reparaturquote bei den Garagisten höher sein, wie das Beispiel der Sonnmatt-Garage Frei AG in Grosshöchstetten BE zeigt. Inhaber Marcel Frei: «Wir beurteilen jeden Schaden individuell. Falls eine Reparatur möglich ist und die regulatorischen Voraussetzungen erfüllt sind, also der Schaden nicht zu gross, nicht im Sichtfeld und mindestens sechs Zentimeter vom Scheibenrand entfernt ist, offerieren wir unseren Kunden in jedem Fall zuerst die Reparatur.»

Garagist als erster Ansprechpartner

Argumente, die für eine Reparatur sprechen, gibt es viele. «Wenn der Schaden repariert werden kann, besteht kein Sicherheitsrisiko, obwohl die Windschutzscheibe eine tragende Funktion in der Karosseriestruktur innehat», weiss AGVS-Experte Markus Peter. Die Fahrzeugbesitzer nehmen die AGVS-Garagisten als kompetente Ansprechpartner wahr, die sich auch um kostenbewusste Lösungen bemühen. Und ein solches Vorgehen bringt gemäss Marcel Frei weitere Vorteile: «Den Kunden wird bewusst, dass sich der Garagist auch um die Scheiben kümmert und sie rufen bei einem Schaden nicht zuerst den Versicherer an, der sie oft direkt an einen Glasspezialisten verweist. Dies stärkt schliesslich auch die Kundenbindung.» <

Fahrzeugfinanzierungen

eConnect Alles auf einen Blick



Das Berechnen von Angeboten funktioniert mit dem eConnect Online Antrag noch schneller und einfacher. www.cembra.ch/online



Mit eConnect übermitteln Sie Ihre Anträge unkompliziert und mit nur wenigen Klicks, ohne wiederholte Erfassung Ihrer Daten.



Im eConnect Portfolio haben Sie die Kontrolle und Übersicht über Ihre Geschäfte. Vom Antrag bis zum Vertrag.

Jetzt Zugang
beantragen:
[cembra.ch/
econnect-info](http://cembra.ch/econnect-info)

Cembra
MoneyBank

AEC-Newcomer des Monats April: Auto Bucher AG, Buochs NW

«Kundenzufriedenheit ist unbezahlbar»



AEC-Newcomer Auto Bucher aus Buochs führte im April 32 Checks durch und schaffte es so auf Anhieb in die Top 10 der Bestenliste. Herzlichen Glückwunsch zum Titel «Newcomer des Monats»! **Mario Borri**, Redaktion



Das Team der Auto Bucher AG (v. l.): Safter Gashi (Werkstatt), Fredy Henseler (Werkstattchef), Urs Durrer (Inhaber & Geschäftsführer), Katja Durrer (Geschäftsinhaberin/ Administration), Daniel Christen (Kundendienst), Nicolas Mahrow (Werkstatt), Fitim Zeneli (Fahrzeugaufbereitung/Allrounder).

■ «Wir sind seit 27 Jahren offizieller Marken-händler von Hybrid-Pionier Toyota. Unsere Kunden sind generell schon sehr umweltbe-wusst. Um ihnen zusätzlich etwas zu bieten und auch noch mehr für die Umwelt zu tun, haben wir den AutoEnergieCheck in diesem März eingeführt», erklärt Inhaber und Ge-schäftsführer Urs Durrer.

Positive Kundenreaktionen

Das gute Resultat von 32 Checks in einem Monat wurde erzielt, weil das Werkstattteam im April bei jedem Kundenfahrzeug, das zum Radwechsel oder zum Service im Betrieb war, den AEC gratis durchführte. Urs Durrer: «Die Kunden reagierten durchwegs positiv auf den AEC. Bei der Übergabe des Zertifikats und den Erklärungen zum Check war das Staunen über das beachtliche Einsparpotenzial gross.»

Auftritt am «Clever Mobil»-Tag Stans

Das Timing für den AEC-Einstieg des Buochser Garagenbetriebes hätte besser nicht sein können. Denn die Auto Bucher AG konnte den AEC am «Clever Mobil»-Tag in der benachbarten Energiestadt Stans Mitte Mai interessierten Bürgerinnen und Bürgern näher bringen und AEC-Gutscheine verteilen. Urs Durrer: «Beim Event wurden umweltfreundliche Mobilitätslösungen vorgestellt. So konnten wir einerseits den AEC und andererseits die Toyota-Hybridflotte bekannter machen, was uns einige potenzielle Neukunden brachte.»

AEC-Aufwand hält sich in Grenzen

Doch auch ohne Energiestadt-Event emp-fiehlt Durrer die Dienstleistung AEC auch an-deren Garagisten: «Der Aufwand für den

Check ist überschaubar, vor allem wenn man ihn mit dem Service kombiniert. Der Ertrag aber, nämlich die verbesserte Kundenzu-friedenheit, ist unbezahlbar.» <



Clever Mobil: Katja und Urs Durrer am Energiestadt-Aktionstag in Stans Mitte Mai.



AQUARAMA[®]
SWISS
CAR WASH SYSTEM
ferrum
WASCHTECHNIK

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

AQUARAMA Swiss AG · 5036 Oberentfelden · 062 738 3100 · www.aquaramaswiss.ch

ESA-Generalversammlung

Ein Übergangsjahr mit Rekordumsatz



Mit Markus Hutter führte ein neuer VR-Präsident durch die Generalversammlung der ESA, mit Giorgio Feitknecht legte ein neuer CEO Rechenschaft ab. Was bleibt, ist der Erfolg. Sandro Compagno und Reinhard Kronenberg, Redaktion

■ Rund 1000 Mitinhaberinnen und -inhaber sowie Gäste aus der Branche fanden den Weg nach Interlaken zur 86. Generalversammlung der Einkaufsorganisation des Schweizerischen Automobil- und Motorfahrzeuggewerbes (ESA). «Interlaken ist immer einen Besuch wert», sagte Verwaltungsrats-Präsident Markus Hutter in seiner Begrüßungsrede und er meinte damit nicht nur die vielen asiatischen Touristen, die mittlerweile zum Ortsbild gehören wie der Blick auf Eiger, Mönch und Jungfrau. Dass 1000 Gäste die Einladung ins Berner Oberland angenommen haben, beweise die Verbundenheit der Autobranche mit der ESA, stellte Hutter fest.

Ein «wenig spektakuläres Jahr»

Das Berichtsjahr 2016 sei ein «wenig spektakuläres Jahr» gewesen, erklärte der VR-Präsident, als ob er den Rekordumsatz von 341,7 Millionen Franken (+2,2%) entschuldigen wollte. Das Umfeld sei halt schwierig gewesen. Und es dürfte schwierig bleiben. Hutter nannte selbstfahrende Autos oder sinkende CO₂-Limiten als Beispiele für den Wandel, der auf die gesamte Branche zukommt. «Mit diesem absehbaren Wandel muss sich die ESA schon heute befassen.» Doch die ESA sei gut positioniert, brachte Hutter die strategische Situation auf den Punkt, die Rechtsform als Genossenschaft sei stabil und sinnvoll, Diskussionen über hohe Managergehälter gebe es nicht. «Wir dürfen in aller Bescheidenheit feststellen, dass die ESA einzigartig ist», schloss Markus Hutter seine Begrüßung: «Wir dürfen stolz auf die ESA sein – gerade in stürmischen Zeiten wie heute.»

Später Sommer, warmer Herbst, ausbleibender Schnee

Stolz war auch Giorgio Feitknecht, der erstmals als CEO an der Generalversammlung auftrat. Er sprach davon, dass 2016 nach der

Euro-Abwertung im Vorjahr im Bezug auf die Entwicklung von Umsatz und Finanzergebnis ein «Übergangsjahr» gewesen sei. Wirtschaftlich und meteorologisch sei es kein einfaches Jahr gewesen, meinte der neue Chef. «Der späte Sommer, der warme Herbst und der ausbleibende Schnee» seien für das so wichtige Reifengeschäft «nicht optimal» gewesen. Trotzdem und obwohl der Gesamtmarkt nicht wachse, habe man den Absatz in Stückzahlen um 4 Prozent steigern können: «Wir wollen das Reifengeschäft in den Garagen fördern. Reifen und Räder sind der einfachste und günstigste Weg zur Kundenbindung.» Ein Umsatzwachstum trotz sinkender Preise erwirtschaftete die ESA bei den Service- und Verschleissteilen, während der milde Winter den Absatz von Zubehör und Chemie hemmte. Die Umsatzziele seien unter den gegebenen Umständen nicht erreicht worden, schien auch Giorgio Feitknecht den Rekordumsatz zu entschuldigen. Der Gewinn vor Abschreibungen betrug 6,935 Millionen Franken, marginal weniger als 2015 (6,947 Mio.), die Abschreibungen von 6 Millionen liegen deutlich höher als betriebswirtschaftlich notwendig.

Das neue Jahr ist gut angelaufen

Doch Giorgio Feitknecht resümierte nicht nur 2016, er blickte auch nach vorn: Das neue Jahr habe sich sehr gut angelassen, sowohl im Bezug auf die Marktanteile wie auch den Umsatz, und die weiteren Aussichten stimmten durchaus zuversichtlich. Sämtliche Anträge des Verwaltungsrates wurden von den knapp 500 stimmberechtigten Genossenschafterinnen und Genossenschäftern einstimmig angenommen. Nach 80 Minuten und einem Grusswort von AGVS-Zentralpräsident Urs Wernli schloss Markus Hutter seine erste GV als Verwaltungsratspräsident einer kerngesunden ESA. <



Giorgio Feitknecht ist der neue Vorsitzende der ESA-Geschäftsleitung.

Giorgio Feitknecht, ESA-Geschäftsleitung Parallelen zum Bergsteigen

Giorgio Feitknecht, als Referenten haben Sie den Extrembergsteiger Dani Arnold eingeladen. Welche Parallelen sehen Sie zu Ihrem Job als Vorsitzender der ESA-Geschäftsleitung?

Giorgio Feitknecht (lacht): Oh, da gibt es einige! In beiden Jobs ist es notwendig oder empfohlen, motiviert, engagiert und mit Freude an die Sache zu gehen. In beiden Jobs geht es auch darum, Ideen und Visionen zu entwickeln, Ziele zu definieren und anschliessend Projekte und Massnahmen umzusetzen und dabei immer die Risiken und die Opportunitäten möglichst richtig abzuwägen. Und natürlich geht es auch darum, mit Team-Mitgliedern, Kunden, Sponsoren, Mitarbeitenden, Zuschauern, Verwaltungsräten, Familienangehörigen zu kommunizieren und sie für die Ideen, Ziele und Vorhaben zu überzeugen, zu begeistern und zu motivieren.

Was war 2016 aus Ihrer Sicht unternehmerisch die grösste Herausforderung für die ESA?

Nach der Euroabwertung im 2015, die zu grossem Preiszerfall und starkem Ertragseinbruch führte, war das Jahr 2016 ein Übergangsjahr. Die Marktpreise mussten sich zuerst wieder einpendeln. Das konjunkturelle Umfeld war nicht einfach und man verspürte in der Branche eine gewisse Unsicherheit und Vorsicht. Dazu kam noch der ausgebliebene Winter, was der Umsatz- und Ertragsentwicklung auch nicht gerade förderlich war.

Wie zufrieden sind Sie mit dem Ergebnis für das vergangene Jahr?

In Anbetracht der nicht optimalen wirtschaftlichen und meteorologischen Rahmenbedingungen darf es meines Erachtens als ein positives und erfolgreiches Jahr betrachtet werden. Wir haben 2016 mit einem neuen Gesamtumsatzrekord und dem erzielten Ergebnis sehr gut abgeschlossen.

Was erwarten Sie für ein Geschäftsjahr 2017?

Für das laufende Jahr stimmen uns die erfreuliche Umsatzentwicklung im ersten Quartal, die guten Kontakte mit unseren Kunden sowie die getätigten Abschlüsse am diesjährigen Auto-Salon in Genf zuversichtlich. Nach dem Übergangsjahr 2016 erwarten wir eine Stabilisierung im gesamten Markt. Und natürlich hoffen wir, dass wir in diesem Jahr wieder einmal auf einen richtigen Winter zählen können. Das würde das für die ganze Branche so wichtige Wintergeschäft stark unterstützen.



Markus Hutter führte erstmals durch die ESA-Generalversammlung.

Markus Hutter, ESA-Präsident «Ich bin sehr zufrieden»

Markus Hutter, was war aus Sicht des ESA-Präsidenten 2016 die grösste Herausforderung auf der strategischen Ebene?

Markus Hutter: Eindeutig die Anpassung an die rasanten technologischen Veränderungen und der damit verbundene, fundamentale Wandel im gesamten Informationstechnologiebereich. Die ESA hat sich der Aufgabe gestellt – und profitiert, weil sie mit garagino.ch in diesem Bereich noch aktiver geworden ist.

Wie zufrieden sind Sie als ESA-Präsident mit dem Geschäftsabschluss 2016?

Ich bin sehr zufrieden – das darf ich mit einem neuen Umsatzrekord von CHF 341,7 Millionen Franken auch sein. Wir konnten unseren Mitinhabern eine im Markt sehr gut positionierte Verzinsung des Anteilscheinkapitals von 2,5 Prozent vorschlagen, was von ihnen einstimmig angenommen wurde. Das Jahresergebnis zeigt auch, wie gut aufgestellt die ESA ist und wie stark sie im Markt positioniert ist.

Wie haben Sie den Übergang von Charles Blättler zu Giorgio Feitknecht erlebt?

Die Stabsübergabe erfolgte wie geplant nahtlos und erfolgreich. Mit Giorgio Feitknecht wussten wir ja exakt, wen wir als neuen Vorsitzenden der Geschäftsleitung bekommen. Schon Charles Blättler hat unsere Genossenschaft deutlich gestärkt – und Giorgio Feitknecht wird das ohne Zweifel ebenfalls tun.

Was sind die grössten Herausforderungen für den Garagisten in den kommenden Jahren?

Eine ganze Reihe: Da ist zum einen der immer grösser werdende Margendruck. Darunter leiden die Garagisten teilweise sehr. In dieses Kapitel fällt die Abhängigkeit von den Auto-Importeuren. Dazu kommen die teilweise rasanten technischen Entwicklungen der Fahrzeuge, auch und gerade im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung. Und nicht zuletzt werden gesetzlichen Anforderungen wie die CO₂-Gesetzgebung einen starken Einfluss auf die ganze Branche haben.



Samuel Rabenstein und Laurenz Wüthrich (r.) von der Automall Dierikon: Bei ihnen punktet die ESA durch Kompetenz, Zuverlässigkeit und Nähe.



Joël Souchon, Chief Operating Officer der SAG zu Gast bei der Konkurrenz: schätzt die ESA als «anständige Mitbewerberin».



Rolf Döbeli von der Garage Döbeli mit Tochter Hanna: Schätzt die ESA als Hauptlieferantin.



Garagist Martin Zimmermann mit Frau Esther: Sein Betrieb ist seit 49 Jahren ESA-Mitglied.



Louis Zünd, Geschäftsführer Zünd MobilCenter Widnau: ESA-Vorstandsmitglied und aktiver Partner.



Stephan Tschaggelar, Geschäftsführer Garage Sägesser AG: Für ihn ist die ESA eine Partnerin, die im Interesse der Garagisten handelt.



Kurt Aeschlimann von der Autohaus Thun-Nord AG: Ist seit Jahrzehnten sehr eng mit der ESA verbunden.



Roger Meier von der Auto Hebler AG mit Partnerin Priska Hurni: Schätzt an der ESA, dass er praktisch alles aus einer Hand bekommt.





auto-schweiz-Präsident François Launaz: Für ihn ist die ESA gleichzeitig Konkurrentin und Partnerin. Er schätzt sie in beiden Rollen.



Charles Blättler (r.) mit Partnerin Sarah Burgdorf und Daniel Steinauer.



Silvan Züger (r.) und Fabio Stadler von der Züger Rep. Werkstatt in Flüelen: Schätzen den «super Service» der ESA.



Nationalrat Walter Wobmann (SVP/SO): Ist mit der ESA schon seit seiner Zeit als Garagist verbunden.



Peter Stadler von der HH Taxizentrale GmbH mit Freundin Martina Gwerder: Er schätzt das breite Sortiment der ESA.

Charles Blättler geehrt

sco/kro. Anlässlich der 86. Generalversammlung der ESA wurde auch der langjährige CEO Charles Blättler geehrt, der seinen Posten per 1. Januar 2017 an Giorgio Feitknecht übergeben hatte. Es munde seltsam an, den jung gebliebenen Ex-CEO als Pensionär zu verabschieden, meinte Markus Hutter und brachte als FDP-Nationalrat ein passantes noch eine politische Botschaft an: «Hat Charles Blättler zu früh aufgehört? Oder ist das Pensionsalter in der Schweiz zu tief? Wahrscheinlich beides.» In den vergangenen 13 Jahren habe Charles Blättler die ESA erfolgreich vertreten, verkörpert und auf einen steten Wachstumskurs geführt, so Hutter. «Die ESA ist in den letzten zehn Jahren um 30 Prozent gewachsen. Sie setzt heute 100 Millionen mehr um.» Aber Charles Blättler habe auch seine Mitarbeitenden entwickelt, ein kompetentes Führungsteam aufgebaut und erhalten – inklusive seinem Nachfolger. «Charles Blättler wird uns als Gentleman mit Humor in Erinnerung bleiben», schloss Hutter seine Laudatio. Der Geehrte nahm den Steilpass auf, verdankte die «netten, vielleicht zu schmeichelhaften Worte» und bat Markus Hutter, er möge ihm den Text doch bitte in schriftlicher Form aushändigen: «Ich würde ihn gerne meiner 93-jährigen Mutter zeigen, damit sie sieht, dass aus dem mittlersten ihrer fünf Kinder doch noch etwas Anständiges geworden ist...»



Porträt Charles Blättler

«Ich weiss schon, wie

Charles Blättler hat es vom Bauernbub aus Hergiswil im Kanton Nidwalden zum Vorsitzenden der Geschäftsleitung der ESA gebracht. Seit Anfang April 2017 ist er im Ruhestand und wurde an der ESA-Generalversammlung in Interlaken als eine der prägenden Figuren im Schweizer Autogewerbe würdig verabschiedet. **Reinhard Kronenberg**, Redaktion

■ Als Kind hat er keinen Traumberuf: «An den schulfreien Mittwoch- und Samstagnachmittagen waren ich und meine Brüder im elterlichen Bauernbetrieb mit Arbeiten wie Kälber tränken, misten, grasen, heuen, Obst lesen oder Gartenarbeit beschäftigt», erinnert er sich, «wir hatten keinen Zugang zu irgendwelchen Traumberufen». Sein Vater stirbt an den Spätfolgen eines Unfalls, als Charles Blättler fünfzehn Jahre alt ist, mit sechzehn beginnt er als Erstausbildung eine kaufmännische Lehre im Eisenhandel, wo ihn der Lehrmeister am ersten Tag mit den Worten «Er zeigt dir, wie man arbeitet» an seinen Oberstift verweist. Worauf der Junge selbstbewusst erwidert: «Ich weiss schon, wie arbeiten geht.»

Knapp fünfzig Jahre später wird Charles Blättler als Vorsitzender der Geschäftsleitung der grössten Organisation der Schweizer Autobranche pensioniert. Von Ruhestand möchte er aber nichts hören: «Ich bin nicht mehr gleich an- und eingespannt», sagt er, «aber ich bin nicht im Ruhestand».

«Es ist immer das Kollektiv, das den Erfolg ausmacht»

In den dreizehn Jahren an der Spitze hat Charles Blättler die innere und äussere Wahrnehmung der Einkaufsorganisation des Schweizerischen Auto- und Motorfahrzeuggewerbes (ESA) stark verändert – und er hat gleichzeitig deren Umsatz markant erhöht; im vergangenen Jahr lag er bei 342 Millionen Franken. Er selber gibt die Blumen weiter und sagt: «Es ist nie ein Einzelner, es ist immer das Kollektiv, das den Erfolg ausmacht. Ohne fachlich kompetente und motivierte Mitarbeitende wäre das alles gar nie möglich gewesen.» Mit ihnen zusammen hat er jene schwierige Gratwanderung geschafft, die heute Giorgio Feitknecht, sein erklärter Wunschkandidat als Nachfolger, fortsetzt: Den besten Weg zu finden zwischen einer nicht primär am Gewinn orientierten Genossenschaft der Schweizer Garagisten und einer kompetitiven, auf einen

harten Wettbewerb im Markt ausgerichteten Unternehmung. Das allein ist schon ausserordentlich anforderungsreich, denn die Konkurrenz ist wach, und kämpft ebenfalls um Marktanteile.

Hart in der Sache, leicht im Umgang

Die ersten Tage und Wochen nach Bekanntgabe, dass sich Charles Blättler altershalber zurückzieht, waren für ihn nicht leicht, «obwohl mir immer bewusst war, dass es ein Leben nach der ESA gibt». Vor seiner Zeit im Autogewerbe hatte er – immer als Mitglied oder Vorsitzender der Geschäftsleitung – in internationalen und nationalen Firmengruppen gearbeitet, vor allem in der Lebens- und Genussmittelbranche. Von diesen Erfahrungen und seinem Studium an der Hochschule für Wirtschaft in Luzern hat er später profitiert: «Sie haben meinen Horizont erweitert und mir ermöglicht, anders auf mein Gegenüber zuzugehen.» Mit anders meint er: offen. Das hat auch immer für seine Mitarbeitende gegolten: grosser Spielraum, aber enger Dialog. So hat er stets geführt. Er sei zwar hart in der Sache, sagt er, «aber leicht im Umgang». Auf dieser Basis hat er in der ESA eine Kultur des Austauschs etabliert, eine Kultur, «in der man miteinander und nicht übereinander spricht». Und noch etwas hat er dort etabliert: «Es gibt bei uns keine «Klugscheisser», denn Besserwisser und Wichtigtuer gehen ihm am meisten gegen den Strich. Das gilt auch für Leute, die unaufmerksam sind und für solche, die einen Mangel an Identifikation an den Tag legen, denn «Identifikation mit den Bedürfnissen des Kunden ist die wichtigste Basis für geschäftlichen Erfolg».

Harte Entscheide gab es eine ganze Reihe zu fällen. Und so konzilient und freundlich Charles Blättler auch scheinen mag – vor solchen Entscheidungen hat er sich nie gedrückt. Aber er fällte sie auf der Basis von Verstand und zog sie so verträglich wie möglich durch, vor allem dann, wenn es sich um Personalentscheide handelte.

Die Entwicklung des Autogewerbes wird er auch weiterhin sehr aufmerksam verfolgen. Erstens ist ihm diese Branche von allen «am stärksten ans Herz gewachsen». Und zweitens hat er soeben ein Angebot angenommen, seine Erfahrung in den Verwaltungsrat einer «interessanten» Familienunternehmung mit zwei Garagen im Raum Zürich zu tragen. Für die Übernahme weiterer solcher Aufgaben in der Branche oder generell in der Wirtschaft ist er offen.

Einfluss auf die Wertschöpfung

Aktuell beschäftigt ihn die Tendenz der Politik, sich zugunsten von alternativen Antrieben in den Markt einzuschalten. «Unsere Branche wird sich darauf vorbereiten müssen, weil diese Entwicklung die Wertschöpfungskette in den Garagen stark beeinflussen wird.» Noch gibt es einen hohen Bestand von Fahrzeugen mit konventionellen Antrieben, die bis zum Ende ihrer Lebenszyklen gewartet werden müssten. «Es ist unumgänglich, dass die Fahrzeughersteller den Garagisten auch für den Neuwagenverkauf wieder eine überlebenssichernde, kostendeckende Marge garantieren.»



arbeiten geht»

Genuss der «Agendafreiheit»

Und natürlich wird er auch die ESA «im Auge behalten». Er sei in bestem Einvernehmen mit der ESA-Geschäftsleitung, dem Verwaltungsrat und dem Vorstand in Pension gegangen und steht «nach wie vor in einem sehr freundschaftlichen, unkomplizierten Dialog mit allen Exponenten der ESA, besonders auch mit meinem Nachfolger». Wehmut verspürt er keine – «im Gegenteil». Er hat seit seiner Pensionierung vor zwei Monaten realisiert, wie wichtig ihm die viel grössere «Agendafreiheit» geworden ist. Er findet mehr Zeit für Sport, Reisen, Kulturelles und die Natur, und vor allem für seine 31-jährige Tochter und seine noch voll im Erwerbsleben stehende Lebenspartnerin. Und er findet endlich auch mehr Zeit für seine Mutter. Sie ist 93 Jahre alt und nach wie in sehr guter geistiger Verfassung. Jetzt kann er ihr wenigstens etwas davon zurückgeben, was sie als plötzliche Wittwe mit fünf Kindern im schwierigen Alter der Pubertät bzw. Vorpubertät und danach alles gegeben hat. <

Charles Blättler wird auch nach seiner Pensionierung mit dem Autogewerbe verbunden sein (charles.blaettler@bluewin.ch).



Die ESA-Meilensteine unter
Charles Blättler:
www.agvs-upsa.ch

Schadensmeldungen

e-Service4 – von der Idee zum

Das waren noch Zeiten: Schadensmeldungen an Versicherungen zu übermitteln, brauchte Zeit und Nerven. Diesen aufreibenden Prozess zu verbessern, begann Auto-i-dat AG vor zehn Jahren mit ihrem e-Service. Heute ist die Software im Reparaturgewerbe quasi Standard, weil alle drei beteiligten Seiten davon profitieren: der Reparaturbetrieb, die Versicherung – und auch der Kunde. **Reinhard Kronenberg**, Redaktion

■ Am Anfang war – wie bei vielen Erfolgsgeschichten – die Vision: Vor zehn Jahren kam Bernadette Langenick zur Erkenntnis, dass die telefonische Übermittlung von Fahrzeugschadenmeldungen eine veraltete Praktik ist. Tatsächlich sprach vieles dagegen, namentlich die Zeit, die ein Carrossier oder Garagist am Telefon verbrachte, bis der gewünschte Sachbearbeiter auf Seiten der Versicherung frei wurde. Das konnte dauern. Zeit war früher möglicherweise etwas mehr vorhanden – aber Geld war sie schon damals.

Die ersten Reaktionen: ernüchternd

Die Gründerin und heutige Verwaltungsratspräsidentin von Auto-i-dat AG war überzeugt, dass Schadensmeldungen elektronisch schneller, einfacher und qualitativ erst noch besser übertragen werden könnten. Also baute sie die erste Version des e-Service, den e-Service1. Trotz aller Vorteile, die sie schon damals erkannte – es schien, als hätte niemand darauf gewartet. Die ersten Präsentationen verliefen enttäuschend; man hatte dafür im besten Fall ein Lächeln übrig. Garagisten und Carrossiers wahren mehrheitlich – noch – der Meinung, dass ein Telefonat mit dem Sachbearbeiter schneller und effektiver sei. Man gab der elektronischen Form der Schadensmeldung keinen Kredit.

Das Auto-i-dat-Team, damals noch bedeutend kleiner als heute, liess sich davon nicht beeindrucken – und arbeitete unbeirrt weiter; die Vorteile ihrer Lösung lagen zu klar auf der Hand, sie würden sich durchsetzen, früher oder später. Es wurde dann etwas später.

Mittlerweile ist der e-Service bei der Evolutionsstufe 4 angelangt und faktisch Branchenstandard. Aber der Weg hierhin war steinig und steil. Es waren die Versicherungen, die der Lösung schliesslich zum Durchbruch verhalfen, was rückblickend nicht verwunderlich ist – Versicherungen und Banken gehörten zu jenen Branchen, die die Digitalisierung sehr früh antizipierten und für die Verschlankung ihrer Prozesse nutzten, weil sie für ihre Kunden nicht nur mehr Komfort

bedeuteten, sondern weil die Digitalisierung auch ermöglicht, Kosten zu sparen.

Die Versicherungen springen auf

Es war die Helvetia Versicherung, die das Potenzial des e-Service als erste erkannte. Sie wurde deshalb bereits in die Entwicklung der Applikation miteinbezogen. Das war ein starkes Signal in den Markt. Und es führte dazu, dass sich bereits in der zweiten Evolutionsstufe der Schweizerische Carrossierverband VSCI einzubringen begann. «Das war der sogenannte ‹tipping point›, also der Punkt, an dem auf breiterer Front klar wurde, dass der e-Service vor dem Durchbruch stand», sagt rückblickend Auto-i-dat Produktmanager René Mitteregger, der die ganze Entwicklung von Beginn an begleitet hat.

Mit dem Entscheid der AXA-Winterthur, e-Service in ihre Systeme zu integrieren, die Schadensmeldungsplattform seinen Partnerwerkstätten zu empfehlen und für telefonische Schadensmeldungen eine kostenpflichtige Telefonnummer einzurichten, bekam das Projekt e-Service endgültig die nötige Unterstützung. Die Einsicht, dass sich durch die elektronische Übermittlung die Qualität der Schadensmeldungen deutlich verbesserte, hatte sich definitiv etabliert. Dazu kam, dass auf dieser Basis Reparaturfreigaben schneller erteilt werden konnten. Das wiederum bewegte das Reparaturgewerbe, Schadensmeldungen nicht nur an die AXA-Winterthur, sondern auch an andere Versicherungen elektronisch zu schicken.

Die Evolution geht weiter

Damit hat sich die damalige Erkenntnis von Bernadette Langenick auf breiter Front durchgesetzt: Ihre Lösung hat auch in der täglichen Praxis den Tatbeweis erbracht, dass die Qualität der elektronischen Übermittlungen von Schäden deutlich besser ist als per Telefon. Das macht es den Versicherungsgesellschaften leichter, Deckungen zu prüfen und Selbstbeteiligungen zu eruieren. Die Konsequenzen

daraus sind ein wesentlich schnellerer Informationsfluss zwischen Garagen- bzw. Carrosseriebetrieb und den Versicherungen, im Rahmen dessen der Reparaturbetrieb neben einer Reparaturfreigabe auch spezifische Daten zum Fall erhält. Für den Reparaturbetrieb selber hat der e-Service noch weitere Vorteile: Er kann unabhängig von Bürozeiten Schadensmeldungen erstellen, schicken und bekommt unmittelbar eine Antwort.

«Zurzeit entwickeln wir den nächsten Schritt», sagt René Mitteregger, «die elektronische Rechnungsstellung.» Seinen Angaben zufolge wird das «ein nächster gewaltiger Vorteil für den einzelnen Reparaturbetrieb werden, weil das nicht nur die Portokosten spart, sondern die Zahlungswege und damit die Begleichung der Rechnung massiv verkürzt». <



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

Branchenstandard



MARDER
STOP & GO[®]



WIR SIND
MARDERABWEHR

**HOCHSPANNUNG
IN REKORDZEIT**

Schraubst
du noch
oder klickst
du schon?



Jetzt erhältlich!

Die STOP&GO
Hochspannungs-Innovation
mit raffinierter
Schneid-Klemm-Technik.



www.stop-go.de

Umstellung auf All IP Telefonie von Swisscom

Ein Wechsel ist angesagt

Die Swisscom hat die letzte Phase für den Wechsel auf IP-Festnetztelefonie eingeleitet. Ab Anfang 2018 wird in vier Grossregionen vollständig auf All IP umgestellt. Garagisten sollten sich jetzt mit dem Wechsel befassen. **Mario Borri**, Redaktion

■ Die Digitalisierung macht auch vor der Telefonie nicht Halt. Ein Filter gegen Werbeanrufe, die Anzeige des Namens bei einem eingehenden Anruf, das individuelle Sperren von unerwünschten Nummern – die heutigen Kundenbedürfnisse lassen sich mit der bisherigen, über 100-jährigen analogen Festnetztelefonie nicht mehr erfüllen. Darum stellt Swisscom auf die IP-Technologie um und nutzt damit eine einzige Übertragungstechnik für Telefon, Internet und TV. Es handelt sich bei IP um eine weltweit eingesetzte und bewährte Technologie.

Die Swisscom stellt jedoch keinen alten Festnetzanschluss einfach ab. Beat Döös, Leiter All IP Transformation: «Alle Kunden werden vorher persönlich von Swisscom benachrichtigt und beim Wechsel auf IP begleitet.» Es sind im Normalfall auch keine zusätzlichen Investitionen notwendig: «In den meisten Fällen können die alten Geräte weiter genutzt werden. Man kann das Telefon einfach am von uns gratis zur Verfügung gestellten Router anschliessen.»



Nach der Umstellung wird das Telefon nicht mehr wie bisher an der Buchse in der Wand angeschlossen, sondern direkt am Internet-Router.

Was ist IP-Telefonie?

IP-Telefonie steht kurz für Internet-Protokoll-Telefonie und ist das Telefonieren über Computernetzwerke, die nach Internetstandards aufgebaut sind. Dabei werden für Telefonie typische Informationen über ein Datennetz übertragen. Bei den Gesprächsteilnehmern können Computer, auf IP-Telefonie spezialisierte Telefonendgeräte oder klassische Telefone, die über spezielle Adapter angeschlossen sind, die Verbindung herstellen. IP-Telefonie ermöglicht, dass die herkömmliche Telefontechnologie samt ISDN und allen Komponenten ersetzt werden.

Festnetz mit Handy nutzen

Wer allerdings die alte Analog-/ISDN-Telefonanlage weiter betreibt, kommt nicht in den Genuss von allen Innovationen, welche die IP-Telefonie bietet. Für Betriebe wie Garagen bedeutet All IP, standortunabhängig und geräteübergreifend zu arbeiten und zu kommunizieren. Das Festnetztelefon wird mobil, da die Festnetznummer auch via Smartphone genutzt werden kann. So bleibt

die Handynummer geheim und es kommt zu keinen unliebsamen Anrufen nach Feierabend oder am Wochenende. Und dank All IP können die Festnetztelefonie und das Internet über Mobilfunk abgesichert werden, was die Verfügbarkeit erhöht.

Besondere Beachtung muss einigen «Sonderanwendungen» geschenkt werden. Verstanden werden darunter Alarmanlagen, Lifttelefone, Frankiermaschinen, Fernsteue-

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

Sie haben die Autos, wir die Ersatzteile dazu.

Bei uns erhalten Sie Original-Ersatzteile von 14 Fahrzeugmarken aus einer Hand. Qualitätsprodukte zu fairen Preisen - geliefert in der ganzen Schweiz bis zu 3 Mal pro Tag.

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



rungen und Fernüberwachungen, die über den herkömmlichen Festnetzanschluss (analog/ISDN) kommunizieren. Wichtig ist, dass die Umstellung jetzt angegangen wird, da die vollständige Umstellung ganzer Regionen bald beginnt. Der Lieferant oder Hersteller der bestehenden Anlage bzw. Anwendung kennt verschiedene Lösungsansätze und berät hier kompetent.

Umstellung erfolgt regionenweise

Swisscom stellt bereits heute vereinzelte Gebiete um. Ab Anfang 2018 beginnt in größeren Regionen der Schweiz schrittweise die vollständige Umstellung der Kundenanschlüsse auf IP. Dadurch kann nach der erfolgreichen Migration mit dem Rückbau der alten Netzinfrastruktur begonnen werden. Gestartet wird in den vier Grossregionen

Solothurn/Biel/Jura, Schaffhausen/Winterthur/Frauenfeld, Balsthal/Olten/Gebiete im Aargau/Oberaargau sowie dem Grossraum Rapperswil-Jona/Glarus. Weitere Regionen sind Gegenstand der aktuellen Planung und werden rechtzeitig bekanntgegeben. Alle Kunden, deren Anschlüsse bis dahin noch nicht umgestellt sind, werden von Swisscom kontaktiert und eng begleitet. Geschäftskunden wird empfohlen, bereits vor Ende 2017 auf die IP-Technologie umzustellen.

Neue Option für Notruftelefonie

Ab Juni ist mit Swisscom Line basic und der Option Ausfallsicherung eine zweifache Absicherung für den Fall eines Strom- oder Netzausfalls möglich: Eine Batterie stellt sicher, dass der Router für den Festnetzanschluss auch bei Stromausfall funktioniert.

Die Ausfallsicherung über Mobilfunk gewährleistet, dass Gespräche bei einem Festnetzausfall auf das Mobilfunknetz umgeleitet werden. Damit ist die Kontaktaufnahme auch im Ernstfall gewährleistet. Diese Lösung wurde vor allem für analoge Notruftelefonie entwickelt. Kunden können mit dieser Lösung auf einfache Art ihre analogen Notrufgeräte auf IP weiterbetreiben. <



Weitere Infos unter:
www.swisscom.ch/IP

Die wichtigsten Fragen und Antworten rund All IP

Welche Vorteile bietet die IP-Telefonie für meinen Betrieb?

Konkret profitiert ein KMU von verbesserter Tonqualität und Zusatzservices wie der Möglichkeit, unerwünschte Anrufer zu sperren, bei Anrufen direkt den Telefoneintrag des Anrufenden anzuzeigen, das Festnetz auch auf dem Smartphone unterwegs zu nutzen oder zwei Gespräche gleichzeitig zu führen.

Braucht es nach dem Wechsel neue Geräte (Telefon, TV, Fax)?

In den meisten Fällen können die bisherigen Geräte weiter genutzt werden. Wer bereits einen Router für seinen Internet- und/oder TV-Anschluss hat, nutzt diesen ganz einfach auch als Telefonanschluss. Faxgeräte müssen nach der Umschaltung, gleich wie die analogen Festnetztelefone, an der analogen Schnittstelle (ATA) beim Router angeschlossen werden. Das einwandfreie Funktionieren des Faxservice kann im Einzelfall jedoch nicht garantiert werden. Die Swisscom empfiehlt deshalb einen Wechsel auf IP-basierte Lösungen.

Muss ein Unternehmer selber aktiv werden und sich bei der Swisscom melden?

Swisscom wird alle Kunden, die herkömmliche Telefonie-Services nutzen, kontaktieren und sie beim Wechsel beraten.

In unserem Betrieb telefonieren wir mit ISDN. Ist das weiterhin möglich?

All IP bietet die gleichen Vorteile wie ISDN. Bei einem Wechsel wird eine Lösung gesucht, bei der die bestehende Infrastruktur zumindest teilweise weiterverwendet werden kann. Der KMU-Kundenberater der Swisscom kann individuelle Lösungen aufzeigen.



Beat Döös, Leiter All IP Transformation, mit der Platine einer alten Telefonzentrale.

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



AGVS Business Academy

JUNI

Steigerung der Produktivität und Rentabilität im Aftersales-Geschäft

Am Ende dieses Kurses sind die Teilnehmer 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. Zu Ihrer Unterstützung erhalten Sie Checklisten, Beispiele und ein einfaches Excelsheet zur Berechnung und Überwachung der wichtigsten Kennzahlen.

> 1. Juni 2017 und 14. Juni 2017, Bern

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

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

> 30. Juni 2017, Bern

AUGUST

Basisseminar 2017 für Automobilverkäufer/innen, 12 Tage

Das-Basis-Verkaufsseminar für Neueinsteiger vermittelt die notwendigen Grundkenntnisse für den Automobilverkauf. Die Teilnehmer wissen, was vom ersten Kundenkontakt bis zum Abliefern des Fahrzeuges oder zum Service après-vente

zu tun ist. Sie sind in der Lage, die Kunden kompetent und zuvorkommend zu beraten.

> 17. August 2017 bis 1. September 2017, Bern

Berufs- und Praxisbildnerschulung Kaufmann/-frau EFZ (BiVo 2012), 1 Tag

Einführung in die kaufmännische Grundbildung in der Branche Automobil-Gewerbe (BiVo 2012) für Ausbildungsverantwortliche.

> 17. August 2017, Winterthur

> 28. August 2017, Bern

MWST-Grundkurs, 1 Tag

Der Grundkurs ist eine aktuelle, praxisnahe Einführung in die Mehrwertsteuer im

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

> 23. August 2017, Bern

Workshop Mitarbeitergespräch, 1 Tag

Wie läuft das bei Ihnen als Führungskraft ab? Wollen Sie Ihre Mitarbeitergespräche noch effizienter und erfolgreicher gestalten? Sind Sie bereit, sich intensiv mit der wirksamen Mitarbeiterentwicklung auseinanderzu-

Automobil-Verkaufsberater/in mit eidg. Fachausweis

Die Weiterbildung umfasst 8 Module:

- Verkaufspsychologie und Persönlichkeitsbildung
- Verkaufsmethodik und Verkaufskommunikation
- Administration und Informatik
- Arbeits- und Betriebsorganisation / Occasionshandel
- Rechnungswesen
- Recht und Versicherungen
- Verkaufsbezogene Produktkenntnisse
- Marketingpraxis und Automobilmarkt

Verkaufsberater sind gefordert. Sie wirken als Mobilitäts- und Finanzberater in einer Person. Eine persönliche Weiterbildung ist deshalb unabdingbar. Diese branchenspezifische Weiterbildung unterstützt Sie dabei, in der täglichen Arbeit verkaufs-, marktorientiert 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 am 17. August 2017 in Bern, Dauer: drei Semester, berufsbegleitend

setzen? Dann sind Sie in diesem Workshop genau richtig!

> 24. August 2017, Bern

Facebook, Xing, Twitter et WhatsApp dans la vente automobile

Les différents plateformes des réseaux sociaux comme Facebook, Xing, Twitter et WhatsApp nous offrent des nouvelles possibilités pour communiquer avec nos clients, gagner des nouveaux clients et les fidéliser sur le long terme. Cet atelier est spécialement conçu pour la branche automobile.

> 6 septembre 2017 à Paudex

SEPTEMBER

Cours d'introduction « Orfo 2012 » employé-es de commerce, 1 journée

Cette formation a pour objectif d'informer les personnes responsables de la formation des employé-es de commerce de la branche automobile sur la nouvelle ordonnance sur la formation professionnelle initiale (Orfo 2012) ainsi que les initier à l'utilisation de la plateforme time2learn.

> 8 et 12 septembre 2017 à Yverdon

MWST-Fortsetzungs- und Vertiefungskurs, 1 Tag

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

> 20. September 2017, Bern

NOVEMBER

Occasionsmanagement, 1 Tag

Für Automobilverkaufsberater, Geschäftsführer und Inhaber: Ausstellung sowie Präsentation der Occasionen, Erarbeiten

des gesamten Eintauschprozesses, Bestandsmanagement von Occasionen, dynamische Preisstrategie anhand von Beispielen auf den Internetplattformen aufzeigen und erarbeiten, CRM: Kunden gewinnen und Kundenbindung.

> 7. November 2017, Bern

Séminaire de gestion des occasions, 1 journée

Groupes cibles: Propriétaires, Directeurs, Vendeurs automobiles. Contenu: Expositions et présentation des occasions, élaborer toute la procédure de reprise, gestion des stocks de véhicules d'occasions, montrer et élaborer une stratégie tarifaire dynamique à l'aide d'exemples sur les plateformes Internet, CRM: gagner et fidéliser les clients.

> 9 novembre 2017 à Paudex

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-ups.ch.



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



Schützen Sie Ihre Lernenden und sich mit dem Safety Bag!

Aktion gültig vom 3.7.2017–4.9.2017

Safety Bag **ohne** Sicherheitsschuhe:
BAZ-Mitglieder 59.– 89.– | Nichtmitglieder 89.– 114.–

Safety Bag **mit** Sicherheitsschuhen:
BAZ-Mitglieder 114.– 139.– | Nichtmitglieder 164.– 189.–

Safety Bag

Inhalt Safety Bag kann von der Abbildung abweichen.

Der Safety Bag beinhaltet die gesetzlich vorgeschriebene persönliche Schutzausrüstung (PSA) wie Schutzbrille, Sicherheitsschuhe, Gehörschutzpfropfen, Schutzhandschuhe und eine Broschüre zur Arbeitssicherheit. Geliefert in einem praktischen Rucksack. Dieser Safety Bag kann auch ohne Sicherheitsschuhe bestellt werden.

Weitere Infos und Bestellformular auf www.safetyweb.ch.

THURGAU

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

Lehrgangsstart: Dienstag, 15. August 2017
 Gewerbliches Bildungszentrum Weinfelden
 Weitere Informationen:

> eb.gbaw.ch (Lehrgänge, Automobiliagnostiker)

WINTERTHUR

Infoveranstaltung Kundendienstberater im Automobilgewerbe

Montag, 12. Juni 2017, 19.00 bis 20.30 Uhr
 Lehrgangstart: 13. Januar 2018
 STF Winterthur

> www.stfw.ch/akb

Infoveranstaltung dipl. Betriebswirt im Automobilgewerbe

Montag, 12. Juni 2017, 19.00 bis 20.30 Uhr
 Lehrgangstart: 23. August 2017
 STF Winterthur

> www.stfw.ch/abwa

**Infoveranstaltung Automobiliagnostiker
 Infoveranstaltung Automobil-Werkstattkoordinator**

Montag, 12. Juni 2017, 19.00 bis 20.30 Uhr
 Lehrgangsstart: 4./5. September 2017
 STF Winterthur

> www.stfw.ch/ad
 > www.stfw.ch/adwo

Infoveranstaltung Automobil-Verkaufsberater

Montag, 12. Juni 2017, 19.00 bis 20.30 Uhr
 Lehrgangsstart: 22. August 2017
 STF Winterthur

> www.stfw.ch/aavb

ZÜRICH

**Infoveranstaltung Automobiliagnostiker,
 Automobil-Werkstattkoordinator und Betriebswirt**

Mittwoch, 7. Juni 2017, und Donnerstag,
 15. Juni 2017, 18.30 bis 20.30 Uhr
 TBZ Zürich

> www.tbz.ch/weiterbildung/automobiltechnik

ROMANDIE

Brevet fédéral de coordinateur d'atelier automobile UPSA

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

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

Prochaine session: 12.9.2017 – 26.9.2019
 Romandie Formation, Paudex
 > www.romandieformation.ch

Brevet fédéral de conseiller de vente en automobile

Séance d'information: 14.11.2017, 18h
 Prochaine session: 25.4.2018 – 27.11.2019
 Romandie Formation, Paudex
 > www.romandieformation.ch

Aus den Sektionen

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



Was die Besten beim Verkaufsabschluss anders machen



WEKA

Einzigartige Verkaufstrainings mit Michel Fontana

Die abschlussorientierte Verhandlungsmethode

22.–23. August 2017, Technopark Zürich

Referent: Michel Fontana

Preis: CHF 1580.– (zzgl. MWST)

Seminarthemen:

- Die universelle Verkaufsabschluss-Methode beherrschen
- Mehr Aufträge und Abschlüsse generieren
- Sicher in allen Verhandlungsschritten
- Sofort bessere Ergebnisse dank praktischen Übungen

Preise durchsetzen und verteidigen

26. September 2017, Technopark Zürich

Referent: Michel Fontana

Preis: CHF 890.– (zzgl. MWST)

Seminarthemen:

- Bessere Resultate dank der Preisverteidigungs-Methode
- Schwierige Preisverhandlungen souverän beherrschen
- Bluffs und Blender sofort erkennen
- Aus jeder Verhandlung das Maximum herausholen

Weitere Infos und Anmeldung: 044 434 88 34 oder www.praxisseminare.ch

Frische Gesichter aus der Autobranche

Von GNTM zum Shooting für das neue Key Visual

Puder? Haarspray? Lippenstift? Produkte aus dem Beauty-Bereich werden kaum mit einer Auto-Werkstatt in Verbindung gebracht. Dass das in dieser Story anders ist, hat einen Grund. **Sandro Compagno**, Redaktion, **Olivier Maeder**, AGVS, (Text) und **Viva** (Fotos)



Inspiziert von «Germany's Next Topmodel»: Alain Morand posiert für Fotograf Peter Fuchs.

■ Der Grund heisst Peter Fuchs und ist Profi-Fotograf. Der Ostschweizer zeichnet für die Bilder verantwortlich, mit denen ab Sommer um Nachwuchskräfte in der Autobranche geworben wird. Das sogenannte «Key Visual» oder, verständlicher ausgedrückt, «Sujet» soll ab Sommer den Konzeptauftritt «Car Stars» ablösen (siehe AUTOINSIDE 04/2017), mit dem seit mittlerweile sechs Jahren um Nachwuchskräfte geworben wird. Entwickelt wurde das Konzept von einer Arbeitsgruppe des AGVS, die von der Kommunikationsagentur Viva ergänzt und begleitet wurde. Wie schon bei «Car Stars» sind Lernende die Models.

Eine Spritzfahrt von A nach A

Garage Binelli AG in Zürich, vis-à-vis vom Letzigrund. Der Geruch von Puder und Haarspray vermischt sich mit dem typischen Werkstatt-Aroma. Grosse Scheinwerfer leuchten jedes Detail aus. Geduldig posiert Alain Morand mit einem Diagnosegerät in der Hand. Der Zürcher hat sich nach der Matura für eine Lehre als Automobil-Mechatroniker entschieden. Ziel: Automobil-Ingenieurstudium an der FH Biel. Dabei gelte seine Interesse nicht nur der allerneusten Technik: «Mich faszinieren Oldtimer. Viele Leute wollen mit ihrem Auto von A nach B kommen. Das gilt nicht für mich: Ich möchte von A nach A fahren...» Erfahrung als Model hatte Alain Morand bislang keine: «Ich mache aus reiner Neugier mit. Auf die Idee kamen meine Freundin und ich, als wir «Germany's Next Topmodel» schauten.»

Beste Chancen in besagter Sendung hätte wohl die angehende Kauffrau Nursin Tatli, die rund 200 Meter entfernt im BMW-Showroom in die Kamera lächelt: «Normalerweise stehe ich hinter

der Kamera. Ich bin Hobby-Fotografin und habe mir gedacht, ich möchte einmal die andere Seite kennenlernen.» Bei Nicola Spieser, Automobil-Mechatroniker Nutzfahrzeuge (NFZ) im 4. Lehrjahr, war es der «Berufsstolz», der ihn vor die Kamera trieb: «Ich vertrete meinen Beruf und zeige, dass ich stolz darauf bin.»

Während Nicola Spieser unmittelbar nach dem Lehrabschluss eine Fortbildung zum Automobildiagnostiker anstrebt, will sich seine Berufskollegin Noemi Papst etwas Zeit lassen: «Zwei bis drei Jahre Berufserfahrung sammeln» wolle sie, ehe sich ebenfalls weiterbilden möchte: «Sicher etwas im Bereich Nutzfahrzeuge.» Dass eine junge Frau auf schwere Nutzfahrzeuge setzt, hat ihm Fall von Noemi Papst familiäre Gründe: «Seit ich 7 oder 8 Jahre alt bin, begleite ich meinen Vater regelmässig zur Arbeit.» Der arbeitet als Werkstatt-Leiter einer NFZ-Garage in Saint-Blaise im Kanton Neuchâtel. Auch bei Luana Cefarelli, Lernende Detailhandels-Fachfrau Autoteile-Logistik bei der ESA in Bussigny VD, hatte die Entscheidung für die Autobranche einen familiären Hintergrund: «Mein Vater ist Garagist, also lag die Berufswahl ziemlich nah.»

Als Locations für das Foto-Shooting dienten neben der Binelli AG Zürich auch die Nutzfahrzeug AG Zentralschweiz in Kägiswil OW und die Küry Parkside AG in Rüschlikon ZH. Insgesamt acht Lernende posierten im April und Mai für das neue Key Visual. Sie alle eint die Faszination fürs Automobil und auch für die Chancen einer Branche mit Zukunft. Nicola Spieser, der im Sommer seine Lehre abschliesst, bringt das Selbstbewusstsein und das Vertrauen in die Zukunft auf den Punkt: «Ich möchte einer der Besten in meinem Beruf werden.» <



Der letzte Schliff: Nursin Tatli in der Maske...



... und mit professionellem Lächeln im Showroom der Binelli AG Zürich.



Im Fokus standen Lernende beider Richtungen - Personwagen und Nutzfahrzeuge.



Mag Motorenlärm: Noemi Papst, Mechatronikerin NFZ.



Das Auge fürs Detail: Fotograf Peter Fuchs.

Vorbereitungen auf die WorldSkills 2017

Riet und Flavio machen sich fit für Abu Dhabi

Der Countdown läuft: Vom 14. bis 19. Oktober vertritt Automobilmechatroniker Riet Bulfoni (21) die Schweiz an den WorldSkills in Abu Dhabi. Die Vorbereitungen für den Wettkampf nehmen langsam Fahrt auf. Zusammen mit seinem Experten Flavio Helfenstein trainiert Riet für die Berufs-Weltmeisterschaften. **Mario Borri**, Redaktion

■ «Je näher der Wettkampf rückt, desto intensiver wird das Training», erklärt Flavio Helfenstein. Der Chefexperte weiss, wovon er spricht, denn auch er durchlief die Vorbereitungsphase auf die Berufs-Weltmeisterschaften als Wettkämpfer. Helfenstein und sein damaliger Chefexperte Michel Tinguely machten ihren Job so gut, dass sie 2011 den Weltmeistertitel für die Schweiz holten. Flavio Helfenstein: «Im Moment sind wir am Grundlagen-Training für die Fehlersuche. Wir erarbeiten gemeinsam eine Vorgehensweise, mit der Riet am besten zurechtkommt. Diese übt er dann im Selbststudium, bis sie sitzt.»

Blindes Vertrauen

Riet Bulfoni und alle Schweizer Teilnehmer der Berufs-Weltmeisterschaften werden auch durch die SwissSkills-Organisation unterstützt. In insgesamt vier Teamweekends, das letzte findet am 8. und 9. Juli in der Romandie statt, werden die Wettkämpfer für Abu Dhabi fit gemacht. Ein Thema war zum Beispiel die Zusammenarbeit zwischen den Wettkämpfern und ihren Experten. Weil diese für den Erfolg mitentscheidend ist, lernten die Teams, einander blind zu vertrauen.

Gute Voraussetzungen

Gemäss Flavio Helfenstein ist Riet Bulfoni auf einem guten Weg: «Die Vorbereitungen verlaufen planmässig und Riet bringt neben



WorldSkills-Teilnehmer Riet Bulfoni (l.) und sein Experte Flavio Helfenstein.

Foto: SwissSkills

seinen technischen Fähigkeiten viel mit, was es für den Erfolg braucht. Er agiert überlegt, bewahrt auch in Stresssituationen Ruhe und wird nicht so schnell nervös.» Auch Riet selber ist gut drauf. Im Interview mit SwissSkills definiert er sein Ziel selbstbewusst: «Ich will gewinnen.» Und die Frage, ob die klimatischen oder andere spezielle Verhältnisse in der Wüstenmetropole Abu Dhabi den Wettkampf möglicherweise be-

einflussen, beantwortet der 21-jährige cool: «Kaum, die Werkzeuge sind überall in etwa gleich; einzig bei den elektronischen Testgeräten könnte es etwas schwieriger werden, da sie sich in der Bedienung zum Teil etwas unterscheiden.»

Die WorldSkills Competition 2017 findet vom 14. bis 19. Oktober in Abu Dhabi statt. AUTOINSIDE und agvs-upsa.ch halten Sie auf dem Laufenden. <

KW gewindefahrwerke



FÜR JEDEN **ANSPRUCH**
DAS **RICHTIGE FAHRWERK!**



Periodische Abgasprüfung

Motion will Wiedereinführung der Abgaskontrolle

Der Bundesrat soll sich für die Wiedereinführung der periodischen Abgasprüfung während der gesamten Dauer des Fahrzeugbetriebs einsetzen. Dies verlangt eine Motion von Tiana Moser. **Sascha Rhyner**, Redaktion

■ 2014 wurden die periodischen Abgaskontrollen in der Schweiz abgeschafft. Nun verlangt die Grünliberale Nationalrätin Tiana Moser die Wiedereinführung. «Tricks und Manipulationen betreffend dem Schadstoffausstoss von Motorfahrzeugen machten in letzter Zeit Schlagzeilen», begründet sie in ihrer Eingabe, die unter anderem auch von Ulrich Giezendanner mitunterzeichnet wurde. Aus Sicht Mosers habe sich die Übertragung der Verantwortung an die Hersteller ohne Kontrolle als zu missbrauchs anfällig erwiesen. «Entsprechend soll durch eine periodische Abgaskontrolle der Motorfahrzeuge eine Überschreitung der Grenzwerte infolge Defekten oder Manipulationen entdeckt werden und damit die deren Einhaltung erreicht respektive die Gesamtemissionen erheblich verringert werden», so die Forderung in der Motion. «Es ist zu erwarten, dass die periodische Abgasprüfung eine stark präventive Wirkung hätte.»

Eine wichtige Rolle hätten bei einer Wiedereinführung der Kontrollen auch die Garagenbetriebe, schreibt die Zürcher Nationalrätin in ihrer Motion: «Ein Teil der notwendigen

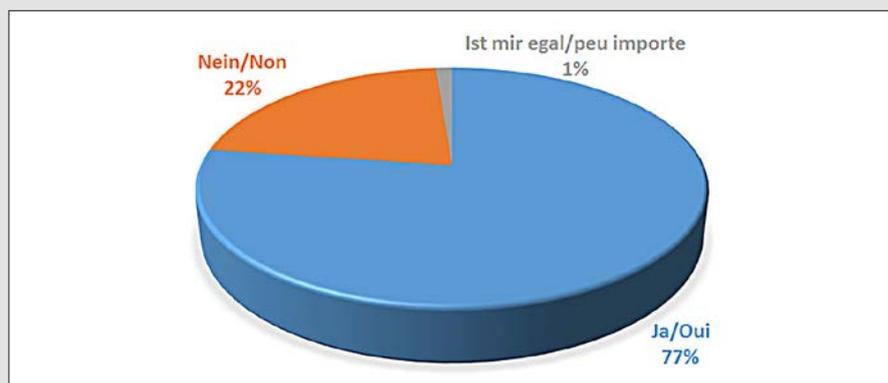
Infrastruktur wie auch das Know-how ist bereits bei den Prüflaboren (z.B. Empa, Fachhochschulen), den Strassenverkehrsämtern oder den Schweizer Garagen gegeben. Automechaniker sind in der Schweiz für Abgasmessungen wie auch Reparaturen ausgebildet und können diese niederschwellig vornehmen.»

Erstbehandelnder Rat wird der Natio-

nalrat sein. Der Motion darf gute Chancen eingeräumt werden, weil sie verschiedene Interessen vereint, wie die Parteizugehörigkeit der Mitunterzeichnenden verdeutlicht: Neben SVP-Nationalrat Ulrich Giezendanner sind dies Jürg Grossen, Thomas Weibel (beide GLP), Regula Rytz (Grüne), Viola Amherd (CVP), Jürg Hardegger (SP) und Duri Campell (BDP). <

Klares Ja zur Abgaskontrolle

In einer Umfrage auf agvs-ups.ch sprachen sich die Leserinnen und Leser mit grosser Mehrheit für die Wiedereinführung der periodischen Abgaskontrolle aus.



90 Jahre AGVS

Ein Grund zum Gratulieren

90 Jahre steht der AGVS im Dienste seiner Mitglieder. Einst wie heute setzt sich der Auto Gewerbe Verband Schweiz für das unternehmerische Fortkommen seiner Mitglieder ein. Wir gratulieren und wünschen: Happy Birthday, AGVS!

Sandro Compagno, Redaktion

■ Man muss sich in die damalige Zeit zurückversetzen, um die visionäre Kraft zu erfassen, welche die Gründung des Autogewerbe-Schutzverbandes am 29. Juli 1927 begleitete. Erst seit zwei Jahren durfte man in der ganzen Schweiz Autofahren: Im Sommer 1925 hatten die Bündner Männer in einer Volksabstimmung das seit 1900 geltende kantonale Verbot gegen private Automobile aufgehoben – in der insgesamt zehnten (!) Abstimmung zu dieser Frage. Und einen Monat vor der Gründung des Verbandes war in der Eifel das erste Auto-Rennen auf dem neu gebauten Nürburgring ausgetragen worden: Es gewann der legendäre Rudolf Carracciola mit einem Mercedes-Benz.

Die Wirtschaft boomte, ganz Europa erlebte, was als «goldene Zwanziger» in die Geschichte eingehen sollte – bis der schwarze Freitag im Oktober 1929 die Welt in eine tiefe Depression stürzte. Noch aber herrschte Aufbruchstimmung – auch im Schweizer Autogewerbe. Jährlich wuchs die Zahl der neu zugelassenen Fahrzeuge um 20 bis 30 Prozent. Die Autobranche war jung und entsprechend wenig organisiert. Ausserhalb der grossen Städte existierten zu Beginn der 1920er-Jahre nur wenige professionell betriebene Werkstattbetriebe. «Immer wieder gab es Klagen seitens erzürnter Autofahrer über grotesk anmutende Rechnungen oder unsorgfältig ausgeführte Reparaturen», erinnert eine AGVS-Festschrift zum 75-Jahr-Jubiläum an diese wilde Zeit.

16 Gründungsmitglieder

16 Garagisten aus Basel, Luzern, Stans und Zürich erkannten die Zeichen der Zeit, reagierten auf die Veränderungen und die Herausforderungen der Zukunft und gründeten den Autogewerbe-Schutzverband – getreu dem Motto, das heute noch seine Gültigkeit hat: Gemeinsam sind wir stark.

1929 schlitterte die ganze Welt in eine Wirtschaftskrise, die schliesslich in den Zweiten Weltkrieg mündete. Der Überle-



benskampf stand im Vordergrund – auch für die Schweizer Garagisten. Kreditschutz war das Thema der ersten Stunde. Doch der AGVS verstand sich schon zu seiner Anfangszeit auch als politische Stimme: So reichte 1936 die Sektion Waadt eine Resolution ein, die unter anderem eine «Herabsetzung der Eisenbahntarife um die Hälfte und Ermässigung des Benzinpreises um 15 Rappen pro Liter» verlangte. Ziel war, den Tourismus anzukurbeln.

Hilfe in schwierigen Zeiten

Die guten Kontakte zu Politik und Bundesbern halfen den AGVS-Mitgliedern in den düsteren Kriegsjahren auch wirtschaftlich: Der damalige AGVS-Zentralpräsident Oskar Moosmann machte in Zusammenarbeit mit Bundesstellen eine ganze Reihe von Arbeitsbeschaffungsmassnahmen möglich: zum Beispiel Reparaturaktionen, die von Bund und Kantonen subventioniert wurden. Zudem waren aus heutiger Sicht drei Schwerpunkte der damaligen Zeit besonders inter-

essant. So engagierte sich der AGVS mit grossem Einsatz in der Benzinpolitik. Bemerkenswert war auch die Gründung der «Fachgruppe Import», in der alle Autoimporteure zusammengefasst waren. Zwischen 1958 und 1977 zählte die Schweiz zu den wenigen Ländern der Welt, in denen die Autohersteller respektive Importeure zusammen mit den Automobilhändlern in der gleichen Berufsorganisation arbeiteten.

Auch Bildung war ein Thema: 1935 wurde das erste Reglement über die Lehrlingsausbildung und die Mindestanforderungen der Lehrabschlussprüfungen für Automechaniker und Automonteur genehmigt. Und 1943 kam unter AGVS-Mithilfe der erste Gesamtarbeitsvertrag zustande.

Branchenvertretung, Ausbildung, Kommunikation: Von 16 Mitgliedern 1927 ist der AGVS auf rund 4000 Mitglieder angewachsen. An den Aufgaben hat sich in 90 Jahren gar nicht mal so viel verändert. <

Quelle: 75 Jahre Autogewerbe-Verband Schweiz (AGVS), Oktober 2002

Besuch aus Kosovo

AGVS als Entwicklungshelfer

Auf Initiative des Präsidenten der Handelskammer Schweiz-Kosovo, Stefan Sarkany, und des Präsidenten der AGVS-Sektion Waadt, Nicolas Leuba, haben der Vizeverkehrsminister des Kosovo, Fehmi Mujota, und eine Delegation das Ausbildungszentrum in Yverdon-les-Bains und jenes in der Mobilcity in Bern besucht. **Alain Kyd**, Redaktion

■ Ziel des Besuchs war der Austausch von Informationen im Bereich Transport sowie die Sensibilisierung der kosovarischen Behörden für die Berufsausbildung in der Automobilbranche. Die duale Berufsausbildung, das heisst die Verbindung von Schule und Arbeitspraxis, hat sich in der Schweiz für das erfolgreiche Erlernen des Gewerbes bewährt.

Unterstützung durch Sektion Waadt

Die Idee besteht darin, kosovarischen Jugendlichen ein solches Ausbildungssystem durch Investitionen in Ausbildungszentren für das Automobilgewerbe bereitzustellen, damit sie im Kosovo eine Berufsausbildung absolvieren können. Die AGVS-Sektion Waadt ist bereit, die kosovarischen Behörden in Zukunft bei der Schaffung ähnlicher Zentren im Kosovo zu begleiten. Das junge Land könnte somit unabhängig in Bezug auf die Berufsausbildung und das Fachwissen in diesem Bereich werden.

Im Rahmen ihres Besuchs hatte die kosovarische Delegation zudem die Gelegenheit, in der Mobilcity – dem Kompetenzzentrum für Auto und Transport – Einblick in die Arbeit des AGVS und seiner Partner im Bereich der Aus- und Weiterbildung zu erhalten: sei es nun auf einen Sprung zu Heiko Zumbrunn (Schweizer Meister Carrosserie Spenglerei) bei seinen Vorbereitungen auf die World-



Die Delegation vor der Mobilcity in Bern. Mit dabei Arjeta Berisha als Übersetzerin sowie Werner Bieli (2. v. r.) und Olivier Maeder (r.).

Skills 2017 in Abu Dhabi oder mit der Erläuterung der Funktionsweise einer Druckluftbremse durch einen Lernenden im Bereich Automobil-Mechatroniker für Nutzfahrzeuge auf Albanisch.

Albanisch dank AGVS

Der Delegation wurde einiges geboten. Auch die Arbeiten der Prüfungsexperten kamen dabei nicht zu kurz. So führte Werner

Bieli, Präsident der Qualitätssicherungs-Kommission Automobildiagnostiker, die Delegation passioniert durch die unterschiedlichen Aufgabenbereiche der Experten. Sprachbarrieren kamen dabei dank der kompetenten Simultanübersetzung auf Albanisch durch Arjeta Berisha, Mitarbeiterin des AGVS, gar nicht erst auf. Abgerundet wurde die Führung mit einem Mittagessen im Restaurant der Mobilcity. <

autocomp ag
Die Garagensoftware für alle kleinen und mittleren Betriebe

www.autocomp.ch 6015 Luzern

Sektionen Genf

> Präsidentenwechsel: Denis Picard folgt auf Albert Bonelli

ipp. An Charme mangelte es nicht – die Generalversammlung fand in einem Palais statt. Für den Präsidiumswechsel hatte Albert Bonelli das Palais de l'Athénée gewählt. Als Nachfolger von Albert Bonelli fiel die Wahl auf Denis Picard, derzeitiger Leiter der Handelsvertretungen von Citroën (Schweiz) AG in Genf und Lausanne. Mit Picard übernimmt der Nachwuchs das Ruder und entlässt die alte Garde in den wohlverdienten Ruhestand.

Mit dem Präsidiumswechsel geht auch ein Wechsel des Vizepräsidenten einher. Léo Galati tritt nach 19 Jahren guter und treuer Dienste zurück. Adrian Fischer sieht sich nach seinem Umzug in einen anderen Kanton gezwungen zu kündigen. Mit Albert Bonelli scheiden somit drei Stützpfiler aus der Direktion der AGVS-Sektion Genf aus.

Thierry Bolle, Leiter der Garage La Marbrerie, wird Denis Picard als Vizepräsident unterstützen. Zwei weitere Nachwuchskandidaten haben sich zudem bereit erklärt, das Vorstandsteam zu ergänzen:

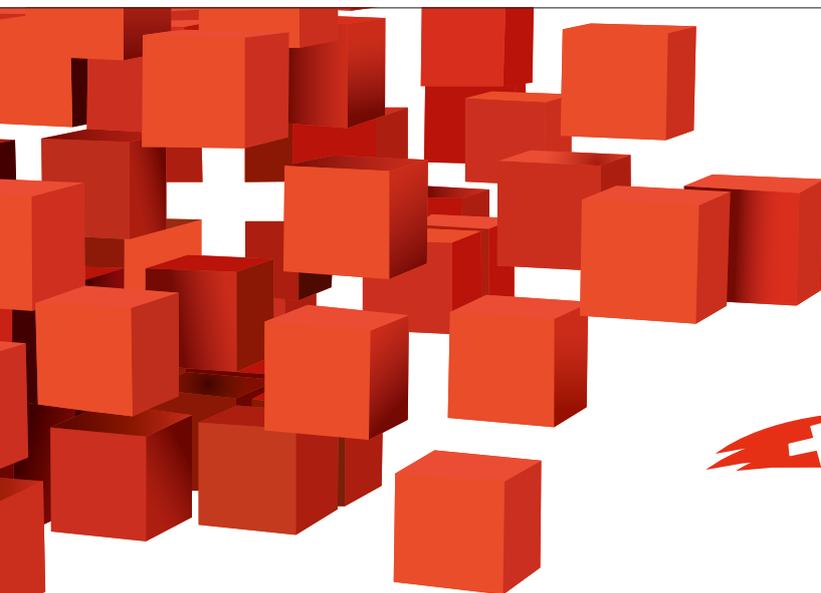
Béatrice Galati, Galati Centre Poids Lourds SA Vernier, und Giancarlo Bove, Garage Bove SA Versoix. Ihre Wahl wurde einstimmig bestätigt, womit eine Frau – ein seltenes Ereignis im Automobilgewerbe – Mitglied in einem AGVS-Vorstand wird. Die Versammlung schloss mit der Rede des neuen Präsidenten Denis Picard. Als Ausklang der letzten Generalversammlung des Präsidenten Bonelli wurden im Anschluss alle Anwesenden herzlich zum Apéro riche eingeladen. <



Denis Picard bei seiner Rede.

Laudatio für Albert Bonelli

Pierre-Daniel Senn, Vizepräsident im AGVS-Zentralvorstand und Präsident der Sektion Neuenburg, liess es sich nicht nehmen, den abtretenden Albert Bonelli zu verabschieden und ihm für seine langjährigen Einsatz zu verdanken. Senn betonte dabei den unermüdlichen Einsatz von Albert Bonelli für die Aus- und Weiterbildung und erinnerte an einen Event im Jahr 2014, als er Bundesrat Didier Burkhalter mit Lernenden in Kontakt brachte: «Albert Bonelli verdient unseren Respekt für seinen vollen und so oft innovativen Einsatz.» Einen Nachfolger für den Vorsitz einer Sektion zu finden, sei nicht leicht. Als Präsident der Sektion Neuenburg wisse er das, so Pierre-Daniel Senn: «Mit Denis Picard hat Albert Bonelli aber einen würdigen Nachfolger gefunden.»



SUISSE PUBLIC

Schweizer Fachmesse für öffentliche Betriebe und Grossunternehmen

Bern, 13.–16. Juni 2017

www.suissepublic.ch

Ermässigt SBB RailAway-Kombi.



Veranstalter

BERNEXPO
GROUPE

Patronat

Schweizerischer Städteverband
Union des villes suisses
Unione delle città svizzere



Schweizerischer
Gemeindeverband



Kommunale Infrastruktur
Infrastructures communales
Infrastrutture comunali

Sektion Zentralschweiz

> Führungswechsel in der Zentralschweiz



Patrick Schwerzmann (rechts) übergibt das Zepher der Sektion Zentralschweiz an Daniel Portmann. (Bild apimedia)

■ ds. Wenn die Sektion Zentralschweiz ihre Generalversammlung abhält, dann meist an einem ungewohnten Schauplatz. In diesem Jahr trafen sich die Garagisten im Kinosaal Bourbaki in Luzern. Die 89. GV stand ganz im Zeichen personeller Veränderungen. Patrick Schwerzmann, der nach neun Jahren als Präsident sein Amt abgibt, wurde von Vorstandskollege Adrian Eicher gebührend geehrt. Schwerzmann bleibt dem Vorstand noch ein Jahr als Past-Präsident erhalten. Die Versammlung wählte Daniel Portmann einstimmig

zum neuen Präsidenten. Der 45-jährige Portmann, der sich seit 2014 im Vorstand engagiert, ist Geschäftsführer und Teilhaber der Auto Portmann GmbH in Engelberg. Verabschiedet wurde auch Peter Wyder, der während 18 Jahren dem Vorstand angehörte.

Mehr Lohn für Lernende

Das abgelaufene Verbandsjahr, das Schwerzmann als «Jahr der Konsolidierung» bezeichnete, war aus finanzieller Sicht ein erfolgreiches. Der Gewinn von 59 000 Franken erlaubte es dem Verband, Rückstellungen für das voraussichtlich weniger rosige 2017 zu tätigen. Unabhängig davon beschloss man, die Lehrlingslöhne ab 2018 generell um 100 Franken anzuheben, um im harten Kampf um Berufsnachwuchs konkurrenzfähig zu bleiben. Die Grüsse des nationalen Verbandes überbrachte Markus Aegerter. Er zeigte auf, dass zurzeit Online-Reparaturplattformen wie Pilze aus dem Boden schiessen und den Garagisten das Leben in Zukunft noch schwerer machen dürften.

Ein Erlebnis der besonderen Art war der Reisebericht des ehemaligen Präsidenten Beppi Dillier, der letztes Jahr zusammen mit seinem Bruder Chris an der Rallye Peking-Paris teilnahm. Die eindrücklichen Bilder und Videoeinspielungen kamen auf der riesigen Kinoleinwand besonders gut zur Geltung. <

Sektion Aargau

> GV wird immer mehr zum Branchentreff

■ crc. Die Sektion Aargau führte ihre 90. Generalversammlung in der Seerose Meisterschwanden durch. Der gesamte Vorstand wurde in unveränderter Besetzung für eine weitere Amtsperiode gewählt.



Sektionspräsident Martin Sollberger und Petra Klingler, Weltmeisterin im Bouldern, einer Disziplin des Sportkletterns. (Bild Chris Regez)

Die Branche präsentiert sich als innovativer Wirtschaftszweig. Sektionspräsident Martin Sollberger erwähnte im Jahresrückblick die konstant hohe Zahl an verkauften Fahrzeugen: «Das Interesse wirkt sich positiv auf die AGVS-Autoausstellungen sowie die AGVS-Testcenter aus. Erstmals prüften wir über 42 000 Fahrzeuge. Einen Teil des Ertrags verwenden wir für den Ausbau unseres ÜK-Zentrums in Lenzburg, um in den Nachwuchs zu investieren.»

Berufsbildungsobmann André Hoffmann informierte über die Berufsbildung: «Um die Qualität der überbetrieblichen Kurse hoch zu halten, haben wir einen zusätzlichen Leiter eingestellt. Dies garantiert, dass wir die Lernenden auch nach der Eröffnung der zusätzlichen Ausbildungsräume optimal ausbilden können.» Dank der Teilnahme von Gästen aus Politik und Wirtschaft sowie dem interessanten Rahmenprogramm entwickelt sich die Aargauer Generalversammlung immer mehr zu einem unverzichtbaren Branchentreff. <



Ihr Spezialist in Getriebetechnik.
Revisionen von Automaten- und Schaltgetrieben,
Verteilergetrieben, Differentialen und Wandlern.



AUTOMATEN-MEYER AG
6014 Luzern · Telefon 041 259 09 59 · www.automaten-meyer.ch

Autoberufe-Event der AGVS-Sektion Bern

Kartfahren als Hauptattraktion

Die AGVS-Sektion Bern führte auf der Kartbahn in Lyss einen gelungenen Nachwuchswerbungs-Anlass durch. Die Kombination von Vorstellen der Autoberufe und Fahrten mit Mietkarts erwies sich als absoluter Volltreffer. **Bruno Sinzig, Redaktion**

■ Der Anklang war erfreulich, über 70 Jugendliche entschieden sich, den Mittwochnachmittag auf der Kartbahn in Lyss zu verbringen. Zusammen mit jeweils mindestens einem Elternteil oder einer volljährigen Begleitperson wurde den Teilnehmenden unter anderem viel Wissenswertes über die Autoberufe und deren Umfeld vermittelt. Eingeteilt in fünf Gruppen galt es, eine Art Postenlauf zu absolvieren.

Infos über Autoberufe

Im Hinblick auf die Berufswahl war zwangsläufig der Posten «Automobiltechnik» von zentraler Bedeutung. An Fahrzeugen und Lehrmodellen führten Lernende aus technischen Autoberufen und Ausbilder Arbeiten aus, die bisweilen in der Werkstatte anfallen. Zusätzlich erhielten die Teilnehmenden bei Bedarf fundierte Auskünfte über die verschiedenen Grundbildungen und die jeweiligen Anforderungsprofile. Selbstverständlich kam dabei auch das umfassende Weiterbildungsangebot zur Sprache. An einem weiteren Stand stellten Solène Grosjean und Fabio Keller den Mechanix-Club vor. Beim allfällig künftigen Zielpub-



Es ist sehr eng! Die 25 Fahrer starten zum Finallauf.

likum fanden selbstredend die Werbebeschenke grossen Anklang.

Rennwagen als Blickfang

Am Posten «Motorsport», an dem als Blickfang verschiedene Rennsportfahrzeuge ausgestellt waren, orientierte Roland Leibundgut als Vertreter des Verbandes Auto Sport Schweiz (ASS) einerseits über den Kartsport (Kategorien, Rennstrecken usw.) andererseits auch über allgemeine Belange des Automobilsports. Da die Jugendlichen ent-

weder den Qualifikationslauf im Mietkart bereits absolviert hatten oder dieser noch bevorstand, stiessen die Infos auf reges Interesse.

Kartfahren als Höhepunkt

Zwar kam auch der offerierte «Power-Pausen-Snack» gut an, für die meisten Teilnehmer bedeutete jedoch die Fahrt mit dem Mietkart die Krönung des überaus gelungenen (nachahmenswerten!) Events. <



Die drei Schnellsten des Finallaufs flankiert von Ursula Grütter und Beat Künzi.



Roland Leibundgut (ASS) orientiert über die motorsportlichen Belange.



Die Jugendlichen (und ihre Begleiter) beobachten interessiert die Technik-Demonstrationen.



Eine stattliche Anzahl von Helfern sorgte für einen reibungslosen Ablauf der Veranstaltung.

Swatch Rocket Air 2017 in Thun

Silver-Sponsoring ist Gold wert

Mit mehr als 10000 Besucherinnen und Besucher konnten die Veranstalter des Swatch Rocket Air in Thun einen neuen Zuschauerrekord vermelden. Als Silver-Sponsor war auch die AGVS-Sektion des Kantons Bern mit dabei. **Bruno Sinzig**, Redaktion

■ Bereits zum achten Mal machte die Weltelite der Freeride-Mountainbiker einen Abstecher nach Thun. Bei idealen äusseren Bedingungen liessen sich die Zuschauer von den Top-Leistungen der Zweiradakrobaten und dem Rahmenprogramm begeistern.

Als Silver-Sponsor war an der gelungenen Veranstaltung auch die AGVS-Sektion des Kantons Bern mit dabei. Mit einem attraktiven Stand – beim Eingang optimal platziert – wurde auf das vielfältige Ausbildungsangebot des Autogewerbes aufmerksam gemacht. Interessante Wettbewerbe und die – auch körperlich fordernde – Slot-Racing-Bahn, für welche die elektrische Energie durch strampeln

auf umgerüsteten Hometrainern aufgebracht werden musste, fanden bei Gross und Klein beeindruckenden Zuspruch.

Der äusserst engagierte Einsatz, der vorab durch das Team der Untersektion Berner Oberland und die Lernenden des regionalen Garagengewerbes erbracht wurde, hat sich zweifellos gelohnt, konnten doch mit dem sympathischen Auftritt viele Kontakte zu potenziellen Lehrstellenanwärterinnen und -anwärtern geknüpft werden. Positiv kommt dazu, dass gleichzeitig das Autogewerbe einem Publikum nähergebracht werden konnte, das mehrheitlich eine nicht unbedingt starke Verbindung zum Automobil hat. <



Köpfchen und Schnelligkeit waren gefragt, wenn man sich beim Wettbewerb ein Ticket für den Anlass ergattern wollte.



Die im Ausbildungszentrum Müléren entstandene Slot-Racing-Bahn war der Publikumsmagnet am AGVS-Stand.

AUTOSCOOUT24 YOUNG
DRIVER
Challenge
POWERED BY SEAT

FOLLOW US!

AUTOSCOOUT24.CH/YDCHALLENGE



AUTO
SCOUT 24

Carbesa AG

www.carbesa.ch

> Miracle Reparaturkonzept – die Basis für Carrosserie-Aussenhautreparatur von Stahl und Aluminium



Die Firma Galliker Bellach setzt das Miracle Reparatursystem täglich ein.

pd. Mit dem Miracle-Richtsystem ist eine Instandstellung der Seitenwand oder Aussenbleche der kleinere und günstigere Eingriff. Ohne viel zu demontieren und ohne grosse Remontage der Teile, wird alles von aussen in die ursprüngliche Form gezogen und gerichtet. Original bleibt original. Dieser Hergang wirkt sich positiv auf Aufwand und Ertrag aus.

Der Carrosseriespengler spannt

die Miracle-Vorrichtung auf die schadhafte Blechstelle. Durch gezielten Druck und Zug wird das Blech des Autos schonend in den Ursprungszustand rückverformt. Hier ist Fingerspitzengefühl und eine Menge Erfahrung gefragt, denn die meisten Beulen müssen von verschiedenen Zugpunkten aus mit unterschiedlichem Druck in den Originalzustand zurückgeformt werden. Marc Casagrande, Leiter

Malerei Firma Galliker Garage Bellach, erwähnt, dass die Mitarbeitenden die Arbeiten und Instandsetzung mit dem Miracle Reparatursystem sehr schätzen.

Die Lackierarbeiten fallen durch die kleinere Fläche in der Regel minimal aus. Die sonst übliche Demontage und Beschaffung von Neuteilen entfällt mit diesem innovativen Ausbeulungssystem. Die Zeitersparnis beträgt bis zu 60 Prozent gegenüber der klassischen Methode.

Marc Casagrande ergänzt: «Diese Reparaturmethode ent-

spricht unseren hohen Ansprüchen und ermöglicht enorme Zeitersparnisse. 60 Prozent aller Blech-Reparaturen werden bei uns mit dem Miracle Reparatursystem instand gesetzt, dadurch gewinnen wir rund ein Drittel der Arbeitszeit.»

Carbesa AG vertreibt das Miracle Reparatursystem der Firma Carbon seit 2011. Die vielen positiven Rückmeldungen bestätigen dieses Reparaturkonzept. Unter www.carbesa.ch/Schulungen bietet Carbesa verschiedene Schulungen rund um das Reparatursystem an. <

Neu: FGS, der Anhänger mit Liftachse und 100%-Achsausgleich
Nutzlast bis 2,9 t

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

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

Rameder

www.kupplung.ch

> Rameder montiert Anhängerkupplungen in der Schweiz zum Festpreis

pd. Mit dem passenden Zubehör wird jedes Auto zum zuverlässigen und vielseitigen Begleiter, der sich fast allen Herausforderungen im Alltag erfolgreich stellen kann. Aber nicht immer funktioniert das Zubehör nach dem «Plug-and-Play»-Prinzip. Deshalb bietet Rameder sowohl für eigene Kunden als auch für Werkstätten

aus der Schweiz die Montage von Anhängerkupplungen in einem der landesweit vier firmeneigenen Montagepoints an. Vor Ort sind stets zwei ausgebildete Techniker mit modernstem Equipment im Einsatz.

In den Montagepoints verbindet Rameder das eigene Wissen aus über 20 Jahren im Vertrieb



Ein Rameder Montagepoint – auch für Garagisten.

seit 1964

CORTELLINI & MARCHAND AG
 061 312 40 40
 Rheinfelderstrass 6
 4127 Birsfelden

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

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

von Anhängerkupplungen und Elektrosätzen für PW mit dem Einbau beim Kunden. Ausserdem stellt das Unternehmen die eigenen Kompetenzen auch anderen Werkstätten zur Verfügung, die einen fähigen und erfahrenen Partner bei der fachgerechten Montage von Anhängerkupplungen suchen.

Um sämtlichen Ansprüchen gerecht zu werden, ist die Ausstattung der Montagepoints opti-

mal auf die Anbringung von Anhängerkupplungen abgestimmt. Zum Beispiel durch Diagnosegeräte zur Freischaltung von Anhängerkupplungen, Fehlerdiagnose und Servicerückstellung, wodurch wichtige Zeit gespart wird. Werkstätten können mit Rameder als Servicepartner also sorglos auf die optimal ausgestatteten Montagepoints zurückgreifen und von den attraktiven Festpreisen profitieren. <

André Koch AG

www.andrekoch.ch / www.repanetsuisse.ch

> Neuer Standothek-Ratgeber für Sonderlackierungen

pd. Autohersteller verschaffen einem neuen Modell mit einer Sonderlackierung oft mehr Aufmerksamkeit. Hier sind die Farbton-Experten von Standox gefordert: Manche dieser Sonderfarbtöne sind so komplex, dass sie auch für erfahrene Lackierer eine Herausforderung sind. Standox bringt mit der neuen Standothek einen Ratgeber mit vielen praktischen Beispielen und Tipps zu diesem Thema.

In vielen Fällen lassen sich Farbintensität, Effekt oder der spezielle Glanzgrad einer Lackierung nur mit einem speziellen Lackaufbau nachstellen. Die neue Standothek «Sonderlackie-

rungen» zeigt auf 28 Seiten anhand konkreter Beispiele übersichtlich, wie unterschiedliche Lackierungen repariert werden, um ein einwandfreies Lackierergebnis zu erzielen. Besonders Liquid-Metal-Effekte, 2-Schicht-Lackierungen mit eingefärbtem Klarlack, 3-Schicht-Lackierungen mit Effektschicht, 4-Schicht-Lackierungen und matte Klarlacke werden anschaulich erklärt.

Harald Klöckner, Leiter Training Standox Europa, Mittlerer Osten und Afrika, weiss aus Erfahrung: «Sobald mehrschichtige Basislacke, lasierende Effektspritzgänge oder eingefärbte Klarlacke erforderlich sind, um



Die Standothek «Sonderlackierungen» zeigt, wie sich auch komplexe Farbtöne perfekt nachstellen lassen.

einen Farbton exakt nachzustellen, sind tadellose, optisch unsichtbare Lackreparaturen selbst für erfahrene Lackprofis eine Herausforderung. Korrekt erstellte Musterbleche sind dabei ein wichtiges Hilfsmittel. Das Erstellen von Farbmustern erfor-

dert zwar etwas mehr Arbeitszeit, doch es führt letztlich schneller und kostengünstiger zu einem optimalen Finish», erklärt er. «Für unsere Partner im Handwerk ist die Standothek mit ihren präzisen Angaben eine praktische, verlässliche Hilfe.» <

VORSCHAU AUTOINSIDE AUSGABE 7/8 – JULI/AUGUST 2017

Die nächste Ausgabe erscheint am 3. Juli 2017 mit folgenden Schwerpunktthemen:

**AGVS-DV in Solothurn**

Ausführliche Berichte zu den wichtigsten Entscheidungen der 40. AGVS-Delegiertenversammlung. Wir sprechen ausserdem mit Exponenten über die Zukunft des Garagisten als Unternehmer.

**Öl/Schmierstoffe**

Die Spezifikationen für Öle werden immer komplexer. Die Schweizer Hersteller gehören international zur Spitzenklasse. Wir haben nachgefragt, welchen Nutzen der Garagist davon hat.

**Chemie/Entsorgung**

Gefahrenstoffe aus der Garage sind mit einem Risiko verbunden und die Verantwortung dafür liegt beim Garagisten. AUTOINSIDE zeigt auf, wo die Fallstricke liegen und wie man sie umgehen kann.

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

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

Herausgeber

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

Verlag

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

Administration und Aboverwaltung

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

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

Weitere Beiträge von: Christian Feldhausen,
André Frey, Alain Kyd, Olivier Maeder,
Urs Wernli

Gestaltung: Robert Knopf, Christoph Pfister

Vermarktung

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

**Gesamtverantwortung
Redaktion und Vermarktung**

Georg Gasser
AGVS-Medien
Flurstrasse 50, CH-8048 Zürich
Telefon: +41 (0)43 499 19 99
ggasser@agvs-upsa.ch

Druck/Versand

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

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



gedruckt in der
schweiz

AGVS | UPSA

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

Derendinger

matik

TECHNOMAG

präsentiert

SWISS AUTO MOTIVE SHOW

15.-16.09.2017
NIEDERBIPP

Die besten Marken bei Ersatzteilen, Werkstattausrüstung
und Verbrauchsmaterial

Zahlreiche Neuheiten von den Hauptlieferanten
der Automobilindustrie

Exklusive Sonderangebote – nicht entgehen lassen

