



... STILL LOADING ...

**WILLKOMMEN IN DER E-MOBILITY-REALITÄT**  
**TECHNO** – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION

**Mobil 1<sup>TM</sup>**  
Motorenöl  
Garantie



Erhöhen Sie Ihre Kundenloyalität mit der Mobil 1<sup>TM</sup> Motorenölgarantie.

Bieten Sie Ihren Kunden die Mobil 1<sup>TM</sup> Motorenölgarantie kostenfrei an – eine Garantie auf den Motor von weiteren 5 Jahren oder zusätzlichen 160.000 km nach Ablauf der Herstellergarantie.\* Mobil 1 – wenn Sie Leistungen fordern.

Energy lives here™

**Mobil 1<sup>TM</sup>**

Performance by ExxonMobil

\*Beachten Sie, dass dieses Angebot den Bedingungen der Mobil 1<sup>TM</sup> Motorenölgarantie unterliegt.  
© 2018 Exxon Mobil Corporation. Alle in diesem Dokument verwendeten Marken sind Markenzeichen oder eingetragene Marken der Exxon Mobil Corporation oder eines mit ihr verbundenen Unternehmens, sofern nicht anders angegeben.



# AUF EIN WORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

an sich sollte das zentrale Thema für den Autohandel 2020 heißen: E-Mobilität. Jetzt heißt es COVID-19 und stellt uns nicht nur geschäftlich, sondern auch privat vor Herausforderungen.

Die aktuelle Lage erlaubt zum Glück vorsichtigen Optimismus. Es darf wieder gehandelt werden – wenn auch unter eingeschränkten Bedingungen. Abstand halten, Besucherzahlen reduzieren, Hygiene-Standards erweitern und überwachen: Dieser andere Autohausalltag verlangt uns vieles ab, verlangt nach kreativen wie praktikablen Lösungen vor Ort und nach neuen, benutzerfreundlichen Wegen zur Interaktion außerhalb des Autohauses – bspw. mit der Beratung über Video-Tools.

Wie bereits in den letzten Wochen werden wir Sie auch zukünftig direkt kontaktieren, wenn es hier – auch für Sie möglicherweise – interessante Entwicklungen, Lösungen oder neue Erkenntnisse gibt.

Da das Autohausgeschäft in und nach den »Corona-Zeiten« nicht stillsteht, haben wir uns dazu entschlossen, die aktuelle Ausgabe des TECHNO MAGAZINS wie geplant dem übergreifenden Thema für 2020 »E-Mobilität« zu widmen. In der ersten Ausgabe haben wir uns mit dem Status quo des neuen Antriebs sowie Lösungen und Maßnahmen zur Integration in den Autohausalltag beschäftigt – und unter anderem gemeinsam mit dem TECHNO Strategieausschuss erörtert.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre.

Georg Wallus

Dietmar Scheck



# UMGANG MIT DER E-MOBILITÄT!?

WILLKOMMEN IN DER E-MOBILITY-REALITÄT

» 38



**DER STATUS QUO DER E-MOBILITÄT**  
Ein Blick auf aktuelle Zahlen zum E-Antrieb.

» 40

**E-MOBILITY IM AUTOHAUSALLTAG**  
Auswirkungen & Chancen der Elektromobilität – das meint der **TECHNO Strategieausschuss**

» 42

**NEVER CHANGE A RUNNING SYSTEM!**  
TECHNO Geschäftsführer Georg Wallus über Elektromobilität im Jahr 2020

» 44

**AUS DER PRAXIS: THE MOBILITY HOUSE & ROSIER**  
So geht intelligente Ladeinfrastruktur im Autohaus

» 46

**GESELLSCHAFTER**

- NACHRUF AUF ANDREAS SENGER**  
In Erinnerung an einen herausragenden Menschen
- 211-MAL NACHWUCHS**  
Individuelle Förderung bei Beresa
- 120 JAHRE LEIDENSCHAFT FÜR MOBILITÄT**  
Autohaus Schade feiert großes Jubiläum
- DIE ZUKUNFT IN DEN STERNEN**  
59 neue Ausbildungsplätze bei Kunzmann
- HERZLICH WILLKOMMEN**  
Neuer Gesellschafter von Techno: Autowelt Schuler

**PRAXIS**

- TECAR REIFEN BEI AUTOHAUS SORG**  
Herstellerwechsel, neue Reifeneigenschaften und eine zusätzliche Reifengarantie, das überzeugt
- IMPULS: DR. KONRAD WESSNER BLICKT VORAUS, HINTERFRAGT UND KOMMENTIERT**  
Wie sanftes Stupsen in Richtung klimafreundlicher (E-)Autos den Zeitgeist trifft und den Verkauf verändert
- EINFACH ZUM AUTO**  
16. *puls*-Automobilkongress: neues Miteinander zwischen Automarken, Händlern, Autobanken und Plattformen
- FAZIT: BITTE MEHR!**  
Der TECHNO BERATERAUSSCHUSS IT traf sich erneut zum aktiven Austausch
- GREENDAYS 2020**  
Am Handicap feilen und neue Kontakte knüpfen
- DAS WAR EIN AUFTAKT!**  
T»EXPO SPEZIAL überzeugt auch 2020 in Kassel

**LEISTUNGEN & PRODUKTE**

- WILLKOMMEN IM DIGITALEN AUTOHAUS**  
Der virtuelle Verkaufsraum für den Handel
- AUTOHANDEL 4.0: KAUF PER KLIKK**  
Komplett digitalisierter und datengeschützter Autokaufprozess mit White-Label-Lösung von Carmato
- SCHÜTZT DIE SITZE – UND DIE UMWELT**  
Recyclebare Schonbezüge von Horn & Bauer
- MAXIMIERTE QUALITÄT. MINIMIERTER PREIS!**  
Die TECAR Sommerreifen **ESA+TECAR SPIRIT PRO**
- TOTEN WINKEL VOLL IM BLICK**  
Der neue Abbiegeassistent von Dometic
- SO GEHT WEITERENTWICKLUNG**  
Neuer Lieferanten-Partner: Reifen Göggel
- WIN-WIN AT ITS BEST**  
Die Ruhrdeich Gruppe punktet mit TECHNO
- WARTET AUF DEN RICHTIGEN MOMENT**  
Das neue Marderabwehrgerät M9900 von K&K
- EINFACHER, ÜBERSICHTLICHER, EFFIZIENTER**  
Aus »CSP – Car Service Portal« wird »autoclaim«
- HYGIENEKONZEPT MIT MAKRA**  
Ein Mehrwert für Ihr Unternehmen
- NEUE PARTNER, GEBIETE UND POTENTIALE**  
OT REGIO HH & SH: für die Zukunft neu aufgestellt
- MIT GRÜNEN ZAHLEN PUNKTEN**  
Shell entwickelt CO<sub>2</sub>-Bilanz-Rechner für Autohäuser
- WICHTIGER DENN JE: STARKE ONLINE-PRÄSENZ**  
Verkauf und Leadgenerierung: mit autoteile plus service
- PROZESSOPTIMIERUNG ÜBER TIBS ONLINE**  
Die neue Sortimentsverwaltung

**TERMINE**

- TERMINE 2020**  
Diese Tage sollten Sie im Kalender markieren
- » 55



Fürs Archiv? Für Kollegen?  
Das TECHNO MAGAZIN in digitaler Form finden Sie hier.





IN ERINNERUNG AN EINEN  
HERAUSRAGENDEN MENSCHEN

Nachruf

## Andreas Senger

Am 10. April 2020 verstarb überraschend Andreas Senger, Inhaber und geschäftsführender Gesellschafter der Senger Gruppe und Aufsichtsratsmitglied von TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION, im Alter von 65 Jahren.

Andreas Senger stieg 1984 in das Familienunternehmen Senger ein und schuf als Visionär, Macher, Gestalter und kreativer Geist mit der Senger Gruppe ein Unternehmen, das über die Grenzen hinaus höchste Anerkennung genießt. Durch gezieltes Wachstum und weitsichtiges, couragiertes Handeln formte der studierte Maschinenbauer einen der größten und anerkanntesten Autohändler in Deutschland.

Als Aufsichtsratsmitglied bei TECHNO engagierte sich Andreas Senger mit wichtigen und klugen Ideen für und in unserem Netzwerk. Seine eingebrachte Expertise und seine Weitsicht haben die Arbeit der Kooperation nachhaltig begleitet.

Im Namen des Aufsichtsrates und aller TECHNO Mitarbeiter

Georg Wallus  
Geschäftsführer TECHNO

Dietmar Scheck  
Geschäftsführer TECHNO

# 211-MAL NACHWUCHS

INDIVIDUELLE FÖRDERUNG BEI TECHNO GESELLSCHAFTER BERESA

Am 2. September 2019 starteten bei BERESA 73 Auszubildende in sieben verschiedenen Ausbildungsberufen. Damit beschäftigt das Traditionsunternehmen zurzeit 211 Auszubildende. Was die Ausbildung der BERESA Gruppe so besonders macht und worauf sich die neuen Kollegen freuen können, verrät uns Teamleiterin Jana Hagel.

»Wer als junger Mensch eine Ausbildung beginnt, wird mit neuen Eindrücken überschüttet: neues Umfeld, neue Aufgaben, neue Abläufe. Alles zu einer Zeit, in der man mit einer gewissen natürlichen Nervosität zu kämpfen hat. Deshalb legen wir bei BERESA viel Wert auf einen gelungenen Start und beginnen in aller Lockerheit mit einer zweitägigen Einführungsveranstaltung: Am ersten Tag sorgen unsere Geschäftsführer persönlich im Grillwagen für das gemeinsame Abendessen; am zweiten Tag können auch die Eltern unserer Auszubildenden die Zentrale in Münster kennenlernen.

Mit unserem Ausbildungssystem punkten wir bei jungen Menschen mit modernen und innovativen Perspektiven während und nach der Ausbildungszeit. Regelmäßige Feed-

back-Gespräche, externe Trainer, Produkt-, EDV- und Techniks Schulungen sowie die Möglichkeit, innerhalb der Abteilungen zu rotieren und an Austauschprojekten teilzunehmen, machen die Ausbildungszeit abwechslungs- und erlebnisreich. Bei dem Projekt »Interne Schulungen« können technische Auszubildende jeden zweiten Samstag im Monat sowohl alltägliche als auch knifflige Aufgaben vortragen und unter Anleitung unserer erfahrenen Trainer und Kfz-Mechatroniker Lösungswege bis ins Detail direkt am Fahrzeug erarbeiten.

Zudem haben wir vor einigen Jahren das BERESA Förderprogramm »High-Potentials« ins Leben gerufen. Hier bieten wir den besten Azubis die Chance, an einem Praktikum im Ausland teilzunehmen, exklusive Motivationsveranstaltungen zu besuchen, um persönliche Stärken gezielt weiterzuentwickeln und beim jährlich stattfindenden Meet-and-Greet unsere Geschäftsführer in ungezwungener Atmosphäre näher kennenzulernen, mit ihnen zu diskutieren und konstruktive Gespräche zu führen.«

» [beresa.de](http://beresa.de)

## BERESA



### ZAHLEN, DATEN, FAKTEN: BERESA GMBH & CO. KG

- Standorte » 19 Standorte in Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen
- Marken » Mercedes-Benz, Mercedes-AMG, Mercedes-Benz Lkw, Transporter, Vans und Reisemobile, smart
- Mitarbeiterzahl » ca. 1.100

# 120 JAHRE LEIDENSCHAFT FÜR IHRE MOBILITÄT

AUTOHAUS SCHADE – TECHNO GESELLSCHAFTER FEIERT GROSSES JUBILÄUM

In diesem Jahr blickt das Autohaus SCHADE auf 120 Jahre traditionsreiche Firmengeschichte zurück. Die Wurzeln des Autohauses reichen bis in das Jahr 1900 zurück, in dem Valentin Schade in Bad Hersfeld ein Wagnergeschäft eröffnete und somit den Grundstein für das heutige Unternehmen legte.

### STARKE TRADITION

Das Familienunternehmen, das mittlerweile in vierter Generation von Dirk und Holger Schade geführt wird, hat eine stolze Tradition. Nach der Gründung am 6. Januar 1900 entwickelte sich ein starkes Karosseriebaugeschäft bis hin zum Erhalt des Vertretervertrages für Mercedes-Benz im Jahr 1972. In den folgenden Jahren bis zum heutigen Zeitpunkt vergrößerte sich das Unternehmen sowohl im hessischen Gebiet als auch nach der Wende in Thüringen und erhielt die Standorte Kirchheim, Eisenach, Mühlhausen, einen zweiten Standort in Bad Hersfeld, Meiningen, Schwabhausen, Bad Salzungen und Schmalkalden sowie die Marken smart und ŠKODA hinzu.

### MITARBEITER SAGEN DANKE

Zur großen Freude für die Geschäftsführer Dirk und Holger Schade veranstalteten die Mitarbeiter zu Beginn des neuen Jahres 2020 eine Überraschungsfeier. Mit einer Videobotschaft nutzten sie den Moment, um einmal Danke zu sagen – Danke für 120 Jahre Tradition, Leidenschaft, Vertrauen und Visionen. Sie wünschten ihnen alles Gute für die Zukunft

und das Quäntchen Glück für alle weiteren Entscheidungen und nutzten so gleichzeitig die Gelegenheit, die Geschäftsführer für die Feier in das Autohaus zu locken.

### ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

- » Ein starker Arbeitgeber mit 600 Mitarbeitern und jährlich mehr als 30 neuen Auszubildenden
- » Insgesamt neun Standorte in Hessen und Thüringen
- » Vertragshändler der Marken Mercedes-Benz, smart und ŠKODA
- » Fahrzeugvermietung Pkw, Transporter und Lkw über Mercedes-Benz Rent, Van Rental und CharterWay
- » Kompetenzzentren für die Fachgebiete Elektromobilität, Digitalisierung, AMG, Reisemobile, Trucks, Transporter, Karosserie und Teile
- » Unterstützer diverser Projekte, vorrangig zur Verbesserung der Lebensbedingungen für Kinder, durch die SCHADE Stiftung

In die Zukunft blickt das Autohaus mit Zuversicht und freut sich auf weiterhin gute Zusammenarbeit mit Kunden, Mitarbeitern und allen weiteren Partnern des Unternehmens.

» [schade.de](http://schade.de)

**SCHADE**  
Emotionen erfahren

# DIE ZUKUNFT IN DEN STERNEN

**AUTOHAUS KUNZMANN BESETZT 59 NEUE AUSBILDUNGSPLÄTZE MIT »STERNENIVEAU«**

**Andere reden nur darüber, Kunzmann macht es: Mit seinem mehrfach ausgezeichneten Ausbildungsprogramm investiert der Mercedes-Vertragshändler nachhaltig in die Zukunft des Nachwuchses – und fördert die Fähigkeiten seiner Auszubildenden nicht nur zum Thema Automobilhandel ...**



**Karl Diehm**  
Geschäftsführung  
Autohaus Kunzmann

»Vielfalt ist im wahrsten Sinne eines unserer Markenzeichen – und spiegelt sich nicht nur in Angebot und Service, sondern auch in unserer Ausbildung wider«, erklärt Geschäftsführer Karl Diehm. Der Mercedes-Benz Partner ist einer der größten Automobilhändler im Rhein-Main-Gebiet und konnte auch im September 2019 wieder 59 junge Menschen für Lehrjahre auf »Sterneniveau« begeistern. Kaufmännisch, gewerblich, technisch: Das Ausbildungsprogramm bei Kunzmann wurde stetig weiterentwickelt und 2014 um ein duales Studium mit Ausrichtungen in Betriebswirtschaft und Recht erweitert.

»Uns ist nicht nur die Anhäufung von Fachwissen wichtig, sondern auch eine nachhaltige Ausbildung von Soft Skills wie Teamgeist, Motivation und Selbstständigkeit«, so Diehm. »Und die erreichen wir vor allem durch Projekte, die sich neben der eigentlichen Ausbildung abspielen.« Dazu gehört unter anderem der alljährliche Azubi-Austausch mit dem TECHNO Gesellschafter Beresa in Münster. Zwei Azubis wechseln hier für jeweils eine Woche das Unternehmen, ler-

nen die Unterschiede besser zu verstehen und können so gegebenenfalls eigene Abläufe verbessern. Daneben unterstützen die Azubis mit Praktika unterschiedlichste soziale Institutionen aus der Region. »Das ist uns besonders wichtig, schließlich geht's im Leben um mehr als ums Autohaus«, erklärt Diehm.

Die ganzheitliche Ausbildung wird ständig angepasst und mit den Azubis gemeinsam evaluiert. Dass dieses Konzept aufgeht, zeigen nicht zuletzt die exzellenten Prüfungsergebnisse und zahlreichen Auszeichnungen der Azubis.

## AUSGEZEICHNETE LEISTUNGEN DER KUNZMANN-AZUBIS:

- » 8-mal Preisträger beim Wettbewerb »Schlauster Azubi im Mainviereck«
- » Autoberufe Award 2019
- » 1. Platz beim PlanSpiel der Daimler AG
- » Staatspreise der Regierung von Unterfranken
- » Landessieger Karosseriebau und Fahrzeugbau sowie Kfz-Elektriker
- » Und viele weitere!

» [kunzmann.de](http://kunzmann.de)

**KUNZMANN**  
Die neue Service-Dimension



# HERZLICH WILLKOMMEN

**AUTOWELT SCHULER AUS BADEN-WÜRTTEMBERG IST NEU-GESELLSCHAFTER VON TECHNO**

**Service von Mensch zu Mensch: Das ist Prämisse und Versprechen der Autowelt Schuler. Persönliche und individuelle Betreuung stehen bei dem TECHNO Neu-Gesellschafter an erster Stelle – beim fünften Wartungstermin genauso wie beim ersten Neukauf.**

»Seit fast 60 Jahren sind wir der Ansprechpartner rund ums Automobil in der Region Schwarzwald-Baar«, berichtet Carina Reuß. Die Enkelin des Gründers Walter Schuler ist nun die dritte Generation, die die Geschicke der Autowelt Schuler leitet. »Neben erstklassigem Handwerk und top-geschulten Mitarbeitern steht der persönliche Kontakt für uns immer im Vordergrund«, betont Reuß. »Sowohl für unsere Kunden als auch für unsere Mitarbeiter.« Familie wird in dem führenden Autohaus der Region großgeschrieben. Jeder ist mit vollem Einsatz dabei. Das überträgt sich auf die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – und besonders auf den Nachwuchs. Die Quote der Azubis beträgt fast durchgängig 10 %.

Angefangen hat alles in den 60er-Jahren mit einer kleinen Kfz-Werkstatt. Hier boten anfangs Walter Schuler und nur eine Hand voll Mitarbeiter Services rund ums Automobil an. Schnell stellte sich der Erfolg ein, eine zweite Geschäfts-

stelle konnte eröffnet und der Vertrag als VW-Partner unterzeichnet werden. Heute sind über 300 Angestellte für die volle Zufriedenheit der Kunden zuständig. Dazu wird auch auf eine starke Vernetzung der Standorte untereinander geachtet, um jederzeit schnell Lösungen anbieten zu können. Es ist die Kombination aus fachkundigen Mitarbeitern und modernster Technik, die die Autowelt Schuler so erfolgreich macht – und Kunden einen Rundum-Service an allen acht Standorten im Raum Schwarzwald-Baar garantiert.

## ZAHLEN, DATEN, FAKTEN: AUTOWELT SCHULER HORGEN GMBH

Standorte	» 8 Standorte in Baden-Württemberg (Villingen, Donaueschingen und Zimmern-Horgen)
Marken	» Volkswagen, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Audi, CUPRA, ŠKODA, SEAT, Porsche, Opel
Mitarbeiterzahl	» Ca. 360

» [autowelt-schuler.de](http://autowelt-schuler.de)



# HERZLICH WILLKOMMEN IM DIGITALEN AUTOHAUS

DER VIRTUELLE VERKAUFSRAUM FÜR DEN HANDEL:  
EINE KOOPERATION VON TECHNO UND HÜSGES



**Abstand halten, regelmäßig desinfizieren, Besucherzahlen minimieren: Das Coronavirus verändert den Autohandel und verlangt aktuell nach praktikablen Alternativen, die zusätzliche Kontaktwege für den Verbraucher eröffnen.**

können weiterhin persönlich zum Wunschfahrzeug beraten werden. Ein Service-Plus, das auch für Bestandskunden relevant ist, mit denen neue (Wartungs-)Termine abgestimmt oder Leasing-Verträge neu verhandelt werden können.



**85 %** ALLER  
VERKAUFSENTSCHEIDUNGEN  
WERDEN BEKANNTERMASSEN  
GEMEINSAM MIT DEM  
VERKÄUFER GETROFFEN.

»Mit unseren Streaming-Technologien möchten wir Autohäusern und -händlern helfen, kurzfristig auf die Notsituation zu reagieren und weiter Umsatz im Verkauf zu generieren«, betont Arnd Hüsge, CEO der Hüsge-Gruppe. »Wir sehen die Krise langfristig auch als Turbolader für die Digitalisierung und als Grund für eine neue Akzeptanz von digitalen Geschäftsmodellen – vor allem im Autohaus.«

Basis für den neuen virtuellen Verkaufsraum ist das bekannte Kfz-Gutachten-per-Live-Stream-Angebot von Hüsge: Real Time Expert. Die unkomplizierte Lösung lässt sich schnell implementieren und plattformübergreifend anwenden, weil sie nicht als App angelegt ist und keinen Download benötigt.

Eine schnelle und unkomplizierte Lösung bietet die Neuentwicklung von Hüsge und TECHNO: Dank der Live-Stream-Technologie von Hüsge haben Autohäuser die Möglichkeit, ihren stationären Handel ins Internet zu übertragen. Ausführliche Beratung und Fahrzeugvorführung findet so im Video-Chat statt. Die Interessenten werden dazu per SMS eingeladen, folgen anschließend dem Verkäufer über das eigene Smartphone durch den echten Showroom und

## DIE VORTEILE DES VIRTUELLEN VERKAUFSRAUMES VON HÜSGES:

- » persönliche Beratung über Video-Call-Technologie
- » einfacher Start per SMS
- » keine Installation von Software oder Apps
- » datenschutzkonform und für den B2B-Einsatz geeignet
- » überregionale Reichweite durch virtuelle Laufkundschaft

### EXKLUSIVE KUNDENKONDITIONEN FÜR TECHNO GESELLSCHAFTER:

1 Nutzer	2 Nutzer	3 Nutzer	4 Nutzer
99,- €/Monat	168,- €/Monat (84,- € pro Nutzer)	227,- €/Monat (75,67 € pro Nutzer)	276,- €/Monat (69,- € pro Nutzer)

### HABEN SIE FRAGEN ZUR NUTZUNG DES VIRTUELLEN VERKAUFSRAUMES ODER ZUR IMPLEMENTIERUNG?

**Rainer Roeske, CSM**  
T: 02154.95 34 13 51  
M: 0172.378 05 15  
E: roeske@huesges-gruppe.eu

» [huesges-gruppe.eu](https://www.huesges-gruppe.eu)

# AUTOHANDEL 4.0: KAUF PER KLICK

KOMPLETT DIGITALISIERTER UND DATENGESCHÜTZTER  
AUTOKAUFPROZESS MIT **WHITE-LABEL-LÖSUNG VON CARMATO**

- ✓ DIGITALER VERKAUF (B2C)
- ✓ DIGITALER ANKAUF (C2B)
- ✓ DIGITALE PREISVERHANDLUNG
- ✓ WELTWEIT EINZIGARTIGES VOLLDIGITALES SYSTEM

Jeder dritte Verbraucher kann es sich mittlerweile vorstellen, das nächste Fahrzeug online zu kaufen. Zu dem Ergebnis kam eine Autokäufer-Studie von TNS Infratest im Auftrag der Unternehmensberatung A.T. Kearney. Eine logische Entwicklung: Wer sich online informiert, will auch online kaufen. »Convenient« lautet das Schlüsselwort – und Stichwort für Carmato. Das Bonner Unternehmen hat es als erster weltweiter Anbieter geschafft, den gesamten An- und Verkaufsprozess eines Fahrzeugs zu digitalisieren.

Das System steht Autohändlern nun als White-Label-Lösung zur Verfügung. Innerhalb von zehn Tagen, so Carmato, kann

das Bestandsangebot eingepflegt und so der komplette An- und Verkauf auch digital erfolgen. DSGVO-konform und rechtsverbindlich. Wenn gewünscht, kann die Plattform tiefgreifender individualisiert, können nur einzelne Module »gebucht« (bspw. nur An- oder nur Verkauf) und/oder carmato.de kann selbst als weiterer nationaler und digitaler Vertriebskanal genutzt werden.

Trotz umfassender Technik mit diversen Logiken im Hintergrund ist die Plattform selbsterklärend, für Handel und Kunde gleichermaßen. Dazu wurden bekannte Optionen aus dem Online-Shopping integriert wie »Sofort kaufen« oder »Preis verhandeln« (Spielraum legt Händler fest).

## DER DIGITALE FAHRZEUGVERTRIEB MIT CARMATO



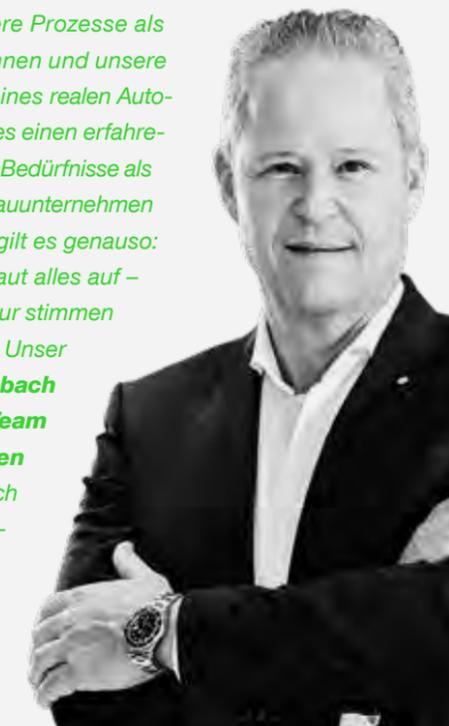
## ERFOLGREICH DIGITALISIERT

IN KOOPERATION MIT **CARMATO** HAT DIE **EMIL FREY GRUPPE** IHR KONZEPT »AUTOHAUS« IN DIE WELT DES ONLINE-HANDELS ÜBERTRAGEN



»Wir haben klare Vorstellungen, wie ein digitales Autohaus funktionieren und aussehen muss. Für uns war es daher enorm wichtig, dass wir unsere Prozesse als erfolgreicher Autohändler auch in der digitalen Welt abbilden können und unsere Markenphilosophie nahtlos funktioniert. Es ist wie beim Neubau eines realen Autohauses: Zuerst muss ein geeignetes Grundstück her, dann braucht es einen erfahrenen und exzellenten Architekten, der genau unsere Vorstellungen und Bedürfnisse als Bauherr erfüllt, und dann benötigt man ein professionelles Generalbauunternehmen für die zuverlässige Umsetzung vor Ort. Für das digitale Autohaus gilt es genauso: Das »Grundstück« ist die IT-Hardware bzw. -Infrastruktur, darauf baut alles auf – und es muss ein stabiles Fundament sein. Dann muss die Architektur stimmen und schließlich muss dann das digitale Autohaus »gebaut« werden. Unser Architekt und Generalbauunternehmer war Carmato. **Marc Herschbach und sein Team haben das in Zusammenarbeit mit unserem Team hervorragend gemacht und uns nach unseren Vorstellungen ein neues digitales Autohaus gebaut. Und ich bin mir sicher, auch Carmato hat wie jeder Architekt und Bauunternehmer bei der erfolgreichen Umsetzung des Projektes neue Erfahrungen gesammelt – wir haben über die letzten sechs Monate sehr viel voneinander gelernt und so den Neubau auf den Punkt geliefert.**«

Bernhard Linnenschmidt, Geschäftsführer Einzelhandel Emil Frey Gruppe



Dank der Kooperation mit Hüsches können Kunden zudem Live-Präsentationen ihres Wunschauto per Video-Call über die Plattform buchen (mehr dazu auf Seite 12).

25 Jahre Erfahrung im Autohandel sind in die Entwicklung der Plattform und der White-Label-Lösung geflossen. »Carmato ist keine Präsentations-, sondern eine Transaktionsplattform«, betont Carmato CEO Marc Herschbach. So müssen keine Leads, wie bei mobile.de und Co., per Mail oder Anruf nachverfolgt werden. Auch die Preisgestaltung ist nicht mehr Tiefpreis-gebunden. Alles läuft über die Plattform – und lässt so Händler und Kunden von den Vorteilen des Online-Handels profitieren: suchen, sehen, kaufen.

**WIR BERATEN SIE GERNE PERSÖNLICH.**

**Marc Herschbach**

Founder & CEO Carmato

T: 0228.304 01 820

E: marc.herschbach@carmato.de

**Frank Wirzberger**

Vertrieb

T: 0228.304 01 828

E: digital@carmato.de

» [carmato-group.com](https://carmato-group.com)

**DAS ANGEBOT VON  
CARMATO – IN ZWEI  
MINUTEN ERKLÄRT**

Code scannen und mehr erfahren



# SCHÜTZT DIE SITZE – UND DIE UMWELT

RECYCLEBARE SCHONBEZÜGE VON  
HORN & BAUER FÜR DEN WERKSTATTBEDARF

Das Thema Nachhaltigkeit ist auch in der Automotive-Branche angekommen. Bei der Reparatur des Fahrzeugs ist heute für den Autofahrer mehr denn je relevant, wie nachhaltig der Instandsetzungsprozess ist und welche Produkte dafür eingesetzt werden. Der Folienspezialist Horn & Bauer aus dem hessischen Schwalmstadt geht daher mit seinen Produkten schon lange einen grüneren Weg.

Umweltschutz ist bereits seit Jahren in den Leitsätzen des familiengeführten Traditionsunternehmens verankert. So hat der Folienspezialist unter anderem verschiedene Schutzbezüge für Fahrzeuge im Produktportfolio, die aus hochwertigem Polyethylen (PE) bestehen, wie die neueste, besonders nachhaltige Erfindung, der SMARTGRIP. PE beinhaltet keine Weichmacher und ist ähnlich aufgebaut wie Pflanzenfasern. Die Folie ist damit kein Plastik wie PVC, das beispielsweise bei Schonbezügen aus Kunstleder und Nylon zum Einsatz kommt. Auch in der Nachhaltigkeit unterscheiden sich PE und PVC stark voneinander. Der ökologische Fußabdruck und der Treibhausgasausstoß sind bei PE-Schutzbezügen bedeutend kleiner als bei Nylon und Kunstleder (siehe Grafik). SMARTGRIP wird zudem zu fast 50 % aus recyceltem Material hergestellt und ist im Durchschnitt drei- bis fünfmal wiederverwendbar, sofern er nicht zu sehr verschmutzt ist. Das reduziert die Kosten pro Reparaturauftrag.

Der Bezug weiß aber nicht nur in puncto Nachhaltigkeit zu überzeugen, sondern auch in Bezug auf Einsatzfähigkeit. Die Rutschfestigkeit und seine extrem hohe Statik sorgen dafür, dass er auch in windigen Jahreszeiten dort bleibt,

wo er hingehört: auf dem Fahrzeugsitz. Auf den passt er auch in nahezu allen Fällen, selbst auf die größer gewordenen Fahrzeugsitze der letzten Jahre. Wird der Sitzschutz dann entsorgt, muss er nicht wie andere Lösungen gereinigt werden. In Zusammenarbeit mit professionellen Entsorgern kann SMARTGRIP zu 100 % recycelt werden und erleichtert so die Mülltrennung in der Werkstatt. Ein Umstand, mit dem Fachbetriebe durchaus werben können. Schließlich kann Kunden so das gute Gefühl mitgegeben werden, sich für eine Werkstatt entschieden zu haben, die sich für die Umwelt einsetzt und sich der Ressourcenschonung verschrieben hat.

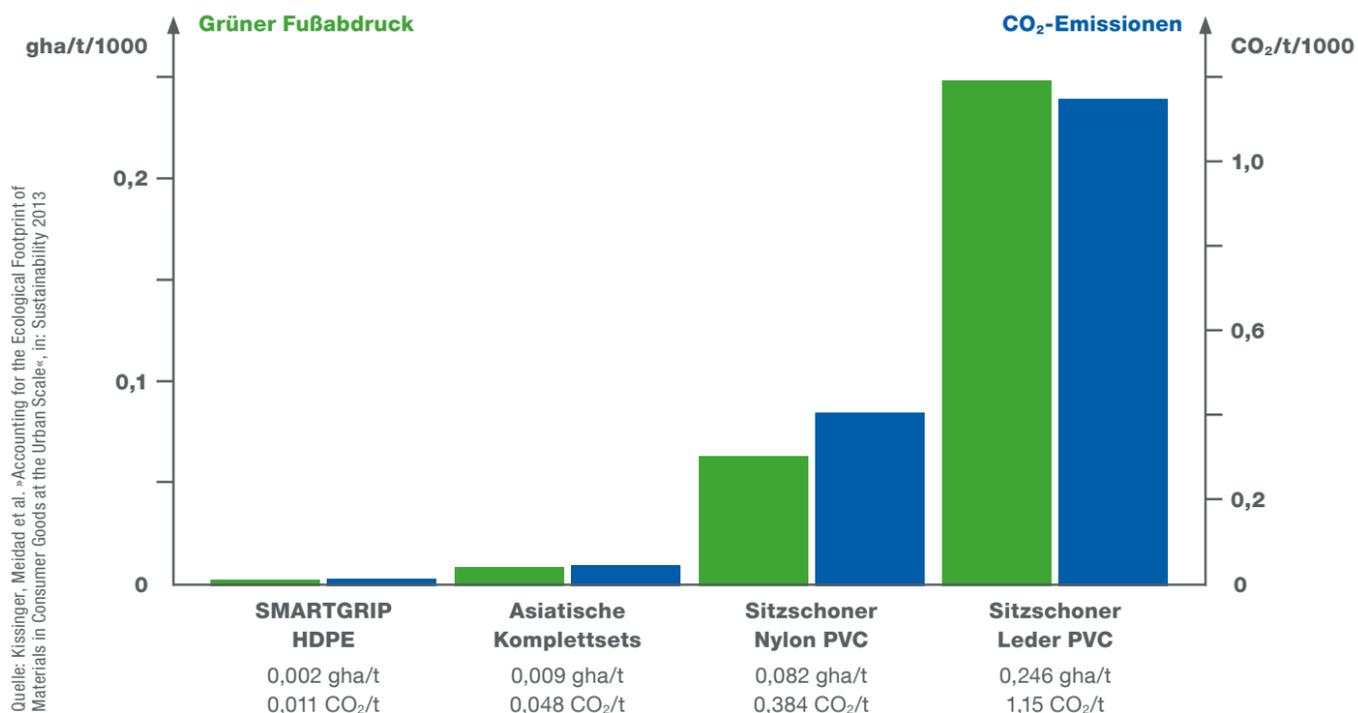
## RESSOURCENSCHONUNG BEGINNT BEIM PRODUKTIONSPROZESS

Ob SMARTGRIP oder andere Horn & Bauer-Schonbezüge: Das Schwalmstädter Unternehmen setzt fast im kompletten Prozess auf Nachhaltigkeit. Die Entwicklung findet in Deutschland statt, das verwendete PE stammt aus Europa und bei der Herstellung wird weniger Energie verbraucht als bei anderen Verpackungsmitteln. Zu einem Viertel kommt der Strom dabei aus dem betriebseigenen Blockheizkraftwerk. Mit der konsequenten Trennung und Wiederverwendung von Kunststoffabfällen wurde Horn & Bauer darüber hinaus von der Initiative »Null Granulatverlust« der Industrievereinigung Kunststoffverpackungen e.V. zertifiziert.

» [better-protection.com](http://better-protection.com)

 **Horn & Bauer**  
Group

VERGLEICH: CO<sub>2</sub>-Emissionen und Ausstoß von Treibhausgas bei der Produktion von Schonbezügen



## SMARTGRIP

Der neue Standard-Schonbezug.

- ✓ **Einfach groß**  
850 x 1550 mm
- ✓ **Einfach rutschfest**  
Kein Verrutschen mehr, dank rutschfester Innenseite
- ✓ **Einfach grün**  
100% recyclebar, Ressourcenschonung durch mind. 50% Rezyklatanteil
- ✓ **Einfach regional**  
100% Made in Germany
- ✓ **Einfach stark**  
Extrem reißfest, als Tagesschonbezug mehrfach verwendbar

Jetzt kostenlos testen:  
[www.better-protection.com/smartgrip](http://www.better-protection.com/smartgrip)



# MAXIMIERTE QUALITÄT. MINIMIERTER PREIS!

## DIE TECAR SOMMERREIFEN **ESA+TECAR SPIRIT PRO**

**2020 wird ein erfolgreiches Reifenjahr! Denn der preis- und leistungsstarke Sommerreifen **ESA+TECAR SPIRIT PRO** wird Kunden voll und ganz begeistern.**

Genau wie seine Vorgänger weiß auch der **TECAR** Sommerreifen 2020 Kunden mit seiner Ingenieursleistung zu überzeugen. Dank seines innovativen Profildesigns und der Silica-Laufflächenmischung kann der Sommerreifen **ESA+TECAR SPIRIT PRO** gleich zwei Aufgaben bewältigen: Er bietet erstklassigen Rollwiderstand und überzeugt mit Fahrkomfort bei unterschiedlichster Witterung – und dies immer mit dem Ziel, Sicherheit auf die Straße zu bringen, ohne Kompromisse bei Komfort und Fahrspaß. Des Weiteren sorgt der **TECAR** Sommerreifen mit konsistenter Kraftübertragung, höchstem Fahrkomfort und herausragender Lenkreaktion dafür, dass Kunden nachhaltig begeistert werden – und bleiben.

Der Kundenwunsch nach einem guten Reifen mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis kann mit dem Sommerreifen **ESA+TECAR SPIRIT PRO** mehr als erfüllt werden. Zumal er in vielen gängigen Dimensionen erhältlich ist. Darüber hinaus profitieren Sie beim Kauf unserer Reifen von einer dreijährigen Reifengarantie, die abdeckt, was über die gesetzliche zweijährige Herstellergarantie hinausgeht: Schäden infolge

von Kollisionen mit Bordsteinkanten, Überfahren spitzer Gegenstände und sogar Vandalismus. Ein attraktiver Zusatz, der **TECAR** Reifen auf dem Markt einen weiteren Vorteil gegenüber der Konkurrenz verschafft – und **TECHNO** Autohäusern sowie Werkstätten ein großartiges Reifengeschäft 2020. Schließlich ist der Reifen dank seines einmaligen Preis-Leistungs-Verhältnisses mit einer guten Marge kalkulierbar.

### SIE HABEN FRAGEN ZUM TECAR SOMMERREIFEN **ESA+TECAR SPIRIT PRO?**

**Sabine Weisel**

hilft Ihnen gerne weiter:

T. 040.526 099-146

E. weisel@technoeinkauf.de

» [tecar-reifen.de](http://tecar-reifen.de)



**2 JAHRE  
SIND GUT.  
3 JAHRE  
SIND BESSER.  
DIE TECAR  
REIFENGARANTIE.**



## SOMMERREIFEN **ESA+TECAR SPIRIT PRO** IMMER EINE GUTE WAHL!

- » In Deutschland entwickelt, in Europa produziert
- » Attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis für noch mehr Kundenzufriedenheit!
- » Erhältlich in 39 Sommerreifen-Dimensionen
- » Drei Jahre Reifengarantie inklusive
- » Mit integriertem TWI (Tread Wear Indicator)
- » Optimierte Silica-Laufflächenmischung für bessere Nasshaftung und Bremsleistung
- » Präzises Lenkverhalten auch auf kurvigen Straßen
- » Passend zur Reifendimension mit drei oder vier Rillen im Profil
- » Höchster Fahrkomfort durch geringe Geräusentwicklung



**ENTWICKELT IN DEUTSCHLAND,  
PRODUZIERT IN EUROPA.**

# TOTEN WINKEL VOLL IM BLICK

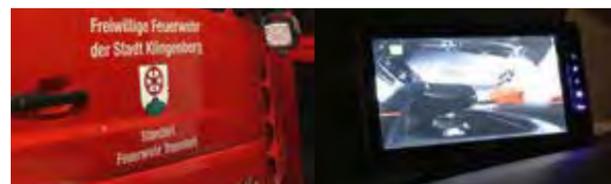
**NEUER ABBIEGEASSISTENT VON DOMETIC**  
EINBAU IN REKORDZEIT – OHNE NACHKALIBRIEREN

Moderne Abbiegeassistenzsysteme müssen mehr leisten als herkömmliche. Das liegt an der Zahl der tödlichen Unfälle mit Radfahrern und Fußgängern, die von schweren Nutzfahrzeugen beim Rechtsabbiegen verursacht werden. So hält die Diskussion um Nachrüstpflicht und die Anforderungen an Abbiegeassistenzsysteme an. Mit der neuen Blind-Spot-Kamera CAM1000 in Kombination mit dem Monitor M 75LX AHD hat Dometic ein nach den neuesten Standards förderungswürdiges Abbiegeassistenzsystem (BVS71000) geschaffen, das ab sofort im TIBS ONLINE verfügbar ist.



»Der Abbiegeassistent BVS71000 ermöglicht innovative Sicherheit auf der Straße. Das System ist sehr kompakt, der Einbau in zwei bis drei Stunden erledigt. Für den Kunden, wie bspw. die Freiwillige Feuerwehr der Stadt Klingenberg, entstehen so keine langen Standzeiten.«

Eugen Klass, Teamleitung Verkauf Teile und Zubehör  
Robert Kunzmann GmbH & Co. KG, Stockstadt



Abbiegeassistenzsysteme warnen die Fahrer schwerer Nutzfahrzeuge, wenn beim Abbiegen Radfahrer oder Fußgänger im toten Winkel rechts neben ihrem Fahrzeug auftauchen. Nach den aktuellen Empfehlungen des Verkehrsministeriums muss der Hinweis an den Fahrer durch ein abstrak-

tes Signal erfolgen – entweder durch einen Warnton oder eine aufleuchtende Warnlampe. Es reicht also nicht mehr aus, das Geschehen einfach nur auf dem Monitor verfolgen zu können. Klingt logisch, ist im Alltag aber nicht so einfach umzusetzen. Denn in den Kabinen moderner Nutzfahrzeuge blinkt und piept es wegen der immer komplexer werdenden Elektronik ohnehin schon unentwegt. Kein Wunder, dass die Nachrüstung zusätzlicher Sicherheitssysteme bei manchem Fahrer auf wenig Gegenliebe stößt. Der neue Abbiegeassistent BVS71000 warnt nur, wenn wirklich Gefahr im Verzug ist. Die intelligente Kamera kann Fußgänger und Radfahrer sicher von nicht relevanten stehenden Objekten wie Ampelmasten und Laternenpfosten unterscheiden. Durch die Minimierung von Fehlalarmen erhöht sich die Akzeptanz bei den Fahrern. Integrierte Infrarot-LEDs garantieren selbst bei Nacht eine gute Bildqualität.

Anders als bei vielen Wettbewerbersystemen ist der Montageaufwand mit ca. drei Stunden erstaunlich gering. Alle Komponenten, inklusive GPS-Sensor, Infrarot-LEDs und Steuerplatine, sind in dem kompakten Kameragehäuse integriert. Dieses muss lediglich an das Stromnetz angeschlossen und mit dem Monitor verbunden werden. Ein Abgreifen weiterer Fahrzeugsignale wie z. B. Blinkersignal ist optional möglich, aber nicht notwendig. Zudem ist ein weiteres Kalibrieren im Rahmen des Einrichtungsvorgangs nicht erforderlich. Entfernungsmarken, die auf dem Bildschirm eingeblendet werden, vereinfachen die Ausrichtung der Kamera bei der Inbetriebnahme.

**SIE HABEN FRAGEN ZUM SYSTEM?**  
WIR HELFEN IHNEN GERNE WEITER:

Direkter Dometic-Kontakt:

T: 02572.879-194

E: vba@dometic.com

» [dometic.de](http://dometic.de)

**DOMETIC**

**DOMETIC**

**BIS ZU 1.500,- €**  
STAATLICHER ZUSCHUSS



**NEU IM**  
**TIBS<sup>™</sup>**  
**ONLINE**  
POWERED BY TECHNO  
**VERFÜGBAR!**

Paket (inkl. Monitor)  
Art.Nr.: 9600026946

**DAS DOMETIC SYSTEM BVS71000:**

- » zu bestellen im TIBS ONLINE
- » ABE vorhanden (damit förderungsfähig)
- » in ca. drei Stunden eingebaut
- » aktive Erkennung sich bewegender Objekte
- » aktive Anzeige (optisch/akustisch) nur bei Gefahr
- » Nachtmodus mit LED-Beleuchtung
- » keine Kalibrierung erforderlich, lediglich die Kamera wird eingestellt und mit dem Monitor verbunden
- » keine zusätzliche Blackbox oder Sensorik erforderlich
- » arbeitet von 0 bis 30 km/h mit GPS-basierter Genauigkeit
- » alle Komponenten (GPS-Sensor, Infrarot-LEDs und Steuerplatine) im Kameragehäuse integriert



**Gundlach**  
Das Mehr entscheidet

Service. Vertrauen. Leidenschaft.

**Persönliche Ansprechpartner**

Mo.–Fr.: 7.30–18.30 Uhr  
Sa.: 8.00–12.00 Uhr

**Umfangreiches Sortiment**

1,3 Mio. Reifen und Felgen auf Lager

**Komplettträder**

in Erstausrüster-Qualität mit TPMS für alle Fahrzeugmodelle

**Zuverlässige Logistik**

Bis zu 2 x täglich Anlieferung mit eigener Flotte

**Onlineshop XXL**  
[www.reifengundlach.de/shop](http://www.reifengundlach.de/shop)

Reifen Gundlach GmbH  
Talstraße 1–3, 56316 Raubach  
Tel.: 02684 9450-100  
E-Mail: [techno@reifengundlach.de](mailto:techno@reifengundlach.de)

**ENKEI**  
360° PERFECT WHEELS™

ENKEI – Follow Your Taste

TPMS  
ready

**NEU**

**SHOGUN FF**  
17"–19"



# SO GEHT WEITER-ENTWICKLUNG

NEUER LIEFERANTEN-PARTNER: REIFEN GÖGGL  
MIT KLAREM KONZEPT UND MILLIONENUMSATZ

»Das Tempo der Marktentwicklungen handhaben und Richtungsentscheidungen schnell treffen«, so könnte das Motto von Reifen Göggel lauten. Das inhabergeführte Unternehmen aus Baden-Württemberg hat es geschafft, in knapp 40 Jahren zu einem der größten Reifenhändler Deutschlands zu werden. Auch dank der konsequenten Ausrichtung des eigenen Geschäftsmodells hin zum klar strukturierten, kundenfreundlichen und umfassenden Online-Verkauf.

Heute liefert die Marke aus der schwäbischen Provinz 5 bis 5,5 Millionen Reifen jährlich aus und generiert so einen Umsatz von 350 Millionen Euro. Das ist nicht zuletzt der schnellen Entscheidung geschuldet, 2002 vor anderen auf einen eigenen Webshop zu setzen. Auch wenn Bruno Göggel, Gründer und Inhaber, der Meinung ist, dass das Geschäft am Ende immer auch von Menschen gemacht werde, so betont er: »99 Prozent des Geschäfts sind heute digital.«

Das verlangt nicht nur die dauerhafte Nach-Konfiguration des eigenen Shops mit intuitiver Nutzerführung und Einbindung aller wichtigen Schnittstellen, sondern auch hohe logistische Leistungsfähigkeit. Im eigenen Logistikzentrum mit 45.000 m<sup>2</sup> Lagerfläche in Gammertingen müssen komplexe Prozesse optimal EDV-seitig vernetzt und gesteuert werden, um Bestellungen schnell und richtig abzuwickeln und den verschiedenen Versandwegen – Paketversender, Speditionen, eigener Fuhrpark – schnell zukommen zu lassen. Gut ein Drittel des Absatzes wird von dort mit der eigenen Sprinterflotte versandt. »In Bezug auf unseren Kundenservice und die Kundenbindung ist der Versand mit eigenen Fahrzeugen

einfach unschlagbar«, findet Bruno Göggel. »Und der Eigerversand ist im Zweifel deutlich günstiger.«

Außer im eigenen Shop hatte **Reifen Göggel** seinen Bestand auch auf anderen Plattformen platziert. Bis man sich dazu entschloss, sich voll und ganz dem eigenen Shop zu widmen. Jeden Monat werden nun bis zu 50.000 Euro investiert. »Das Angebot muss für den Kunden attraktiv gehalten werden, um ihn an sich zu binden«, erklärt Bruno Göggel. Die Zahlen geben ihm Recht: Neun von zehn Reifen werden heute über den eigenen Shop verkauft. Ein Grund dafür wird auch das breite Sortiment sein, das Reifen aller namhaften Hersteller führt – egal, ob für Pkw, 4x4, SUV, Transporter, Motorrad oder Lkw. Wohlgemerkt: ohne komplette Bevorratung. Die ist seit Jahren durch das immer komplexer gewordene Reifenangebot schlichtweg unmöglich. Maximal bis zu 1,2 Millionen Reifen werden von dem Großhändler noch selbst eingelagert. Der Rest wird in Anteilen durch gespiegelte und digital eingebundene Fremdbestände im Shop abgebildet. **Reifen Göggel** weiß, dass es letztlich vor allem die Leistungsfähigkeit ist, die Kunden überzeugt. Guter Preis, gute Ware, schnelle Bestellung, schnelle Lieferung – das will das schwäbische Unternehmen auch in Zukunft weiter bieten.

**HERZLICH WILLKOMMEN BEI TECHNO!**

» [reifen-goeggel.de](http://reifen-goeggel.de)



10  
JAHRE  
PREMIUM  
PROGRAMM

TECHNO<sup>T</sup>  
DIE AUTOHAUS-KOOPERATION

## WIN-WIN AT ITS BEST

DIE RUHRDEICHGRUPPE  
PUNKTET MIT DEM  
TECHNO PREMIUM-PROGRAMM

Das **TECHNO Premium-Programm** feiert in diesem Jahr sein zehnjähriges Jubiläum. Und Grund zum Feiern gibt es tatsächlich reichlich. Insbesondere für die mittlerweile über 80 teilnehmenden Gesellschafter und elf Lieferanten. Schließlich profitieren viele von ihnen bereits seit Jahren von dem exklusiven Win-win-Erfolgsmodell. So auch die Ruhrdeichgruppe. Deren Geschäftsführer Peter Gerards weiß von außerordentlichen Potentialen zu berichten.

Das Prinzip des **TECHNO Premium-Programms** ist gleichermaßen einfach wie plausibel: Auf Basis der **TECHNO** Einkaufskonditionen werden alljährlich mit ausgewählten Premium-Lieferanten zusätzliche Konditionsvorteile vereinbart. Vorteile, von denen exklusiv jene Gesellschafter profitieren, die sich für das **TECHNO Premium-Programm** angemeldet haben.

Aktuell sind die Unternehmen Autonom Sommerfeld, CMS, Dometic, Horn & Bauer, K&K, KS TOOLS, Olmo, Reifen Gundlach, Sonax und Stop&Go als Premium-Lieferanten gelistet. Wer auf **TECAR** Reifen setzt, profitiert darüber hinaus von zusätzlichen Preisvorteilen. Welche davon relevant und interessant für eine Liefervereinbarung sind, entscheiden die jeweiligen Gesellschafter selbst. Welche Bonusstufe dabei angestrebt und verfolgt wird, obliegt ihnen ebenfalls.

Dass dieses auch gerne mal deutlich übertroffen wird, zeigt das jüngste Beispiel der **Ruhrdeichgruppe**. Inhaber Peter Gerards, der seit 1995 die Geschicke der Gruppe leitet: »Wir hatten uns letztes Jahr unter anderem für eine Liefervereinbarung mit Reifen Gundlach entschieden – und konnten in diesem Zuge am Ende eine Bonuszahlung von 20.000 Euro verbuchen. Eine Größenordnung, mit der wir selbst zum Zeitpunkt der Vereinbarung nicht wirklich gerechnet haben. So darf es 2020 gerne weitergehen.« Vermutlich wird es für ihn und viele weitere Gesellschafter genauso weitergehen. Alle anderen, die sich noch nicht fürs **TECHNO Premium-Programm** angemeldet haben, müssen sich leider bis zum nächsten Jahr gedulden, da die Anmeldefrist für dieses Jahr bereits verstrichen ist.

**HABEN SIE FRAGEN ZUM  
TECHNO PREMIUM-PROGRAMM  
ODER MÖCHTEN SIE SICH FÜR  
2021 VORMERKEN LASSEN?  
WIR HELFEN IHNEN GERNE WEITER:**

**Andreas Holst**  
T: 040.526 099 142  
E: [holst@technoeinkauf.de](mailto:holst@technoeinkauf.de)

» [techno-einkauf.de](http://techno-einkauf.de)

Der **M9900** mit **integriertem Schlafmodus** der Aktivierungssensoren für **unbegrenzte Batterielaufzeit\***, gefertigt nach strengen OEM-Anforderungen.



# WARTET AUF DEN RICHTIGEN MOMENT

**DAS NEUE MARDERABWEHRGERÄT M9900 VON K&K: EFFEKTIV & RESSOURCENSCHONEND**

Gerade im Hinblick auf die Elektromobilität sind rasante Entwicklungen auf dem Automobilmarkt zu beobachten. Davon jedoch sehr unbeeindruckt, trägt der Marder weiterhin seine zerstörerischen Revierkämpfe aus, welche auch vor der teuersten Technik keinen Halt machen. Genau deswegen muss auch

die modernste Technologie geschützt werden. Marderabwehrgeräte mit autarkem Batteriebetrieb sind gerade bei elektrobetriebenen Fahrzeugen und Vehikeln mit extrem langen Standzeiten empfehlenswert, aber auch für alle anderen Motorgenerationen bestens geeignet.

Dabei steht dem Vorteil der Bordnetzunabhängigkeit die limitierte Batterielaufzeit gegenüber. Bei herkömmlichen Abwehrmechanismen ist die Laufzeit der integrierten Batterien durch die ständige Bereitschaft begrenzt. Ganz anders bei der Neuerscheinung: Das Marderabwehrgerät M9900 von **K&K** profiliert sich durch den integrierten Schlafmodus der Aktivierungssensoren, welcher die AA-Batterien nur bei Kontakt in Anspruch nimmt und die restliche Zeit »schlummert«. Streift der Marder an der Multikontakt-Hochspannungsbürste vorbei, wird die Hochspannung im Bruchteil einer Sekunde ausgelöst. Dies ermöglicht einen äußerst effizienten, aber auch extrem geringen Energieverbrauch. Die Laufzeit der Batterien sowie die Abwehrfunktion sind somit quasi unbegrenzt.\* Eine Low-Battery-Anzeige mit LED weist zudem frühzeitig auf ein natürliches, altersbedingtes Ende der Batterie hin.

Hochspannungsabwehr ist gerade bei besonders aggressiven Tieren im Revierkampf und »Veteranen« mit veränderter Hörschwelle unumgänglich. Das Tier wird dabei lediglich verjagt, aber nicht verletzt. Als besonders effektiv haben sich hierbei die felldurchdringenden **K&K +/-** Hochspannungsbürsten bewährt, weshalb sie auch beim M9900 in vier-

facher Ausführung zum Einsatz kommen. Im Gegensatz zu herkömmlichen Kontaktplatten, kämmen die Edelstahlbürsten durch das Fell und so bieten nicht nur Pfote und Schnauze eine Angriffsfläche, sondern der gesamte Körper des Eindringlings.

Aufgrund der wasserdicht vergossenen Elektronik kann das Gerät besonders tief im Motorraum angebracht werden und agiert somit als »Türsteher« für den besonders schutzwürdigen Eintrittsbereich des Marders. Die flexibel verschieb- und erweiterbaren Edelstahlbürsten ermöglichen zudem eine optimale Anpassung an den jeweiligen Motorraum. Wird die Motorhaube geöffnet, führt der Sicherheits-Motorhaubenschalter zu einem sofortigen Abbau der Hochspannung an den Kontaktplatten und ermöglicht somit ein gefahrloses Arbeiten.

» [kuk-marderabwehr.de/M9900](http://kuk-marderabwehr.de/M9900)

## NEU: Die "aufgeweckte" Marderabwehr

Das neue M9900 ist ressourcenschonend & effektiv  
- dank integriertem Schlafmodus.



Schutz, nur wenn Schutz benötigt wird!

Die Aktivierungssensoren der +/-Hochspannungsbürsten bauen die Hochspannung erst bei Kontakt im Bruchteil einer Sekunde auf. Die quasi "unendliche" Laufzeit der AA-Batterien ist somit garantiert.

KUK-MARDERABWEHR.de

# EINFACHER, ÜBERSICHTLICHER, EFFIZIENTER

AUS DER DIGITALEN SCHADENAKTE VON  
»CSP – CAR SERVICE PORTAL« WIRD »AUTOCLAIM«



Die digitale Schadenakte ist aus dem Autohausalltag nicht mehr wegzudenken. Kein Wunder, schließlich trägt eine durchdachte Systemlösung maßgeblich dazu bei, die Prozesse rund um die Schadenabwicklung deutlich zu vereinfachen und zu beschleunigen. Dies spiegelt sich auch in den fast 100.000 Akten wider, die allein in den letzten Jahren über die digitale Schadenakte von CSP – CAR SERVICE PORTAL erfasst und abgewickelt wurden. Eine Software, die sich zukünftig nicht nur noch einfacher, effizienter und anwendungsfreundlicher präsentiert – sondern auch unter einem neuen Namen online geht: **autoclaim**.

Nach dem Grund für die Neubenennung gefragt, berichtet Jens Reiher, Projektleiter der CAR SERVICE PORTAL GmbH: »Als die konzeptionelle Weiterentwicklung feststand, wurde uns klar, dass damit auch der Name »neu« werden muss, um eine klare Trennung von der Dienstleistung der GmbH im Hintergrund zu erreichen und das digitale Kernprodukt selbst besser und eindeutiger bewerben zu können.«

**autoclaim** präsentiert sich mehr denn je als eine durchdachte, digitale Systemlösung, die in Sachen effizientes Schadenmanagement Maßstäbe setzt. Komplexe Vorgänge

wurden weiter vereinfacht, der Zugriff beschleunigt – und die Prozesse rund um die Schadenbearbeitung noch strukturierter und praxisnaher abgebildet.

»Das Feintuning mittels modernster Techniken stand voll und ganz im Zeichen der Prozessoptimierung«

Für den mobilen Einsatz wurde zudem eine Tablet-Version implementiert, die es ermöglicht, Daten über Texterkennung aus Dokumentenuploads im Zuge der Schadenaufnahme direkt in das System zu übernehmen.

»Das Feintuning am System stand voll und ganz im Zeichen der Prozessoptimierung«, ergänzt Reiher nicht ohne Stolz. Ein sehr gutes Beispiel hierfür ist die Implementierung der digitalen Unterschrift via Tablet. »Ziel war und ist es, den Aufwand weiter zu minimieren und die Abläufe zu verbessern, damit sich die Nutzer so schnell wie möglich wieder ihrem eigentlichen Kerngeschäft widmen können. Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir viele Gespräche mit unseren Ansprechpartnern in verschiedenen Autohäusern geführt und sie nach ihren Erfahrungen befragt. Wertvolle Insights aus der Praxis, die sukzessive in die Weiterentwicklung von **autoclaim** eingeflossen sind.«

## ALSO ALLES NEU BEI AUTOCLAIM?

»Ganz und gar nicht«, so Reiher. »Es gibt durchaus Aspekte, die wir nicht optimieren mussten, weil sie bereits erfolgreich implementiert sind und sehr geschätzt werden. Dazu gehört unter anderem der persönliche Support – sowohl via Chat-Funktion als auch selbstverständlich durch unsere Außendienstmitarbeiter direkt vor Ort und unser Expertenteam in Dresden – und, nicht zu vergessen, die Systemeinbindung in SilverDAT® 3.«

»Man muss das Rad nicht immer grundsätzlich neu erfinden«, ergänzt Reiher im Brustton der Überzeugung. »Um etwas Gutes noch besser zu machen, muss man eben nur sicherstellen, immer die beste verfügbare Technik einzusetzen.«

Das scheint allen am Projekt Beteiligten fraglos gelungen.

» **autoclaim.de** powered by TECHNO



# HYGIENE-KONZEPT MIT MAKRA

EIN MEHRWERT FÜR IHR UNTERNEHMEN

Laut BZgA werden etwa 80 % aller ansteckenden Krankheiten über die Hände übertragen, dazu zählen u.a. die Grippe, Erkältungen, Magen-Darm-Infekte oder auch das Corona-Virus. Die einfachste Präventionsmaßnahme ist zugleich die wirkungsvollste: Hände waschen! Allein dadurch lässt sich das Risiko

für eine Ansteckung mit Erkältungsviren um 50 % senken. Vor allem die Tatsache, dass Erreger bis zu mehreren Tagen auf Tastaturen, Smartphones und Türklinken überleben können, unterstreicht die Wichtigkeit der Händehygiene im Besonderen und der Hygiene im Allgemeinen am Arbeitsplatz und im Alltag.

Aus der Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern heraus stellen wir uns als Geschäftsführer regelmäßig die Frage: »Sind wir richtig aufgestellt beim Thema Corona?«. Damit aber nicht genug, denn Berufsgenossenschaften sowie Gewerbeaufsichten kommen aktuell mit der Aufforderung auf Autohäuser zu, eine Bewertung im Umgang mit dem Covid-19-Erreger zu erstellen. Um Infektionsketten zu durchbrechen ist vor allem das Bewusstsein für Händehygiene und deren Wirksamkeit obligatorisch. Schützen Sie sich, aber auch Ihre Mitmenschen, Kollegen und Mitarbeiter vor Infektionskrankheiten und beugen Sie personellen Ausfällen vor.

MAKRA hat es sich zur Aufgabe gemacht, eine branchenspezifische Checkliste zu erstellen, um Autohäuser und Kfz-Betriebe bei der Umsetzung von Corona-Präventionsmaßnahmen zu unterstützen. Gemeinsam mit einer Fachkraft für Arbeitssicherheit oder einem Hygienebeauftragten haben Sie mit dem Covid-19 Quickcheck ein Werkzeug an der Hand, um bestehende Gefahren aufzudecken, zu beurteilen und entsprechende Lösungen zu finden. Außerdem dient dieser als Nachweis für Behörden und Versicherungen, dass Sie Handlungsempfehlung sowie Vorschriften umgesetzt haben.

Bis zu **80%** aller Infektionskrankheiten werden über die Hände übertragen.

Sensibilisieren Sie Ihre Mitarbeiter für die Themen Hautschutz und Hygiene am Arbeitsplatz und profitieren Sie als Betrieb von mehr Mann-Tagen aufgrund weniger krankheitsbedingter Fehltag.

MAKRA ist Ihr starker Partner zur Etablierung des Hautschutz- und Hygienekonzepts in Ihrem Betrieb. Wir bieten

mikroplastikfreie Produktlösungen für Kfz, Handwerk und Industrie und stehen Ihnen sowie Ihren Mitarbeitern mit Unterweisungen zu betrieblichem Hautschutz und Hygiene unterstützend zur Seite. Der ganzheitliche Lösungsansatz von MAKRA beinhaltet neben der Produktauswahl sowie der Unterweisung zur richtigen Anwendung und Hygiene im Betrieb auch ein berührungsfreies Spendersystem für die optimale Dosierung und die hygienische Benutzung durch Infrarotsensoren. Sicherheit und Schutz – für Arbeit, Mensch und Umwelt.

**SIE HABEN FRAGEN ZUM HYGIENE-KONZEPT VON MAKRA? WIR HELFEN IHNEN GERNE WEITER:**

**Marco Hoyler**

M: 0176.169 99 021  
E: mhoyler@makra.de

**Ralf Müller**

M: 0176.169 99 055  
E: rmueller@makra.de

**Manuel Jacob**

M: 0176.169 99 135  
E: mjacob@makra.de

» [makra.de](https://www.makra.de)



MAXIMALE KRAFT.



MAXIMALE KRAFT.



**STOP**  
COVID-19

## MAKRA QUICKCHECK

COVID-19 PRÄVENTION & HYGIENE FÜR DIE AUTOMOBILBRANCHE

Zertifizierte MAKRA Hygienebeauftragte unterstützen Sie bei

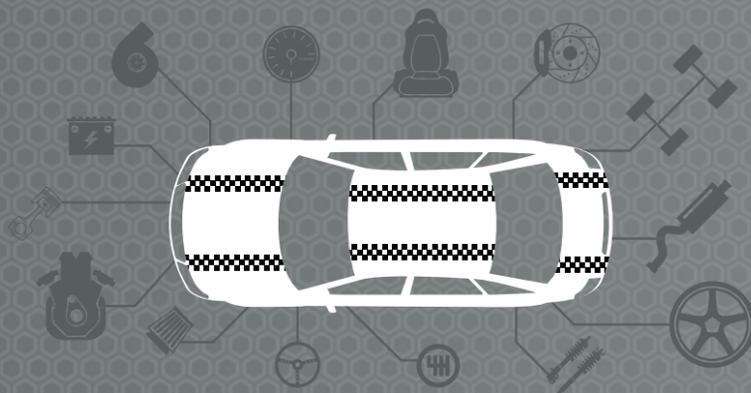
- › der Reduzierung sowie Vermeidung von Gefährdungen, um die Gesundheit aller Personen im Betrieb zu schützen
- › der Beurteilung von Gefahren und dem Aufzeigen von Lösungen anhand des MAKRA Quickchecks
- › der Aufdeckung von Schwachstellen im Bereich Hygiene, Reinigung, Aushänge und vielem weiteren



[makra.de](https://www.makra.de)

# NEUE PARTNER. NEUE GEBIETE. NEUE POTENTIALIALE

WIE SICH **OT REGIO HH & SH**  
FÜR DIE ZUKUNFT NEU AUFSTELLT



**Originalteile aller gängigen Marken vom Markenspezialisten, hohe Teileverfügbarkeit, gebündelte Auslieferungen... alles aus einer Hand. Es überrascht wenig, dass das OT REGIO Prinzip mit seinen überzeugenden Mehrwerten immer mehr Zuspruch in Werkstatt und Handel findet. Um der zunehmenden Nachfrage flächendeckend gerecht zu werden, geht OT REGIO HH & SH daher auf Expansionskurs, wie uns Christian Martens, Außendienst/Vertrieb bei OT REGIO HH & SH, berichtet:**



**Christian Martens**  
Außendienst/Vertrieb bei OT REGIO HH & SH

»Das Prinzip ›**Alles aus einer Hand**‹ wird bei uns aktiv gelebt und von den Kunden hervorragend angenommen. Unsere Erfahrungen zeigen, dass die OT REGIO Kunden nicht nur Originalersatzteile von großen Automobilmarken wie VW oder Opel bei uns bestellen, sondern gerade auch Ersatzteile der Nichtvolumenmarken wie z. B. Nissan, Suzuki oder Renault, die dadurch als Türöffner fungieren. Im Gegensatz zu den großen Automobilmarken betreiben diese kaum einen Außendienst und liefern kaum Teile in Eigenregie aus.

Mittlerweile sind wir als **OT REGIO** für viele Werkstätten ein verlässlicher Partner geworden, der sich hinter anderen deutschlandweiten Markenhändlern nicht verstecken muss. **OT REGIO** ist bereits in aller Munde. Die erhöhte Nachfrage erforderte daher nun auch die Erweiterung unseres Verkaufsgebietes und die Gründung der **OT REGIO Nord-Ost**. Nahezu von Beginn an konnten wir alle relevanten Marken und entsprechend motivierte Konzeptpartner gewinnen. Die Gespräche mit den Lieferanten (Markenhändlern) befinden sich in der finalen Phase, die Einarbeitung des neuen Außendienstmitarbeiters befindet sich in den letzten Zügen und auch das **OT REGIO** Online-System wird für die Kunden final bereitgestellt. Da wir in dem neuen Verkaufsgebiet bereits einige Kunden gewinnen konnten, werden diese Werkstätten in Kürze über unsere Erweite-

rung informiert. Neben den klassischen freien Werkstätten konnten wir auch etliche Filialen bekannter Werkstattketten als Kunden dazugewinnen. Hier gilt es, Abläufe weiter zu optimieren und auf die Bedürfnisse der großen Unternehmen einzugehen.

Um das Konzept **OT REGIO** abzurunden, haben wir mit renommierten **TECHNO** Lieferanten starke Partner für die Bereiche Verbrauchsmaterial, Werkzeug u. v. m. Dies stärkt den Gedanken ›**Alles aus einer Hand**‹ und hilft uns, eine Zukunft mit großem Potential zu gestalten.«

» [ot-regio.de](http://ot-regio.de)


 OT<sup>T</sup> REGIO<sup>HH+SH</sup>  
 POWERED BY TECHNO

» Lise-Meitner-Str. 1-3 | 25746 Heide


 OT<sup>T</sup> REGIO<sup>NORD-OST</sup>  
 POWERED BY TECHNO

» Bahnhofstraße 48 | 22946 Trittau





# MIT GRÜNEN ZAHLEN PUNKTEN

**SHELL ENTWICKELT CO<sub>2</sub>-BILANZ-RECHNER FÜR AUTOHÄUSER**

Noch immer hat die Automobilbranche den Ruf, den Klimaschutz nicht ganz so ernst zu nehmen. Und das, obwohl viele Autohäuser bereits vorne mit dabei sind. So auch der TECHNO Gesellschafter Autohaus Anders: Die Autohaus-Gruppe aus Vechta setzt mittlerweile an ihren Standorten auf modernste Beleuchtungstechnik und Heizsysteme. Beides spart nicht nur Geld, sondern schont auch die Umwelt. Zusätzlich kommen konsequent 0W-Motorenöle zum Einsatz, die Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Ausstoß senken.



Von links: Hauke Anders (Inhaber und Geschäftsführer), Meenakshi Fischer (Shell-Sales-Managerin Deutschland), Jakob Kabis (Shell Business Analyst)

Die vorbildlichen Maßnahmen haben aber einen Nachteil: Sie sind für Kunden kaum sichtbar und helfen deshalb nicht dabei, das Bild des Autohauses in der Öffentlichkeit zu verbessern. Genau das will Shell ändern. Zusammen mit Autohaus Anders erarbeiteten Shell-Techniker einen Weg, die CO<sub>2</sub>-Ersparnis von Autohäusern zu errechnen, um sie Endkunden kommunizieren und auch für die Schmierstoffvermarktung nutzen zu können.

## FORMEL FÜR DIE CO<sub>2</sub>-BILANZ

Im ersten Schritt wurden dazu gemeinsam die wichtigsten für die Einsparung verantwortlichen Maßnahmen identifiziert

und von Anders weitere relevante Informationen zu den bereits durchgeführten Modernisierungsmaßnahmen sowie die Daten zu Strom- und Gasverbräuchen übermittelt – darunter natürlich auch Absatzdaten für die 0W-Motorenöle. Mit den Daten des Autohauses konnten Shell-Experten ein Modell entwickeln, das den CO<sub>2</sub>-Effekt aller umgesetzten Maßnahmen errechnet. Das Ergebnis: eine »CO<sub>2</sub>-Bilanz«, die wirklich jeder versteht.

Neben der reinen numerischen CO<sub>2</sub>-Einsparung berechnet das Modell zudem, wie viele neu gepflanzte Bäume nötig gewesen wären, um dieselbe Ersparnis zu erreichen. Im Fall des Autohauses Anders wären das bei jährlichen Einsparungen von insgesamt 2.680 Tonnen CO<sub>2</sub> knapp 212.000 gepflanzte Bäume. Dieses Ergebnis ist nicht nur ein Aushängeschild für das Autohaus, sondern auch ein wichtiges Verkaufsargument für die Service-Berater: Mit den CO<sub>2</sub>-Werten lässt sich den Kunden besser vermitteln, warum die Kosten für 0W-Öle höher sind als beispielsweise für 5W-Öle und warum ihre Entscheidung für das Autohaus Anders die richtige ist.

Bereits auf der T»EXPO 2019 im November konnten Shell und Anders das erfolgreiche Pilotprojekt der Branche vorstellen. Inzwischen steht das Angebot auch weiteren Autohäusern mit einem Schmierstoffabnahme-Vertrag zur Verfügung.

## CO<sub>2</sub>-EINSPARUNGEN MIT 0W-ÖLEN

Shell hat bereits 2013 Motorenöle auf Erdgasbasis auf den Markt gebracht – ermöglicht durch die innovative Gas-to-Liquids-Technologie. So können immer dünnflüssigere Motorenöle hergestellt werden, die maßgeblich dazu beitragen, den Kraftstoffverbrauch der Autos zu senken. Positiver und aktuell durch die immer strikter werdenden CO<sub>2</sub>-Grenzwerte sehr gefragter Nebeneffekt: 0W-Motorenöle sorgen dank des verringerten Kraftstoffverbrauchs auch direkt für einen verringerten CO<sub>2</sub>-Ausstoß. Folglich verzichtet heute fast kein Autohersteller mehr auf die kraftstoffverbrauchs- und CO<sub>2</sub>-reduzierenden Eigenschaften von 0W-Motorenölen in der Erstbefüllung. Viskositäten wie 0W-30 und 0W-20 sind bereits Standard. Um die von den Herstellern gemessenen Verbrauchs- und CO<sub>2</sub>-Ausstoß-Werte auch im späteren

Betrieb erreichen zu können, werden die hochwertigen, kraftstoffverbrauchs- und CO<sub>2</sub>-reduzierenden Motorenöle von Shell auch im Aftermarket angeboten.

» [shell.de/helix](https://shell.de/helix)

Wenden Sie sich an Ihren Shell-Kontakt, um als TECHNO Gesellschafter die CO<sub>2</sub>-Ersparnisse Ihres Betriebs berechnen zu lassen.

Durch umweltbewusstes Verhalten in unserem Autohaus sparen wir jährlich ca. 2.650 Tonnen CO<sub>2</sub>

CO <sub>2</sub> Ersparnis in kg/Jahr	Einheit
Einsatz 0W-Öle	295.985 kg CO <sub>2</sub>
Veränderung der Beleuchtung	584.603 kg CO <sub>2</sub>
Umstellung der Heizung	1.777.493 kg CO <sub>2</sub>
<b>Summe</b>	<b>2.658.081 kg CO<sub>2</sub></b>
Absorbierungsmenge eines Baumes pro Jahr <sup>1</sup>	12,5 kg CO <sub>2</sub>
<b>Benötigte Bäume</b>	<b>212.646</b>

**Diese Einsparung entspricht der Pflanzung von ca. 212.000 Bäumen**

Darstellung der durch Shell errechneten CO<sub>2</sub>-Einsparungen für das Autohaus Anders

# WICHTIGER DENN JE: STARKE ONLINE-PRÄSENZ.

ZUBEHÖR, LEISTUNGEN, SAISONANGEBOTE UND CO. ONLINE ANBIETEN UND NEUE LEADS GENERIEREN: MIT DER WHITE-LABEL-ONLINE-SHOP-LÖSUNG POWERED BY AUTOTEILE PLUS SERVICE VON TECHNO

Die Einschränkungen durch COVID-19 lassen in vielen Autohäusern erneut die Frage laut werden, ob und wie die eigenen Leistungen auch online angeboten werden können. Die Antwort gibt es bereits: die exklusiv für die Anforderungen der Gesellschafter entwickelte **White-Label-Online-Shop-Lösung von TECHNO**. Was unter dem Arbeitstitel **AUTOTEILE PLUS SERVICE (APS)** entwickelt wurde, ist heute, in der Wahrnehmung der Kunden, der **Online-Shop des Händlers**. Kunden haben darüber die Möglich-

keit jederzeit, mit dem Autohaus in Kontakt zu treten – auch außerhalb der Öffnungszeiten.

Mit den in 2019/2020 umgesetzten technischen Erweiterungen und Restrukturierungsmaßnahmen sowie den weiter verbesserten Individualisierungsmöglichkeiten der White-Label-Lösung zeigen sich die Gesellschafter-Online-Shops in ihrer eigenen CI und somit analog zur eigenen Homepage, wie das Beispiel des Gesellschafters Lackermann zeigt (siehe Abb.).

## EFFEKTIVE NUTZUNG DER WHITE-LABEL-ONLINE-SHOP-LÖSUNG VON TECHNO:



Homepage Autohaus Lackermann

Online-Shop Autohaus Lackermann powered by APS

Entwicklung der **Online getätigten Bestellungen/ gekauften Produkte** seit Januar 2019



Das Ergebnis kann sich sehen lassen. Bereits in den ersten 2,5 Monaten nach der Überarbeitung fanden über die Gesellschafter-Online-Shops so viele Transaktionen (Online-Käufe/-Reservierungen ohne Anrufe und E-Mail-Anfragen/Vorort-Besuche) statt wie zuvor für den gesamten Zeitraum

von 2019 (siehe Grafik links). **Die Konversionsrate ist bei vielen Shops auf einem sehr guten Niveau.**

Ein entscheidender Erfolgsfaktor dabei: die proaktive Umsetzung des Gesellschafters. Auch wenn über die Lizenzkosten die Basiswerbung im SEA- und SEO-Bereich ermöglicht wird, braucht es zusätzliches Budget und unabdingbar entsprechende attraktive Original-Produkte/Services zu wettbewerbsfähigen Preisen. Sonst kann auch die beste Online-Shop-Plattform keinen Umsatz generieren. Denn gerade online gilt: Nur Einsatz bringt Umsatz. **TECHNO unterstützt die Gesellschafter in der Umsetzung des White-Label-Online-Shops, um den Arbeitsaufwand so gering wie möglich zu halten.** 2020 wird der Fokus verstärkt auf die Original-Produkte der jeweiligen Herstellermarken gelegt. Der Vorteil: Original-Produkte sind noch nicht so wettbewerbs- und preisumkämpft wie generische Produkte, die in unzähligen Shops angeboten werden, meist zu margenlosen Preisen. Um den Aufwand für das Einspielen der Original-Produkte in den Gesellschafter-Online-Shops extrem zu

reduzieren wird TECHNO ein unterstützendes Programm entwickeln. Darin werden die Artikel mit entsprechenden SEO-Texten versehen und anschließend den Gesellschaftern der entsprechenden Marken zur Verfügung gestellt. Eine Halb-Automatisierung der Prozesse gewährleistet die Aktualität in den Gesellschafter-Online-Shops. TECHNO vereinfacht so den Umgang mit der White-Label-Plattform für die Verantwortlichen auf Gesellschafterseite – und bringt **Services und Zubehör direkt ins Wohnzimmer der Kunden**. Der Kunde kann so ganz bequem vom Sofa aus genau das kaufen/anfragen/reservieren, was er gerade für sein Fahrzeug sucht. Perfekt für eine Zeit, in der direkter Kontakt und Beratung nur eingeschränkt erfolgen können.

**»DIE AKTUELLEN ZEITEN SIND AUSSERGEWÖHNLICH UND HART. ABER DESHALB DIE DIGITALE TRANSFORMATION AUF EIS ZU LEGEN WÄRE EIN FALSCHER WEG. IM GEGENTEIL: GERADE JETZT IST DER ENTSCHEIDENDE ZEITPUNKT, DAS EIGENE GESCHÄFT PARALLEL IN DER DIGITALEN ZEIT RICHTIG AUFZUSTELLEN.«**

Georg Wallus, Geschäftsführer TECHNO-Einkauf GmbH

### SO WURDE DIE WHITE-LABEL-ONLINE-SHOP-LÖSUNG ÜBERARBEITET:

- » neues Aufsetzen der technischen Grundstruktur (Server-Side-Rendering)
- » aus Einzel-Shop-Struktur wurde Regionen-Struktur
- » Fokussierung auf „Eigene Artikel“ (Original-Zubehör/-Teile und Merchandise-Artikel)
- » weitere Individualisierungsmöglichkeiten
- » Backend-Vereinfachungen
- » Optimierung der Suche
- » Gastbestellungen + PayPal-Express
- » Indexierungs- und Bewerbungsstrategie u.v.m.
- » **Viele weitere Optimierungen sind für 2020 in der Umsetzung!**

### NUTZEN SIE IHRE AUTOHAUS-KOOPERATION FÜR EINE KOSTENOPTIMIERTE POSITIONIERUNG IM DIGITALEN GESCHÄFT!

Informieren Sie sich über die White-Label-Online-Shop-Lösung powered by APS unter:

E. [aps-hotline@technoeinkauf.de](mailto:aps-hotline@technoeinkauf.de)

T. 040.526 099-111

**AUTOTEILE PLUS SERVICE**

**petex**  
Der starke Autoausstatter

# STARKES AUTO- ZUBEHÖR



Alle Artikel online  
[www.petex.de](http://www.petex.de)



PETEX Auto-Ausstattungs-GmbH

Lauterbachstraße 44 | 84307 Eggenfelden | Tel.: +49 (0) 87 21 / 96 97 0 | [kontakt@petex.net](mailto:kontakt@petex.net)

OFFIZIELLER LIEFERANTEN-PARTNER  
DEUTSCHLANDS GRÖSSTER AUTOHAUS-KOOPERATION

**TECHNO**  
WIRTSCHAFTS-GRUPPE

# NEU: PROZESSOPTIMIERUNG IN IHREM AUTOHAUS ÜBER TIBS ONLINE

## LEGEN SIE FÜR MITARBEITER, FÜR STANDORTE ODER FÜR DAS GANZE UNTERNEHMEN FEST ...

- » ... WELCHE ARTIKEL GESEHEN WERDEN KÖNNEN.
- » ... WELCHE ARTIKEL BESTELLT WERDEN KÖNNEN.
- » ... WELCHE REGELN FÜR DAS EIGENE SORTIMENT GELTEN.

**Wer kann was wie wo bestellen? TIBS-Administratoren können ab sofort die Sichtbarkeit von Artikeln in TIBS und WIBS ONLINE konfigurieren. So kann für einzelne Autohausmitarbeiter oder für komplette Standorte definiert werden, wer Zugriff auf welche Artikel hat. Drei Hauptbereiche gewährleisten dabei größtmögliche Kontrolle und Übersicht in der neuen Sortimentsverwaltung.**

Die Bestellmöglichkeiten lassen sich zum einen über die einzelnen Mitarbeiter im Autohaus definieren. Hier kann der Zugriff, bspw. für IT oder Empfang, auf einen oder mehrere Lieferanten und bei Bedarf auch auf ausgewählte Artikel beschränkt werden. Besteht eine vertragliche Bindung mit einem Lieferanten, können andere Anbieter mit einer ähnlichen Produktpalette ganz aus dem Port-

folio genommen oder betreffende Produkte direkt ausgeblendet werden.

Zum anderen besteht die Möglichkeit, über die Sortimentskontrolle einzelne Artikel aufzurufen und ihnen Regeln zuzuweisen. Das funktioniert über den sogenannten Regel-Wizard, mit dessen Hilfe (Artikel-)Sortimente allgemeingültig oder in verschiedenen Abhängigkeiten voneinander, z. B. in Bezug auf Produktgruppen, Lieferant, Standort oder Mitarbeiterebene, angelegt und konfiguriert werden können. Wurden bereits Regeln eingestellt, werden diese in einer Übersicht angezeigt und können gegebenenfalls gelöscht oder angepasst werden.

»Mit der Sortimentsverwaltung hat das Unternehmen volle Kontrolle und jegliche Konfigurationsmöglichkeit, um nur

**»BEI DER VIELZAHL DER  
VERWALTUNGSMÖGLICHKEITEN  
WAR ES UNS SEHR WICHTIG,  
EINE BENUTZERFREUNDLICHE  
FÜHRUNG ZU BAUEN. ALLEN  
NUTZERN SOLL EIN SCHNELLER  
EINSTIEG UND UMGANG MIT DEM  
NEUEN WERKZEUG GELINGEN.«**

Axel Hülsen, Leitung IT/Organisation bei TECHNO-Einkauf GmbH

## DIE DREI HAUPTBEREICHE DER NEUEN SORTIMENTSVERWALTUNG:



### Sortimentskontrolle:

Artikel aufrufen und auf den ersten Blick feststellen, ob Regelwerke bestehen und wie sich diese auf die Sichtbarkeit der Artikel auswirken.



### Regel-Wizard:

Sortimente allgemeingültig oder in verschiedenen Abhängigkeiten, z. B. in Bezug auf Produktgruppen, Lieferant, Standort, Mitarbeiterebene, anlegen und konfigurieren.



### Regelübersicht:

alle aktiven Regeln einsehen und gegebenenfalls löschen.

gewünschte Sortimente bei bestimmten Mitarbeitern oder Standorten anzeigen zu lassen. Das erleichtert die Suche für die Mitarbeiter und ermöglicht das Einhalten bestehender Lieferverträge«, erläutert Axel Hülsen, Leitung IT/Organisation bei TECHNO. »Und es spart Geld, wenn darauf geachtet werden kann, dass vor allem die preis- und leistungsstarken Produkte ganz vorne dabei sind.«

## HABEN SIE FRAGEN ZUR NEUEN SORTIMENTSVERWALTUNG?

### Axel Hülsen

Leitung IT/Organisation

T: 040.526 099 750

E: huelsen@technoeinkauf.de

» [tibsonline.de](http://tibsonline.de)

# HV-MARD®



## Marderabwehr mit Hochspannung

Nach dem Weidezaunprinzip mit dem Extraplus an Sicherheit inkl. Abschaltautomatik!



Jetzt genehmigt nach E24



## Kleintierabwehr mit Ultraschall

105 db Ultraschall gegen lästige Kleintiere inkl. wechselnder Frequenzen



# UMGANG MIT DER E-MOBILITÄT!?

**Aktuell kennt die Automobilbranche nur eine Richtung, in die es gehen soll: weg vom Verbrenner, hin zum elektrischen Antrieb. So wird es zumindest durch Hersteller und Gesetzgebung forciert. Selbst Fahrzeugikonen wie den Mustang, das Sinnbild für Zylinderpower, gibt es bereits als Elektrovariante.**

Doch die Umsetzbarkeit von Elektromobilität wurde für die Praxis nicht konsequent durchkonzipiert. 46 % der Autohändler sehen ihr Geschäftsmodell akut gefährdet.\* Aus dem einfachen Grund, dass grundsätzliche Fragen vor dem jetzigen »Push« auf den Markt noch nicht befriedigend beantwortet werden konnten: Was bleibt vom bekannten Autohausgeschäft? Was kann weiterentwickelt werden? Was muss der Handel umrüsten? Wo sind die Hersteller in der Verantwortung? Wie lassen sich Verbrenner und E-Autos klug parallel verkaufen?

Wenig verwunderlich also, dass sich die Begeisterung für Elektromobilität im Handel in Grenzen hält. Jetzt heißt es, sich des (unbeliebten) Themas anzunehmen, es konzentriert anzugehen und so gezielt auf die veränderten Rahmenbedingungen zu reagieren. Dazu braucht es die richtigen Partner, um umfassende Lösungen zu finden – und vorausschauende Konzepte.





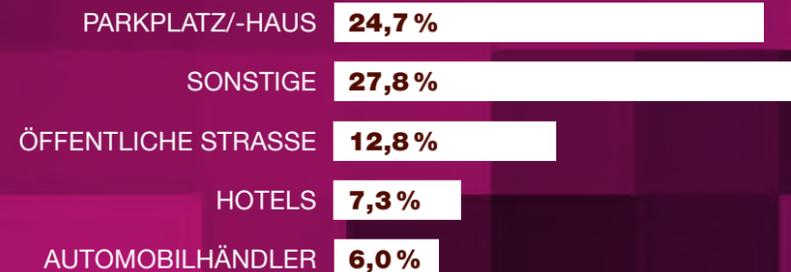
**164.579 ANTRÄGE**

AUF DEN UMWELTBONUS SIND BEIM BUNDESAMT FÜR WIRTSCHAFT UND AUSFUHRKONTROLLE BIS 31.12.2019 EINGEGANGEN.

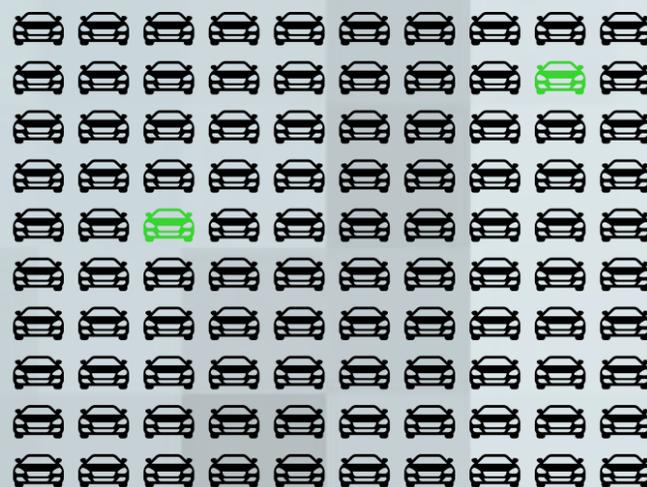
**57**

ELEKTROAUTO-MODELLE SIND ALLEIN VON DEUTSCHEN HERSTELLERN AUF DEM MARKT

**HIER STEHEN DEUTSCHLANDS LADESÄULEN (02/2020)**



**KNAPP 2 VON 100**



Nach Angaben des KBA betrug 2019 der Anteil von Elektrofahrzeugen an den Neuzulassungen 1,8%. Fahrzeuge mit Hybridantrieb lagen immerhin bei einem Anteil von 6,6%.



WELCHEN EINFLUSS HAT DIE (FÜR NEUWAGEN VERPFLICHTENDE) AUSZEICHNUNG MIT DEM PKW-ENERGIE-EFFIZIENZLABEL AUF DIE KAUFENTSCHEIDUNG?

- » 38%: GAR KEINEN EINFLUSS
- » 33%: EINEN MASSGEBLICHEN EINFLUSS
- » 29%: NUR GERINGEN EINFLUSS

(QUELLE: DAT-BAROMETER 2020)

**+76%**

ÖFFENTLICHE & TEILÖFFENTLICHE LADEPUNKTE IN DEUTSCHLAND

2019: 23.840  
2018: 13.500



»WERTMEISTER« IN DER KOMPAKTKLASSE: HIER FÄHRT (NACH SCHWACKE) MIT DEM TOYOTA COROLLA 2020 ZUM ERSTEN MAL EIN FAHRZEUG MIT HYBRIDANTRIEB DEN KLASSENSIEG EIN.

# » WIR HABEN NICHT NACH DER E-MOBILITÄT GERUFEN. ABER UNSERE EINZIGE CHANCE IST ES, DIESE CHANCE ZU NUTZEN.«

Michael Ziegler, Mitglied der Geschäftsleitung Emil Frey Gruppe Deutschland und Vorsitzender des TECHNO Strategieausschuss

## DER TECHNO STRATEGIEAUSSCHUSS IM GESPRÄCH ÜBER AUSWIRKUNGEN UND CHANCEN DER ELEKTROMOBILITÄT



Michael Ziegler, Emil Frey Gruppe Deutschland  
Volker Reichstein, Autohaus Schnaitheim  
Michael Rappl, Johann Häusler  
Johann Friedrich Knubel, Bernard Knubel – Münster  
Ernst Rohrer, TECHNO Österreich

»Natürlich« ist die Nachfrage nach Elektromobilität auf dem Markt nicht entstanden. Da sind sich Michael Ziegler, Volker Reichstein, Michael Rappl und Ernst Rohrer zu Beginn des Gespräches einig. Industrielle Interessen, gesetzliche Vorgaben und vorpreschende Hersteller haben für die jetzt so rasant angesetzte Umorientierung gesorgt.

Nun steht der Handel unter akutem und enormem Druck. Es muss schneller investiert werden als geplant – mit dem Wissen, dass sich das Investment sehr wahrscheinlich erst übermorgen amortisieren wird. »Wir haben uns dazu entschieden, eine Führungskraft aus dem normalen Prozess herauszulösen und eine Planstelle geschaffen, die die Aufgabe hat, erstmal eine Bestandsaufnahme und Analysen zu machen und darauf aufbauend Umsetzungskonzepte«, erzählt Michael Ziegler. Dass die Bedarfsanalyse zentrales Thema der Elektromobilität ist, bestätigt auch Michael Rappl. Zusammen mit einem Lieferanten-Partner von TECHNO, The Mobility House, hat die Autohausgruppe Häusler gerade begonnen, standortgenaue Konzepte für Ladeinfrastrukturen zu erstellen.

»Wir haben ja Mittel«, betont zudem Volker Reichstein und verweist darauf, dass der Autohandel jetzt als Berater für den Kunden auftreten sollte. Dazu müssten eigene Wissenslücken geschlossen werden. »Die Antwort muss sein, dass wir das Thema und unsere Händler und mit Optimismus angehen«, erläutert der Geschäftsführer von Autohaus Schnaitheim.

Am Ende der Diskussionsrunde ist der Weg klar: Mit viel Umsicht und guten Konzepten, die es dem Handel erlauben, die Potentiale für sich nachhaltig nutzbar zu machen, kann Elektromobilität gelingen.

»Die E-Mobilität ist für uns eine große Herausforderung. Aber das sind wir gewohnt im Autohandel.«

Michael Rappl,  
Geschäftsführer Johann Häusler





»VON DER KLIMAKRISE IN DIE GESUNDHEITSKRISE IN DIE WIRTSCHAFTSKRISE UNTER BERÜCKSICHTIGUNG DER TRANSFORMATION OHNE ZWISCHENSTOPP.«

»Dass 2020 das Jahr der E-Mobilität werden, war klar, als die neuen EU-Grenzwerte verkündet wurden. 2021 darf ein neu zugelassenes Fahrzeug den CO<sub>2</sub>-Grenzwert von 95 Gramm pro gefahrenem Kilometer nicht mehr überschreiten. Eine klare Ansage. Der Verbrennungsmotor hat ausgedient, wenn er nicht wirklich maximal verbrauchsarm ist. Für den Handel war damit auch klar: Ohne E-Mobilität und mehr verkaufte E-Autos lässt sich das Grenzwert-Ziel nicht erreichen.

Alles blickt auf den Handel und erwartet nun schnellen und regen Verkauf. Dabei mag die Umweltprämie helfen und das gesteigerte Interesse der Kunden, wie dem aktuellen DAT-Report zu entnehmen ist. Aber der Handel muss E-Mobilität selbst zuerst vollumfänglich abbilden können. In voller Fahrt auf der Geraden muss jetzt relativ schnell ein zweiter Wagen gesteuert werden. Von demselben Fahrer. Das wird holprig, aber das kennen wir. Der Autohandel hat schon so manche Berg-und-Tal-Fahrt erlebt – und überlebt!

Die Praxis hat bewiesen, dass sich der Autohandel selbst erholen kann, wenn er in Krisen steckt. Nicht zuletzt in den

70er-Jahren, als Ölkrise und neue Produktionsstraßen aus Japan den Herstellern zu schaffen machten. Der Handel ist daraus gestärkt hervorgegangen. Und das wird er jetzt auch wieder tun. Davon bin ich fest überzeugt. Wir haben die richtigen Expertisen in den eigenen Reihen. Der Handel weiß, was er braucht. Wir haben die Lieferanten-Partner, die liefern können – und die Fähigkeit, zusätzlich genau für den Handel passende Lösungen selbst im Netzwerk zu entwickeln.

Vom Wissen über die Förderung, die dem Handel zusteht – in NRW sind es bis zu 5.000 € pro Ladepunkt –, über das Bau- und Planungsrecht für Ladeinfrastruktur bis hin zur Aftersales-Aufstockung und -Schulung der Mitarbeiter im Umgang mit E-Auto-Motorölen: Wir bei TECHNO sammeln die zentralen Themen rund um E-Mobilität und halten Gesellschafter dazu auf dem Laufenden. Wir stehen hier als Ansprechpartner auch jederzeit zur Verfügung. Meine Bitte: Sprechen Sie uns an! E-Mobilität ist kein Feld, das allein bestellt werden kann. Schon gar nicht in einer Zeit, in der gleich an mehreren Stellen zugleich agiert werden muss.«

Georg Wallus, Geschäftsführer  
TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION

# NEVER CHANGE A RUNNING SYSTEM!

**TECHNO LIEFERANTEN-PARTNER-PORTFOLIO IN SACHEN ELEKTROMOBILITÄT**

Vom kompletten Infrastrukturkonzept über Co-Selling-Angebote von Wall-Boxen für E-Auto-Käufer bis hin zum vor-Ort-Energiespeicher: Über 80 % des Autohausbedarfs in puncto Elektromobilität können bereits über TECHNO abgedeckt werden.

Dienstleistung:	The Mobility House	BraunEDL/ experts4mobility	Webasto	WOLF Power Systems
BERATUNG	✓	✓		
KONZEPTE	✓	✓		
OPTIMIERUNG	✓	✓		
LADELÖSUNGEN	✓		✓	
INSTALLATION	✓		✓	
ZUBEHÖR	✓			
MONITORING	✓	✓		
ENERGIE-GEWINNUNG				✓
LADE- & ENERGIE-MANAGEMENT	✓	✓		
SCHULUNGEN	✓	✓		

# INTELLIGENT UND SKALIERBAR. SO GEHT LADEINFRASTRUKTUR IM AUTOHAUS

## PRAXISBEISPIEL: THE MOBILITY HOUSE & ROSIER

Seit 2009 liefert The Mobility House umfassende Ladelösungen und -konzepte. So auch als Lieferanten-Partner im Netzwerk von TECHNO. Über die Kooperation ist unter anderem eine Zusammenarbeit mit der Autohausgruppe Rosier zustande gekommen. 22 Betriebe bekamen so ein maßgeschneidertes Konzept. Wie dabei vorgegangen wurde, erklärt Jovan Ikić, Head of Key Account Management von The Mobility House.

**Herr Ikić, welche Erfahrungen nehmen Sie aus dem Rosier-Projekt mit?**



**Jovan Ikić:** »Uns war von Anfang an bewusst, dass jedes Autohaus eine eigene Gebäudestruktur und unterschiedliche Ausgangskriterien besitzt. Als herstellerneutraler Anbieter von intelligenter Ladeinfrastruktur bieten wir genau dafür das

ideale Produktportfolio, um allen Anforderungen in einem einheitlichen Konzept gerecht zu werden. Deshalb ist es aus unserer Sicht sehr wichtig, eine professionelle Bestandsaufnahme für jeden einzelnen Standort zu erstellen. Die Geschäftsleitung der Rosier-Gruppe konnte sich damit auf Basis von Fakten für die für sie optimale Lösung entscheiden. Dank unserem professionellen Konzept hat die Rosier Autohausgruppe teure Fehlinvestitionen vermieden und eine intelligente Ladeinfrastruktur erhalten, die skalierbar und damit zukunftssicher ist.«

**Welche Voraussetzungen müssen im Autohaus geschaffen werden, um eine eigene Infrastruktur aufbauen zu können?**

**Jovan Ikić:** »Das hängt immer von den Voraussetzungen des jeweiligen Standortes, den Vorstellungen des Inhabers und den Vorgaben des Herstellers ab. Zudem spielt der Netzanschluss eine Rolle, der letztendlich die maximale Leistung bestimmt, die am Standort zur Verfügung steht. Deshalb

ist die richtige Planung – bei uns »Konzept Professional« genannt – bereits die halbe Miete.«

**Ein großer Knackpunkt bei Elektromobilität sind sogenannte Stromspitzen, wenn im Alltag sowohl die Autos geladen als auch Schweißbrenner oder Hebebühnen verwendet werden. Wie können Stromspitzen im Verbrauch gemieden werden?**

**Jovan Ikić:** »Ab einem Jahresverbrauch von 100.000 kWh – das entspricht in etwa dem Verbrauch eines mittelgroßen Autohauses – wird die jährliche Leistungsspitze vom Netzbetreiber in Rechnung gestellt. Diese Spitzen sind für hohe Folgekosten verantwortlich. Wir senken derartige Kosten durch intelligent gesteuerte Ladevorgänge um 30 bis 70 %. Das ist durch unser Lade- und Energiemanagement »ChargePilot« möglich.«

**Viele sprechen in Bezug auf Elektromobilität auch von »Vehicle to Grid«. Was bedeutet das konkret für den Autohändler?**

**Jovan Ikić:** »»Vehicle to Grid« ist die Technologie der Zukunft. Das wurde unter anderem auf der aktuellen ID.3-Pressekonzferenz von VW noch einmal deutlich. Der Autohändler ist aufgrund der oftmals langen Standzeiten der E-Fahrzeuge für diese Technologie prädestiniert. Über die Fahrzeugbatterie (z. B. von Lagerfahrzeugen, den Vorführfahrzeugen an Sonn- und Feiertagen, den elektrischen Gebrauchtfahrzeugen) steht hier ein extrem großer Speicher dem Energiemarkt zur Verfügung. Mit dem richtigen Partner und der richtigen Technik kann dieser Speicher in der Zukunft vom Netzanbieter zur Sicherung der Netzstabilität verwendet werden. Aktuell müssen dafür noch die gesetzlichen Rahmenbedingungen geschaffen und die Technologie günstiger werden, aber wir rechnen damit, dass dies zwischen 2023 und 2025 so weit sein wird. Zukünftig werden die Standfahrzeuge also nicht nur Geld kosten, sondern Geld verdienen. Genau deshalb ist es so wichtig, schon heute zukunftssicher zu investieren.«

**Herr Ikić, vielen Dank für Ihre Zeit!**



## THE MOBILITY HOUSE

»Wir senken die hohen Kosten durch Stromspitzen mittels intelligent gesteuerter Ladevorgänge um 30 bis 70 %.«



**ROSIER**  
Leistung, die bewegt!

## ZUSAMMENARBEIT VON ROSIER UND THE MOBILITY HOUSE IN ZAHLEN

- » 22 Standorte
- » 57 AC-Ladepunkte mit bis zu 22 kW
- » 2 DC-Ladepunkte mit bis zu 22 kW
- » Zusammenarbeit seit 2018
- » Zeitraum von Konzept bis Fertigstellung: Dezember 2018 – März 2020



## SIE HABEN INTERESSE AN EINER ZUSAMMENARBEIT MIT THE MOBILITY HOUSE?

Ihr Ansprechpartner:  
**Philipp Schleicher**  
Key Account Manager

T: 089.4161 430-25

M: 0173.4360 134

E: automotive@mobilityhouse.com

» [mobilityhouse.com](https://www.mobilityhouse.com)

## LEISTUNGSSPEKTRUM THE MOBILITY HOUSE

### INDIVIDUELLE LADEINFRASTRUKTUR

- » Installation von Ladestationen – hergestellt in der EU und von Automobilherstellern empfohlen
- » Aufbau und Einweisung durch erfahrene Mitarbeiter und qualifizierte Elektroinstallateure

### LADEMANAGEMENT

- » Lade- und Energiemanagement über ChargePilot für maximale Effizienz bei minimalen Kosten
- » Einfaches Monitoring für alle Ladevorgänge

### LADEZUBEHÖR

- » Lieferung von Kabel und Zubehör

### Dienstleistungen

- » Konzept und Planung von Ladelösungen
- » Schulungen für Mitarbeiter\*innen
- » Installations-Check für Ladestationen

# »AUFGRUND DER GUTEN ERFAHRUNG WERDEN WIR AUCH IN 2020 VERSTÄRKT AUF TECAR REIFEN SETZEN.«

Horst Bug, Autohaus E. Sorg GmbH



**Herstellerwechsel, überarbeitete Reifeneigenschaften und eine zusätzliche Reifengarantie: Die TECAR Reifen gingen 2019 mit besten Voraussetzungen an den Start und überzeugten TECHNO Gesellschafter und Kunden gleichermaßen, wie Horst Bug von der Autohausgruppe Sorg zu berichten weiß.**

**Herr Bug, im letzten Jahr hat die Sorg-Gruppe ihren TECAR Reifen-Einkauf um 131 % (auf 2.138 Reifen) gesteigert! Was hat zu dieser Steigerung geführt?**

**Horst Bug:** »Für die Steigerung gibt es mehrere Gründe. Sehr wichtig waren vor allem die attraktiven Konditionen gegenüber dem Wettbewerb, aber auch das frühzeitige Angebot an TECAR Winterkompletträdern und der Wechsel des Herstellers.«

**Wem bieten Sie die TECAR Reifen an (B2B/B2C)?**

**Horst Bug:** »Wir vermarkten TECAR Reifen – bereits seit Jahren – sowohl an Privatkunden als auch an Handelskunden. Zusätzlich werden in allen Kundenbereichen unseres Hauses, ob im Neu- oder Gebrauchtwagenbereich, in der Reparatur-

annahme oder auch an der Außenfassade, TECAR Reifen beworben. Auch im Handelsgeschäft konnten wir durch regelmäßige Sonderaktionen gute Umsätze generieren.«

**Hat der Wechsel des Herstellers etwas zu der Entscheidung der stärkeren Vermarktung beigetragen?**

**Horst Bug:** »Wie bereits erwähnt, trug der Wechsel des Herstellers auch zur Steigerung bei, da man mit Hinweis auf den neuen Produzenten ein gutes Verkaufsargument hat. Sehr hilfreich und wichtig ist auch, dass man TECAR Reifen nicht in diversen Reifenportalen findet und man somit nicht vergleichbar ist.«

**Wie wichtig ist die Qualität, welche Rolle spielte der Preis?**

**Horst Bug:** »Die Konditionen spielen eine ganz entscheidende Rolle, um gegenüber dem Wettbewerb bestehen zu können. Durch die intensiven Werbemaßnahmen haben wir uns zwischenzeitlich als kompetenter und natürlich preiswerter Ansprechpartner im Reifengeschäft etabliert. Das ist auch an der verstärkten Nachfrage von Besitzern von Fremdfabrikaten zu erkennen. Neben dem Preis muss aber selbstverständlich auch die Qualität stimmen, um langfristig mit TECAR Reifen Erfolg zu haben.«

**Besteht bereits eine Nachfrage nach TECAR Reifen durch Endverbraucher?**

**Horst Bug:** »Die Nachfrage durch Endverbraucher ist immer mehr spürbar. Dadurch, dass wir TECAR Reifen schon seit Jahren erfolgreich vermarkten, kommen auch Kunden schon gezielt mit der Anfrage nach einem TECAR Angebot.«

**Bei welchen Fahrzeugtypen und/oder -klassen kamen die TECAR Reifen am häufigsten zum Einsatz?**

**Horst Bug:** »TECAR Reifen kamen vorwiegend im unteren und mittleren Segment zum Einsatz, d. h. hauptsächlich bei 15"- und 16"-Anwendungen. Mittlerweile sind aber auch 17"-Größen sehr im Kommen.«

**Inwiefern waren die überarbeiteten Reifeneigenschaften (Traktion, Fahrverhalten, Laufleistung etc.) für den verstärkten Ankauf verantwortlich?**

**Horst Bug:** »Viele Endverbraucher informieren sich neben dem Preis auch bei einschlägigen Portalen über Fahreigenschaften eines Reifens. Hier ist es natürlich sehr wichtig, ein Produkt mit guten Reifeneigenschaften und letztendlich guten Labelwerten anbieten zu können.«

**angeboten? Wenn ja, was ist dabei aus Ihrer Sicht das beste Argument?**

**Horst Bug:** »Ja, TECAR Reifen werden sehr häufig als Alternative zu Markenreifen angeboten. Entscheidende Verkaufsargumente sind auch hier immer wieder der günstige Preis, die Qualität und natürlich die Reifengarantie.«

**Viele Autohäuser bieten auch Mitarbeitern die Reifen aus dem eigenen Bestand an. Nutzen auch Sie den Verkauf nach intern als zusätzliche Absatzmöglichkeit? Wenn ja, warum entscheiden sich Mitarbeiter für TECAR Reifen?**

**Horst Bug:** »Auch hier sind die gleichen Punkte ausschlaggebend wie bei allen anderen Kunden. Der große Vorteil ist aber noch, dass sich die Mitarbeiter ein eigenes Bild von dem Preis-Leistungs-Verhältnis und den Fahreigenschaften machen können. Die gewonnenen eigenen Erfahrungen können dann im Kundengespräch als zusätzliches Verkaufsargument eingesetzt werden.«

**Werden Sie auch 2020 wieder auf TECAR Reifen setzen?**

**Horst Bug:** »Aufgrund der guten Erfahrungen, verbunden mit dem letztjährigen Erfolg und der Unterstützung durch TECHNO, werden wir auch in 2020 wieder verstärkt auf TECAR Reifen setzen.«

**Herr Bug, vielen Dank für Ihre Zeit!**

**131 %  
Steigerung des Einkaufs  
von TECAR Reifen und  
somit auch im Absatz**



**Spielte auch die neue TECAR Reifengarantie, die über die gesetzliche Herstellergarantie hinausgeht und drei Jahre lang Reifenschäden abdeckt, eine Rolle bei der Entscheidung, TECAR Reifen anzubieten?**

**Horst Bug:** »Selbstverständlich ist die dreijährige Reifengarantie ein ganz wichtiges Argument, das wir bei jedem Verkaufsgespräch einsetzen und bei allen unseren Werbemaßnahmen immer mit einfließen lassen. Auch für den Verkauf an Handelskunden ist es ein ganz entscheidender Faktor.«

**Werden die TECAR Reifen den Kunden auch direkt im Verkaufsgespräch als Alternative zu Markenreifen**

**» [tecar-reifen.de](http://tecar-reifen.de)  
» [sorg-gruppe.de](http://sorg-gruppe.de)**

»Erfolgreich bewährt haben sich dabei unsere **eigenen Beilagen**, die dreimal im Jahr erscheinen und in über 350.000 Haushalten verteilt werden.«



# IMPULS



DR. KONRAD WESSNER BLICKT VORAUS,  
HINTERFRAGT UND KOMMENTIERT

## »NUDGING« – WIE SANFTES STUPSEN IN RICHTUNG KLIMAFREUNDLICHER (E-)AUTOS DEN ZEITGEIST TRIFFT UND DEN VERKAUF VERÄNDERT

Getrieben durch die CO<sub>2</sub>-Emissions-Vorgaben der EU, die Aufstockung der Kaufprämie für Elektroautos und die Sensibilisierung der nachrückenden Kunden in Richtung klimafreundlicher Mobilität steht das Automobilgeschäft mit dem unausweichlichen Downsizing wohl vor einem Härte-test. Besonders heftig wird die Herausforderung für die deutschen Premium-Marken, die die CO<sub>2</sub>-Emissionen der neu zugelassenen Fahrzeuge um ca. 25 % reduzieren müssen, um Strafzahlungen zu vermeiden. Händler, die aus dieser Not eine Tugend machen wollen, stehen vor der Herausforderung, Kunden von kleineren Autos oder Elektroautos zu überzeugen, obwohl sie diese ursprünglich gar nicht im Visier hatten.

Weil ökologisches Verhalten weder über Schuldgefühle noch über Erziehungsversuche, Verbote oder Prämien herbeigeführt werden kann, bietet sich das ursprünglich aus der Politik stammende »Nudging«, das sanfte Stupsen, als neuer Weg zur Überzeugung von Kunden für »vernünftiger« Autos an. Beim Nudging geht es darum, Kunden mittels hilfreicher neutraler Informationen bei Kaufentscheidungen zu lenken – ohne ihnen das Gefühl zu geben, manipuliert zu werden. Das klassische Pushen über Preisnachlässe, Hinweise auf »unschlagbare« Tageszulassungen oder »manipulative Verkaufstricks aller Art« werden zu immer stumpferen Schwertern.

### Drei Wege, mit denen Sie Lust auf Elektroautos, Hybride oder optimierte Verbrenner machen:

1. Nutzen Sie andere Kunden mit ähnlichen Bedarfen als Promotoren. Fragen Sie zufriedene Neukunden klimafreundlicher Autos, ob sie persönliche Statements abgeben oder Teil einer Community werden wollen, bei der sie sich gemeinsam mit Verkäufern mit anderen Kunden oder Interessenten austauschen.
2. Bieten Sie flexible On-demand-Angebote klimafreundlicher Autos beispielsweise über Kurzzeit-Leasing oder Auto-Abos an, die dann optional verlängert werden können. Autos mit neuen, für die Kunden ungewohnten Antrieben und Ausstattungen brauchen unverbindliche Zugänge, um Kunden über »User Experience« zu überzeugen.

3. Wer fragt, führt: Laden Sie Interessenten zu einer (digitalen) Mobilitätsbedarfsanalyse ein und machen Sie Vorschläge passender Autos und Ausstattungen, mit denen andere Kunden gute Erfahrungen gemacht haben.

Um herauszufinden, wie Nudging bei Auto-Interessenten funktioniert, haben wir dieses Thema in unserem Autokäufer-Monitor bei 1.050 Personen abgefragt, die im Januar diesen Jahres bei einem Händler waren und die Anschaffung eines Neuwagens planten. Ergebnis: 40 % aller Interessenten erhielten Alternativangebote zu klimafreundlicheren Fahrzeugen. Zwei von dreien tendierten dann zu den vorgeschlagenen klimafreundlicheren Fahrzeugalternativen. Nudging kam insbesondere bei Interessenten von Audi, BMW und Mercedes-Benz gut an. 46 %, 44 % und 50 % der Interessenten bewerteten die Empfehlungen des Verkäufers für ein klimafreundlicheres Auto der drei deutschen Premium-Marken als positiv. Lediglich 5 % der deutschen Autokäufer missfallen Empfehlungen klimafreundlicherer Autos, weil sie ursprünglich ein anderes Fahrzeug im Visier hatten.

Die Bestrebungen der deutschen Automobilhändler zum Verkauf klimafreundlicher Elektroautos schlagen sich auch in den Neuzulassungen im Januar 2020 mit einem Anteil von knapp 7% elektrifizierter Autos nieder. 2019 betrug der Anteil deutlich geringere 3%. Fazit: Auch wenn die Deckungsbeiträge pro Fahrzeug leiden, führt an der Forcierung klimafreundlicherer Autos wohl kein Weg vorbei. Nudging kann dabei helfen.

### DR. KONRAD WESSNER

ist seit 1992 Geschäftsführer bei *puls* Marktforschung, berät und begleitet mit seinem Team Unternehmen und Institutionen beim Strategiewandel und vermittelt sein Expertenwissen als gefragter Referent und Autor, insbesondere in der Automobilbranche. Im TECHNO MAGAZIN wird der erfahrene Ökonom regelmäßig aktuelle Branchenthemen beleuchten und bewerten und Anregungen geben.



»SPEZIELL  
AUTOKUNDEN  
SIND DIGITAL  
AM BESTEN ZU  
ERREICHEN.«

Dennis Morgenstern, Industry Leader Automotive Google Deutschland



## EINFACH ZUM AUTO

### 16. PULS-AUTOMOBILKONGRESS: NEUES MITEINANDER ZWISCHEN AUTOMARKEN, HÄNDLERN, AUTOBANKEN UND PLATTFORMEN

**Getrieben von nachrückenden Kundengenerationen wird ein schneller und einfacher On-demand-Zugang zu Produkten immer wichtiger. Die Netflix-Mentalität macht auch vor Auto-Interessenten keinen Halt.**

Wer es seinen Kunden einfach macht, passende Autos, Ausstattungen und Mobilitätsleistungen zu finden und auszuprobieren, wird bei der Kundengewinnung in der Zukunft die Nase vorn haben. Wie Händler gemeinsam mit Automarken, Autobanken und ausgewählten Plattformen kundenfreundliche Verkaufsprozesse ohne »Pain Points« gestalten können und welche Kundenschnittstellen dazu geschaffen werden müssen, war unter anderem Thema auf dem 16. *puls*-Automobilkongress.

Im Dauphin Speed Event in Hersbruck trafen die Teilnehmer auf insgesamt 17 hochkarätige Redner wie Dennis Morgenstern. Der Automotive-Experte von Google Deutschland

zeigte, wie Händler in Kooperation mit ihren Automarken mit geringerem Marketingbudget die richtigen Menschen erreichen. Steffen Cost, COO von Kia Motors Deutschland, zeigte gemeinsam mit Prof. Heiland vom Kia Performance Center Lüdenscheid, worauf es beim Verkauf von Elektroautos ankommt.

Darüber hinaus wurde den Teilnehmern ein Pilotprojekt mit *puls*, Google und Audi zum digitalen Idealprozess beim Neuwagenverkauf vorgestellt und eine aktuelle *puls*-Studie zur Zukunftsfähigkeit des Automobilhandels mit wertvollen Insights zur Verknüpfung von Online-Aktivitäten und stationärem Handel präsentiert. Nach fast neun Stunden Input lautete das Fazit am Ende des Kongresses: intensiv, inspirierend, aufklärend und absolut lohnenswert.

» [automobilkongress.puls-marktforschung.de](https://automobilkongress.puls-marktforschung.de)



# FAZIT: BITTE MEHR!

## DER TECHNO BERATERAUSSCHUSS IT TRAF SICH ERNEUT ZUM AKTIVEN AUSTAUSCH

Auf Einladung des Hauses BERESA traf sich der TECHNO BERATERAUSSCHUSS-IT zu einem zweektägigen Austausch in Münster in den Räumlichkeiten der dortigen Mercedes-Benz Vertretung – ein Standort, der 2015 als »Autohaus der Zukunft« eröffnet worden ist.

Der Leitspruch von BERESA »LEIDENSCHAFT FÜR BEWEGUNG« war dieses Mal im besten Sinn des Wortes Programm – und prägte durchgehend die sehr konstruktive und zielführende Sitzung des TECHNO BERATERAUSSCHUSSES IT.

Ein wesentlicher Punkt des diesmaligen Treffens: der aktive Austausch zwischen den Teilnehmern im Hinblick auf die – bedingt durch die individuellen OEM-Systemvorgaben – unterschiedlichen Systemlandschaften im Automobilhandel. Darüber hinaus wurden Ansatzpunkte und Möglichkeiten erörtert, den möglichen Bezug von Hard- und Software zu bündeln, um so entsprechende Einkaufsvorteile für TECHNO Gesellschafter zu generieren.

TECHNO selbst nutzte zudem die Gelegenheit, den Teilnehmern einen kurzen Überblick über das mittlerweile sehr umfangreiche Dienstleistungsportfolio zu geben – und die geplanten Neuerungen für 2020 im TIBS ONLINE vorzustellen. Abgerundet wurde die Veranstaltung durch Präsentationen verschiedener Lieferantenpartner, die ihr Leistungsportfolio vorstellten. Dazu gehörten: Siewert & Kau (projektbezogene Handelswarenbeschaffung/Warenkorb), VISUNEXT Group (professionelles AV-Systemhaus für den Automobilhandel) und Die Autohauskenner GmbH (automatisierte Bewertungsgenerierung durch den AHK Unique Link).

Der TECHNO BERATERAUSSCHUSS-IT wird seine Arbeit in 2020 weiter fortsetzen. Geplant sind weitere Sitzungen, die voraussichtlich im Mai und November stattfinden.

### Teilnehmer, von links:

C. Ebert (Gottfried Schultz), Dr. J. Spandau und W. Wohlgenuth (BERESA), H. Nettekoven (RKG), A.-D. Müller (TECHNO), C. Weller (Robert Kunzmann), N. Kolbe (Schmidt&Hoffmann), C. Otto (AVAG), E. Elyas (Emil Frey), T. Stadter (Auto Scholz), J. H. Hilgarth (Emil Frey), T. Bruss (WAHL) und Organisator F. Binder (TECHNO).

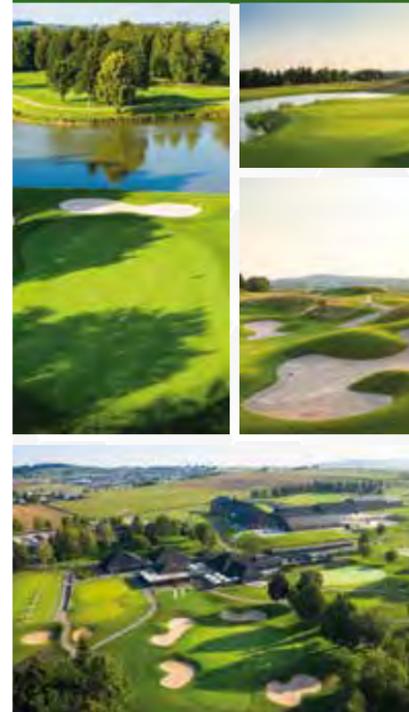


SAVE THE DATE:  
01.–03.10.2020

# GREEN DAYS<sup>™</sup>

01.–03.10.2020

DER ÖSCHBERGHOF  
DONAUESCHINGEN



**Am 1. Oktober ist es wieder so weit. Im exklusiven Ambiente des Hotels »Der Öschberghof« treffen sich die Top-Entscheider der Autohausbranche zu den TECHNO Greendays. Ein einzigartiges Event, das wie dafür gemacht ist, an seinem Handicap zu feilen – und neue Kontakte zu knüpfen.**

Die Greenkeeper der malerisch in der hügeligen Donaulandschaft am Rande des Schwarzwalds eingebetteten Golfplätze arbeiten bereits auf Hochtouren, um die perfekten Voraussetzungen für die diesjährigen GREENDAYS zu schaffen. Und viel Zeit bleibt ihnen nicht mehr. Am 1. Oktober reisen bereits die ersten Teilnehmer an, um zwei Tage lang auf der 18-Loch-Anlage an ihrem Handicap zu feilen – und sich in entspannter Atmosphäre mit den anwesenden Top-Entscheidern der Kfz- und Autohausbranche auszutauschen. Man darf jetzt schon davon ausgehen, dass auch dieses Jahr wieder nicht nur die Bälle reichlich Drive haben werden, sondern auch die Themen, die auf und neben dem Platz diskutiert werden.

Mit freundlicher Unterstützung von:



# DAS WAR EIN AUFTAKT!

T»EXPO SPEZIAL IN KASSEL WEISS AUCH 2020 ZU ÜBERZEUGEN

»Reifen, Räder und Aftersales« ist und bleibt das Motto der ersten TECHNO Messe eines jeden Jahres – und sorgte auch 2020 für einen gelungenen Start ins gemeinsame Geschäftsjahr von TECHNO Gesellschaftern und Lieferanten-Partnern.

Am 29. Januar präsentierten 45 TECHNO Lieferanten-Partner ihre Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Reifen/Räder/Dienstleistungen und insgesamt 85 Autohausmitarbeiter von über 40 Gesellschafter-Standorten waren vertreten, um sich über Produktneuheiten, Klassiker und Angebote zu informieren und über Dienstleistungen zu diskutieren. Mit Erfolg, wie die spätere Resonanz zeigte.

Für die abschließende Abendveranstaltung wurde, wie bereits im letzten Jahr, das La Strada in Kassel gewählt. Und die Location überzeugte erneut. Das Abendbuffet war abwechslungsreich und schmackhaft und zog zum zweiten Mal zahlreiche Messebesucher an, die angefangene Gespräche fortsetzten oder ganz neu in den Dialog traten.

Ebenso gut besucht waren auch die drei Workshops am darauffolgenden Tag. Hier stellte sich unter anderem der neue TECHNO Lieferanten-Partner aus Gammertingen vor, Reifen Göggel (siehe auch S.22). Die Firma KENT wiederum zeigte neue innovative Produkte und HENI informierte zum Schluss über seine neue Dienstleistung: umweltgerechte und kosteneffiziente Bodensanierung im laufenden Betrieb.



ALLE TERMINE WEGEN CORONA UNTER VORBEHALT!

## TERMINE 2020

» TECHNO GIPFEL

17

Sept.

Bergisch Gladbach

» OFFIZIELLE TERMINE

### STRATEGIE-AUSSCHUSS:

11.08.2020 | Frankfurt am Main  
12.11.2020 | Frankfurt am Main

### BERATERAUSSCHUSS:

29.–30.09.2020 | Norderstedt  
17.–18.11.2020 | Norderstedt

### AUFSICHTSRATSSITZUNG:

25.06.2020 | Hamburg  
16.09.2020 | Bergisch Gladbach  
25.11.2020 | Norderstedt

### GREEN DAYS:

01.–03.10.2020 | Donaueschingen

» TECAR INTERNATIONAL TERMINE

### TECAR SUPERVISORY BOARD MEETING:

24.06.2020 | Hamburg  
02.12.2020 | Edinburgh

### TECAR SHAREHOLDERS MEETING:

24.06.2020 | Hamburg

### 15<sup>TH</sup> TECAR MARKET PLACE:

03.12.2020 | Edinburgh

» IMPRESSUM

### HERAUSGEBER:

TECHNO-EINKAUF Marketing und Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG  
Georg Wallus (v.i.S.d.P.) | Aspeloh 27c | 22848 Norderstedt | 040.526 099 0  
marketing@technoeinkauf.de | technoeinkauf.de  
Marion Langheld | 040.526 099 150 | langheld@technoeinkauf.de  
Sonia Arkuszewski | 040.526 099 154 | arkuszewski@technoeinkauf.de

### ANZEIGENDISPOSITION:

Sonia Arkuszewski | 040 526 099 154 |  
arkuszewski@technoeinkauf.de

KONZEPT & DESIGN:  
yellowmonkey | ymky.de

### DRUCKEREI:

Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH

# REIFEN GÖGGL

Großhandel Service Logistik



**NEU & ZUVERLÄSSIG**  
**Reifen-Lieferant**  
**der TECHNO!**



Reifen Göggel  
Burladinger Str. 14 - 26  
DE-72501 Gammertingen  
Telefon (0 75 74 ) 93 13-4 80  
info@reifen-goeggel.de



Besuchen Sie unseren Reifen-Online-Shop:

**www.GOEGGEL.COM**

**Wir empfehlen den Testsieger Continental AllSeasonContact™**

**Continental**   
The Future in Motion

**Perfekte Kontrolle.**

Mit jedem Fahrzeug.  
In jeder Fahrsituation.

**Der AllSeasonContact™**

