

SYNERGIE-COM

VERBUNDEFFEKT IM DIGITALEN ZEITALTER
TECHNO - DIE AUTOHAUS-KOOPERATION



Leistungsstarke Motoren
brauchen ein leistungsstarkes Motorenöl.
ABT und Mobil 1: Partners in Performance



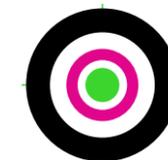
© 2015 Exxon Mobil Corporation. Mobil 1 ist ein Markenzeichen der Exxon Mobil Corporation oder eines mit ihr verbundenen Unternehmens.



Was kann Ihrem Motor Besseres passieren, als mit dem Motorenöl geschmiert zu werden, das seit vier Jahrzehnten die Nase vorn hat? Im engen Schulterschluss mit ABT wird Mobil 1™

stetig weiterentwickelt und gilt seit nunmehr 40 Jahren als einer der weltweit führenden Hochleistungsschmierstoffe. ABT-Fahrer wissen, worauf es ankommt.

Viele Fahrer – ein Öl.



Sehr geehrte Damen und Herren,

bei **TECHNO** ist in den letzten Monaten vieles in Bewegung gekommen. Teils auf den ersten Blick ersichtlich – wie beim kommunikativen Auftritt unserer Autohaus-Kooperation – teils »hinter den Kulissen«.

Zu den Meilensteinen der jüngeren Vergangenheit gehören sicherlich die **TECHNO UNTERNEHMER-TAGE 2015** mit zahlreichen positiven Gesprächen und konstruktiven Diskussionen rund um den Bereich E-Commerce, aber auch der Stand der Entwicklung beim Thema **OT REGIO** – das Konzept zur Originalteile-Vermarktung – das uns einen Vorgeschmack auf die zukünftigen Möglichkeiten und Potentiale unserer Kooperation gibt.

Die gemeinsamen Konzepte und Antworten sind es, die uns in einer Zeit – die neben neuen Möglichkeiten immer neue Herausforderungen mit sich bringt – zuversichtlich in die Zukunft blicken lassen. Synergieeffekte hier, Synergieeffekte da. Die Vorteile unserer Autohaus-Kooperation sind allgegenwärtig und die rasanten Entwicklungen einer zunehmend digitalisierten Welt bringen uns enger zusammen. Und das ist gut.

Kein Wunder, dass die aktuelle Ausgabe unseres **TECHNO** MAGAZINS »T»MA« daher zu einem großen Teil im Zeichen des traditionellen Themas »Synergien« steht und eine Brücke zu dem zentralen Thema unserer Zeit schlägt: E-Commerce.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre,

Georg Wallus

Dietmar Scheck



AUF EIN WORT

INHALT

TITEL-THEMA

SHARED SUCCESS

Verbundgruppeneffekte im digitalen Zeitalter.

» 20

SYNERGIE-COM

E-Commerce: Dilemma oder Chance?

» 24

STICHWORT »E-COMMERCE« ...

Unternehmer und TECHNO Aufsichtsrats-Mitglied Hans-Jürgen Persy im Interview.

» 26

ZWEI BLICKE ZURÜCK UND EINER VORAUSS

Die TECHNO UNTERNEHMER-TAGE 2015 in Köln und Würzburg zum Thema E-Commerce.

» 27

PARADIGMENWECHSEL!

Warum ein neues TECHNO Konzept wie **OT REGIO** vieles verändert.

» 28

PROOF OF CONCEPT.

Thomas Spiegelhalter über Theorie und konkrete Praxiserfahrungen bei **OT REGIO MÜNSTER**.

» 30

GESELLSCHAFTER

KURS NORD-OST

Neu bei TECHNO: Nord-Ostsee Automobile.

» 06

SCHMITT-EINANDER

AUTOSCHMITT steigt bei TECHNO ein.

» 06

FREY – JETZT MIT KATH

Gesellschafter Emil Frey expandiert durch Übernahme der Kath-Gruppe.

» 07

GENERATIONSWECHSEL

Auto Löffler neu bei TECHNO.

» 08

100 TAGE TECHNO?

Nachgefragt bei der Auto Conen Gruppe.

» 09

PRAXIS

ONLINE: TIBS ONLINE

Vom System zum E-Shop. Jetzt Live.

» 32

CURRYWURST & ZIELGRUPPENCLUSTER

Erfolgsrezepte der Hahn Gruppe.

» 34

VOR DEM SPIEL IST NACH DEM SPIEL

Die Nachlese zur **T»EXPO SPEZIAL** in Kassel.

» 37

GUT BERATEN – BESSER VERKAUFT

Warum Shell neben innovativen Produkten auf kompetente Beratung setzt.

» 38

LEISTUNGEN & PRODUKTE

MEHR ALS SAUBERE LUFT

Mit Dieselpartikelfiltern das Geschäft ankurbeln.

» 10

GERÜSTET FÜR DIE ZUKUNFT

PV Automotive – vom Vertreter zum Dienstleister.

» 12

ENERGIE? EFFIZIENT!

Einsparpotentiale durch Energieberatung: EHA Geschäftsführer Mithöfer verrät wie's geht.

» 13

TECAR IST TRUMPF

Warum immer mehr Gesellschafter auf die Eigenmarke TECAR setzen.

» 14

UNFALLFREI DURCH DEN ARBEITSALLTAG

Mehr Sicherheit mit den MAKRA ECO-STEPS.

» 16

ALLES WAS RECHT IST

TPM: Checken Sie, ob Sie auf der sicheren Seite sind.

» 18

GEMEINSAME SACHE

CSP & DAT für mehr Flexibilität im Schadensfall.

» 19

DICHT HALTEN

Mit HENI Kühlmittlecks aufspüren.

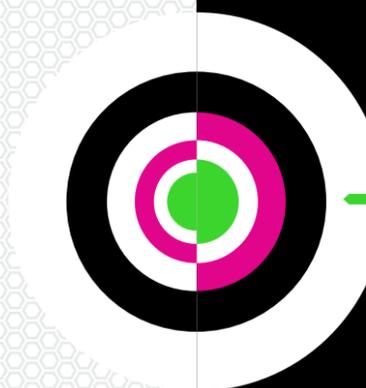
» 19

TERMINE

DAS SOLLTEN SIE SICH VORMERKEN

Wichtige Termine rund um TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION.

» 37



» 20

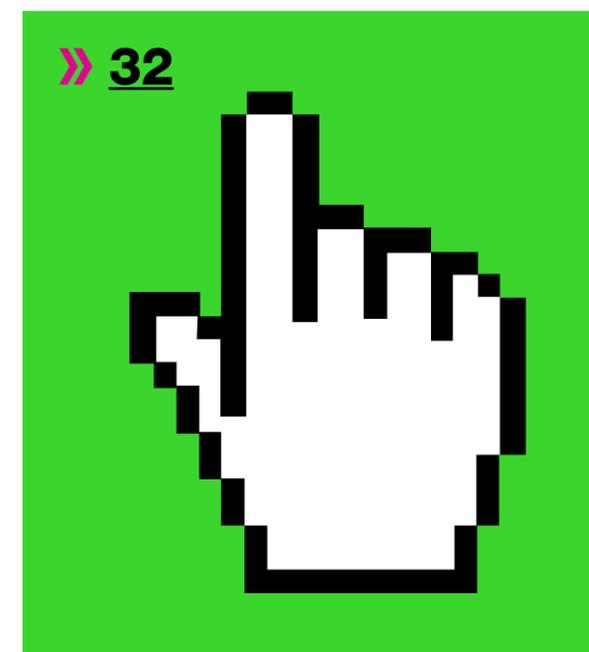
» 06



» 26



» 32



TECHNO MAGAZIN 2//2015 » 5



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

WACHSTUMSKURS NORD-OST

NEU BEI TECHNO: NORD-OSTSEE AUTOMOBILE



Nord-Ostsee Automobile überzeugt seit über 100 Jahren als einer der größten Mercedes-Benz-Partner im Norden und geht in Zukunft mit »Stern und Herz« bei TECHNO vor Anker.

Der persönliche Service steht bei Nord-Ostsee Automobile an erster Stelle. Das Angebot erstreckt sich von Neuwagen über junge Sterne, Trucks und Vans bis hin zu attraktiven Werkstatt- und Serviceangeboten. Seit März 2015 können die Kunden im eigenen AMG Performance Center die Marke AMG auf eine ganz besondere Weise erleben. Es wurde ein stilvoller Verkaufs- und Showroom geschaffen, welcher es ermöglicht, AMG Kunden noch individueller zu betreuen.

Aber auch das Segment Van- bzw. Transporter-Geschäft spielt bei Nord-Ostsee Automobile eine herausragende Rolle. Im Dezember 2014 wurde am Standort Heide das Van ProCenter eröffnet – einer der ersten Van Pro-Standorte in Deutschland. Mit der konsequenten Optimierung aller Bereiche und Prozesse der Van Sparte dürfen sich die Kunden auf ein exzellentes Service- und Produktangebot sowie beste Beratungsqualität freuen. »Lust auf Leistung« – damit wird Nord-Ostsee Automobile zukünftig als Gesellschafter auch **TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION** begeistern.



SYNERGIE HOCH ZWEI

NEU BEI TECHNO: DIE KATH HÄUSER DER EMIL FREY GRUPPE

Erst kürzlich sorgte ein TECHNO Gesellschafter in Schleswig-Holstein für positive Schlagzeilen: Die Emil Frey Gruppe Deutschland übernahm alle neun Standorte der traditionsreichen Kath Autohäuser, mit rund 700 Arbeitsplätzen und sorgt damit für Zuwachs bei TECHNO.

Eine Übernahme ist immer dann eine Synergie, wenn sie auf beiden Seiten Zustimmung findet. So geschehen auch am 2. Januar 2015, als die Emil Frey Gruppe die neun Kath Autohäuser und mit ihnen alle Mitarbeiter übernahm.

Eine Nachricht, die bei Reinhard Meyer, Wirtschaftsminister von Schleswig-Holstein, auf Begeisterung stieß:

»Die Entscheidung des Unternehmens, die Kath Gruppe zu übernehmen und damit ca. 700 Arbeits- und Ausbildungsplätze langfristig zu sichern, ist eine gute Nachricht und stärkt den Wirtschaftsstandort Schleswig-Holstein.«

Auch von Seiten der Emil Frey Gruppe äußerte sich Rudolf F. Wohlfarth, Mitglied der Geschäftsleitung und CEO Deutschland, durchweg positiv und sieht große Chancen in der Übernahme:

»Die Übernahme der Kath Gruppe ist für uns eine gute Option, um uns in Schleswig-Holstein zu etablieren. Die Kath-Gruppe übernehmen wir als ein gesundes und modernes Unternehmen in einer guten Ausgangslage.«

TECHNO GESELLSCHAFTER EMIL FREY GRUPPE

Die Schweizer Emil Frey Gruppe ist seit nunmehr 34 Jahren an über 80 Standorten in Deutschland aktiv und besitzt hinsichtlich Markenvielfalt, Vertriebswege und Finanzabdeckung eine führende Stellung in vielen Regionen.

Als langjähriger **TECHNO** Gesellschafter reiht die Emil Frey Gruppe nun auch die neun Autohäuser der Kath Gruppe in den Verbund ein. Das Rendsburger Traditionsunternehmen Kath gilt seit 1848 als Institution für persönlichen Service im Norden. An allen neun Standorten in Schleswig-Holstein und Hamburg wird die gewohnt gute Beratung nun innerhalb der Emil Frey Gruppe fortgesetzt.

Willkommen bei **TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION**.

» kath-gruppe.de



Von links: Herr Rudolf F. Wohlfarth (CEO Emil Frey Gruppe Deutschland), Herr Christopher Grab (Geschäftsführer Autohaus Kath GmbH) und Frau Andrea Schmelz (Geschäftsführerin Autohaus Kath GmbH)

SCHMITT-EINANDER

NEU BEI TECHNO: AUTOSCHMITT FRANKFURT



Mit über 100.000 verkauften PKW und weit mehr als 2,5 Millionen durchgeführten Reparaturen ist AUTOSCHMITT nicht nur eine der führenden Autohaus-Gruppen im Rhein-Main-Gebiet, sondern seit kurzem auch neuer Gesellschafter von TECHNO.

»Für uns bedeutet die Kooperation mit TECHNO eine Bündelung von Kräften und Potenzialen sowie die intensive Nutzung der sich aus dem Netzwerk ergebenden Synergien,« sagt **Mark Karpinski**, Inhaber von AUTOSCHMITT und Sohn des amtierenden ZDK-Präsidenten **Jürgen Karpinski**.



Als Vertragshändler für die Marken Audi, Volkswagen, VW-Nutzfahrzeuge, Gebrauchtfahrzeuge aller Marken und mit einem Servicevertrag für die Konzernmarke Skoda, beschäftigt das Unternehmen insgesamt 220 Mitarbeiter und kann mit über 80 Jahren Erfahrung und konstantem Wachstum aufwarten. Expertise, die sich im **TECHNO** Verbund weiter ausbauen lässt und zu neuen Impulsen führt, wie **TECHNO** Geschäftsführer Georg Wallus weiß: *»Aus unserem starken Verbund entwickeln sich ständig neue Ideen, die in Geschäftschancen umgesetzt werden, die weit über die Vorteile einer reinen Einkaufsgesellschaft hinausgehen.«*

Auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

» autoschmitt.com

KURZGEFASST:

DIE KATH GRUPPE

- » 1848 gegründet durch Wilhelm Siegfried Kath
- » 9 Standorte in Schleswig-Holstein und Hamburg
- » 696 Mitarbeiter, davon 106 Auszubildende
- » Umsatz 2014: 154 Mio. Euro
- » 4.488 Fahrzeugbestellungen (NW)
- » 5.233 Fahrzeugbestellungen (GW)

EMIL FREY GRUPPE

- » 1924 gegründet durch Emil Frey in Zürich
- » seit 34 Jahren in Deutschland aktiv
- » über 80 Standorte in Deutschland
- » ca. 3.800 Mitarbeiter in Deutschland
- » Umsatz 2014: konsolidiert über 2 Mrd. Euro in Deutschland

**GENERATIONSWECHSEL
NEU BEI TECHNO: AUTO LÖFFLER**



Seit 1929 ist der TECHNO Gesellschafter Küm meth & Ziegler erfolgreicher Autohändler im unterfränkischen Rhein-Main-Gebiet. Aus Altersgründen haben die Inhaber in den letzten Monaten nach einer neuen Geschäftsleitung gesucht – und sind direkt vor der eigenen Haustür fündig geworden.

Nicht nur die Inhaber Peter Heberer und Dr. Klaus-Wilhelm Küm meth, sondern auch die Belegschaft von **Küm meth & Ziegler** haben allen Grund zur Freude: Mit dem Inhaberwechsel zu **Auto Löffler** im April 2015 blieben alle Arbeitsplätze erhalten und das Unternehmen befindet sich weiterhin in fränkischem Besitz.

Grund dafür sind die beiden Jungunternehmer Lisa Löffler und Mike Löffler, die als neue Geschäftsführer sowohl eine sichere als auch regionale Lösung darstellten. Als zweite Generation der ortsansässigen Auto Löffler Familie, die seit über 30 Jahren im Automobilgeschäft tätig ist, stammen die beiden aus der Branche und sind fest in Schweinfurt verwurzelt. Zusammen mit dem gesamten Mitarbeiterstamm werden sie den alteingesessenen unterfränkischen Betrieb unter neuem Namen, aber mit gewohnt zuverlässigem Service und breit gefächertem Know-how, in die Zukunft führen.

Auf gute Zusammenarbeit!

» auto-loeffler.de

AUTO LÖFFLER GMBH
... ein Autohaus mit Herz für die Region

100 TAGE TECHNO?

NACHGEFRAGT BEI DER AUTO CONEN GRUPPE



Herr Dohmen, wie haben Sie TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION kennengelernt?

Frederik Dohmen: »Das ist eine interessante Frage. Das lief über die Mund-zu-Mund Propaganda. In einem Gespräch fiel der Name **TECHNO** und da bin ich neugierig geworden. Ich habe ein wenig recherchiert und daraufhin das Ergebnis unserem Geschäftsführer Herr Aribert Wooning vorgestellt.«

Was hat Sie motiviert, Gesellschafter zu werden?

Frederik Dohmen: »Das ist relativ einfach zu erklären. Heutzutage ist der Ertrag im Neuwagengeschäft überschaubar und das Geld wird mehr und mehr im Servicegeschäft verdient. Ein gebündelter Einkauf für die Auto Conen Gruppe bedeutet: größerer Ertrag.«

Welche TECHNO Angebote haben Sie bis jetzt genutzt?

Frederik Dohmen: »Eine der ersten Umsetzungen haben wir mit dem Reifen- & Räderkonfigurator auf unserer Homepage in Kooperation mit Interneu auf den Weg gebracht. Des Weiteren profitieren wir von vielen Einkaufsvorteilen von »A« wie Auto-Shampoo bis »Z« wie Zubehörteile. Da ist eigentlich alles dabei, was man im Autohaus so braucht.«

Welche Veranstaltungen interessieren Sie besonders?

Frederik Dohmen: »Ganz klar die Messen. Die »T »EXPO SPEZIAL« in Siegen war für den Einstieg schon mal eine interessante Veranstaltung, auf der wir nette Kontakte geknüpft haben, die wir in den letzten zwei Monaten mit dem ein oder anderen Lieferanten vertieft haben. Um so mehr freuen wir uns auf die Messe in Bad Windsheim im Juni, wo wir hoffentlich weitere fruchtende Gespräche führen können im Hinblick auf die kommende Winterkomplettäder Saison.«

Was bedeutet der Begriff Kooperation für Sie?

Frederik Dohmen: »Kooperation bedeutet für uns eine Zusammenarbeit zur Steigerung der gemeinsamen Wettbewerbsfähigkeit.«

» autoconen.de

Die Auto Conen Gruppe mit ihren 8 Standorten in Nordrhein-Westfalen und insgesamt 11 unterschiedlichen Marken ist seit Anfang des Jahres **TECHNO Gesellschafter**. Einkaufsleiter **Frederik Dohmen** gab uns Antworten auf unsere Fragen zu den ersten 100 Tagen in der Autohaus-Kooperation.



WIR HALTEN (DICHT) WAS WIR VERSPRECHEN!



DAS MARDERABWEHRGERÄT



EINFACHER EINBAU
CAN-BUS AUTARK
HYBRID-GEEIGNET



100% WASSERDICHT
KEINE LAUTSPRECHERÖFFNUNGEN
ERMÖGLICHT TIEFEN EINBAU
HÄLT MOTORWÄSCHEN STAND

EINFACH INFORMIERT:
DIE K&K-FILME
FÜR KUNDEN UND
SERVICE-MITARBEITER

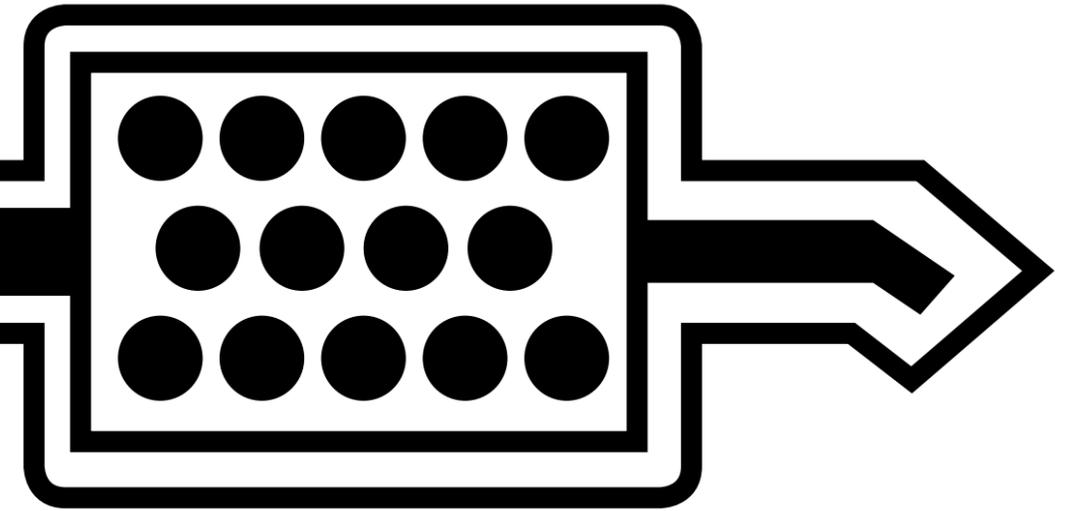


KuK-Marderabwehr.de



MEHR ALS SAUBERE LUFT

ZWEI WEGE, WIE SIE MIT **DIESELPARTIKELFILTERN** UMSÄTZE ERZIELEN UND ZUSÄTZLICH DIE GELDBEUTEL IHRER KUNDEN SCHONEN.



HJS EMISSION TECHNOLOGY:

EXPERTEN IN SACHEN **NACHRÜSTUNG**



STAATLICH GEFÖRDERTE SAUBERE LUFT

Mit dem Original-DPF® City-Filter von HJS lassen sich Dieselfahrzeuge auf den aktuellsten umwelttechnischen Stand bringen – und zwar günstig.

Je nach Fahrzeug kostet ein neuer Partikelfilter bis zu 700 € – der Einbau noch nicht eingerechnet. Ein finanzieller Aufwand, den viele Kunden trotz gesteigertem Umweltbewusstsein und drohender Strafe in Umweltzonen scheuen.

Aber: Kunden die ihren alten Diesel – ganz gleich ob PKW oder Wohnmobil – jetzt mit einem Filter ausstatten, werden bis Ende des Jahres letztmalig mit einer Finanzspritze von 260 Euro belohnt.

Nachrüsten lohnt sich also und die Bedingungen sind denkbar einfach: Solange der Vorrat reicht, gibt es Geld für jeden Autofahrer, der zum richtigen Filter greift. Die wartungsfreien City-Filter von HJS Emission Technology bringen Diesel-Fahrzeuge umwelttechnisch auf den neuesten Stand und garantieren höchste Zuverlässigkeit in Original-Qualität. Nach dem unkomplizierten Einbau erhalten die Kunden bei ihrer Zulassungsstelle die Umweltplakette und können unter www.bafa.de den Förderungsantrag stellen. Beste Gründe und überzeugende Argumente für Ihre Kunden.

» hjs.com

OBERLAND MANGOLD:

EXPERTEN IN SACHEN **REINIGUNG**

VERJÜNGUNGSKUR FÜR MÜDE FILTER

Oberland Mangold GmbH reinigt alte Dieselpartikelfilter – eine komfortable und umweltfreundliche Alternative zum Einbau neuer Ersatzteile.

Mit zunehmendem Alter verstopfen und verkleben die Partikelfilter in jedem Diesel-PKW – ein Problem, das bisher hauptsächlich durch den Einsatz neuer Filter behoben wurde.

Oberland Mangold hält jetzt eine Alternative für Ihre Kunden bereit: Reinigen statt Ersetzen heißt das ebenso umweltfreundliche wie preiswerte Konzept.

Wer sich darauf einlässt, muss nicht lange auf den neuen Filter warten: Ein ausgefeiltes Logistikkonzept ermöglicht es, den Problemfilter im Autohaus abzuholen, ihn zu reinigen und wieder auszuliefern. Das alles dauert nicht länger als 48 Stunden. Dabei werden im Reinigungsprozess Ruß- und Aschereste entfernt, ohne dass der Filter aufgeheizt oder aufgetrennt werden muss – danach, so verspricht das Unternehmen, hält der Filter ein Autoleben lang. Möglich ist das Verfahren heute nicht nur für Dieselpartikelfilter der VW-Gruppe, sondern auch für zunehmend mehr Fahrzeugtypen und Hersteller, unter ihnen BMW und Mini.

» oberland-mangold.de



VOM WERKSVERTRETER ZUM KOMPLETTDIENSTLEISTER: PV IST GERÜSTET FÜR DIE ZUKUNFT



Als PV im Jahr 1922 als Werksvertreter für Kraftfahrzeugbedarf an den Start ging, ahnte niemand, dass sich das Unternehmen einmal zu einem der führenden Dienstleistungsunternehmen der Branche entwickeln würde – mit 90 Standorten und 1.600 engagierten Mitarbeitern.

Heute ist PV Automotive mit Recht stolz auf die ganze Palette an automotiven Dienstleistungen: vom Vollsortiment an Kraftfahrzeugteilen, Chemie- und Pflegeprodukten über Werkstattausrüstung bis hin zu zukunftsweisenden Werkstattssystemen und Dienstleistungen. Erst 2014 wurde das Sortiment erneut ausgebaut.

UNGEBREMST AUF ERFOLGSKURS

Seit fast 20 Jahren arbeiten TECHNO und PV zusammen – eine Zeit, in der das Unternehmen mit vielen Erfolgen punkten konnte: So verzeichnete der Bereich Bremsen, die größte PV Warengruppe, in der Anzahl der ab Lager verfügbaren Teile eine Steigerung von über 90 Prozent allein im Jahr 2013/14. Ein weiteres Highlight: Seit 2014 ist PV vollwertiger Bosch-Großhändler – mit allen Sortimenten, dem Komplettprogramm im Bereich der Bosch Werkstattausrüstung, Bosch Trainings und den Werkstattssystemen Bosch Car Service und AutoCrew.

WERKSTATTAUSTRÜSTUNG – PERFEKT GEPLANT UND INSTALLIERT

Professionelles Equipment unterstützt die Arbeitsabläufe und erhöht die Wirtschaftlichkeit: PV bietet modernste Reparatur- und Diagnosetechnik vom Schraubenschlüssel bis zur 30t-Hebebühne. Darüber hinaus werden Kunden von Fachkräften bei der Planung, Implementierung und Wartung lückenlos unterstützt.

MIT PV:KOMPASS AUF DEM RICHTIGEN WEG

Der elektronische Teilekatalog PV:KOMPASS wird von über 20.000 PV Kunden genutzt und liefert auch als App Einkaufspreise und Verfügbarkeiten von mehr als einer Million Artikeln in Echtzeit. Seit Neuestem ist auch der Zugriff auf die OE-Daten von ALLDATA möglich: Nutzer erhalten ungekürzte, unveränderte OE-Reparaturdaten von derzeit 20 Fahrzeugherstellern – und somit die gleichen Informationen, die auch Vertragswerkstätten vorliegen.

» pvautomotive.de

WISSEN, WORAUF ES ANKOMMT

Mit Trainings an verschiedenen PV Standorten, schneller Hilfe per Hotline oder der elektronischen Informationsbereitstellung über PV:KOMPASS stellt PV sein Fachwissen in den Dienst des Kunden: ein Komplettservice, der sicherlich auch 2015 viel zur Kundenzufriedenheit beitragen wird.

GROSSE MARKEN IM PROGRAMM

In jedem PV Segment ergänzen hochwertige internationale Marken das Sortiment: zum Beispiel **BOSCH**, **Brembo** und **TRW** im Bereich Bremse, **Lesjöfors** in der Feder, **Meyle HD** bei Lenkungsteilen, **Sachs** bei PKW Stoßdämpfern, **Valeo** bei 4K-Kupplungskits.



ZAHLEN UND FAKTEN PV AUTOMOTIVE GMBH

Gründung » 1922
Hauptsitz » Essen
Standorte » 90
Marken » 196
Artikel » ca. 190.000
Lagerplätze » 265.000
Kommissionierleistung » ca. 66.000 Positionen/Tag



MIT EHA ENERGISCH IN DIE ZUKUNFT: INTELLIGENT. NACHHALTIG. KOSTENGÜNSTIG.

Immer mehr Händler haben Interesse daran, energieeffizient zu wirtschaften und ihre Kosten zu senken. Der langjährige TECHNO Partner EHA Energie-Handels-Gesellschaft bietet das komplette Paket an Dienstleistungen rund um Energie und legt großes Einspar-Potential für Unternehmen offen. Wodurch? Das erklärt Dirk Mithöfer, Geschäftsführer bei EHA, im Interview mit TECHNO.

Herr Mithöfer, auf welche Weise können TECHNO Autohäuser von den Energiedienstleistungen profitieren?

Dirk Mithöfer: »Wir bieten bundesweit einen umfassenden Service rund um das Thema Energie – also die Lieferung von Strom und Gas, das Controlling des Verbrauchs sowie kompetente Beratung. Wir betrachten Ihren Energieverbrauch ganzheitlich und sind in der Lage, z.B. auch feste Bestandteile des Strompreises wie die Netzentgelte und Abgaben zu senken.«

Das klingt aufwendig, besonders wenn man als Autohausbesitzer mehrere Standorte hat.

Dirk Mithöfer: »Im Gegenteil, wir sind auf Energielieferung und Energiecontrolling für Unternehmen mit mehreren Standorten spezialisiert. Wir bündeln und übernehmen das komplette Handling des administrativen Geschäfts sowie die Rechnungsprüfung. Sie als Autohausbesitzer haben dabei aber immer nur einen Ansprechpartner.«

Warum kann EHA besonders günstige Strom- und Gaspreise anbieten?

Dirk Mithöfer: »Weil wir direkten Zugang zum Großhandelsmarkt für Strom und Gas sowie zur Strombörse haben. Auf Schwankungen am Markt und vor allem bei fallenden Strompreisen können wir sofort reagieren und unseren Kunden die besten Strom- und Gaspreise sichern und 1:1 weitergeben. Es gibt bei uns keinerlei versteckte Margen.«

Jetzt handeln!
Und Strom- und Gaskosten mit EHA senken.

Schalten Sie einen Gang zurück bei den Energiekosten!

EHA – Ihr TECHNO-EINKAUF-Energiepartner

Als langjähriger Energiepartner der TECHNO-EINKAUF GmbH kennen wir genau die Bereiche in Autohäusern an denen wir ansetzen können, um Ihre Strom- und Gaskosten nachhaltig zu senken. Unsere für jeden Kunden optimierte Energielieferung und effektives Energiecontrolling erlauben es Ihnen, Ihre Autohäuser energie- und kosteneffizient auszurichten. Nehmen Sie mit uns Kontakt auf, wir freuen uns auf Sie.

Ihr persönlicher Ansprechpartner:

Florian Gerspeck, +49 40 806 006 230, f.gerspeck@eha.net, www.eha.net

Energie geht neue Wege

EHA

TECAR IST TRUMPF

WARUM DIE EIGENMARKE DOPPELT EMPFEHLENSWERT IST

Ob für den Eigenbedarf oder im Verkauf an Kunden – **TECAR hält sein Qualitätsversprechen und besticht durch faire Preise. Wie gut das ankommt, erzählen zwei erfolgreiche Aktionen aus den letzten Monaten, die jetzt in die nächste Runde gehen.**

»Der Handel muss Marken führen, die kein anderer hat: Mit Eigenmarken kann er preislich mithalten und trotzdem eine gute Kalkulation erzielen«, konstatiert Ulrich Eggert in seiner kürzlich herausgegebenen Verbundgruppen-Studie. Eine These, die TECAR gleich doppelt bestätigt: Sowohl beim Verbrauchsmaterial für Werkstätten als auch im Verkauf an den Kunden bietet die Eigenmarke preisgünstige Produkte und hohe Qualität.

Derartige Vorteile werden im zunehmenden Maße auch für die digitalen Verkaufskanäle wichtig, denn das Konkurrenzprodukt ist nur einen Klick entfernt. Hier hebt sich TECAR durch zugkräftige Aktionen von der Masse der Hersteller ab und setzt begonnene Erfolgsgeschichten fort.



TECAR

★★★★★

AUTOHAUS-EXPERTEN EMPFEHLEN TECAR LAMPEN

»Beste Qualität zum besten Preis!«

K. Niemann, Einkaufsleitung,
Gottfried Schultz GmbH & Co. KG

»Preis & Qualität sind super.
Am meisten verkaufen wir H7 und H4 – bis heute ohne Reklamationen.«

S. Yalcin, Einkaufsleitung, Teile- &
Zubehörmarkt Dahlmann GmbH

★★★★★



HV-MARD®

Marderabwehr



Marderabwehr-System nach dem Weidezaunprinzip mit dem Extraplus an Sicherheit inkl. Kurzschlusskennung

mit **Hochspannung** und **Ultraschall** gegen

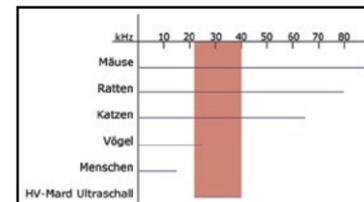


Jetzt genehmigt nach E24-R10

Kleintiere



Mit Ultraschall gegen lästige Kleintiere wie Katzen, Mäuse, Ratten und Co. inkl. wechselnder Frequenztöne



TECAR – DIE RICHTIGE WAHL FÜR AUTOHAUS UND WERKSTATT

Für den internen Werkstattbedarf überzeugt TECAR mit hoher Qualität und preiswerten Alternativen zu teuren Markenprodukten. Durch Rabatt-Aktionen und Sonderangebote ermöglicht TECAR den TECHNO Gesellschaftern immer wieder deutliche Einsparungen.

TECAR LAMPEN AKTION HIGHLIGHTS FÜR DEN WIEDERVERKAUF

Mit der Lampen-Rabattaktion brachte TECAR Licht in die dunkle Jahreszeit – und das in vielerlei Hinsicht: 5% Rabatt und spezielle Vorteilspakete machten die TECAR Lampen-Aktion im Februar zu einem vollen Erfolg. Zahlreiche Autohäuser bevorrateten sich – sie nutzten das Rabatt-Angebot und bestellten über TIBS ONLINE für ihre Werkstatt. **Mehr als 30% Umsatzsteigerung** im TECAR Lampenverkauf sprechen für sich.

Nächste **TECAR** Lampen-Aktion:
August 2015! Wir informieren Sie rechtzeitig.



TECAR – DIE BESTE EMPFEHLUNG FÜR DEN ZUFRIEDENEN KUNDEN

Endkunden setzen nicht nur auf den schnellen Preisvergleich, sondern auch auf geprüfte Qualität. Deshalb stößt das TECAR-Sortiment auf positive Resonanz, die dank weitreichender Online-Maßnahmen in diesem Jahr noch gesteigert wurde.

TECAR SOMMERREIFEN-PILOTPROJEKT DIGITALE VKF ALS DANKESCHÖN

Mit dem Verkauf des neuen Sommerreifen-Sortiments an die Autohäuser war es für die Eigenmarke TECAR in diesem Jahr noch nicht getan. Ein Pilotprojekt, welches **TECHNO** Gesellschaftern eine kostenlose, individualisierte Verkaufsunterstützung anbot, sorgte für Aufmerksamkeit: Mit gezieltem E-Mail-Marketing und einer individuellen Aktions-Website zur TECAR Sommerreifen-Kampagne konnten teilnehmende Gesellschafter auch im digitalen Segment neue Kunden gewinnen.

Das Ergebnis: 60.171 (10,74%) Empfänger öffneten das E-Mailing. Überdurchschnittliche Klickraten und Besucher, die im Schnitt deutlich mehr als eine Minute auf der Seite blieben. Beachtlich: über 10% der potentiellen Kunden nahmen am Gewinnspiel teil.

UNSER FAZIT:

Einsparungen für Autohäuser + zufriedene Kunden = **TECAR**

UNFALLFREI!

MIT DEN **MAKRA ECO-STEPS** SICHER DURCH DEN ARBEITSALLTAG

Ob Beratung und Betreuung durch Fachkräfte für Arbeitssicherheit, Prüfung von Elektrogeräten oder jetzt aktuell: die Erstellung von Betriebsanweisungen nach der GHS/CLP-Verordnung: Mit **MAKRA ECO-STEPS** sind Unternehmen immer auf der sicheren Seite.

Wo Menschen arbeiten, passieren Fehler: Mitarbeiter können in Arbeitsunfälle verwickelt sein, Unfälle können zu Sachschäden führen und Sicherheitsausfälle können den Betrieb nachhaltig schädigen. Daher sind Unternehmen vom Gesetzgeber und im eigenen Interesse gefordert, entsprechende Vorsorgemaßnahmen zu treffen.

Mit den **MAKRA ECO-STEPS** werden Gefahren frühzeitig erkannt, Risiken reduziert und ein sicheres Arbeiten gewährleistet. Dazu zählt ab 2015 auch, dass **Sicherheit in Betrieben nicht nur großgeschrieben wird, sondern Gefahren für jeden Mitarbeiter auf den ersten Blick erkennbar sind**: Ab 1. Juni müssen Gefahrstoffe nach den Regeln der GHS/CLP-Verordnung (Regulation on Classification, Labelling and Packaging of Substances and Mixtures) neu gekennzeichnet werden. Für die Einstufung werden geänderte Kriterien angewendet, das heißt u. a.: Die bisher orangefelben Gefahrensymbole werden durch die neuen, rotweißen Gefahrenpiktogramme ersetzt. Daher müssen die Betriebsanweisungen für Gefahrstoffe in den Unternehmen angepasst werden.



MAKRA erstellt nicht nur die Betriebsanweisungen nach neuen Richtlinien und betreut **TECHNO** Unternehmen durch Fachkräfte für Arbeitssicherheit, sondern unterstützt alle Mitarbeiter im Rahmen der ECO-STEPS mit weiteren umfangreichen Präventionsmaßnahmen für einen sicheren Arbeitsalltag.



ACHTUNG: AB 1. JUNI 2015 SIND BETRIEBSANWEISUNGEN NACH GHS/CLP PFLICHT!

AUF EINEN BLICK: DIE MAKRA ECO-STEPS

- » **Neu 2015: Betreuung & Beratung durch eine Fachkraft für Arbeitssicherheit**
- » **Neu 2015: Prüfung von Elektrogeräten**
gem. DGUV Vorschrift 3 – wichtig für den Brandschutz und zur Sicherstellung von Versicherungsleistungen im Schadensfall
- » **Erstellung von Betriebsanweisungen** nach GHS/CLP-Verordnung
- » **Betriebs-Check:** Audit zum Gefahrstoffmanagement, Arbeitssicherheit und Abwassermanagement mit ausführlichem Analyse-Protokoll
- » **Unterweisung gemäß Gefahrstoffverordnung und Arbeitsschutzbelehrung** (einmal jährlich vorgeschrieben)
- » **Erstellung eines Gefahrstoffkatasters**

KURZGEFASST: DAS UNTERNEHMEN MAKRA



- » Gegründet 1988, heute europaweit ca. 250 Mitarbeiter.
- » Standorte in Göppingen/Voralb (Stammsitz), Salzburg und Chemnitz (Zentrallager und Logistikzentrum).
- » Chemische Erzeugnisse für die Kfz-Branche, Handwerk und Industrie.
- » Hautschutz, Reinigungsarbeiten, Fahrzeugpflege, Kleben, Dichten, Wartung und Montage, Karosseriearbeiten, Scheibenkleben.
- » Dienstleistungsangebot im Bereich Abwassermanagement, Abscheidertechnik, Arbeitssicherheit und Gefahrstoffmanagement.
- » Mitglied im Bundesverband Fahrzeugaufbereitung (BFA) und im Bundesverband Handschutz (BVH).
- » Umfangreiches Seminarangebot zur Weiterbildung.
- » makra.com



...da stimmt die Chemie!

ECOLUTION

...natürlich sauber!

- ✓ ERSTER UNIVERSELLER POWER-REINIGER MIT EU-ECOLABEL
- ✓ NTA-, VOC- UND PHOSPHATFREI
- ✓ BIOLOGISCH ABBAUBAR
- ✓ SCHNELLTRENNEND



EU Ecolabel: DE/020/251



Gut für die Umwelt...
 • geringere Auswirkung auf Wasserorganismen
 • weniger gefährliche Stoffe
 • weniger Verpackungsabfall
 • klare Gebrauchsanweisungen
 ...gut für Sie.



www.makra.com



VOLLKOMMEN ZU RECHT!

RECHTLICHE SICHERHEIT BEIM VERSORGUNGS-MANAGEMENT MIT TPM

Das **TECHNO PENSIONS-MANAGEMENT (TPM)** bietet seit 2014 allen **TECHNO** Gesellschaftern und deren Mitarbeitern maßgeschneiderte Lösungen für ihre betrieblichen Versorgungssysteme. Mit enthalten: **Umfassende Experten-Gutachten, die Risiken offenlegen und rechtliche Sicherheit garantieren.**

Nur die wenigsten Unternehmen kennen die Risiken, die mit dem Anspruch auf Betriebsrentenversorgung verbunden sein können.

Was viele nicht wissen: Eine Betriebsrente ist keine reine Versicherung und es müssen immer auch spezielle rechtliche Vorschriften und Pflichten wie Aufklärung, Information und Fürsorge eingehalten werden. Bei Nichtbeachtung können sich daraus **Schadenersatzansprüche** (zum Beispiel Nachfinanzierungsforderungen) gegenüber dem Arbeitgeber ergeben.

Speziell zur Absicherung von **TECHNO** Gesellschaftern und deren Fachkräften hat TPM eine gutachterliche Expertise entwickelt, die alle vorhandenen Zusagen hinsichtlich arbeitsrechtlicher Regelungen und Vorschriften analysiert. In diesem Prozess werden zum Beispiel versicherungsförmige Rückdeckungsverträge daraufhin überprüft, ob sie die Versorgungszusagen konform abbilden und somit das Versorgungsversprechen des Arbeitgebers eingelöst werden kann. Abschließend fasst TPM sämtliche Prüfpunkte in einer schriftlichen und visuellen Aufstellung zusammen und gibt den Gesellschaftern Empfehlungen zum weiteren Vorgehen.

Ob eine Überprüfung Ihrer Betriebsrenten-Versorgungssysteme sinnvoll ist? **Finden Sie es mit dem TPM Kurzcheck heraus.**

Weitere Informationen erhalten Sie hier:

» **Beratungs-Hotline: 0911.548 59 75 0**

» **techno-pm.de**

TPMTM **TECHNO**
PENSIONS-MANAGEMENT

» CHECKLISTE – BETRIEBLICHE VERSORGUNGS- SYSTEME IN IHREM UNTERNEHMEN

Ob Sie einen Schutz-Brief brauchen, zeigt Ihnen dieser Kurzcheck. Wenn Sie eine oder mehrere Fragen mit »Nein« oder »Weiß nicht« beantworten, sollten Sie mit uns sprechen.

1. Gibt es ein Regelwerk zur betrieblichen Versorgung? (Versorgungsordnung bzw. Betriebsvereinbarung?)
 ja nein nicht bekannt
2. Schließen die vorhandenen Zusagen ein Nachfinanzierungsrisiko für die Firma aus?
 ja nein nicht bekannt
3. Prüfen Sie vor der Übernahme die Versorgungszusagen neuer Mitarbeiter?
 ja nein nicht bekannt
4. Sind Invalitätsabsicherungen (Berufsunfähigkeitschutz) in den Zusagen ausgeschlossen?
 ja nein nicht bekannt
5. Haben Sie zu allen Beratungen eine Protokollierung und zu jeder Zusage eine arbeitsrechtliche Vereinbarung?
 ja nein nicht bekannt
6. Sind alle Mitarbeiter zu den Möglichkeiten der betrieblichen Versorgung informiert?
 ja nein nicht bekannt
7. Werden Ihre Mitarbeiter regelmäßig zu wichtigen gesetzlichen Änderungen informiert?
 ja nein nicht bekannt
8. Haben Sie einen zentralen Ansprechpartner (Berater) zu den betrieblichen Versorgungssystemen?
 ja nein nicht bekannt

Den Kurztest und weitere Informationen zu TPM finden Sie hier



GEMEINSAME SACHE.

GEBÜNDELTE KOMPETENZ UND EINZIGARTIGE BETREUUNG



Mit nur **EINEM** System für **ALLE** Schadensarten halten die **CAR SERVICE PORTAL GmbH (CSP GmbH)** und die **DEUTSCHE AUTOMOBIL TREUHAND (DAT)** jetzt noch flexiblere Lösungen für **TECHNO** Gesellschafter bereit.

Professionelles Schaden-Management und ein Plus an Kundenbindung: Dafür geht die CSP GmbH jetzt gemeinsame Wege mit der DAT und vertreibt ab Juni 2015 das leistungsstarke Onlinetool **SilverDAT® myclaimPRO** für eine schnelle Abwicklung bei Glas-, Kasko- und Haftpflichtschäden mit persönlicher Unterstützung im Forderungsmanagement.

Ausführliche Informationen und alle Vorteile auf einen Blick stellen wir aktuell allen **TECHNO** Gesellschaftern zusammen. Sie finden diese Mitte Juni in Ihrem Briefkasten.

» Bei Interesse vorab

beantwortet Isabelle Teyfel Ihre Anfragen gern: **E: teyfel@carserviceportal.de | T: +49(0)351.320 446-520**



DICHT HALTEN!

EINFACH & UMWELTBEWUSST MIT HENI KÜHLMITTELLECKS AUFSPÜREN

Wenn die **Auto-Klimaanlage leckt**, zählt das zu den **größten Herausforderungen für die Werkstatt**. Zwar gibt es viele Verfahren, **Undichtigkeiten aufzuspüren**, doch nur die **wenigsten sind effektiv und umweltfreundlich zugleich** – **Formiergas-Lecksuch-Sets von HENI** schaffen Abhilfe.

Wenn Klimaanlagen in Autos nicht mehr richtig kühlen, liegt das meist an Kältemittelverlust durch Leckagen.

Auf der Suche nach der genauen Ursache bleiben Werkstätten mit den falschen Methoden finanziell und nachhaltig auf der Strecke: So ist das ehemals gängige Verfahren, undichte Klimaanlagen erneut mit dem Kältemittel R134a zu befüllen, aufgrund der hohen Klimaschädlichkeit verboten und kann zu einem Bußgeld von bis zu 50.000 € führen. Hingegen ist die Lecksuche per Stickstoffprüfung zwar ökologisch unbedenklich, birgt aber das Risiko, dass die Leitungen mit einem weit über die Betriebsbedingungen reichenden Druck mit Stickstoff befüllt werden müssen.

KFZ und Klimaprofis sind sich einig: Die effektivste, schnellste und vor allem rechtlich und ökologisch unbedenklichste Methode ist die **Ortung mit Formiergas** und einem **Wasserstoff-Lecksucher**. Die entleerte Klimaanlage wird dafür mit Formiergas (95 % Stickstoff, 5 % Wasserstoff) bei unbedenklichen 5 Bar befüllt. Da selbst an kleinsten Undichtigkeiten Wasserstoff austritt, wird das Leck mit dem

Wasserstoff-Lecksuchgerät einfach und bequem detektiert – das dauert in der Regel nicht länger als 5 Minuten und **spart Kosten und Zeit** für aufwendige Demontagen.

BESTENS GERÜSTET: HENI FORMIERGAS-LECKSUCH-SETS

Neben einer Gasflaschenkarre enthalten die Heni Lecksuch-Sets alle nötigen Anschluss- und Prüfarmaturen, sowie ein **Wasserstoffgas-Suchgerät mit Doppelsensorik**, wodurch eine Querempfindlichkeit zu anderen Gasen ausgeschlossen wird. Es wird also ausschließlich der aus der Undichtigkeit austretende Wasserstoff registriert und das Leck im Handumdrehen aufgespürt.

Bei Fragen:
T: 02191.955 80

HENI

» heni.de

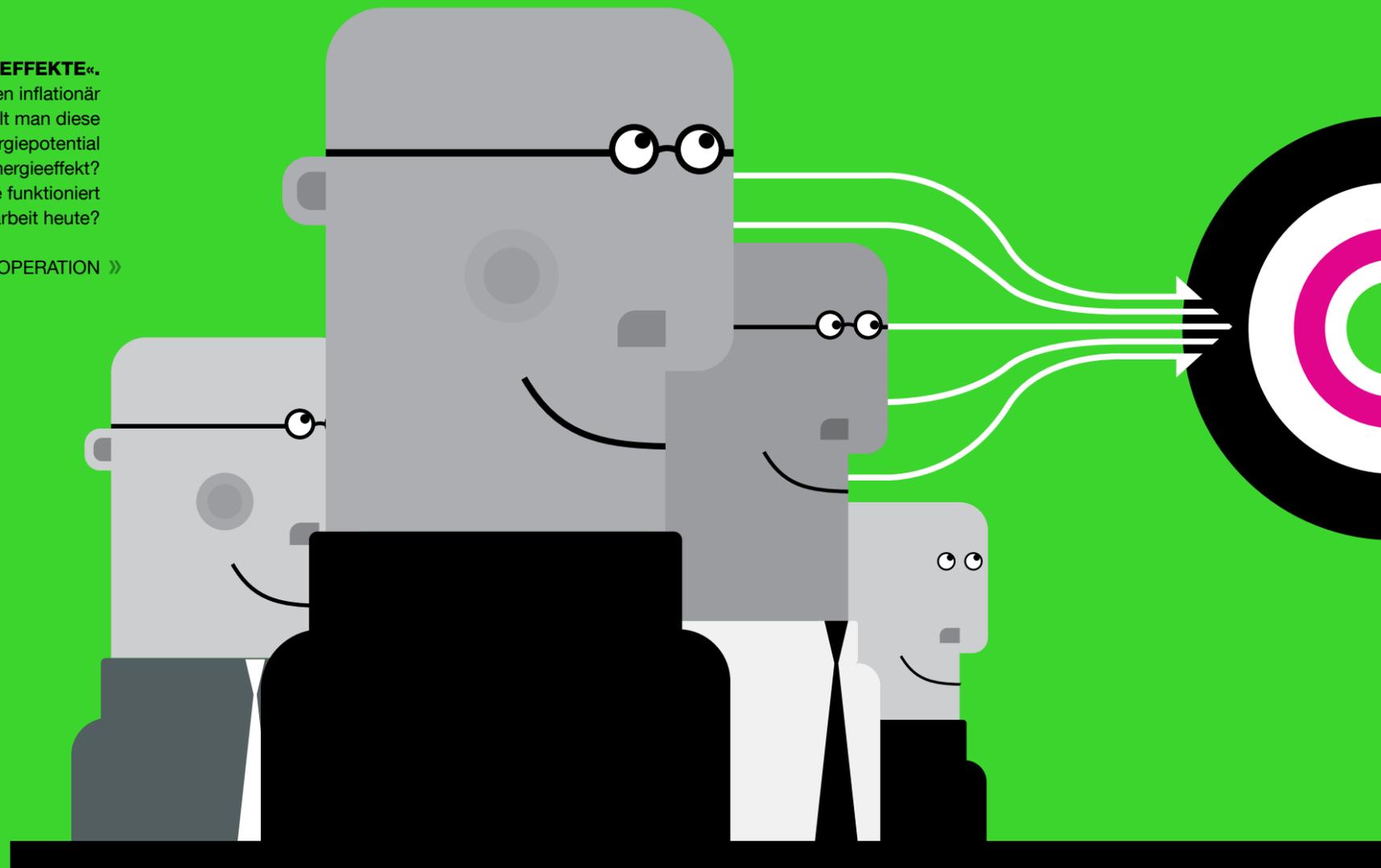


SHARED SUCCESS

»SHARE ECONOMY«, »COOPETITION«, »SYNERGIE-EFFEKTE«.

Worte, die in der Wirtschaft nicht selten inflationär verwendet werden. Doch wie füllt man diese »Buzzwords« mit Inhalten? Wann wird Synergiepotential zum hochgepriesenen Synergieeffekt? Oder noch einfacher gefragt: Wie funktioniert erfolgreiche Zusammenarbeit heute?

Eine Spurensuche bei TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION »





SYNERGIE



Schon Aristoteles wusste das bedeutungsschwere Wort mit dem treffenden Satz »Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile.« zu umschreiben.

Doch der Begriff, der im Grunde nichts anderes als »Zusammenarbeit« bedeutet, geht noch weiter zurück. Er ist seit jeher Teil der menschlichen Natur: Nur durch die Synergie von Muskeln und Gehirn kann der Mensch unabhängig denken und handeln – und zieht daraus einen nicht unerheblichen Nutzen, den Synergieeffekt.

Heute lässt sich dieses Konzept in so gut wie allen Lebensbereichen beobachten: In der Politik, in der Natur und vor allem in der Wirtschaft, wo das Wort seit Öffnung der Märkte in den 90er Jahren fest verankert ist. Ob Fusionen, Kooperationen oder Übernahmen – Zusammenschlüsse werden zum Trend und immer öfter hoffen Unternehmen, dass sich in der »gemeinsamen Sache« auch das »gemeinsam sind wir stark« bewahrheitet.

Doch warum sind einige Synergien erfolgreich und andere wiederum von Anfang an zum Scheitern verurteilt? Was sind die Voraussetzungen, dass sich der positive Effekt nicht nur kurz, sondern auch auf Dauer einstellt? Wie gelingt es, die unterschiedlichen Interessen gerade bei mehr als zwei Partnern unter den sprichwörtlichen »Hut« zu bringen?

TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION kann hier ohne Übertreibung als Musterbeispiel dienen: Die Kooperation markengebundener Autohäuser besteht seit bald 50 Jahren und zählt mittlerweile mehr als 145 Gesellschafter.

Der Schlüssel zum Erfolg? Zunächst einmal sind ähnliche Interessen und Ziele, die als wichtigster Indikator für eine erfolgreiche Zusammenarbeit gelten, gegeben. Daneben, so zeigt sich, fußt das Modell auf verschiedenen Säulen, die sich mit den Jahren zu Garanten für erfolgreiche Synergien entwickelt haben:

Synergie (griechisch συνεργία, synergía, oder συνεργισμός, synergismós, »die Zusammenarbeit«) bezeichnet das Zusammenwirken von Lebewesen, Stoffen oder Kräften im Sinne von »sich gegenseitig fördern« bzw. einen daraus resultierenden gemeinsamen Nutzen.

de.wikipedia.org



EFFEKTE

» STABILITÄT & SICHERHEIT

Unternehmen, die sich weiterentwickeln und expandieren wollen, sehen sich gewissen Risiken ausgesetzt. Im Verbund gelingt es, einige Risiken zu minimieren: Durch Steuerung und Regulierung der Preisentwicklungen, durch ein Netz aus langfristigen Kontakten und nicht zuletzt dank einer zentralen Bündelung von Kräften, die dem einzelnen Gesellschafter ein Fundament für seine Vorhaben bietet.

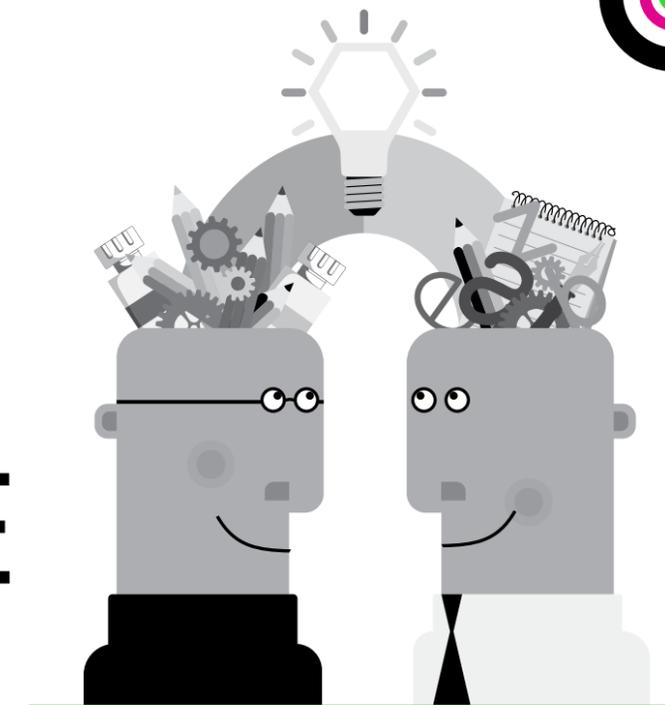
» ERFOLG & ERTRAG

Schon seit den Anfangstagen von **TECHNO** hat sich gezeigt, dass die »Macht der Masse« sich auszahlt. Denn gerade im Einkauf können Preise marktgerecht gestaltet und Kosten gesenkt werden. Diese Erkenntnis wurde bei **TECHNO** über die Jahre auch auf andere Bereiche ausgeweitet.

» INNOVATION & IMPULSE

TECHNO ist vom reinen Einkaufsverbund der 60er Jahre zur bestvernetzten Autohaus-Kooperation Deutschlands herangewachsen. Zukünftig gilt es das Synergiepotential der Kooperation über den Beschaffungsmarkt hinaus auch auf den Absatzmarkt auszuweiten.

Das bedeutet nicht, dass sich die Partner bedingungslos anpassen oder ausnahmslos gleiche Angebote im Portfolio haben. Vielmehr war und ist es das Ziel, von und miteinander zu profitieren, Antworten auf veränderte Rahmenbedingungen zu finden, neue Konzepte zu realisieren und die Weichen für die Zukunft zu stellen.



» ZUKUNFT & ZUVERSICHT

Mit neuen Impulsen erschließt **TECHNO** – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION für und mit seinen Gesellschaftern seit Jahren systematisch neue Felder. Das Ergebnis: praxisnahe Lösungen in Bereichen wie Schaden-Management, Vermiet-Systeme oder neue Bestell-Konzepte.

Ein Bereich, in dem eine Lösung dieser Art bislang noch aussteht, ist die Antwort auf die Entwicklungen der Digitalisierung und der zunehmenden Konkurrenz durch Online-Plattformen wie Autoteile24 und Co.

Bei der Suche nach zukunftsfähigen Modellen beim Thema E-Commerce waren Gesellschafter und Autohäuser bisher auf sich alleine gestellt und konnten nur vereinzelt nachhaltig profitable Ergebnisse erzielen. Dabei liegt die Lösung auf der Hand: Durch einen Zusammenschluss der Gesellschafter in Sachen E-Commerce und einer Kombination aus Online-Vermarktung und stationärem Handel ergibt sich die Aussicht auf neue Kundengruppen und gesicherte Anteile in einem hart umkämpften Markt – bei gleichzeitiger Reduzierung der notwendigen Investitionen für den einzelnen.

Mit dem auf den **TECHNO UNTERNEHMER-TAGEN 2015** in Köln und Würzburg vorgestellten E-Commerce-Konzept »**AUTOTEILE + SERVICE**« ist seit Kurzem jedoch auch in diesem wichtigen Bereich eine erfolgversprechende Lösung in Sicht.



SYNERGIE- COMMERCE

AUTOTEILE
PLUS
SERVICE.DE
POWERED BY TECHNO 

Es ist längst keine ungewöhnliche Neuigkeit mehr, dass unsere Gesellschaft zunehmend digitalisiert wird. Wir kommunizieren, recherchieren und kaufen zunehmend online. Kleidung, Elektrogeräte oder Spielzeug – Kunden suchen über die gängigen Suchmaschinen und bestellen beim Online-Versandhandel ihres Vertrauens.

Das ist im Bereich Autoservices & Ersatzteile nicht anders:

- » 80% der Smartphone-Nutzer informieren sich online über regionale Services.
- » 100.000 Suchanfragen gingen allein im April bei Google zu dem Begriff »Reifen« ein.
- » Um die 1 Milliarde »Online-«Umsatz wurde 2014 im Bereich Auto- und Motorrad-Zubehör erreicht.

Umsatzzahlen und Potentiale, die für sich sprechen und viele TECHNO Gesellschafter und Autohäuser zu Recht fragen lassen: Wo ist unser Stück vom Kuchen? Warum überlassen wir Wettbewerbern das ganze Feld? Andere wiederum geben zu Bedenken: Sind wir nicht ohnehin schon zu spät? Brauchen wir jetzt noch einen neuen Online-Shop?

Viele offene Fragen und Meinungen. Zeit, den Antworten auf den Grund zu gehen.

AUTOTEILE + SERVICE VORTEILE AUF EINEN BLICK

- » Transparentes Lizenzgebührenmodell
- » Top-Platzierungen in Suchmaschinen-Rankings
- » Umsatz und Traffic beim Gesellschafter
- » Individuelle Sortiments- und Preisgestaltung
- » Zugang zu neuen Kundengruppen
- » Erweiterter Service für Stammkunden
- » Kombiniertes System aus Onlinemarketing und stationärem Handel
- » Kundenzuführung in die Werkstatt

»Einen E-Shop kann ich auch alleine machen ...«

Theoretisch stimmt das. Es gibt mittlerweile leicht konfigurierbare Shop-Systeme, die für wenig Geld zu haben sind und mit ein paar Mausklicks für die eigenen Zwecke eingerichtet werden können. Schwieriger wird die Sache allerdings, wenn man mit seinem Shop auch gute Umsätze machen will. Hier gilt: Wer im Internet erfolgreich verkaufen möchte, muss vor allem eine professionelle E-Business-Infrastruktur schaffen – etwas das alleine eine kaum zu bewältigende Aufgabe ist. Die Realisierung im Verbund bietet zudem Einsparungspotential von 80 % gegenüber der Umsetzung in Eigenregie.

»Der Onlinehandel ist doch ohnehin übersättigt von Autoteile24 und Co.!«

Das ließe sich ändern. Ein Verbund wie TECHNO kann die Nachteile, die »Großkonzerne« wie Autoteile24 mit sich bringen, durch die lokale Stärke von 1.600 Gesellschafter Standorten in Deutschland zu seinem Vorteil nutzen: So punkten mittelständische Händler durch schnellen, individuellen Kundenservice und persönliche Betreuung in der Region – Klasse in der Masse, die sich auch online immer häufiger durchsetzt. Und das auch ohne TV-Werbebudgets.

»Google macht doch, was es will! Und SEO machen wir ohnehin schon.«

Das stimmt nicht ganz. Auch Google unterwirft sich bestimmten Regeln und ist in gewisser Weise steuerbar – man muss vor allem die Suchmaschinen-Algorithmen besser zu nutzen wissen und »Double Content« durch entsprechende Programme vermeiden. In einem Verbund passiert das automatisch und ohne riesiges Investment: Durch den Zusammenschluss vieler Mitglieder in einem einzigen Online-Shop wird die Auffindbarkeit für relevante Suchbegriffe drastisch erhöht und regionale Händler rutschen in der Trefferliste nach oben.

»Big Data – kann das nicht auch Big Trouble bedeuten?«

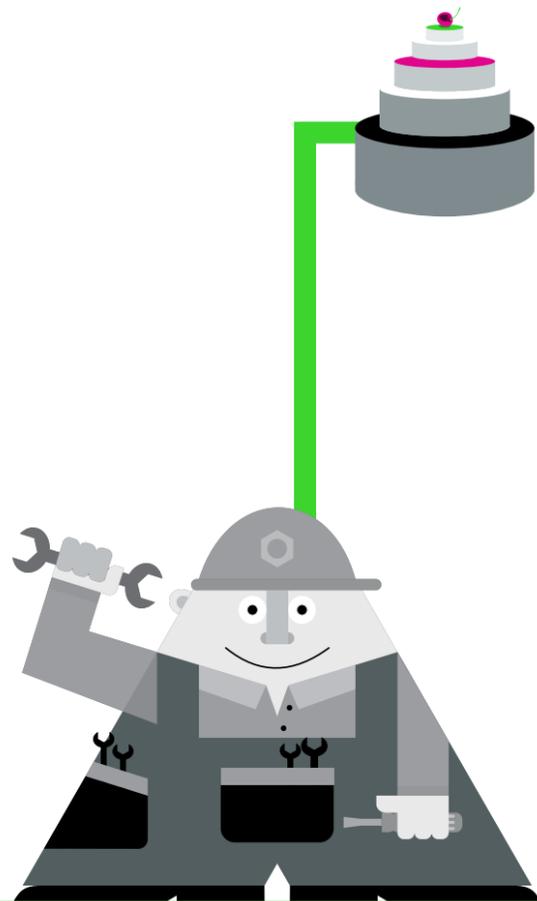
Nicht, wenn man die Regeln vorher eindeutig festlegt. Big Data bedeutet nämlich vor allem einen Wettbewerbsvorteil für Händler, die aus der Kombination von Daten und Produkten die Wünsche ihrer Kunden ableiten können. Um Datenkorruption zu vermeiden, wird im kommenden TECHNO System »AUTOTEILE + SERVICE« garantiert, dass alle persönlichen Kundendaten dem Gesellschafter zu 100 Prozent gehören – anders als bei Anbietern wie Amazon oder eBay.

»Bleibt in einem zentralen Online-Shop der einzelne Händler nicht auf der Strecke?«

Die Sorge vor einer drohenden Kannibalisierung der eigenen Kanäle ist unberechtigt: Durch eine intelligente Link-Struktur bringt ein zentraler Online-Shop regionale Kunden weiterhin direkt in das nächstgelegene Autohaus. Zur gleichen Zeit liegt die Produkt- und Preishoheit für Serviceprodukte zu 100 Prozent beim Gesellschafter und kann autonom gesteuert werden. Damit bleibt die Individualität der einzelnen Autohäuser bestehen.

»Butter bei die Fische! Warum sollte ich einen Online-Shop gerade mit TECHNO machen?«

- » Durch den Zusammenschluss steigen einzelne Gesellschafter ohne Zusatzinvestition im Google Ranking auf.
- » Das eigene Sortiment bleibt individuell nutzbar, Umsatz und Traffic liegen beim Gesellschafter.
- » Der Service für Stammkunden wird erweitert, der Zugang zu neuen Kundengruppen erleichtert.
- » Kleinartikel sorgen für zusätzliche Umsätze – Abwicklung und Koordination erfolgen über TECHNO.
- » Die Kundendaten gehören dem Gesellschafter, Sicherheit und Datenschutz werden garantiert.



STICHWORT: E-COMMERCE

NACHGEFRAGT BEI HANS-JÜRGEN PERSY

Mit der Plattform »AUTOTEILE + SERVICE« schiebt TECHNO ein E-Commerce-Projekt zur nachhaltigen Erhöhung der Kundenfrequenz im stationären Autohandel an. Wir sprachen mit dem Vorstandsvorsitzenden der LöhrGruppe und TECHNO Aufsichtsrats-Mitglied, Hans-Jürgen Persy, über das Konzept und die damit verbundenen Herausforderungen.

Herr Persy, Stichwort »Auto-Branche & E-Commerce«: Was ist für Sie die wichtigste Entwicklung der letzten Jahre hinsichtlich Kaufverhalten, Internetnutzung etc.?

H-J. Persy: »Schlagworte wie ›big data‹, ›web 2.0‹ und ›Industrie 4.0‹ beschreiben bereits sehr treffend, was passiert, nämlich die Digitalisierung nahezu aller Bereiche der Wirtschaft. Genau genommen leben wir in einer Zeit, in der Wirtschaft mehr und mehr zur Datenwirtschaft wird.

Uns bleibt die Aufgabe, aus dieser Erkenntnis um Digitalisierung, Dongles, Leads, Schnittstellen, Nutzerprofile, Datenschutzerklärungen, etc. ein möglichst selbstbestimmtes Geschäftsmodell abzuleiten, das trägt.«

Was gab letztlich den Ausschlag für Sie am TECHNO E-Commerce Projekt teilzunehmen?

H-J. Persy: »Der Autohandel ist im Bereich E-Commerce insgesamt noch unter dem Motto ›Jugend forscht: unterwegs und auch wir, bei der LöhrGruppe, sammeln Erkenntnisse. Die Materie und die diversen Sachzusammenhänge sind komplex, die vermeintlichen Lösungen wie relevante Schnitt- und Schaltstellen alles andere als trivial.

Mit Blick auf einschlägige Fahrzeugportale lässt sich feststellen: Der digitale Vertrieb kann ein relevanter, vorrangig nachlassinduzierter Absatzkanal im volumengetriebenen Neuwagenbereich sein. Im Premiumvertrieb des Fahrzeughandels wird er, bis auf weiteres, nicht DER relevante Absatzkanal werden. Das ist unser derzeitige Eindruck.

Beim TECHNO E-Commerce Projekt ist der Ansatz und auch der Verknüpfungszusammenhang ein grundlegend anderer; es geht um Autoteile und Service.«

»Ich finde die Konzeption intelligent und wegweisend.«

Was versprechen Sie sich von dieser Plattform?

H-J. Persy: »Sie liefert uns die Möglichkeit, Mechanismen der digitalen Welt zu verstehen und daraus unternehmerische Schlüsse zu ziehen. Künftig wird in unseren Autohäusern die Abteilung die erfolgreichste sein, die sich um das wichtigste Gut der Digitalisierung kümmert: Daten.«

Gibt es etwas, was Sie heute anderen interessierten TECHNO Autohäusern/Gesellschaftern mit auf den Weg geben würden?

H-J. Persy: »Der Erfolg und die Wirkung dieser Plattform wird davon abhängen, wie viele der TECHNO Autohäuser/ Gesellschafter mitmachen. Vor uns liegt eine beachtliche Chance, die wir gemeinsam – und damit unter Kostengesichtspunkten – sehr effizient nutzen können.

Die Zeit ist reif für einen gemeinsamen Aufschlag. Der TECHNO-Leitsatz bringt es auf den Punkt: Wenn man schnell voran kommen will, muss man alleine gehen. Wenn man weit kommen will, muss man zusammen gehen!«

Und noch ein Blick in die Zukunft: Welches Bild haben Sie vom stationären Autohandel im Jahr 2025?

H-J. Persy: »Wenn ich das wüsste. Ich vermute, in der Bewältigung des Alltags, wie Lebensmittel besorgen, Dienstleistungen beauftragen oder regionale Mobilität zu organisieren wird sich Signifikantes bewegen.

Im Autohandel wird sich der Druck auf den ›Gemischtwarenbetrieb‹ weiter erhöhen. Im exklusiven Premiumsektor werden sich noch weitaus professionellere, markenspezifische Strukturen gebildet haben. Der Volkswagen Konzern und seine Marken werden hier zu den Vorbildern und Vorreitern gehören und an diversen Formatbeispielen zeigen, wie es gehen kann. Ich bin zutiefst davon überzeugt, dass den Vertriebsprofis eine gute Zukunft bevorsteht und – zumindest im Premiumsektor – Menschen weiterhin bei Menschen kaufen werden. Der Rahmen mag sich ändern, der Wunsch nach exklusiver, effizienter Beratung und Betreuung wird bleiben. Oder gar steigen. Die Frage ist, wie das auf der Vergütungsseite gestaltet werden kann.

Um im Bereich Autoteile und Service Schritt halten zu können, bedarf es an Kreativität, Veränderungsbereitschaft und Experimentierfreude. Hier können starke Zweckgemeinschaften und Netzwerke sehr hilfreich sein.

TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION ist eine solche Instanz, die ständig an sich und an modernen Lösungen arbeitet, um die Kundenfrequenz im stationären Autohandel zu sichern und möglichst nachhaltig auszubauen.«



NACHLESE: TECHNO UNTERNEHMER-TAGE 2015

Auf den UNTERNEHMER-TAGEN 2015 zum hochaktuellen Thema E-Commerce wurde in Köln und Würzburg nicht nur das aktuelle E-Commerce-Konzept vorgestellt, sondern auch zahlreiche offene Fragen beantwortet. Die überdurchschnittlich hohe Teilnahmequote sowie der intensive Austausch unterstreichen einmal mehr die hohe Relevanz einer gemeinsamen Lösung im Verbund.

Dabei trieb die Gesellschafter vor allem eine Frage an: »Wie schaffen wir es, uns als Verbund auf dem Online-Markt besser zu behaupten und zu positionieren?«

Die Vorträge »Der Kunde im Netz: Erfolgskonzept E-Commerce«, »Der Kunde empfiehlt: Bewertungs-Portale – Marketing 2.0« und auch das Thema »TECHNO PENSIONS-MANAGEMENT« (siehe S. 18) wurden mit großem Interesse aufgenommen und im Anschluss rege von Referenten und Gesellschaftern diskutiert. Dabei wurde vor allem deutlich, dass es zum komplexen Thema E-Commerce und der geplanten Ausgestaltung des Portals »Autoteile plus Service« noch den ein oder anderen Punkt zu klären galt: »Wer pflegt den Shop?« »Wie halten wir unser Preisniveau?« oder »Bei wem genau landet der Kunde in einem Service-Chat?« waren nur einige der zentralen Fragen, die von den TECHNO Geschäftsführern Georg Wal-lus und Dietmar Scheck sowie den Entwicklern des Shopsystems Uwe Hasenbeck, Thorsten Heisel und Herbert Hartung direkt vor Ort beantwortet werden konnten.

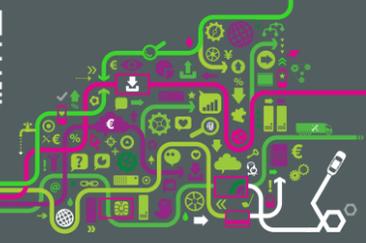
Aufsichtsratsvorsitzender Kurt Kröger ist überzeugt von der Zukunftsfähigkeit des Konzepts und unterstrich die Wichtigkeit für die Autohaus-Kooperation: »Der Aufsichtsrat unterstützt dieses Konzept geschlossen und aus vollster Überzeugung. Noch wichtiger jedoch ist es, dass Sie als Gesellschafter diese Strategie unterstützen und mittragen:



Nicht, weil das Thema heute in aller Munde ist, sondern weil wir von der Notwendigkeit dieses Schrittes und von dem skizzierten Weg überzeugt sind. Lassen Sie uns diesen entscheidenden Schritt in Richtung Zukunft gemeinsam gehen – und gemeinsam profitieren.«

Im besten Fall nicht als Ersatz, sondern als Ergänzung zu Ihrer Teilnahme an einer der spannenden Veranstaltungen stehen die wichtigsten Fragen und Antworten aus Würzburg und Köln zum Download für Sie bereit:

» technoeinkauf.de/downloads/e_com_faq.pdf



BRÜDER IM GEISTE

OT REGIO MÜNSTER – START EINER NEUEN ÄRA DER AUTOHAUS-KOOPERATION

OT^T REGIO MÜNSTER
POWERED BY TECHNO



DIE VORTEILE VON OT REGIO AUF EINEN BLICK

- » Der **Kundenstamm** wird nachhaltig und systematisch aufgebaut.
- » Das **OT-Geschäft für die Segmente II, III und IV** wird zurückerobert und gesteigert.
- » Rückläufige **Umsatzzahlen in den Bereichen Service und OT** werden aufgefangen.
- » Logistische **Fixkosten werden gesenkt**.
- » **Boni der Markenhersteller** können gehalten und ausgebaut werden.
- » **Umsatzpotentiale im Bereich der TECHNO Handelswaren-Sortimente** werden erweitert.

- » **BERESA**
- » **Autohaus Brüning**
- » **Knobel**
- » **Rahenbrock**
- » **Rump**
- » **WIESMANN**

»Paradigmenwechsel« ... »Paradebeispiel« ... »Logischer nächster Schritt«, für OT REGIO, das TECHNO Konzept zur gemeinsamen Originalteile-Vermarktung, lassen sich zahlreiche treffende Begriffe finden. Mit **OT REGIO MÜNSTER** machen sich aktuell einige TECHNO Gesellschafter daran, aus einem erfolgversprechenden Konzept eine Erfolgsgeschichte zu machen und nebenbei eine neue Ära einzuläuten.

DAS REZEPT:

SYNERGIEN NUTZEN UND GEMEINSAM PROFITIEREN

»Es war höchste Zeit! Der zunehmende Wettbewerb im OT-Bereich forderte eine Neuorientierung, die mit OT REGIO endlich in einem klaren Konzept mündete – einem Konzept, mit dem die rückläufige Entwicklung im Service- und OT-Umsatz gebremst und die Abwanderungstendenz der Endkunden-Segmente II, III und IV zum wertschöpfenden Faktor wird«, so TECHNO Geschäftsführer Georg Wallus. »Wir freuen uns, dass wir gemeinsam mit den Gesellschaftern von OT REGIO MÜNSTER das vielversprechende Konzept jetzt auf die Straße bringen.«

OT REGIO – ANTWORT AUF DIE HERAUSFORDERUNGEN IM MARKT

Mit dem Vertriebs- und Tourenplanungskonzept OT REGIO schließen sich markengebundene Autohäuser zu einer regionalen Interessenvertretung zusammen: Sie bieten ihren Kunden eine Plattform für effiziente markenübergreifende Bestellabwicklung und Lieferung. Der Effekt: zusätzliche Umsatzpotentiale, nachhaltiger Ausbau des Kundenstamms und Synergieeffekte bei der Abwicklung.

»COOPETITION« – UNSER KONZEPT FÜR DEN MARKT VON MORGEN

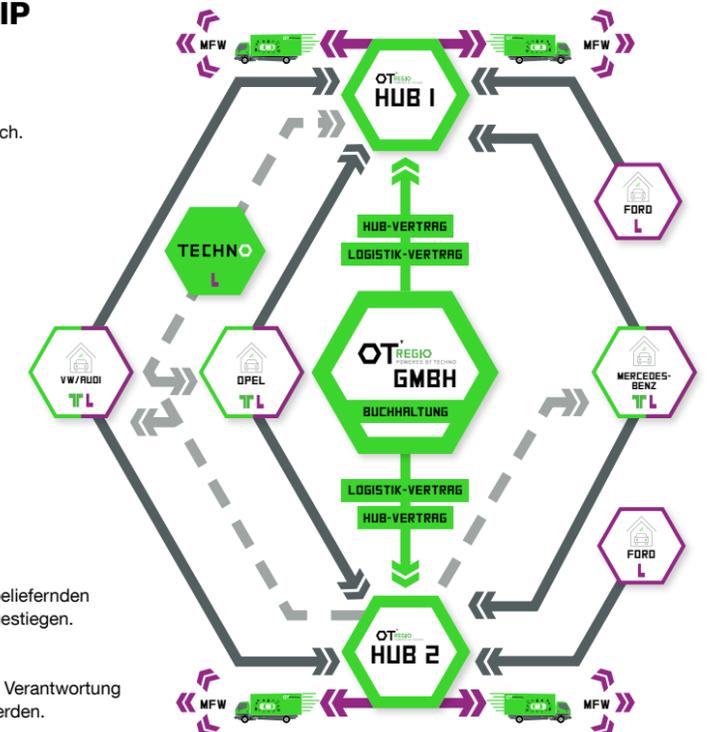
Mit OT REGIO werden die weitreichenden Synergieeffekte offensichtlich: Ursprünglich Wettbewerber im umkämpften Automobil-Sektor, werden die Autohäuser unterschiedlicher Marken hier zu Partnern, die sich wechselseitig und nachhaltig unterstützen.

GEWINNBRINGENDE SYNERGIEN FÜR AUTOHAUS UND FREIE WERKSTÄTTEN

Nicht nur die unterschiedlichen Autohäuser, sondern auch freie Werkstätten nutzen Synergien – sie alle profitieren von den Vorteilen regionaler Vernetzung.

ALLES AUS EINER HAND: SO FUNKTIONIERT DAS OT REGIO PRINZIP

- GESELLSCHAFTER & Lieferant von Originalteilen.**
Belieferung der HUBs mit TECHNO Produkten ist ebenfalls möglich.
- LIEFERANT** von Original-Teilen (siehe FORD)
- OT REGIO GMBH** schließt die Verträge:
HUB-Vertrag, Logistik-Vertrag & Buchhaltungs-Vertrag
- TECHNO** beliefert die HUBs mit Verbrauchsmaterial, Werkstattausrüstung und Zubehör – die Belieferung kann auch an die TECHNO Gesellschafter erfolgen.
- HUB:** Das HUB bildet das Lager. Zudem werden alle Touren geplant und die Touren-Fahrzeuge werden zur Verfügung gestellt.
- TOUREN:**
Schnelle Lieferung – mehrfach täglich. Die markenfreien Werkstätten werden 2x täglich aus dem HUB heraus beliefert. Die Transportmittel sind über die GmbH geleast.
- MARKENFREIE WERKSTÄTTEN (MFW):**
Gebündelte und bedarfsgerechte Belieferung. Die Anzahl der zu beliefernden markenfreien Werkstätten ist durch OT REGIO auf ca. das 3-fache gestiegen. Kostenvorteile und Synergien inklusive.
- HUB BETREIBER** kann ein Gesellschafter sein. Ebenso kann die Verantwortung für Buchhaltung und Tourenplanung (inkl. Fahrer) übernommen werden. Die Kosten werden OT REGIO GmbH in Rechnung gestellt.



OT REGIO IN DER PRAXIS?

NACHGEFRAGT BEI THOMAS SPIEGELHALTER

Mit OT REGIO MÜNSTER haben sechs große Autohäuser mit 16 Marken das Konzept auf die Straßen des Münsterlandes gebracht. Und mit OT REGIO OSNABRÜCK ist bereits der nächste Wirtschaftsraum mit 3 Autohäusern und 12 Marken am Start. Wir sprachen mit Thomas Spiegelhalter, Geschäftsführer von BERESA, über die bisherige Umsetzung und die damit verbundenen Herausforderungen.

Herr Spiegelhalter, was gab letztlich den Ausschlag, mit OT REGIO MÜNSTER an den Start zu gehen?

T. Spiegelhalter: »Wie wir alle wissen, ist das Originalteile-Geschäft und der Service eine wichtige Ertragssäule im Autohaus.

In den letzten Jahren mussten die Autohäuser in den entsprechenden Segmenten aufgrund eines sehr intensiven Wettbewerbsumfeldes einen immer größer werdenden Loyalitätsverlust hinnehmen. Und damit gleichzeitig einen enormen Einschnitt in den Erträgen.

Hier reicht es nicht aus, mit einer entsprechenden Marketingkampagne dagegen zu halten, um im Wettbewerb mit dem freien Teilehandel zu bestehen und damit die Ertragslage im Originalteile-Geschäft zu stabilisieren.

Von daher lag es nahe, unser Know-how in der Zuordnung von Originalteilen und unsere regionale Stärke mit anderen markengebundenen Autohäusern zu bündeln und somit ein außergewöhnliches, gesamtheitliches Mehrmarkenprogramm auf der Originalteile-Seite für markenfreie Werkstätten zu initialisieren.«

Was versprechen Sie sich langfristig von der Einkaufs- und Vertriebs-Kooperation?

T. Spiegelhalter: »Durch den Zusammenschluss mit anderen markengebundenen Autohäusern unter OT REGIO erreichen wir eine Markenabdeckung in der Region von mehr als 80 %.

Darüber hinaus reduzieren sich für jeden einzelnen Teilnehmer die Logistikkosten. Dies kann man ganz einfach an einem Beispiel erläutern: Alle Kollegen hatten vor unserem Zusammengehen pro Tag jeweils um die 40 Anfahrtspunkte bei markenfreien Werkstätten. Durch die Bildung des HUBs, reduzieren sich die Fahrten pro Teilnehmer auf zwei pro Tag. Über das HUB wird die Logistik über ein unterstützendes Tourenplanungssystem optimiert. Dadurch erhöht sich das Potential an markenfreien Werkstätten für jeden Teilnehmer ohne neue Akquisition.

Neben diesen Synergien in der Logistik können auch entsprechende Effekte durch den gemeinsamen Außendienst erreicht werden.



Außerdem kann sich, bei einer entsprechenden Umsetzung des OT REGIO Konzeptes innerhalb unserer Autohaus-Kooperation TECHNO, über alle Bundesländer eine Marke etablieren, die in ihrer Qualität und Güte einzigartig wäre.

»Damit hätten wir etwas erreicht, woran die fahrzeugherstellende Industrie bereits die letzten Jahre gearbeitet hat.«

Da auch dem Fahrzeughersteller die erhöhte Umsetzung von Originalteilen in dem Markt ein wichtiges Ziel ist, würden sich alle TECHNO Gesellschafter mit der Umsetzung dieses Systems gegenüber den Fahrzeugherstellern stärken. Darüber hinaus ist durch die gleichzeitige Vermarktung des gesamten TECHNO Programms eine Optimierung der gesamten Marge möglich.«

Haben Sie für sich ein klares Ziel definiert?

T. Spiegelhalter: »Neben der Ausweitung der markenfreien Werkstätten in unserer Region, die heute noch nicht zu unseren Kunden zählen, wollen wir den Marktanteil der Originalteile in den angeschlossenen Werkstätten in den nächsten 12 Monaten um 20 % erhöhen. Darüber hinaus wollen wir den Absatz von Handelsprodukten unserer Autohaus-Kooperation TECHNO deutlich ausbauen.«

WORLD WIDE WOW

DER NEUE INTERNET-AUFTRITT VON TECHNO



- » Benutzerfreundliche Struktur.
- » Modernes Design.
- » Mobilefähig auf allen Endgeräten.
- » Weltweit verfügbar. Ab sofort.

» **TECHNOEINKAUF.DE**



GEFAHRSTOFFMANAGEMENT im Autohaus



Wissen Ihre Mitarbeiter über die Gefahrstoffverordnung Bescheid?

Wird diese in Ihrem Betrieb umgesetzt?

Sind Ihre Mitarbeiter über das neue GHS-System informiert?

Werden die Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen jährlich unterwiesen?



LIQUI MOLY GMBH
Jerg-Wieland-Str. 4
89081 Ulm, Germany
Phone: +49 731 14 20-0
Fax: +49 731 14 20-71
E-Mail: info@liqui-moly.de



Das Gefahrstoffmanagement
von LIQUI MOLY hilft
Ihnen bei der Umsetzung.

WWW.LIQUI-MOLY.DE

ONLINE. TIBS ONLINE!

VOM »SYSTEM« ZUM »ONLINE-SHOP«
TIBS ONLINE IM LEISTUNGS-CHECK

Zentrale und dezentrale Bestelloptionen, Echtzeit-Verfügbarkeitsabfrage und ein erweitertes Spektrum an Produkten und Dienstleistungen – das neue TIBS macht alles anders und vieles besser. Oder?

Wie effizient arbeitet es sich wirklich mit dem neuen TIBS? Sparen die Gesellschafter Zeit und Kosten? Und wie übersichtlich ist eigentlich der neue Aufbau? Eine kleine Bestandsaufnahme in den eigenen Reihen:

»Am meisten haben die Bereiche Zubehör und Ersatzteile profitiert! Generell ist die Zusammenlegung auf eine Plattform sehr hilfreich und effizient für das Tagesgeschäft und die Bestellabwicklung.«

Horst Bug, Autohaus E. Sorg GmbH

»Zuerst habe ich schon ein wenig gebraucht das Richtige zu finden, aber jetzt klappt es. Super! Man lernt halt nur durch Ausprobieren!«

Günther Herf, Auto Mertens GmbH

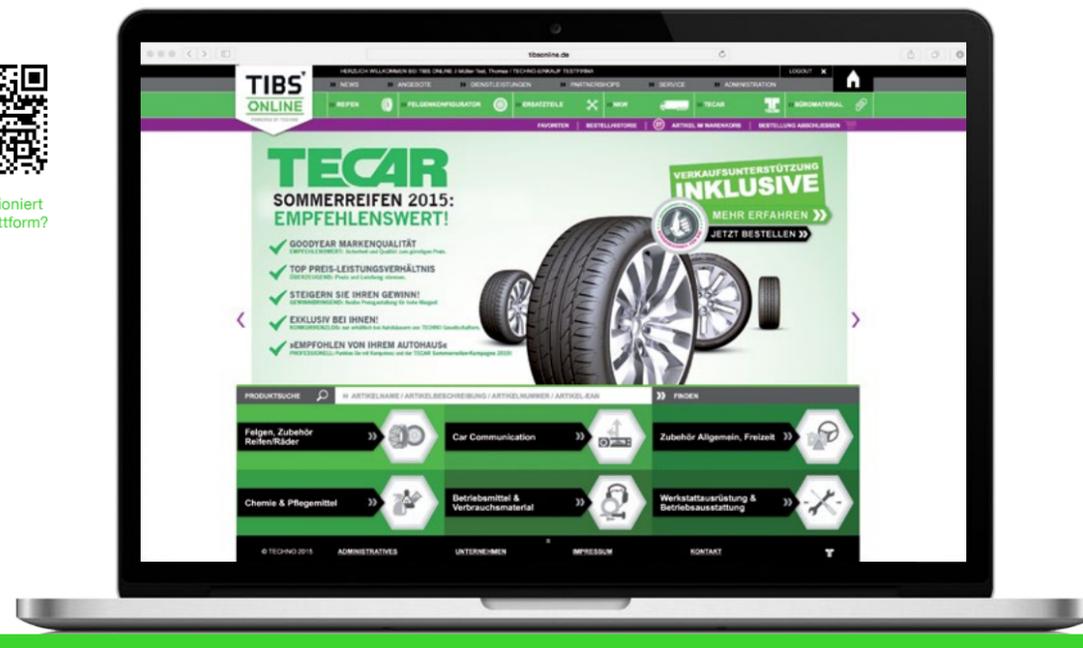
»Am häufigsten nutze ich die Produkt- und Lieferantensuche. Die neue intuitive Suchfunktion erleichtert dieses wesentlich, führt zu mehr Treffern und einer deutlichen Zeitersparnis.«

Markus Klebowski, Schmidt & Hoffmann GmbH

» tibsonline.de



Was ist neu und wie funktioniert die neue TIBS ONLINE Plattform? Hier geht's zum Info-PDF.



TIBS[™]
ONLINE
POWERED BY TECHNO

SCHNELLER. EFFIZIENTER. BESSER?

WAS SIE VON DER NEUEN TECHNO PLATTFORM ERWARTEN KÖNNEN:

- ✓ Ein Passwort & ein einheitlicher Warenkorb für alle Shops
- ✓ Intuitive Nutzerführung
- ✓ Verbesserte »Suchen & Finden«-Funktion
- ✓ Über 220 Lieferanten & über 650.000 Artikel
- ✓ Gebündelte Bestellung bei mehreren Lieferanten
- ✓ Verfügbarkeitsabfrage bei kritischen Sortimenten
- ✓ Zentrale und dezentrale Bestell-Optionen
- ✓ Garantiert günstig – Preisgarantie der Einkaufspreise für ein Jahr
- ✓ Alle Informationen zu Lieferanten und Produkten in einem System
- ✓ Wechselnde Angebote und Aktionen
- ✓ Alles auf einer Plattform:
Zusammenführung der drei ehemals separaten Shops für Ersatzteile (TECPARTS), Zubehör und Reifen (Reifen-Portal)

» TIBSONLINE.DE



Autoteppiche

Sitzbezüge



Gummimatten



Eiskratzer



Sicherheitszubehör



Zubehör



Autopflege



Radzierblenden

petex
...die starke Autoausstattung

www.petex.net

CURRYWURST & ZIELGRUPPEN CLUSTER

WEGE DER KUNDENBINDUNG
BEI DER HAHN GRUPPE

Zufriedene Kunden. Motivierte Mitarbeiter.
Die Hahn Gruppe zeigt wie man mit neuen Wegen ausgezeichnet Kunden bindet.



Wer heute den Umsatz von 550 Millionen Euro der Hahn Gruppe betrachtet, mag kaum glauben, dass der VW-Händler mit Hauptsitz in Fellbach noch vor wenigen Jahren in der wirtschaftlichen Krise steckte.

Doch anstatt zu stagnieren oder Probleme nur an der Oberfläche anzugehen, wurde das Unternehmenskonzept von Grund auf hinterfragt und modernisiert. Herausgekommen ist ein Erfolgsrezept mit vielen ungewöhnlichen Zutaten: So ist zum Beispiel der Kunde hier nicht einfach nur König, die Mitarbeiter kennen immer auch seine Wünsche, seine Interessen und sogar seine Augenfarbe – ein Ergebnis von akribischer Vorbereitung mit Checklisten und vorheriger Befragung der Käufer.

»Wir wollen Kunden ein Leben lang bei uns halten«

Auch im öffentlichen Marketing setzt das Familienunternehmen auf modernen Service in Verbindung mit persönlicher Ansprache: Auf dem eigenen Serviceportal im Internet werden Zielgruppen wie Jugendliche, Familien mit Kindern, Frauen oder Männer gesondert angesprochen und mit jeweils passenden Angeboten für Baumärkte, Tankstellen oder Parfümerien getriggert. Die Öffnungszeiten werden angepasst, damit Kunden entspannter mit der S-Bahn anreisen können. Und bei Events und Festen hebt sich die Gruppe mit witzigen Details wie der legendären Original-VW-Currywurst mit Original-VW-Ketchup aus der Wolfsburger Kantine von der Konkurrenz ab.

»Eine Regelung oder ein Prozess kann nur dann funktionieren, wenn die Mitarbeiter zu 100 Prozent dahinter stehen«

Das ist Kundenbindung, die auch intern schmeckt: Denn die Hahnschen Mitarbeiter werden nicht nur mit Veränderungen vertraut gemacht, sondern können sie jeden Tag aktiv mitgestalten: So wird hier generell jeder belohnt, der Vorschläge zur Verbesserung einreicht. Werden die Ideen umgesetzt und bringen dem Unternehmen eine Kosten- oder Zeitersparnis, bekommen Mitarbeiter selbstverständlich eine Erfolgsprämie. Daneben organisiert die betriebseigene Hahn Akademie individuelle Fördermaßnahmen für alle Mitarbeiter.

Was sich zeigt: Die simple Formel »zufriedene Mitarbeiter, zufriedene Kunden« geht auf. Bei Hahn sogar so gut, dass 2014 der eigene Slogan »Best in Town« mit der Service Auszeichnung »Best in Germany« noch übertroffen wurde.



» hahn-gruppe.de

lumindo® 
S I M P L Y L E D

PROFESSIONELLE LICHTPLANUNG MIT AUTOMOBILER KOMPETENZ – FÜR OPTIMALE ERGEBNISSE.

Dass das Lichtkonzept im Autohaus eine entscheidende Rolle spielt, ist kein Geheimnis:

Wer seine Fahrzeuge ins rechte Licht rücken, die Wartezonen, Werkstatt und Lager perfekt ausleuchten will, kommt an einem Lichtspezialisten nicht vorbei.

Als deutsche Manufaktur entwickeln wir nicht nur eigene LED Leuchtmittel sondern unterstützen unsere Kunden in der Lichtplanung und den Wirtschaftlichkeitsanalysen. Mit unseren Lichtlösungen sind Sie bestens gerüstet für das neue Lichtzeitalter.



**10% TECHNO NACHLASS
AUF ALLE LUMINDO-PRODUKTE**

Wir garantieren Ihnen Kosteneinsparungen – informieren Sie sich jetzt unter www.lumindo.de

FÜR NETZWERKER, BRANCHEN-KENNER UND UNTERNEHMER

T»EXPO^T 2015 DIE TECHNO BRANCHEN-MESSE IN HAMBURG 11.11.2015

Das Messe-Event des Jahres vor spektakulärer Kulisse:
Mit der T»EXPO 2015 wird die ehemalige Warenbörse
am 11. November 2015 in Hamburg erneut
zum gefragten Treffpunkt der Branche.

ERLEBEN SIE DIE T»EXPO 2015 LIVE! IHRE PERSÖNLICHE EINLADUNG ERHALTEN SIE IN KÜRZE.

TECHNO^T

DIE AUTOHAUS-KOOPERATION

T»EXPO^T SPEZIAL

VERBRAUCHSMATERIAL / DIENSTLEISTUNGEN

POWERED BY TECHNO



VOR DEM SPIEL IST NACH DEM SPIEL

WAS DIE KOMMENDE **TECHNO EXPO** 2015
IN HAMBURG VERSPRICHT,
HAT DER KLEINE BRUDER IN KASSEL
BEREITS GEHALTEN.

Ein Blick zurück auf die zweite Station der
»T»EXPO SPEZIAL« im Jahr 2015. Fokus der Aus-
stellung in der Dokumenta-Stadt: der expandieren-
de Bereich »Dienstleistungen«.

Nicht nur spannende Kulturstätte, sondern auch ein
interessanter Ort für Begegnungen: Im Kasseler Technik
Museum konnten die Besucher der zweiten »T»EXPO
SPEZIAL« 2015 neben den Ausstellungsstücken auch die
neuesten Entwicklungen im **TECHNO** Portfolio besichtigen.

Auf der 4.500 m² großen Fläche präsentierten sich 33
Lieferanten und versorgten die rund 50 Besucher mit
interessanten Angeboten rund um das Thema »Dienst-
leistungen/Verbrauchsmaterial«. Dabei ging es vor allem
um Lösungen, die dem enormen Wettbewerbsdruck und
kontinuierlich steigenden Kosten neue Ertrags- und Ein-
sparungspotentiale entgegensetzen. Das abschließende
Abendessen bot den passenden Rahmen, die Konzepte
zu diskutieren und den Tag gemütlich ausklingen zu
lassen. Lieferanten-Partner und teilnehmende Gesell-
schafter zeigten sich begeistert von Ablauf und Organi-
sation des Events und belohnten die Veranstalter mit
durchweg positivem Feedback: »Wir waren sehr angetan
von den Rahmenbedingungen und der Organisation,
die uns dieses Jahr erneut geboten wurden.«

Sie haben die T»EXPO SPEZIAL in Kassel verpasst?
Besuchen Sie uns am 24./25. Juni in Bad Windsheim.

PRAXIS



TERMINE 2015

» T»EXPO SPEZIAL
REIFEN/RÄDER/TEILE

24 25
Juni Juni
Bad Windsheim

» T»EXPO 2015
DIE TECHNO WARENBÖRSE
IM NEUEN FORMAT!

11
Nov.
Hamburg

» OFFIZIELLE TERMINE 2015
AUFSICHTSRATS-SITZUNGEN:
10.06. Stockholm | 10.11. Hamburg
BERATER-AUSSCHUSS-SITZUNGEN:
15.09.–16.09. | 07.10. | 01.12.–02.12.
alle Termine in Norderstedt
MARKETING-AUSSCHUSS-SITZUNG:
07.07. Frankfurt am Main
GESELLSCHAFTER-VERSAMMLUNG
11.11. Hamburg

» IMPRESSUM

HERAUSGEBER:
TECHNO-EINKAUF Marketing und Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Georg Wallus (v.i.S.d.P.) | Aspelöhe 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:
Birgit Suhr | 040.526 099 152 | suhr@technoeinkauf.de
KONZEPT & DESIGN: yellowmonkey | ymnyk.de

KLARE KONZEPTE – GEMEINSAMER ERFOLG

STARKE PARTNERSCHAFTEN BASIEREN AUF GEGENSEITIGEM VERTRAUEN UND DEM GEFÜHL, STETS GUT BERATEN ZU SEIN.

Innovative Produkte in Kombination mit kompetenter Beratung. Diese Qualitäten sind auch für Shell, dem weltweit größten Vermarkter hochwertiger Schmierstoffe für PKW, die Basis enger Partnerschaften mit zahlreichen Autohäusern. Ein Beispiel: die erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem Autohaus Glinicke in Kassel.

Eine dieser Innovationen: kristallklare Grundöle. Shell ist aktuell der einzige Schmierstoffproduzent dieser kristallklaren Grundöle weltweit. Durch chemische Umwandlungsprozesse (»Gas-to-Liquids«) aus Erdgas hergestellt, enthalten sie praktisch keine der üblicherweise in Erdöl vorkommenden Verunreinigungen.



» Im Gegensatz zu herkömmlichen Grundölen (li.) ist Shell Helix Ultra auf GTL-Basis glasklar und rein

Die **Shell Helix Ultra** Hochleistungsmotorenöle können den Motor damit erstmals so sauber halten, dass der Werkzustand nahezu erhalten bleibt.

»Faktisch verlässt jeder zweite Kunde das Autohaus mit einem Shell Helix Nachfüllset. Es macht uns stolz, dass wir nun ein noch besseres Produkt anbieten können«, sagt **Florian Glinicke**, Geschäftsführer der Glinicke Automobilgruppe.

Mechaniker und Serviceberater wurden von Shell vor Einführung der neuen Shell Helix Produktreihe ausführlich mit den Vorteilen und Neuerungen vertraut gemacht, um die Endkunden umfassend beraten zu können.



Individuelle Schulungsmaßnahmen von Shell, die auch Glinicke überzeugen: »Unsere Serviceberater haben durch die von Shell maßgeschneiderten Verkaufsschulungen verinnerlicht, welche Produkteigenschaften dem Kunden einen klaren Mehrwert bieten. Gepaart mit der richtigen Auswahl an Werbemitteln sind wir im Bereich Nachfüllöle damit sehr gut aufgestellt. 2013 hat das geschulte Verkaufsknow-how erfolgreich dazu beigetragen, im Vergleich zum Vorjahr, ca. 3.800 1-Liter Shell Motorenölgebinde mehr zu verkaufen.«

Mit der Einführung der neuen Shell Technologie bieten sich dem Endverbraucher entscheidende Vorteile gegenüber herkömmlichen Motorenölen:

Bestes Reinigungsvermögen, verbesserte Viskositätseigenschaften, reduzierte Reibung, minimierte Verdampfungsneigung und verbesserter Korrosions- und Verschleißschutz.

Dies führt insgesamt zu einem geringeren Öl- und Kraftstoffverbrauch sowie zu niedrigeren Betriebs- und Wartungskosten. »Durch die neue Shell Helix Motorenölreihe erwarten wir mit Abschluss des laufenden Geschäftsjahres eine nachhaltige Stärkung der Serviceerträge«, so Florian Glinicke.

» shell.de



Shell HELIX ULTRA
with PUREPLUS Technology

UNSER NEUER STAR FÜR VOLKSWAGEN

AB SOFORT BEI
SHELL ERHÄLTICH



EINES DER ERSTEN 0W-30 PRODUKTE FÜR 504.00/507.00 IM MARKT

Erfüllt Anforderungen der neuen Motorgenerationen:

- Hält den Motor nahezu werksauber*
- Verbesserte Kraftstoffeffizienz**
- Verwendbar für die verschiedensten Kraftstoffe (Benzin, Diesel, Erdgas, Bio Diesel und Benzin mit Ethanol Beimischungen)
- Kompatibel mit Dieselpartikelfilter

* Gemäß Ergebnis des Sequence VG Schlammtests

** Gemäß ACEA Verbrauchstest – MB M111FE (CEC-L-54-T-96). Nachgewiesene Kraftstoffeinsparung von mindestens 2,5% (Mittel von drei Prüfläufen)

Shell HELIX ULTRA
with PUREPLUS Technology



Einfach stark im Verkauf!

Ihr Auktionspartner für's Remarketing



Kraftvolle Verkaufsimpulse setzen Sie mit Autobid.de

Sie wollen Ihre Gebrauchten erfolgreich, schnell und sicher vermarkten? Dann kommen Sie dahin, wo Fakten überzeugen: 25.000 registrierte Käufer, 102.000 verkaufte Fahrzeuge in 2014, Verkauf in 40 Länder, Begutachtungen in ganz Europa, 8 eigene Auktionszentren und über 25 Jahre Erfahrung.

Stark ist auch unser Full-Service-Paket: Beratung, Fahrzeugaufnahme, Komplett-Inkasso, Transport und vieles mehr – denn Partner kümmern sich!

Wann sprechen wir über Ihre Fahrzeuge? +49(0)611 44796-55 oder www.autobid.de



Autobid.de und Classicbid sind Marken der Auktion & Markt AG

