

T MA ^T

III 2015

DAS TECHNO MAGAZIN

WHAT'S NEXT?
GENERATIONSWECHSEL IM AUTOHAUS

ALLES BLEIBT - ANDERS:
WILLKOMMEN ZUR T  EXPO 2015

NEU BEI TECHNO:
DIE WILLY TIEDTKE GRUPPE



CHANGE ^T

WANDEL GESTALTEN. AUS TRADITION
TECHNO - DIE AUTOHAUS-KOOPERATION



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



**BESUCHEN SIE UNS AUF DER
T»EXPO^T 2015**



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.



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



AUF EIN WORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

die dritte Ausgabe unseres Magazins steht ganz im Zeichen des Wandels: Wandel im digitalen Zeitalter, Wandel in unserer Kooperation und natürlich der viel diskutierte Wandel in der gesamten Branche. Dafür haben wir uns unter anderem bei Ihnen – unseren Gesellschaftern – umgehört: Wie sehen die Umbrüche in den eigenen Reihen aus? Ist Veränderung gut – aber altbewährtes vielleicht besser? Und was sagt eigentlich die nächste Generation dazu?

*Gerade über die letzte Frage gibt unser Titelthema Aufschluss und geht dem Thema **Generationswechsel** im Autohaus auf den Grund. »S. 22 ff*

*Damit die »Chefs von morgen« schon heute unseren Verbund mitgestalten können, stellen wir Ihnen außerdem eine brandneue Initiative bei **TECHNO** vor: Der **CHANGE CLUB** bietet jungen Ideengebern ab dem ersten Quartal 2016 ein eigenes Forum für Austausch und Vernetzung. Lassen Sie sich die Chance nicht entgehen, mit Ihrem Unternehmen Teil dieser Initiative zu werden! »S. 32*

*Last but not least: Gespannt fiebern wir der **T»EXPO^T 2015** und der parallel stattfindenden Gesellschafter-Versammlung entgegen. Mit gleich mehreren Veränderungen in der Pipeline öffnet das Event des Jahres am 11.11. in Hamburg seine Tore. Wir freuen uns auf tolle Produkte, spannende Innovationen und natürlich Ihren Besuch am **TECHNO** Stand.*

Wir wünschen viel Spaß bei der Lektüre und freuen uns auf Ihr Feedback!

Georg Wallus *Dietmar Scheck*
Georg Wallus Dietmar Scheck

INHALT

TITEL-THEMA

WHAT'S NEXT?

»Weiter so!« oder »Alles anders!«? Was, wenn eine neue Generation die Verantwortung im Unternehmen übernimmt? Eine Suche nach Antworten.

» 22

CHANGE ALS CHANCE

TECHNO Aufsichtsrats-Mitglied Michael Ziegler im Interview.

» 26

STICHWORT: WANDEL

TECHNO Geschäftsführer Georg Wallus über Chancen & Veränderungen im TECHNO Verbund.

» 30

GENERATIONSKONFLIKT? FEHLANZEIGE.

Die Jungunternehmer Lisa und Mike Löffler über neue Wege und väterliche Unterstützung.

» 28

WANDEL GESTALTEN – AUS TRADITION

TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION ruft den **CHANGE** Club ins Leben.

» 32

GESELLSCHAFTER

ALLGÄUER BRUMMER

Ausbau beim Autohaus Allgäu.

» 06

HANSEATISCH. MODERN. ERFOLGREICH.

Neu bei TECHNO: Die Willy Tiedtke Gruppe.

» 07

100 TAGE TECHNO?

Nachgefragt bei Nord-Ostsee Automobile.

» 08

HEREINSPAZIERT! HEREINSPAZIERT!

60. Jubiläum bei Auto Centrum Walter Coenen.

» 09

PRAXIS

ALLES BLEIBT – ANDERS!

Willkommen zur T»EXPO 2015.

» 34

WARUM BILLIGTEILE MOTOREN SCHÄDIGEN?

Turbolader-Experte Motair weiß warum.

» 37

PATENTREZEPT GEGEN REIFENDIEBE

Diebstahlsicher mit Secotec.

» 38

WIE VIEL EXXONMOBIL STECKT IM PKW?

Alles Exxonmobil – vom Schmierstoff bis zum Reifen.

» 40

»SEI SCHNELLER ODER BESSER«

Petra Hardeweg über Kommunikation bei BERESA.

» 42

ÜBERZEUGEND EFFIZIENT

Software gesteuerte Lieferlogistik von PLT.

» 44

REIFEN. RÄDER. RIESENGRILL.

Rückblick auf die T»EXPO Spezial Bad Windsheim.

» 45

STARKE PARTNERSCHAFT FÜR DIE ZUKUNFT

Shell und TECHNO ziehen Bilanz.

» 46

LEISTUNGEN & PRODUKTE

PFLEGE: LEICHT!

Mit der PS Pflegeserie zu glänzenden Ergebnissen.

» 09

EVOLUTION ZUM ERFOLG

TROST SE: Innovation auf der ganzen Linie.

» 10

DIE SCHEIBENMEISTER

Glas-Experte Saint-Gobain neu bei TECHNO.

» 11

WETTERFEST!

Mit TECAR Winterreifen erfolgreich durch den Winter.

» 12

UPDATE: OT REGIO

Aus dem TECHNO Konzept wird Realität.

» 13

WIR-GEFÜHL STATT TROCKENE PLÄTZCHEN

Jochen Schweizer Corporate Experience.

» 13

TEILE MIT PERSÖNLICHKEIT

Das Traditionsunternehmen Schmettau & Fuchs.

» 14

FRISCH VOM HERSTELLER

Die Werkzeugspezialisten von Klann.

» 15

HÖCHSTE ZEIT FÜR LED

Faszinierend. Effizient. Lumindo.

» 16

DAS RUNDUM-ENERGIE-PAKET

Volle Energie- und Kostenkontrolle mit EHA.

» 18

GEMEINSAM AUF NUMMER SICHER

Mit MAKRA Arbeitsunfälle vermeiden.

» 20

TERMINE

DAS SOLLTEN SIE SICH VORMERKEN

Wichtige Termine rund um TECHNO.

» 45



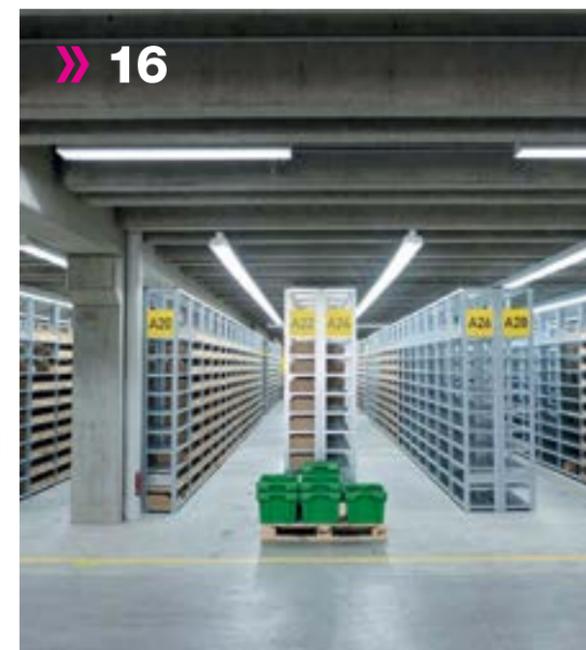
» 42



» 32



» 16



» 34



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

MARDER STOP & GO®

NORBERT SCHAUB GMBH



MARDERABWEHR



Serviceadresse und Hotline:
Tel.: +49 (0) 7631 97 27 - 0
E-Mail: info@stop-go.de
www.stop-go.de

GESELLSCHAFTER

ALLGÄUER BRUMMER AUSBAU BEI AUTOHAUS ALLGÄU

Beim Familienunternehmen Autohaus Allgäu brummt das Geschäft nicht nur dank langjähriger Kundenbindung, sondern auch durch stetige Modernisierungen, die 2015 in einem neuen Nutzfahrzeugzentrum ihren Höhepunkt fanden.

Seit 1936 ist das **Autohaus Allgäu** unter der Familie Kreuter einer der führenden Vertragspartner der Daimler-Benz AG und gehört mit seinen Dienstleitungen für Nutzfahrzeuge und PKWs zu den Top-Anbietern der Region. Langjähriger Erfolg, der noch ausbaufähig ist, wie der langjährige **TECHNO** Gesellschafter entschied: Am 18. Juli 2015 luden Geschäftsführer Georg Kronenwetter und die Familie Kreuter nun zur feierlichen Eröffnung eines neuen topmodernen Standorts für Nutzfahrzeuge-Services in Kaufbeuren.

Autohaus Allgäu



Inhaber Heinz Kreuter, der zeitgleich seinen 75. Geburtstag beging, betonte, dass man sich den rasanten technischen Entwicklungen stellen müsse. Dafür werde in der Gottlieb-Daimler-Straße jetzt vor allem auf neue Kundenbedürfnisse und Veränderungen in der **»Individualmobilität«** eingegangen: Mit wesentlich mehr Platz, optimiertem Service, erweiterten Öffnungszeiten und einer erleichterten Zufahrt durch die unmittelbare Nähe zur B12. 6,5 Millionen Euro war der stolze Preis für diese Investition in die Zukunft, die laut Geschäftsführer Georg Kronenwetter bestens angelegt sei: **»Schließlich wollen wir weiterhin zu den Top-Ten Autohäusern Deutschlands gehören.«**

Ein weiterer Erfolg aus dem Allgäu, auf dem es sich erst einmal ausruhen ließe? Nicht für Firmeninhaber Heinz Kreuter: Der wünscht sich bis zu seinem 80. Geburtstag die Zusammenführung von Personen- und Nutzfahrzeugen zu einem gebündelten Servicecenter.

Wir drücken die Daumen!

» autohaus-allgaeu.de

HANSEATISCH. MODERN. ERFOLGREICH. NEU BEI TECHNO: DIE UNTERNEHMENSGRUPPE WILLY TIEDTKE

Als Hamburgs ältestes Handelsunternehmen für Volkswagen, Škoda und Audi ist der Name Willy Tiedtke weit über die Grenzen der Elbe hinaus bekannt: Bei Kunden wie Zulieferern steht er für traditionell hanseatisches Understatement gepaart mit innovativem Service und nachhaltigem Erfolg.

Inhaber geführt, traditionell, modern – dass diese Attribute zusammenpassen, beweist das Autohaus Willy Tiedtke in der mittlerweile dritten Generation. 1935 von Kfz-Meister Willy Tiedtke in Hamburg-Winterhude gegründet, machte sich das Unternehmen zunächst mit der Reparatur von Land- und Zugmaschinen selbstständig. Seitdem hat sich der Familienbetrieb zu einem der führenden Händler für Volkswagen, Audi und Skoda in Hamburg entwickelt und den Unternehmergeist von Willy Tiedtke bis heute bewahrt, wie Enkel und Geschäftsführer Dr. Alexander Tiedtke betont:

»Wir sind in allererster Linie persönlich, dabei stets menschlich, ausgesprochen dynamisch und veränderungsbereit, hanseatisch – und das mit einem ganz besonderen Maß an Leidenschaft, das uns kennzeichnet.«

Traditionen und Werte wirken hier jedoch nicht etwa entgegen neuer Impulse, sondern prägen seit jeher die positive Einstellung zu Wandel und zu Modernisierung:

»Was uns immer gekennzeichnet hat über die vielen Jahrzehnte, war die Bereitschaft, sich zu verändern«, so Tiedtke. »Das haben wir regelrecht kultiviert und verfügen über eine ausgeprägte innovative Weiterentwicklungskultur in unserem Unternehmen.«



Dr. Alexander Tiedtke, Geschäftsführender Gesellschafter Willy Tiedtke (GmbH & Co.) KG

Nachhaltiges und stetiges Wachstum sind das Ergebnis, das sich nicht nur auf das Geschäftsergebnis, sondern immer auch auf die rund 300 Mitarbeiter auswirkt:

»In der Verantwortung für den Mitarbeiter als Menschen und in seinem Werdegang als Arbeitnehmer ist uns die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter ein ganz besonderes Anliegen.«, so Tiedtke.

Nur dank diesem fast »familiären« Miteinander konnten solch gute Ergebnisse eingefahren und immer neue Vorsätze gefasst werden:

»Unser Ziel ist in den nächsten Jahren, zu einem der führenden und leistungsfähigsten Anbieter für unser gesamtes Dienstleistungs- und Produktportfolio zu werden – vom einzelnen Fahrzeug für den Privatkunden bis hin zur Verwaltung und zum Management großer Fuhrparks und Flotten«, verrät Dr. Alexander Tiedtke. Diesen Anspruch verfolgt das Autohaus auch in Zukunft mit seiner stetigen Bereitschaft zum positiven Wandel – und ab 2015 auch als neuer Gesellschafter bei **TECHNO**.

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

» wilytiedtke.de

100 TAGE TECHNO?

NACHGEFRAGT BEI NORD-OSTSEE AUTOMOBILE

Die Nord-Ostsee Automobile GmbH & Co. KG mit ihren 8 Standorten in Schleswig-Holstein und Hamburg ist seit Kurzem TECHNO Gesellschafter. Geschäftsführer Dr. Christian Splett-Henning gab uns Antworten auf unsere Fragen zu den ersten 100 Tagen in der Autohaus-Kooperation.

Herr Dr. C. Splett-Henning, wie haben Sie TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION kennengelernt?

Dr. C. Splett-Henning: »Durch Gespräche mit dem TECHNO Aufsichtsrat Thomas Spiegelhalter wurden wir auf die Vielfalt und Chancen des TECHNO Verbunds aufmerksam. Eine umfassende Präsentation durch Geschäftsführer Georg Wallus und seinem Team haben uns dann schließlich davon überzeugt, dass TECHNO mehr ist als eine reine Einkaufsgemeinschaft – und der Nutzen auch für unser Haus weit über den Einkauf hinausgeht.«

Welche TECHNO Angebote haben Sie bereits genutzt?

Dr. C. Splett-Henning: »Unsere Mitarbeiter waren überrascht, welche neuen Möglichkeiten und Chancen sich aus der TECHNO Kooperation ergeben. Im Vordergrund stand am Anfang die Schulung der Kollegen, das erste Ausprobieren im Einkauf und die Erarbeitung von Effizienzen im Energie- und Sicherheitsbereich vor Ort.«

Welche Veranstaltungen interessieren Sie besonders?

Dr. C. Splett-Henning: »Sehr interessant war die Möglichkeit des Austausches mit Kollegen anderer Marken bei den Unternehmertagen.«



Nord-Ostsee Automobile
Ihr persönlicher Service. In Hamburg und Schleswig-Holstein.

In unserer aktuellen Ausgabe des T»MA dreht sich vieles um das Thema »Wandel«. Welche Veränderungen wollen Sie in Zukunft gemeinsam mit TECHNO angehen?

Dr. C. Splett-Henning: »Unsere Herausforderung und unser Ziel ist eine effiziente und kundenorientierte Verknüpfung von Online-Maßnahmen mit unseren stationären Angeboten und Services. Dazu zählen wir zum Beispiel die »Autoteile- und Service«-Plattform, auf der wir uns in Zukunft zusammen mit TECHNO und unseren Partnern präsentieren wollen. Darüber hinaus möchten wir durch OT REGIO in Kooperation mit Kollegen anderer Marken neue Chancen im Teilvertrieb generieren.«

» nord-ostsee-automobile.de

HEREINSPAZIERT, HEREINSPAZIERT!

60. JUBILÄUM: AUTO CENTRUM WALTER COENEN



Das Auto Centrum Walter Coenen feierte sein 60-jähriges Bestehen – und zündete auf dem Firmensitz in Mönchengladbach ein Feuerwerk an Attraktionen für die ganze Familie.



Jeder hat mal klein angefangen: Im Fall von Kfz-Meister Walter Coenen war dieses »klein« eine Tankstelle in der Viersener Straße von Mönchengladbach. Heute, 60 Jahre später, ist daraus eine der größten Autohaus-Gruppen der Region mit 230 Mitarbeitern, 7 Automarken und 5 Standorten geworden. Dass sich der TECHNO Gesellschafter trotz des großen Erfolgs stets sein familiäres und persönliches Klima bewahrt hat, zeigt sich in den immer wiederkehrenden Bewertungen als bester Arbeitgeber bei gleichzeitig höchster Kundenzufriedenheit.

Diese einzigartige Atmosphäre sollte nun zum 60. Jubiläum durch ein ebenso einzigartiges Fest gekrönt werden: Mit eigenem Zirkus, einer Riesenrutsche, dem stärksten Mann der Welt, Segway Parcours, Neuwagen-Präsentation und vielen weiteren Attraktionen. Gerade den kleinen Gästen stand während des gesamten Tages die Begeisterung ins Gesicht geschrieben – ein großer Erfolg, der sich nahtlos in die Geschichte des sympathischen Familienunternehmens einreicht.

Herzlichen Glückwunsch und auf die nächsten 60 Jahre!

LEISTUNGEN & PRODUKTE

PFLEGE: LEICHT!

DIE PS PFLEGESERIE: NEUE LÖSUNGEN FÜR GLÄNZENDE ERGEBNISSE

Mit der neuen PS Pflegeserie will K&K die Autopflege (r)evolutionieren: Durch schnelle und einfache Handhabung in der Praxis und aufeinander abgestimmte Produkte aus einer Hand.



Gerade auf dem heutigen Markt stellt sich die Frage: Warum die Autopflege neu erfinden, wenn es doch bereits eine unüberschaubare Anzahl an Pflege-Marken und -Serien gibt?

K&K hat darauf mit der PS Pflegeserie eine ganz eigene Antwort gefunden: »Wir wollen das Rad nicht neu erfinden, wir wollen es einfach nur runder machen.« Aus diesem Grund bietet das Unternehmen speziell für Autohäuser Produkte an, die schon ohne großen Aufwand den ersten Eindruck des Fahrzeugs verbessern können: Beispielsweise mit dem PS-Sprühwachs, das Ausstellungsmodelle im Showroom oder nach der Probefahrt in Sekundenschnelle für den nächsten Interessenten aufpoliert und zum Glänzen bringt. Damit nicht nur der Lack ins Auge fällt, sondern auch die Reifen sich von der besten Seite zeigen können, empfiehlt sich die Anwendung des PS 24/7. Nach dem

Räderwechsel, nach dem Kundendienst – mit einfachem Aufsprühen, ohne Nachreiben. Auch die weiteren Produkte der gesamten Range sind auf die spezifischen Anforderungen von Autohäusern und Werkstätten abgestimmt und können bei Bedarf im eigenen PS-Pflege-Trolley abgeliefert werden – mit dem lassen sich schnell und mobil alle Pflegemittel transportieren, aber auch ohne Chaos wieder verstauen.

» ps-profiprodukte.de
» tibsonline.de



EVOLUTION ZUM ERFOLG

TROST SE: INNOVATION AUF DER GANZEN LINIE



Ob beim Bestellsystem, in der Logistik oder bei der Weiterbildung: TROST erfindet sich stetig neu und setzt auf anhaltende Entwicklungskompetenz.

Mit rund 150 eigenen Verkaufshäusern in fünf Ländern, 4.000 Mitarbeitern und über 100 Jahren Erfahrung liefert die TROST SE den Kfz-Betrieben immer wieder neue Antworten auf die zunehmend komplexen Anforderungen im Kfz-Reparaturgeschäft. Die Optimierung der verschiedensten Bereiche ist dabei der tägliche Anspruch für ihren umfassenden Service.

VOLLSORTIMENT IN MARKENQUALITÄT

Das Sortiment von TROST SE wird dafür laufend erweitert und umfasst mittlerweile mehr als 2,5 Millionen Artikel an Kfz-Teilen, Werkzeugen und Werkstattausrüstung, die über den Online-Katalog repdoc bestellbar sind.

ONLINE, SCHNELL UND AKTUELL

Auch in ihrem Bestellsystem treibt die TROST SE den neuesten Stand immer einen Schritt weiter: Der repdoc Teile- und Technikkatalog liefert alle für die Kfz-Reparatur notwendigen Teile, Daten und Informationen. Der Katalog kann online ohne Installation sofort genutzt werden und liefert auf Knopfdruck Artikel- und Fahrzeugdaten, Arbeits- und Einstellwerte, Inspektionsdaten und Reparaturanleitungen.

MODERNSTE LOGISTIK

Die hohe Verfügbarkeit und schnelle Lieferung von benötigten Reparaturteilen sind nicht nur für den Erfolg von Kfz-Betrieben, sondern auch für die TROST SE der Schlüssel zum Erfolg: Mit seinen Logistikzentren in Winsen und in Nýřany, Tschechien (insgesamt über 74.000 m² Lagerfläche), garantiert das Unternehmen kurze Versorgungswege. Zusätzlich dient der hauseigene Innight-Service als die perfekte Ergänzung zu den Tageslieferungen: Bei einer Bestellung bis 19 Uhr wird die Ware am nächsten Morgen bis 8 Uhr direkt in die Werkstatt geliefert.



ÜBERGREIFENDE WEITERBILDUNGS-KOMPETENZ

Die fortlaufende Weiterentwicklung von Fahrzeugtechnik bzw. -elektronik bedingt zunehmend komplexere Diagnose- und Informationssysteme für Wartung und Reparatur. Die TROST SE hat es sich deshalb zur Aufgabe gemacht, ihre Partner auch im Kompetenzfeld Aus- und Weiterbildung zu unterstützen: Neben zertifizierten Trainings und Weiterbildungsreihen bietet TROST täglichen und praxisnahen Support durch Hotlines, Wissensdatenbanken und Experten direkt vor Ort.

» trost.com



ZAHLEN UND FAKTEN TROST AUTOSERVICE TECHNIK

- Gründung » 1. April 2009 durch die Fusion der beiden Unternehmen Eugen Trost GmbH & Co. KG und KSM ServiceTechnik GmbH & Co. KG
- Branche » Nutzfahrzeug- und Kraftfahrzeugteile, Werkstattausrüstung und Dienstleistungen
- Sitz » Stuttgart
- Mitarbeiter » ca. 4.000
- Standorte » Rund 150 in fünf europäischen Ländern
- Umsatz » 825 Mio. Euro

DIE SCHEIBENMEISTER

NEU BEI TECHNO: 350 JAHRE GLAS-EXPERTISE

Kaum ein Anbieter für Verglasung kann auf eine so lange Geschichte wie das Traditionsunternehmen Saint-Gobain zurückblicken.

Neuer Lieferant bei **TECHNO**, aber ein alter Hase im Geschäft: Die **Saint-Gobain Autover Deutschland GmbH** ist Teil des Saint-Gobain Konzern, der seit seiner Gründung im Jahr 1665 über einen der größten Erfahrungsschätze in Sachen Verglasung verfügt.

Für Dienstleistungen im Sektor Autoverglasung greift das Unternehmen auf bewährte Produkte aus den eigenen Reihen zurück: Scheiben von Saint-Gobain Sekurit zählt bereits seit Jahrzehnten zu den führenden Marken und kommt heute in jedem zweiten europäischen Auto zum Einsatz. Das Kernangebot umfasst ein umfangreiches Sortiment von weit über 10.000 verschiedenen Windschutz-, Seiten- und Rückwandscheiben in Originalersatzteilqualität.

Daneben wird ein komplettes Zubehörsortiment mit mehr als 2.000 Referenzen angeboten. Für ihren gewohnt schnellen Service, verschickt Saint-Gobain Autover alle Teile von seinen sechs Standorten in ganz Deutschland über Nacht.

Auf TIBS ONLINE finden Sie die Glasdaten im TecDoc Standard und die elektronische Verfügbarkeitsabfrage. Zusätzlich bietet Saint-Gobain ein B2B Portal sowie eine App „my @autover mobile“ an.

Lernen Sie den neuen **TECHNO** Lieferanten kennen: auf der **TECHNO EXPO 2015** in Hamburg!

» saint-gobain-autover.de



Für jede Herausforderung die richtige Scheibe – Saint-Gobain Sekurit



 SAINT-GOBAIN

WETTERFESTE UMSÄTZE MIT TECAR WINTERREIFEN

Nach der erfolgreichen Sommerreifen-Aktion in diesem Jahr, lohnt es sich auch in der kalten Jahreszeit auf die Eigenmarke **TECAR** zu setzen:

Denn die Erweiterung der Range durch das Multitalent **TECAR SUPER GRIP 9** und digitale Verkaufshilfen sorgen für ein erneutes Verkaufshoch im Winter.

Mit dem neuen **TECAR SUPER GRIP 9** erhöht sich nicht nur die Sicherheit auf der Straße, sondern es wachsen auch die Verkaufsargumente: Denn das neue Multitalent von **TECAR** hat jeder Tücke des Winters das passende Feature entgegenzusetzen:

- » Für die optimale Wasserverdrängung: Laufrichtungsgebundenes V-Profil und konische Profilirren mit umlaufender Mittenrinne für maximale Aquaplaning-Eigenschaften
- » Sicher auf Eis und Schnee: Zahlreiche Greifkanten und neue Elastomer-Gummimischung für ein sicheres Fahren
- » Komfortables Fahrgefühl durch die maximierte Kontaktfläche zwischen Reifen und winterlichen Straßen

Dass der **SUPER GRIP 9** dabei ebenso wie alle anderen Produkte der Serie gewohnt sicher und umweltfreundlich fährt, versteht sich von selbst und wird durch die Qualitätsstandards des Markenproduzenten garantiert.

Unser Fazit: Mit den **TECAR** Winterreifen steht dem Winter und Ihrer Umsatzsteigerung nichts mehr im Weg!

VERTRIEBSUNTERSTÜTZUNG 2.0

Nach positiver Resonanz im Sommerreifengeschäft, geht die Online-Vertriebsunterstützung von **TECAR** in Runde 2: Durch individualisiertes E-Mail-Marketing und personalisierte Landingpages für alle teilnehmenden Autohäuser, werden bis zu 6.000 potentielle Neukunden gezielt angesprochen. Neben dem erweiterten **TECAR** Reifen-Sortiment locken dabei ein **attraktiver Coupon** sowie ein **Gewinnspiel** in die teilnehmenden Autohäuser.

Die Teilnahme ist für **TECHNO** Gesellschafter **kostenfrei**. Lediglich die Vorbestellung von 100 Winterreifen ist Voraussetzung.

EMPFEHLENSWERT: TECAR WINTERREIFEN 2015

NUR AUF DER TECHNO EXPO 2015!

Für jeden Auftrag über lose **TECAR** Reifen, den Sie an unserem **TECHNO EXPO**-Stand abgeben, erhalten Sie bei Bestellung von:

22 TECAR Reifen » 2 TECAR Reifen kostenlos!

40 TECAR Reifen » 4 TECAR Reifen kostenlos!

(jeweils aus dem bestellten Sortiment)

! Fragen Sie auch nach unseren EXPO-Angeboten für **TECAR** Komplettträger!

OT REGIO KONZEPT? REALITÄT!

Was in Münster begann, wird jetzt auf Erfolgskurs gebracht. Online.

Eine neue digitale Plattform ermöglicht freien Werkstätten spätestens ab dem 1.1.2016 – in einem geschlossenen Kundenbereich – die Bestellung von Originalteilen aller teilnehmenden Gesellschafter über eine digitale Plattform. Ein Meilenstein bei der Implementierung dieses zukunfts-trächtigen **TECHNO** Konzeptes.

Neben einer Postleitzahlen-basierten Suche nach einem **OT REGIO** Partner in der eigenen Region erklärt die vorgeschaltete Marketingseite schnell und übersichtlich das Prinzip und die Vorteile des schnellen und sicheren Teilnetzwerks **OT REGIO** – powered by **TECHNO**. Sowohl für interessierte Vertragshändler als auch für freie Werkstätten.

Mehr über **OT REGIO** finden Sie hier:

» ot-regio.de



EIN STARKES WIR-GEFÜHL STATT TROCKENEN PLÄTZCHEN MIT JOCHEN SCHWEIZER ZUR CORPORATE EXPERIENCE

Ob Weihnachtsfeiern, Betriebsausflüge oder Workshops: Mit Jochen Schweizer Corporate Solutions werden Firmenveranstaltungen zu teambildenden Erlebnissen.

Alle Jahre wieder: Ein Abendessen mit anschließendem Bowling und trockenen Plätzchen – da bleibt von der Weihnachtsfeier meist als einzige einschneidende Erinnerung der allzu angeheiterte Kollege. Dabei bieten gerade Betriebsfeiern die Chance, den Gemeinschaftssinn unter den Mitarbeitern zu stärken.



Die Jochen Schweizer Unternehmensgruppe hat sich mit der Jochen Schweizer Corporate Solutions GmbH darauf spezialisiert, Firmenveranstaltungen zu besonderen Erlebnissen zu machen:

Ob Bier-Braukurse, Fackelwanderungen durch idyllische Winterlandschaften oder eine Iglu-Übernachtung mitten in den Bergen – immer wird das »Wir-Gefühl« unter den Kollegen gefördert und die Mitarbeiter durch schöne Erinnerungen an das Unternehmen gebunden.

Neben individuellen Unternehmens-Events, Teambuildings, Coachings oder Fahrzeugpräsentationen, bietet Jochen Schweizer auch Erlebnisprämien für den gezielten Einsatz als Incentivierung oder Promotion. So leisten Sie auch in Ihrem Autohaus einen wertvollen Beitrag zur Mitarbeiter- und Kundenbindung – und gewinnen gleichzeitig einzigartige Erinnerungen.

Ihr persönlicher Kontakt:

» **Florian Schroll**

» **T: 089.60 60 89-66 | E: schroll@jochen-schweizer.de**



TEILE MIT PERSÖNLICHKEIT

VOM FAMILIENUNTERNEHMEN ZUM DEUTSCHLANDWEITEN ZULIEFERER

Seit ihrer Gründung im Jahr 1929 hat sich Schmettau & Fuchs vom kleinen Teilelager zum überregional bekannten Dienstleister entwickelt. Jedes Jahr wächst das Unternehmen weiter – doch die Prinzipien der schnellen, verbindlichen und persönlichen Dienstleistung bleiben.

Persönlichkeit, Bodenständigkeit, individuelle Lösungen – das sind die Attribute, die **Schmettau & Fuchs** aus Achim bei Bremen bereits seit über 80 Jahren auszeichnen. Mit 49 Mitarbeitern, 25.000 Lagerplätzen und über 300.000 lieferbaren Artikeln ist das ursprüngliche Traditionsunternehmen mittlerweile einer der führenden Anbieter in der Branche – und bleibt trotz seines jährlich voranschreitenden Wachstums seiner Linie treu: »Unser Bestreben liegt weiterhin in der nachhaltigen Verbindung zu unseren Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern. Flache Hierarchie, Engagement und der Wille durch Leistung zu überzeugen ermöglichen es uns auch mal ungewöhnliche Wege zu beschreiten und individuelle Lösungen zu finden.«

BREITES ANGEBOT & HOHE QUALITÄT

Ein Anspruch, der sich auch im Portfolio des Anbieters widerspiegelt: **Neben den marktüblichen Motorenteilen** führt Schmettau & Fuchs heute ein **breites Sortiment an Spezialteilen und Verschleißteilen, in OE/OEM- oder Aftermarket-Qualität von zertifizierten Herstellern** und Anbietern aus der Erstausrüstung von Fahrzeug und Motor. Das Bremer »Motorenteilelager« wird außerdem stetig durch Produkte in Erstausrüsterqualität für Landmaschinen, Baumaschinen, Marinemotoren, Industriemotoren, Biogasanlagen erweitert.

ZAHLEN UND FAKTEN SCHMETTAU + FUCHS GMBH

Gründung	» 1929
Hauptsitz	» Achim b. Bremen
Mitarbeiter	» ca. 50
Artikel	» ca. 300.000
Lagerplätze	» 25.000

ENGES NETZ & SCHNELLE LIEFERUNG

Als direkter Vertriebspartner der Originalteilezulieferer bei den Motoren- und Automobilherstellern haben Kunden bei S&F immer die Garantie, auf ein vollständiges und qualitativ hochwertiges Warenlager zugreifen zu können. Über das jahrelang gewachsene, intelligente Netzwerk von Lieferanten, Zentrallagern und eigenem Logistikzentrum für Schwermotorenteile kann Schmettau & Fuchs den **TECHNO** Gesellschaftern immer kurzfristig über 1 Mio. Referenzen zur Verfügung stellen. Ob über Logistikpartner, per Spedition oder über den hauseigenen regionalen Lieferservice – die Ware wird immer on time und vor allem mit dem altbekannt persönlichen Service deutschlandweit bereitgestellt.



FRISCH VOM HERSTELLER

SPEZIALWERKZEUGE VON KLANN

Seit über 36 Jahren ist der Name Klann gleichbedeutend mit qualitativ hochwertigen Spezialwerkzeugen für alle Fahrzeugtypen. Damit das auch in Zukunft so bleibt, setzt das Unternehmen aus Donaueschingen weiterhin auf Inhouse-Produkte.

Besondere Werkzeuge erfordern besondere Maßnahmen: Wo andere outsourcen, entwickelt und fertigt **Klann** seit ihrer Gründung alle Werkzeuge in ihrem Entwicklungs- und Produktionszentrum in Donaueschingen.

Flexibilität und Schnelligkeit zeichnet sie aus und hebt sie von der breiten Masse ab: So sind bei **Klann 96%** aller Produkte **sofort lieferbar**.

In ihrer Versuchswerkstatt tüfteln die Mitarbeiter an der stetigen Erweiterung ihrer Sortimente und Systeme: »So können wir nicht nur schneller auf die Anforderungen des Marktes reagieren, sondern auch unser Firmenversprechen einhalten: Reparaturen sicherer, einfacher und schneller zu machen.«

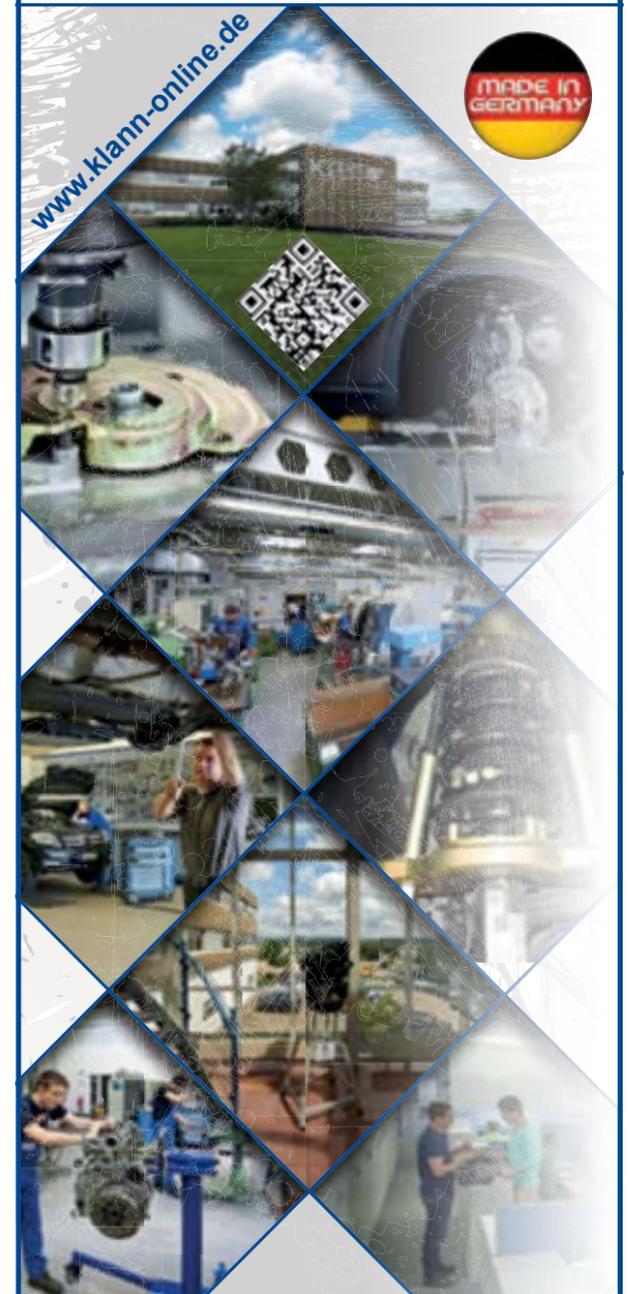


» klann-online.de

ZAHLEN UND FAKTEN KLANN SPEZIAL WERKZEUGBAU GMBH

Gründung	» 1978
seit 2012	» Teil der GEDORE-Gruppe
Hauptsitz	» Donaueschingen
Mitarbeiter	» ca. 100
Standorte	» Deutschland, Frankreich, England, USA

KLANN
Spezial-Werkzeugbau-GmbH



Spezial-Werkzeug für die
Fahrzeug-Instandsetzung

Partner in der **GEDORE** Gruppe



Es werde Licht!

Innovation und Ingenieurskunst – für leuchtende Ergebnisse

lumindo - simply LED Manufaktur und Licht Beratungshaus

lumindo – hier trifft faszinierende Lichtwirkung auf höchste Präzision und Effizienz. Das Heidelberger Unternehmen lumindo entwickelt und fertigt LED-Leuchtmittel und –Lampen für den anspruchsvollen Anwender.

Von der Wirtschaftlichkeitsanalyse über individuelle Lichtplanungen bis hin zur Ausführung werden LED-Lichtkonzeptionen von den lumindo-Architekten maßgeschneidert und aus einer Hand umgesetzt.

Eine helle Freude: Die strahlenden Innovationen made in Germany garantieren nicht nur höchste Qualität sondern können Dank des Direktvertriebes zudem für einen günstigen Preis erworben werden.



lumindo GmbH | Im Schuhmachergewann 6 | 69123 Heidelberg | +49 6221 186 710 | info@lumindo.de | www.lumindo.de



»Wir kombinieren eine hohe Produktqualität mit der bedarfsgerechten individuellen Lichtplanung und optimiertem Energieverbrauch. Dadurch reduzieren sich die Betriebskosten auf mindestens zehn Jahre deutlich – bei einer lichttechnischen Verbesserung aller relevanten Flächen und Räume.«

HÖCHSTE ZEIT FÜR LED

LED – die uns allen längst geläufige Abkürzung steht für »Licht-Emittierende Diode«. Neben Wirtschaftlichkeit und Energiesparkosten bis zu 90% spricht eine enorme Langlebigkeit für die Anwendung von LED Technologie: Mit der beachtlichen Brenndauer von mindestens 50.000 Stunden kann man sich demnach 25 Jahre lang einer durchschnittlichen Leuchtdauer von sechs Stunden täglich gewiss sein.

hat lumindo in mehreren Autohäusern innovative LED Lichtkonzeptionen maßgeschneidert umgesetzt. Auch auf diese Weise lässt sich die Konkurrenz schon mal in den Schatten stellen.

Die Beleuchtungssysteme von lumindo stehen für die kluge, individuelle Kombination ausgefeilter Technik mit beispielhaftem Know-how und innovativen LED-Systemkomponenten.

Licht formt den Raum, sorgt für Orientierung und ist zentraler Baustein in einem visuellen Gesamtkonzept. Auch die Automobilindustrie hat die Vorteile angenehmer, ästhetischer LED-Beleuchtungskonzepte aus dem Hause lumindo für sich erkannt. Werkhallen und Produktionsstätten erstrahlen zunehmend in bester Energieeffizienz sowie umweltfreundlichem und nahezu wartungsfreiem Licht. Die eingesetzten Kosten hierfür amortisieren sich bereits innerhalb von ca. 2 Jahren.

Und auch die Fahrzeuge eines Showrooms werden mit einem gut durchdachten Beleuchtungskonzept von lumindo dort ins richtige Licht gerückt, wo Brillanz und Strahlkraft besonders gefragt sind. Übrigens setzt auch die Premium-Fahrzeugklasse auf wirkungsvolle Licht-Lösungen: Für BMW



Zentrale der lumindo GmbH in Heidelberg

» lumindo.de

DAS RUNDUM-ENERGIE-PAKET

ENERGIE- UND KOSTENKONTROLLE MIT EHA

Wer heutzutage monatliche Kosten senken möchte, kommt an der Beschäftigung mit den Energiepreisen kaum noch vorbei. Die EHA Energie-Handels-Gesellschaft übernimmt für TECHNO Gesellschafter die zeitraubende Aufgabe des Preisvergleichs und bietet gleichzeitig individuell zugeschnittene Energieberatung mit Einspar-Potential.



ENERGIE-
BERATUNG



ENERGIE-
CONTROLLING



ENERGIE-
LIEFERUNG

Strom- und Energieversorgung in Autohäusern muss nicht zwangsläufig teuer sein: Schon seit mehreren Jahren liefert EHA seinen Kunden Energielieferung, Energiecontrolling und Energieberatung, mit der sich effizient Kosten und Verbrauch senken lassen:

Dank ihres weiten Netzwerkes erzielt EHA beim Einkauf des gebündelten Energiebedarfs für Autohäuser besonders günstige Konditionen. Dabei werden immer die Ausschreibungen regionaler und überregionaler Energieversorger mit den jeweils aktuellen Preisen der Energiehändler verglichen und auf Schwankungen am Markt

reagiert. **Vor allem bei fallenden Strompreisen werden die besten Konditionen 1-zu-1 an TECHNO Gesellschafter weitergegeben.**

Weil das Bewusstsein für regenerative Energien und Nachhaltigkeit immer wichtiger wird, liefert EHA Autohäusern dafür ausschließlich Grünstrom. Auf diese Weise vermeiden die Händler jährlich viele Tausend Tonnen CO₂-Emissionen und schützen das Klima.

» eha.net

Schalten Sie einen Gang zurück
bei den Energiekosten!

Jetzt
vormerken!
Wir sind auf der
Techno Expo am
11.11.2015

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. Vereinbaren Sie jetzt einen Gesprächstermin mit uns auf der Techno Expo. 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



...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.de

GEMEINSAM AUF NUMMER SICHER GEHEN

DIE DGUV V3-PRÜFUNG MIT **MAKRA** VERHINDERT ARBEITSUNFÄLLE

Die regelmäßige Prüfung von Elektrogeräten ist nicht nur eine gesetzlich verordnete Pflicht, sondern liegt auch im eigenen Interesse der Betriebe: So können Arbeitsunfälle vermieden und zukünftige Kosten für Wartung und Reparatur frühzeitig erkannt werden.

Ein defekter Schalter oder ein blankes Kabel – sind Geräte oder ein Anschluss defekt, ist das Verletzungsrisiko für die Mitarbeiter groß und auch das Unternehmen hat zu leiden: **Jedes Jahr entstehen Milliarden Schäden durch defekte Elektrogeräte und fehlerhafte Elektroinstallationen.**

Diese früher oft unterschätzte »unsichtbare« Gefahr wird mittlerweile mit der **DGUV V3** (ehemals BGV A3) **Prüfung** ortsveränderlicher und ortsfester elektrischer Anlagen angegangen. Seit 2014 Pflicht, sorgt die Verordnung für verantwortungsvolles Risikomanagement und sichert die Unternehmen zusätzlich gegenüber der Brandschutzversicherung und Berufsgenossenschaften ab – die übernehmen nämlich nur bei geprüften Elektrogeräten die Haftung für Personen- und Sachschäden.

Als langjähriger Partner von **TECHNO** kümmert sich **MAKRA** nicht nur um die Vorsorge und Prüfung elektrischer Geräte und Betriebsmittel nach **DGUV V3**, sondern erstellt auch rechtssichere Dokumentationen und Nachweise gegenüber den Versicherungen und Berufsgenossenschaften. Nach Abschluss des Prozesses werden die Geräte mit einer Plakette gekennzeichnet, so dass jederzeit abgelesen werden kann, wann der nächste Check notwendig ist.

Das Unternehmen sorgt dabei nicht nur hinsichtlich elektronischer Geräte für einen sicheren Arbeitsalltag, sondern unterstützt **TECHNO** Gesellschafter im Rahmen der **MAKRA ECO-STEPS** auch bei allen weiteren Fragen rund um das Thema Arbeitsschutz – mit umfassender Beratung und weiteren rechtssicheren Präventionsmaßnahmen.

DIE MAKRA ECO-STEPS

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

eco-steps

CONSULTING & SERVICE

» makra.de

Wenn alle Räder ineinander greifen



...da stimmt die Chemie!



Mit MAKRA Eco-Steps auf der sicheren Seite

- Arbeitsschutz / Gefahrstoffe
- Umwelt- und Abwassermanagement
- Hautschutz und Hygiene
- Konzepte und Chemie für die Werkstatt

www.makra.de

eco-steps

CONSULTING & SERVICE

WHAT'S NEXT?

KONFLIKT ODER KONSENS?

Ob X, Y oder Z:

Jede Generation hat heute ihre ganz eigene DNA
und besitzt ihr als sicher geltende zugewiesene Eigenschaften.
Dass da die stets zweifelnden Y-er mit den schwerarbeitenden
X-ern ab und an mal in Konflikt geraten, gehört in der Familie
fast schon zum guten Ton. Doch wie sieht es aus
wenn der Familie gleichzeitig noch ein Betrieb anhängt?
Wie viel Tradition braucht ein Traditionsunternehmen wirklich?
Und wann ist Aufbegehren wichtig und fördert
den positiven Umbruch?

WIE DER VATER – SO DER SOHN?

»Vater und Sohn« – viele werden dabei an einen Song von Simon & Garfunkel denken. Manch einer mag sich aber auch noch an den einfachen Strich von Erich Ohser erinnern, der sich mit seinen Bilder- geschichten in die Herzen ganzer Generationen zeichnete:

In comicartigen Bildern erzählte er immer wieder neu, wie der preußisch anmutende Patriarch mit Schnäuzer sich von seinem lausbübischen Sohn mit Strubbelkopf die ein oder andere Lehre erteilen ließ: Einmal zum Beispiel gibt der Vater dem Sohn einen Stapel dicker Wälzer zum Lesen – nur um den Spross ein paar Bilder weiter dabei zu erwischen, wie er den Bücherstapel als Erhöhung nutzt, um ein paar Kirschen vom Baum zu stibitzen.

Der Sohn verändert hier die ursprüngliche Anweisung des Vaters und gelangt mit einer pfiifigen Idee zu einer neuen »ertragsreichen« Erkenntnis. So harmonisch wie bei »Vater und Sohn« geht es freilich nicht immer ab, denn spätestens seit den 68ern gehört der Generationskonflikt bzw. das Aufbegehren der Söhne gegen die Väter schon fast zum guten Ton ...

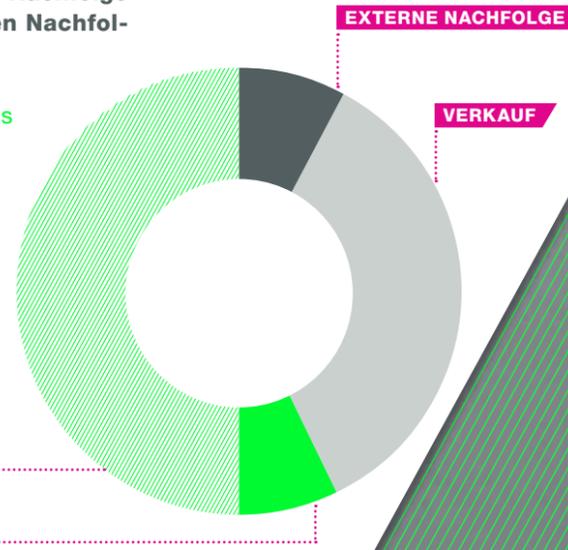
Eine gesonderte Rolle in dieser kleinen Generationsgeschichte spielen die Familien, denen gleichzeitig ein Unternehmen anhängt. Söhne und Töchter müssen sich hier nicht nur im Privaten, sondern auch im Geschäftlichen entscheiden, ob sie einen neuen Weg oder den ihrer Eltern einschlagen möchten. Erleichtert wird diese Entscheidung meist durch die positiven Voraussetzungen – denn das Modell des Familienunternehmens ist seit jeher eine Erfolgsstory: Nicht nur die größten deutschen Unternehmen wie VW oder Metro fallen in diese Kategorie, sondern auch gerade kleine und mittlere Betriebe in

familiärer Hand haben volkswirtschaftlich die Nase vorn: So machen laut der »Stiftung Familienunternehmen« die sogenannten »familienkontrollierten Unternehmen« ganze 91 Prozent aller deutschen Betriebe und 48 Prozent des bundesdeutschen Umsatzes aus. Auch rund 60 Prozent aller Arbeitsplätze sind den deutschen Familienunternehmen zu verdanken. Zweitgrößtes Betätigungsfeld ist dabei nach der Industrie immer noch der Handel und an dritter Stelle stehen die Dienstleistungen.

Der Automobilhandel vereint die beiden letztgenannten Wirtschaftsbereiche in sich und kann wie kein zweiter mit einem hohen Aufkommen an Familienunternehmen aufwarten. Auch im Verbund **TECHNO** zählen zahlreiche Autohäuser laut Definition der Stiftung Familienunternehmen zu den sogenannten »familienkontrollierten« und/oder »eigentumsgeführten« Unternehmen. Auch sie haben neben den üblichen unternehmerischen Risiken mit der für Familienunternehmen typischen Problematik zu kämpfen: Der Nachfolgeregelung. Geschätzt müssen sich um die 60.000 der deutschen Unternehmen pro Jahr mit diesem Thema auseinandersetzen:

Wer aus der Nachkommenschaft tritt die Nachfolge an? Und was, wenn es überhaupt keinen Nachfolger in den eigenen Reihen gibt?

Acht Prozent aller Unternehmen lösen »das Problem« der Nachfolge, indem sie einen Fremdgeschäftsführer engagieren und so den eigenen Firmenbesitz sichern. Bei 35 Prozent heißt die Nachfolgelösung Firmenverkauf. Sieben Prozent der Betriebe müssen ihre Tore schließen.



Bei denen, die das Glück haben, willige und fähige Nachfolger in der Familie zu wissen, bleibt immer noch die Frage nach dem »wie« – womit wir wieder bei unserer anfänglichen Geschichte Vater und Sohn angelangt wären:

- » Sollten die Methoden der Väter eins zu eins übernommen und fortgesetzt werden?
- » Oder treten die Jüngeren durch neue Ideen aus dem Schatten ihrer Vorfahren heraus?
- » Wie viel »frischen Wind« verträgt eine gesunde Unternehmenskultur?

WIR HABEN DIE STAMMBÄUME UNSERES VERBUNDES DURCHLEUCHTET UND BEI VERSCHIEDENEN GENERATIONEN NACHGEFRAGT, WELCHE CHANCEN UND PROBLEME SICH AUS DEM »CLASH DER GENERATION« ERGEBEN.

»SPONTANITÄT,
EXPERIMENTIER-
FREUDIGKEIT
UND MANCHMAL
AUCH EIN STÜCK
ZUVERSICHT SIND
EIGENSCHAFTEN,
WELCHE WIR
VON DER JÜNGEREN
GENERATION
IN EINEM HÖHEREN
MASSE ÜBER-
NEHMEN SOLLTEN.«

CHANGE ALS CHANCE?

Die nächste Generation der Automobilhandelsbranche steht vor der Tür und mit ihr ein Wandel, der Unternehmen vor große Herausforderungen stellt – aber auch viele Chancen bietet. Wir haben Michael Ziegler, Mitglied des TECHNO Aufsichtsrates, nach seiner Sicht auf das Thema gefragt und interessante Antworten erhalten.

Herr Ziegler, wie viel Wandel tut Ihrer Meinung nach einem Unternehmen gut?

überwiegend manuell gesteuert ablaufen. Aber Digitalisierung bedeutet keinesfalls die Unmündigkeit des Fahrers.«

M. Ziegler: »Kein Fortschritt ohne Wandel – oder auch mit den Worten von Victor Hugo ausgedrückt: ›Nichts ist mächtiger als eine Idee, deren Zeit gekommen ist.« Die Geschwindigkeit der Veränderungen wird aktuell immer höher. Deshalb sind wir gut beraten, dem Fortschritt nicht im Wege zu stehen und Wandel für uns als notwendige Veränderung zu interpretieren.«

Welchen Rat würden Sie abschließend der nächsten Generation von Autohändlern mit auf den Weg geben?

M. Ziegler: »Höre nie auf zu lernen und sei immer bereit dich neu zu definieren. Verbinde dabei »gutes Altes« mit »innovativem Neuen« und versuche immer einen Schritt voraus zu sein.«

Welche Art von Nachfolger würden Sie für solche Veränderungen in Ihrem eigenen Unternehmen bevorzugen: Eine interne oder eine externe?

Herr Ziegler, herzlichen Dank für Ihre Zeit.

M. Ziegler: »Das hängt natürlich ganz vom Potenzial des Nachfolgers ab. Grundsätzlich befürworte ich aber bei gleichem Potenzial die interne Nachfolge, da auf diesem Wege auch Unternehmenskultur und Unternehmenswerte als Seelen des Betriebes besser erhalten bleiben.«

Was können wir dabei Ihrer Meinung nach im Austausch mit einer jüngeren Generation lernen?

M. Ziegler: »Leichtigkeit und Kreativität fördert Innovation und Fortschritt. Für eine kontinuierliche Weiterentwicklung von Qualität und Erfolg ist ein konstruktives Miteinander zwischen der älteren und der jüngeren Generation in jedem Fall erforderlich. Spontaneität, Experimentierfreudigkeit und manchmal auch ein Stück Zuversicht sind Eigenschaften, welche wir von der nächsten Generation in höherem Maße übernehmen sollten.«

Mit welchen Themen und Veränderungen wird sich der Automobilhandel im Allgemeinen – und die nächste Generation im Speziellen – zukünftig besonders beschäftigen müssen?

M. Ziegler: »Durch die zunehmende Technologisierung werden uns die erforderlichen Veränderungen aufgezeigt. Es wird weniger eine Frage sein was wir für erforderlich halten, sondern unsere Branche muss im Zeitalter der Digitalisierung die richtigen Weichen stellen. Die Digitalisierung wird in hohem Maße dem Kunden als Nutzer des Fahrzeuges Hilfestellungen leisten, den Benutzerkomfort stärken, die Sicherheit im Straßenverkehr verbessern und viele Funktionen automatisieren, die heute





Mike Löffler ✓
@Auto Löffler GmbH



Lisa Löffler ✓
@Auto Löffler GmbH

GENERATIONSKONFLIKT? FEHLANZEIGE!

DIE GESCHWISTER LÖFFLER

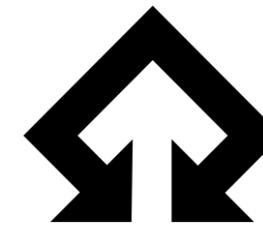
Bei Auto Löffler gab es 2015 einen Generationswechsel der etwas anderen Art: Keine Übernahme des elterlichen Betriebes im klassischen Sinne, sondern der Aufbau einer eigenen Dependance – mit Unterstützung des Vaters und umgekehrt.

Von Familie zu Familie. Als die Inhaber des Kümmerth & Ziegler Autohauses Anfang des Jahres nach einem Nachfolger für ihren Traditionsbetrieb suchten, wurden sie nicht in den eigenen Reihen, sondern bei einer anderen Schweinfurter Autohaus-Familie fündig:

Jungunternehmer **Lisa** und **Mike Löffler**, die zweite Generation der **Auto Löffler GmbH**, übernahmen das Opel Autohaus und alle Mitarbeiter, um es unter neuem Namen in eine erfolgreiche Zukunft zu führen. Eine große Aufgabe, die die Anfang 20-jährigen jedoch noch nicht alleine tragen müssen und wollen: »Wir sind zwar seit April die offiziellen Inhaber, leiten aber das neue Autohaus praktisch noch gemeinsam mit unserem Vater«, erklärt Lisa Löffler. »So können mein Bruder und ich nach und nach in seine Fußstapfen treten.« Dabei ist es allen drei Familienmitgliedern gleichermaßen wichtig, dass im Entscheidungsprozess nicht nur überhaupt Robert Löffler, sondern auch der »Nachwuchs« das Sagen hat, wie Mike Löffler betont: »Wir diskutieren solange, bis alles geklärt ist, aber am Ende entscheiden immer wir – nur so können wir an unseren Aufgaben und mit unseren Fehlern wachsen.«

Hineingewachsen sind die beiden Geschwister auch von klein auf in den väterlichen Betrieb und waren sich deshalb schon früh sicher, einmal ins Geschäft einsteigen zu wollen – trotz der Gewissheit, dass dabei die Mischung von Privatem und Geschäftlichem nicht ausbleibt: »Wir reden schon auch oft Zuhause noch über die Firma«, erzählt Lisa Löffler. »Aber das ist nicht belastend – eher im Gegenteil: Im Privaten hat man auch mal Zeit, über Dinge zu sprechen, zu denen man im Arbeitsalltag nicht kommt.« In diesem Alltag sind Lisa und Mike Löffler mittlerweile für 55 Mitarbeiter verantwortlich, was nur mit der richtigen Einstellung funktionieren kann: »Ich bin der Meinung, dass wir gut angenommen wurden, weil wir nicht Geschäftskinder spielen, sondern voll mitanpacken und mitarbeiten wie jeder andere auch«, erzählt Lisa Löffler. Das sei schließlich auch einer der ersten Grundsätze gewesen, den ihnen ihr Vater mitgegeben habe und den sie nun ihren eigenen Mitarbeitern vorleben wollen.

Werte, Ratschläge und Vertrauen – Gerade deshalb sind die Geschwister von dem Modell des Familienunternehmens restlos überzeugt und sehen ihre Position keineswegs als selbstverständlich an: »Als Jungunternehmer ist es ohne die familiäre Rückendeckung viel schwieriger – außerdem kann man sich auf die Familie immer verlassen.« Gravierende Nachteile gäbe es in ihrem Fall hingegen keine – »außer vielleicht, dass bei Jungunternehmern mit unserem Background natürlich noch extremer bewertet wird, ob man alles richtig macht.«



STICHWORT: WANDEL

NACHGEFRAGT BEI TECHNO GESCHÄFTSFÜHRER **GEORG WALLUS**

Nie zuvor hat sich die Automobilbranche so rasant gewandelt wie in Zeiten des Informationszeitalters. Wir sprachen mit TECHNO Geschäftsführer Georg Wallus über Veränderungen und Chancen im TECHNO Verbund – und welche Rolle die nächste Generation dabei spielt.

Herr Wallus, Henry Ford hat einmal gesagt: »Es hängt von dir selbst ab, ob du das neue Jahr als Bremse oder als Motor benutzen willst.« Was ist für Sie der leistungsstärkste Motor für Veränderungen in der Autohaus-Kooperation?

G. Wallus: »In erster Linie sind natürlich unsere Gesellschafter mit ihren mehr als 1.600 Standorten in Deutschland unser Motor und dies zukünftig in Kombination mit einer auf B2C ausgerichteten Plattform. Aber dass der Motor auch zündet – dafür sind auch die nötige Flexibilität, Innovation und Veränderungsbereitschaft unserer Mitarbeiter verantwortlich.«

Was wird Ihrer Meinung nach die entscheidende Veränderung der gesamten Branche in den nächsten Jahren sein?

G. Wallus: »Die immer stärker werdende Vernetzung zwischen Fahrzeug und Autohaus. Hier müssen die Händler immer darauf achten, dass die Vernetzung nicht nur zu den Herstellern, sondern wirklich auch zu ihnen und ihrer eigenen Marke besteht. Nur dadurch sichert sich das Autohaus einen Vorsprung für den Service und die Produktbeschaffung.«

Die intelligente Vernetzung von Fahrzeugen, mit ihrer Umwelt ist das Eine – das veränderte Informations und Kaufverhalten ihrer Fahrer das Andere. Welche Rolle sehen Sie in diesem Zusammenhang für TECHNO?

G. Wallus: »Unsere geplante E-Commerce-Lösung ist einer der Bausteine der eine anschauliche Antwort auf diese Frage gibt. Zum einen ergänzen wir systematisch das digitale Angebot unserer Gesellschafter. In diesem Fall in einem Bereich, in dem sonst für den Einzelnen kaum zu stemmende Investitionen getätigt werden müssten.

Zum anderen nutzen wir die »Power«, die eine Kooperation unserer Größenordnung mit sich bringt um ein relevantes Angebot mit dem notwendigen Druck am Markt zu platzieren. Nur so rechtfertigen sich die Investitionen. Es ist schließlich nicht der olympische Gedanke – »Dabei sein ist alles« – der uns antreibt in diesem Bereich aktiv zu werden.«

Welche Umbrüche halten Sie bei TECHNO in den nächsten Jahren für unbedingt notwendig und warum? Wo liegen die größten Chancen, die noch genutzt werden müssen?

G. Wallus: »Diese Frage kann man sehr schön mit einem Vergleich aus dem Fußball beantworten:

»Mit einem Spieler kann man ein Spiel gewinnen – aber nur mit einem Team kann man die Meisterschaft gewinnen.« Und so ein Team heißt es wie im Fußball weiter auszubauen und zu festigen. Die größten Chancen im TECHNO Team liegen meiner Meinung nach in nächster Zeit darin, das NKW-Segment weiter auszubauen und durch weiterführende Konzepte die Position der Gesellschafter zu stärken. Darüber hinaus werden wir über unser B2C Konzept den Verbraucher online noch breiter ansprechen und auch offline unsere Kommunikationsmaßnahmen modernisieren.«

Was können wir Ihrer Meinung nach im Austausch mit einer jüngeren Generation lernen?

G. Wallus: »Einerseits können wir der nächsten Generation traditionelle Werte und Erfahrungen vermitteln, die ihnen bei ihrer Zukunft weiterhelfen. Im Gegenzug lernen wir von ihnen, noch unbekanntes gegenüber offen zu sein und neue Dinge auszuprobieren – vor allem im digitalen Sektor. Man muss heute ja im Allgemeinen viel flexibler reagieren als früher und immer schneller Lösungsansätze bringen – und das kann die jüngere Generation oft schon von Haus aus besser. Deshalb bin ich auch schon besonders gespannt auf das erste Treffen des **CHANGE CLUB** im nächsten Jahr ...«

WANDEL GESTALTEN – AUS TRADITION

TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION INITIIERT DEN **CHANGE CLUB**

Der spürbare Wandel im **TECHNO** Verbund der letzten Jahre wird jetzt noch greifbarer. Der vom Fachausschuss für Dienstleistung und Marketing ins Leben gerufene **CHANGE CLUB** bietet künftigen Nachfolgern und Führungskräften mit Geschäftsführerpotential die Möglichkeit, kreativen Input und neue Denkanstöße auszutauschen und umzusetzen.

Wer die Geschichte von **TECHNO** kennt, der weiß, dass sich aus dem einst reinen Einkaufsverbund mittlerweile eine der erfolgreichsten Autohaus-Kooperationen Deutschlands mit zahlreichen Leistungsfeldern gebildet hat – was nicht zuletzt auf das Zutun der einzelnen Mitglieder zurückzuführen sei, wie Geschäftsführer Wallus betont: »Die Chance im Wandel zu ergreifen, liegt nirgendwo so nahe wie in einem dynamischen Verbund. Verschiedene Impulsgeber und verschiedene Meinungen können zu fruchtbaren konstruktiven Ergebnissen führen, die den Verbund immer weiter vorantreiben.«

Mit dem **TECHNO CHANGE CLUB** solle jetzt der nächste logische Schritt getan und der nachkommenden Generation eine Plattform für frische Ideen und neue Impulse geboten werden, erklärt Georg Wallus die Initiative: »Wir glauben, dass sich in unserem Verbund eine jüngere Generation von engagierten Mitarbeitern und potentiellen Geschäftsführern hervortut, die aufgrund anderer Sichtweisen eine andere Wahrnehmung für die Trends der Zukunft haben.«

Dabei gehe es selbstverständlich nicht um einen Wandel um des Wandels willen, sondern auch um einen positiven Effekt für Verbund und Gesellschafter: »Wir erhoffen uns durch ein derartiges Forum nicht nur ein enges Miteinander unserer Gesellschafter, sondern auch interessante Denkanstöße und kreative Konzepte für zukünftige Marktanforderungen zu finden.« Gerade mit Blick auf die fortschreitende Technologisierung und Digitalisierung oder den zunehmenden Fachkräftemangel sollten dabei neue Lösungen diskutiert und geeignete Maßnahmen angeschoben werden.

Dafür wird sich der **TECHNO CHANGE CLUB** ab 2016 regelmäßig an verschiedenen Orten Deutschlands treffen und im kleinen Kreis die Wettbewerbsfähigkeit von Verbund und Gesellschaftern vorantreiben. Interessierte Gesellschafterunternehmen sollen dafür einen geeigneten Mitarbeiter aus den eigenen Reihen vorschlagen. »Wir haben uns bewusst dafür entschieden, zunächst eine limitierte Teilnehmeranzahl in den Club zu bitten«, erzählt Wallus. »Damit wollen wir natürlich niemanden ausschließen! Vielmehr geht es uns darum in kleinerer Runde persönlich und zielführend zu diskutieren. Außerdem sehen wir es auch als Chance für die Gesellschafter, einzelne engagierte Mitarbeiter zu fördern und sie noch besser mit unserem Verbund vertraut zu machen.«

Ein erstes Treffen des **CHANGE CLUB** ist für das **erste Quartal 2016** geplant. Wir sind gespannt.



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.

TECHNO^T
 DIE AUTOHAUS-KOOPERATION

ALLES BLEIBT – ANDERS!

EVENT DES JAHRES: **DIE TECHNO EXPO 2015**

Am 11. November 2015 ist es so weit: Die **TECHNO EXPO 2015** öffnet abermals ihre Tore. Auch in diesem Jahr stehen zahlreiche Hersteller und Produkte – aber auch viele neue Highlights auf dem Programm.

Dass Werte und Wandel bei **TECHNO** keine Gegensätze sind – sondern im Gegenteil: Hand in Hand gehen – wird anlässlich des 40. Jubiläums der Warenbörse großflächig auf 3000m² präsentiert. Unter dem neuen Namen **T»EXPO** erwarten die Besucher in diesem Jahr die traditionell gute Atmosphäre und viel überraschendes Entertainment.

Die Messe findet am 11. November im heimatischen Hafen von Hamburg statt. Die Stadt im Wandel, die ihr sprichwörtliches »Tor zur Welt« immer weiter öffnet, gilt als Schnittstelle zwischen Tradition und Zukunft – und die Silhouette der Elbphilharmonie ist mittlerweile genauso in ihr verankert wie der alte Frachthafen. Diese Symbiose zwischen alten Werten und neuen Visionen greift auch die **TECHNO EXPO 2015** thematis

ch auf – denn **TECHNO** ist ein Traditionsunternehmen im Wandel, das die Zukunft begrüßt mit **Moin Moin Zukunft!**

Echte Hamburger wissen natürlich, dass »MOIN« nicht »Guten Morgen« bedeutet, sondern übersetzt so viel wie „schön, angenehm“ und zu jeder Tages- und Nachtzeit ein Gesprächspartner ist. Auf der **TECHNO EXPO 2015** wird der Hamburger Schnack jetzt zum Door-Opener für zukünftige Netzwerke und neue Ideen.

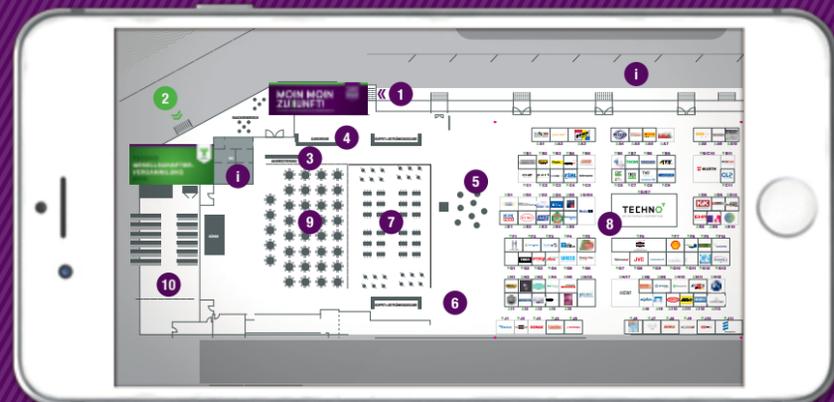
Alle Besucher werden zum Schuppen 52, einem der letzten Kaischuppen und Umschlagsplätze der alten Kaiserzeit, gebracht. Dort erwarten Sie neben zahlreichen Ausstellern, innovativen Produkten und vielen neuen Kontakten, auch ein gewohnt amüsantes und köstliches Rahmen-Programm mit einem guten Schuss Hamburger Lebensfreude:

IN DIESEM SINNE:

Verpassen Sie nicht das Branchen-Event des Jahres! Wir sehen uns auf der T»EXPO 2015

T»EXPO 2015 TO GO

So leicht stecken Sie 6000m² in die Tasche. Hier geht es zum Hallenplan für die **T»EXPO 2015**



Nov.

Hamburg

Sicher ist sicher:
hier geht's zum
Kalendereintrag.



HIGHLIGHTS DER T»EXPO 2015 ★ ★ ★ ★

KAISERLICHE HALLEN

In einem der letzten Kaischuppen, der größten und modernsten Umschlaganlage des vergangenen Jahrhunderts, lässt die **TECHNO EXPO** hanseatischen Handel und jungen Pioniergeist wieder aufleben: Auf 3.000 m² des Schuppen 52 erwarten die Gäste zahlreiche Aussteller, anregende Vorträge und ein Ausblick auf den Hafen, der seinesgleichen sucht.

VERKAUFSPROFI AN DECK

Hummel Hummel Aal Aal! Aufgepasst, Deutschlands größter Verkaufsprofi Aale Dieter gibt sich die Ehre. Seit vielen Jahren ist das Hamburger Original der ungekrönte König des Hamburger Fischmarkts, wo er Besucher und Einheimische jeden Sonntag aufs Neue »beschnackt« und begeistert. Natürlich hat er nicht nur seinen berühmten Aal im Gepäck sondern bringt auf der **TECHNO EXPO** auch sonst alles an den Mann, was nicht niet- und nagelfest ist ...

GENUSS MIT SCHUSS

Zum Abschluss des Messtags voll interessanter Innovationen und Bekanntschaften – haben alle Besucher die Möglichkeit, den Abend bei einem Glas Wein, gutem Essen und einer Extraportion Humor des Hamburger Improtheaters »Steife Brise« ausklingen zu lassen.

GRÜSSE AUS ÜBERSEE

Zeit, den rauchenden Köpfen eine Pause zu gönnen! Hier werden Besucher in das Geheimnis des kubanischen Zigarrenrollens eingeweiht und genießen anschließend die exklusiv für sie gedrehte Luxus-Zigarre.

T»EXPO 2015 – mit freundlicher Unterstützung von



Besuchen Sie uns auf www.petex.net

TECHNO^T - LIEFERANT

seit über 25 Jahren!



IHR ZUVERLÄSSIGER PARTNER FÜR
AUTOAUSSTATTUNG UND AUTOZUBEHÖR

Seit mehr als 30 Jahren steht **PETEX** für höchste **Qualitätsstandards** in der Produktion, Auftragsabwicklung und Lieferung. Wir bauen auf langfristige Partnerschaften.



HÖCHSTE QUALITÄT
DIREKT VOM HERSTELLER



GUMMIMATTEN AUTOTEPPICHE SITZBEZÜGE
RADZIERBLENDEN EISKRATZER SICHERHEITZUBEHÖR
ZUBEHÖRARTIKEL AUTOPFLEGEPRODUKTE

...und vieles mehr auf www.petex.net

PETEX - Autoausstattungs-GmbH
Lauterbachstraße 44
D-84307 Eggenfelden
www.petex.net



**NEUES WINTERPROGRAMM
JETZT ERHÄLTlich!**



EMOTION

polar-silber,
racing-schwarz
16" . 17" . 18"



Winterrad aus Leidenschaft

Klare Linien in zeitlosem Design. Mit fünf markanten Speichen und erhöhten Stegen an den Rändern steht **EMOTION** für perfekte Harmonie und Leidenschaft.

www.ATSwheels.com

ATS
Leichtmetallräder

* 5 Jahre Garantie gemäß unserer Verkaufs-, Liefer- und Zahlungsbedingungen, abrufbar unter www.uniwheels.com/agb. Ausgewählte Anwendungen ECE geprüft.

BILLIGTEILE KÖNNEN MOTOR SCHÄDIGEN!

TURBOLADER-EXPERTE ANDREAS SOLIBIEDA ÜBER NACHBAU-TURBOLADER



Was würden Sie Autohäusern empfehlen, wenn jemand nach solchen Teilen fragt oder sogar mitbringt?

A. Solibieda: »Vor dem Einbau von Billigteilen können wir nur warnen. Mit dem Einbau von billigen nicht OE-Serien-Turboladern können erhebliche Probleme erzeugt werden. Wird ein Billignachbau eingebaut, ist es zudem die Verantwortung der Werkstatt nachzuweisen, dass nicht die Einbauleistung, sondern das Bauteil die Probleme verursacht hat.«

Das heißt: man sollte auf Original-Turbolader setzen?

A. Solibieda: »Wir empfehlen, nur Turbolader zu verwenden, die den Freigaben und Genehmigungen entsprechen. Seriöse Anbieter liefern diese Nachweise automatisch mit. Neben Neuladern gibt es auch Alternativen, etwa für zeitwertgerechte Reparaturen. Hier stellen industriell wiederaufbereitete Turbolader eine preislich interessante Alternative dar.«

Worin unterscheiden sich diese von den Nachbauten?

A. Solibieda: »Der entscheidende Unterschied ist, dass die Fertigung der industriell wiederaufbereiteten Turbolader in auditierten industriellen Qualitätsprozessen erfolgt. Ein derart wiederaufbereiteter Turbolader entspricht funktional dem Originalteil. Der Kunde erhält die gleiche Gewährleistung/Garantie wie beim Original-Neuteil. Um dies anzubieten verfügen wir über ein hochmodernes Prüfzentrum.

Als Master Distributor können wir dem Handel ein qualitativ hochwertiges und breites Spektrum an Turboladern der Serienhersteller bieten. Unter anderem vertreten wir die Marken Garrett, BorgWarner, Holset und MHI. Mit der Lieferung von neuen sowie aufbereiteten Turboladern der verschiedenen Hersteller können wir den Handel effektiv und entsprechend der jeweiligen Anforderungen unterstützen. Mit der Möglichkeit zum Turboladertausch, mit Lösungen zur zeitwertgerechten Reparatur, einem umfangreichen Angebot an Zubehör, zahlreichen Schulungen für Werkstattmitarbeiter und der Reparaturen von Turboladern aller Marken, verstehen wir uns als leistungsstarker Partner der Fahrzeughändler.«

Was auf den ersten Blick günstig erscheint, entpuppt sich oftmals als teurer Fehlkauf. Ganz aktuell zeigt sich dies bei Nachbauten von Turboladern.

In einer Stellungnahme weist das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) darauf hin, dass beim Einbau eines nicht genehmigten Nachbaus die Betriebserlaubnis eines Fahrzeugs erlöschen kann, wenn sich etwa das Geräusch- und Emissionsverhalten verschlechtert. Wir sprachen mit **Andreas Solibieda, Geschäftsführer** des Turbolader-Spezialisten **Motair** (links), über die Gefahren solcher Nachbauten.

Herr Solibieda, das BMVI warnt vor nicht genehmigten Nachbauten von Turboladern. Worin besteht die Gefahr?

A. Solibieda: »Turbolader sind nicht beliebig austauschbar, sondern werden passend zum jeweiligen Motor entwickelt und gefertigt. Sie müssen entsprechend kalibriert, feinstgewuchtet und geprüft sein. Genau dies ist bei den Nachbauten von Drittunternehmen in der Regel nicht der Fall. Probleme drohen somit nicht nur bezüglich der Betriebserlaubnis. Wenn nicht alle Toleranzen bei der Fertigung eingehalten werden, können auch der Verbrauch und die Emissionen steigen. Zudem kann die Leistung durch unsauber gefertigte Turbolader sinken oder es im schlimmsten Fall zu Motorschäden kommen.«

» motair.de

PATENTREZEPT GEGEN REIFENDIEBE!

DIEBSTAHSICHER MIT SECONTEC

SECONTEC Sicherheitsexperten: Stefan Chüo, Prokurist (li.) und Romuald Kowalik, Geschäftsführer (re.)

Als erster und einziger Anbieter auf dem deutschen Markt hat Sicherheitsexperte SECONTEC ein System entwickelt, das Reifencontainer im Bedarfsfall in Hochsicherheitstrakte verwandelt – und Reifendieben das Handwerk legt.

Viele Autohäuser wissen aus Erfahrung: Gelegenheit macht Diebe. Gerade deshalb entscheiden sich immer mehr Händler dazu, keine eigene Reifen-Halle mehr zu betreiben, sondern einen Großteil bei externen Dienstleistern auszulagern. Das betrifft jedoch nur in den wenigsten Fällen den Rumpfbestand für Ausstellungs-Modelle, der aus logistischen Gründen meist in Containern vor Ort bleibt. »Genau für diese Fälle haben wir jetzt gemeinsam mit unserem Hersteller eine Sicherheitstechnik entwickelt, die Reifen-Dieben das Handwerk legt«, erklärt Stefan Chüo. Das bisherige System eines Bewegungsmelders reiche alleine oftmals nicht aus, um potentielle Täter abzuwehren.

»Das Problem dabei ist, dass der Bewegungsmelder sich in der Mitte zwischen den Reifen befindet. Das bedeutet, die Container können immer noch seitlich aufgeflex und die Reifen unbemerkt entnommen werden.«

Dem setzt **SECONTEC** mit dem »Sensor Wire« ein modulares Sicherheitspaket entgegen: Der standardisierte Bewegungsmelder wird durch ein hochsensibles Kabel an den Innenseiten des Containers erweitert. Sobald jemand versucht, den Container unbefugt an den Seiten zu öffnen, wird ein Alarm ausgelöst, der durch zusätzlich angebrachte Kameras in der Zentrale direkt geprüft werden kann. **»Wir sind bislang der einzige Dienstleister auf dem deutschen Markt, der ein solch modulares System anbietet«,** so Kowalik. **»Bei Bedarf machen wir in Zukunft aus jedem Reifen-Container ein kleines Fort Knox!«**

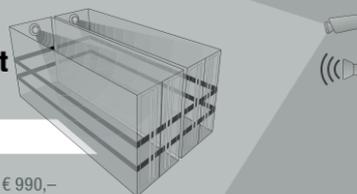
MODULARER SCHUTZ FÜR REIFENCONTAINER

AUSSTATTUNG 1. CONTAINER:

- Sensor Wire**
- + 2 Kameras**
- + Auswertungseinheit**
- + Controllbox**

€ 4.990,- (zzgl. Anfahrt)

Jede weitere Container-Ausstattung: € 990,-



» secontec.de



www.secontec.de

SCHÜTZEN SIE IHRE FAHRZEUGE SICHERHEIT FÜR IHR AUTOHAUS

SECONTEC berät und unterstützt bei der Planung und Umsetzung von intelligenten Sicherheitskonzepten für den Innen- und Außenbereich. Gemeinsam mit Ihnen entwickeln wir das passende Konzept für Ihr individuelles Sicherheitsziel.

Über 25 Jahre Erfahrung im Bereich der Sicherheitstechnik schafft Vertrauen. Die Empfehlungen namhafter Versicherer und zahlreicher TECHNO-Gesellschafter zeichnen uns aus.

» Kontakt

Telefon: 0511 8071-296
E-Mail: info@secontec.de
www.secontec.de



WIE VIEL EXXONMOBIL STECKT IM PKW?

SCHMIER- UND KRAFTSTOFFE, TÜR- UND FENSTERDICHTUNGEN, EINES PKW, IN DENEN PRODUKTE VON EXXONMOBIL STECKEN.

STOSSFÄNGER UND REIFEN. ES GIBT VIELE TEILE

◆ = SCHMIER- UND KRAFTSTOFFE

● = CHEMISCHE PRODUKTE

MOTORBLOCK

Die Motorenöle von **ExxonMobil** schützen den **Motor (1)** unter anderem vor Ablagerungen, Schlamm- und Lackbildung und helfen bei der Kraftstoffeinsparung.

Die Schmierstoffe für **Kraftfahrzeuggetriebe** und **Automatikgetriebe (2)** sorgen für längere Getriebe- und Dichtungsstandzeiten sowie eine hohe Lasttragfähigkeit.

Vistalon™ 706 EPM sorgt mit seinen Eigenschaften unter anderem dafür, dass **Keilriemen (3)** leise laufen.

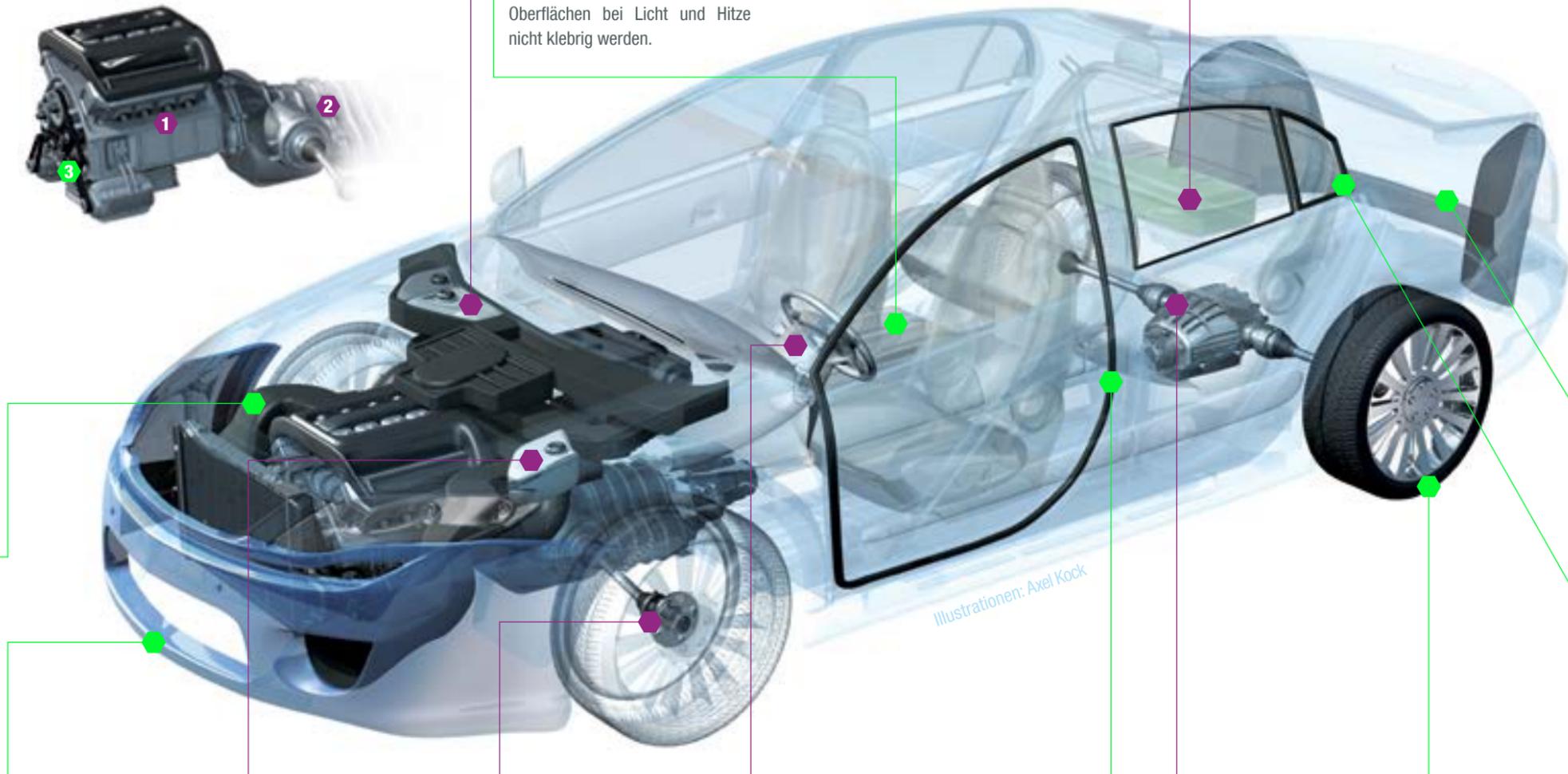
Luftführung im Motorraum: (Air Management) Das thermoplastische Vulkanisat **Santoprene™ TPV** ist erste Wahl für die Luftführung im Motorraum und macht sie zum Beispiel haltbarer, hitzebeständiger und leichter.

Stoßfänger: Die **Exxtral Kunststoffe** von **ExxonMobil** verbessern je nach Modifizierung die Eigenschaften verschiedener Autoteile. Sie sorgen z. B. dafür, dass Stoßfänger bruchstabil sind und eine hohe Steifigkeit haben.

Bremsflüssigkeit: Um eine lange Lebensdauer und die Funktionssicherheit aller Bremsaggregate sicherzustellen, bedarf es einer Bremsflüssigkeit mit hohem Korrosionsschutz und Siedepunkt.

Mittelkonsole: **ExxonMobils Exxtral™** kommt auch bei der Herstellung von Mittelkonsolen zum Einsatz und sorgt dort unter anderem für eine gute Steifigkeit und Festigkeit der Bauteile. Außerdem sorgt **Exxtral™** dafür, dass die Oberflächen bei Licht und Hitze nicht klebrig werden.

Kraftstoff: Ohne die verschiedenen hochwertigen **Kraftstoffe** von **ExxonMobil** geht auf den Straßen nichts.



Illustrationen: Axel Kock

Frostschutzmittel: **ExxonMobil** bietet ein **Frostschutzmittelkonzentrat**, das speziell zum Schutz vor Korrosions- und Frostschäden für Pkw-Motoren entwickelt wurde.

Radlager: Die **Schmierfette** von **ExxonMobil** zeichnen sich durch gutes Haftvermögen und exzellente Schmierfähigkeit bei tiefen Temperaturen aus. Dadurch eignen sie sich zum Beispiel für die Schmierung von Radlagern.

Servolenkung: **ExxonMobil** bietet ein **Hydraulikfluid** speziell für den Einsatz in Steuer- und Servosystemen. Das Öl schützt dort vor allem gegen Verschleiß, Rost, Korrosion und Schaum.

Türdichtung: **ExxonMobils Vistalon™ EPDM** Kautschuk trägt als Polymer in Türdichtungen zu einer hervorragenden Witterungsbeständigkeit und einer enormen Elastizität bei – Garantien für eine langfristige Dichtungsleistung.

Differenzial: Ein Öl, welches das Differenzial im PKW schmieren soll, muss besonderen Anforderungen gerecht werden. Es muss optimalen Schutz gegen thermischen Abbau, Oxidation, Verschleiß, Korrosion und Rost bieten.

Reifen: **Exxon™ Halobutyl Polymere** in der Innenseele des Reifens halten den Luftdruck im Reifen und verhindern damit höheren Rollwiderstand und Kraftstoffverbrauch durch schleichenden Druckverlust.

Glaseinfassung: **Santoprene™ TPVs** kommen auch bei Fensterdichtungen zum Einsatz. Hier besticht das **ExxonMobil** Produkt unter anderem durch eine glatte Oberflächenstruktur, UV-Beständigkeit und Leichtigkeit.



Bei der **Türverkleidung (1)** sorgt **Exxtral™** für eine hohe Kratzfestigkeit der Oberflächen sowie eine Gewichtsreduzierung im Vergleich zu herkömmlichen Materialien.

Exxtral™ kommt auch im Cockpit des Autos zum Einsatz. Zum Beispiel werden bei der **Instrumententafel (2)** **Exxtral™** Typen eingesetzt, die eine hohe UV-Beständigkeit besitzen, sodass die Farben nicht vergilben. Für diese Anwendung sind die Anforderungen an Steifigkeit, Schlagfestigkeit und Kratzbeständigkeit besonders hoch. Die **Exxtral™** Typen für diese Anwendungen besitzen eine große Steifigkeit und ermöglichen es so, dünne Teile herzustellen. Das spart wiederum Gewicht bei der Innenverkleidung bzw. **Säulenverkleidung (3)**.

Kofferraumverkleidung: Gerade die Kofferraumverkleidung wird oft schwer beansprucht beim Transport von Gepäck. **Exxtral™** Kunststoffe sorgen hier für eine hohe Festigkeit und Kratzfestigkeit sowie eine robuste Oberfläche.

SEI SCHNELLER ODER BESSER

IM GESPRÄCH MIT **PETRA HARDEWEG**, LEITERIN MARKETING- & KOMMUNIKATION BEI **BERESA** ÜBER MARKENKOMMUNIKATION UND KUNDENBINDUNG

Frau Hardeweg, vor kurzem fand die Eröffnung Ihres neuen Hauptstandortes in Münster statt. Was macht ihn zum – wie Sie sagen – »Autohaus der Zukunft«?

P. Hardeweg: »Zunächst war es nur ein Arbeitstitel. Die vielen Innovationen und zukunftsweisenden digitalen Elemente haben es uns in der Kommunikation leicht gemacht, das Grundkonzept samt Arbeitstitel weiterzuspielen. Mit dem Key-Visual »Offen für die Zukunft« konnten wir die Mehrwerte transportieren und den Spannungsbogen bei allen Interessenten aufbauen.«

Wie haben Sie dieses Event kommunikativ begleitet?

P. Hardeweg: »In erster Linie haben wir unsere Bestands- und Zielkunden angesprochen. Mit der Ankündigungskommunikation haben wir erst eine Woche vor der Eröffnungsfeier ganz kompakt gestartet. Wir wollten vermeiden, dass die Kunden schon vorher – während der Umzugs- und Einarbeitungsphase – mobil machen.

Statt vieler kleiner Anzeigen haben wir im Offline-Bereich eine aufmerksamkeitsstarke Halbummantelung der örtlichen Tageszeitung (Half-Cover) gewählt. Parallel dazu wurde an 6 Tagen die komplette lokale Online-Landschaft mit Bannern geflutet, digitale Newsletter verschickt und unsere Social Media-Kanäle einbezogen.

»Zeitung« als eines der zentralen Medien klingt vielleicht etwas bieder, war aber hier die richtige Wahl. Wichtig ist immer das Zusammenspiel analoger und digitaler Kanäle und dass der eine den anderen begleitet. Online Offline oder Offline Online.

Im Ergebnis haben am Eröffnungswochenende mehr als 17.000 Besucher das neue Autohaus bei einer innovativen Experience erkundet: »Offen für Abenteuer, offen für Genuss, offen für Visionen, offen für Entdeckungen, offen für Menschen, offen für Höchstleistungen« ...«

Sie gelten vor allem im Online-Bereich als innovativ und richtungsweisend in der Branche. Was ist das Besondere an Ihren digitalen Maßnahmen? Und welche drei Tipps können Sie Kollegen geben?

Digital Denken. Obwohl der Handwerkskasten jedem zur Verfügung steht, ist das Wichtigste digital zu denken und sich von alten Gewohnheiten zu verabschieden. Unser Werbebudget wird kontinuierlich umgeschichtet.

Kundendatenmanagement ist ein zentraler Bestandteil aller Online-Aktivitäten und muss mit hoher Priorität gepflegt und definiert werden. Nur so kann auch zielgerichtet kommuniziert werden.

Call to Action-Buttons. Ich liebe Sie! Keine Kampagne oder Banner ohne Landingpage oder Call to Action.

Das bedeutet, dass wir dem Interessenten möglichst schnell und eindeutig vermitteln, was er zu tun hat: »anrufen«, »jetzt auswählen«, »hier klicken und informieren«, »Probefahrt hier«, »Wunschwagen sichern«, »Ratenrechner starten«, »Petra fragen«, ...«

Sie haben es erfolgreich geschafft, BERESA als Marke zu positionieren. Welches waren für Sie die entscheidenden Schritte?

P. Hardeweg: »Die Autohausmarke muss neben der Handelsmarke mit Maßnahmen positiv belegt werden. Das geht nicht von heute auf morgen. Bei BERESA haben viele Mitarbeiter durch ihren persönlichen Einsatz – insbesondere im Kundenkontaktbereich – zum Markenwert beigetragen. Ich selbst bin dabei manchmal Ideengeber, mitunter aber auch Fußbremse, wenn Engagements nicht zur Marke und unserer Zielgruppe passen.«

Was zeichnet die Marke BERESA – neben dem hohen Service- und Qualitätsanspruch aus?

P. Hardeweg: »In jedem Fall unsere Unternehmenskultur und die Innovationskraft, die von der Geschäftsführung und den leitenden Angestellten getragen wird. Sie wird im Unternehmen von den meisten Mitarbeitern gelebt. Wir sind ein beliebter Arbeitgeber in der Region und rekrutieren die meisten Führungskräfte und Mitarbeiter aus den eigenen Reihen über Nachwuchs- und Ausbildungsprogramme. Der ungeheure Motivationspegel der Mannschaft hat uns jüngst beim Umzug und bei der personalintensiven Eröffnung am Standort Münster sehr bestärkt.«



Wie sieht für Sie erfolgreiches Beziehungsmanagement aus? Gibt es Kundenbindungsinstrumente, die Sie für unverzichtbar halten?

P. Hardeweg: »Klingt jetzt altmodisch, ... aber der Kanal Telefon hat bei uns nach wie vor Konjunktur. In meinem Team haben wir 5 Mitarbeiter für die Inbound-Telefonie und über 10 Mitarbeiter für den Bereich Outbound-Kampagnen (Connected Car, Garantie, B2B-Beratungstermine, B2C-Servicetermine, Nachtelefonie, Leadmanagement, ...)«

Welche Rolle spielen dabei digitale Services?

P. Hardeweg: »Das ist der Bereich der Zukunft. Wir werden in den nächsten 2 Jahren über unsere »echte« Servicetermin-Online-Buchung die Hälfte des Telefonaufkommens im Service reduzieren und bieten schon jetzt für 6 Standorte die zeitsparende und kostenreduzierte Kontaktmöglichkeit für unsere Kunden an. Der Kunde entscheidet über sein bevorzugtes Kontaktmedium. Wir können es aber beeinflussen, indem wir die Online-Buchung überall bewerben.«

Können Sie uns ein Beispiel für ein innovatives Kundenbindungsinstrument aus Ihrem Haus geben?

P. Hardeweg: »Connected Car ist eine echte Chance für die Händler. Wir streben unserem eigenen Mercedes-me Kompetenzteam eine hohe Verknüpfungsquote an und unterstützen jeden Kunden bei der Anlage seines hinterlegten Servicebetriebes.«

Frau Hardeweg, Sie sind von »Kfz betrieb« zur Managerin des Jahres gekürt worden. Was glauben Sie, war ausschlaggebend für diese Auszeichnung?

P. Hardeweg: »Da müssen Sie die Jury fragen. Der Chefredakteur Wolfgang Michel hat viele wertschätzende und anerkennende Worte über meine Arbeit der vergangenen Jahre formuliert. Ich habe mich über die Auszeichnung sehr gefreut und sehe es als Ergebnis meines jahrelangen Engagements im Autobusiness.«

Wie schwer ist es, sich als Frau im Kfz-Markt zu behaupten? Gibt es da überhaupt noch große Schwierigkeiten?

P. Hardeweg: »Seit 20 Jahren arbeite ich in der männlich dominierten Autobranche, was mir immer große Freude bereitet hat. Ich habe es weniger als schwierig aber vielmehr als Herausforderung empfunden.

Schade ist es aber, dass sich so wenige Frauen eine Führungsrolle in dieser männlich besetzten Branche zutrauen. Die Branche wird in Zukunft noch digitaler und braucht dringend mehr Emotionalität. Es ist kein Geheimnis, dass genau dieses Attribut durch uns Frauen eher ausgestrahlt wird, als durch unsere männlichen Marktbegleiter. Die Kombination macht es.«

Was ist für Sie einer der wichtigsten Leitgedanken, die Sie Ihren Mitarbeitern vorleben?

P. Hardeweg: »Mit einer Strategie können Sie noch keine Welt verbessern. Ich bin ein sehr großer Fan der tatsächlichen Umsetzung. Strukturiert anfangen und Erfahrungswerte sammeln bringt mehr als ständig weitere Charts in die Powerpoint-Strategie einzufügen und nur darüber zu »palabern«. **Mein Motto: »Sei schneller oder besser.«**

Frau Hardeweg, herzlichen Dank für Ihre Zeit!

Eindrücke und Videos von der Neueröffnung:

» beresa.de/offen

» beresa.de

BERESA
LEIDENSCHAFT FÜR BEWEGUNG

ÜBERZEUGEND EFFIZIENT: SOFTWAREGESTEUERTE LIEFERLOGISTIK VON PLT

GPS-TRACKING UND TOURENOPTIMIERUNG BEI OT REGIO MÜNSTER



OT REGIO MÜNSTER – die regionale, markenübergreifende Kooperation von sechs Autohäusern nutzt das Tourenoptimierungs- und Tracking-System TrackPilot der PLT GmbH für die Planung und Steuerung der Auslieferlogistik.

Die einfache Bedienung des Systems reduziert den Arbeitsaufwand für den Auslieferungsprozess stark und hilft den Partnern, die Zusammenarbeit noch besser zu koordinieren. Für eine effizientere und schnellere Auslieferung und einen Service, von dem nicht nur bestehende Kunden profitieren, sondern der auch neue hinzugewinnt.

Sechs Autohäuser aus dem Münsterland beschreiten bei der Originalteile-Vermarktung einen neuen Weg: Angesichts der starken Konkurrenz im OT-Bereich haben sich die TECHNO Gesellschafter Beresa, Rahenbrock und Knubel mit den Kollegen der markengebundenen Autohäuser von Brüning, Rump und Wiesmann zusammengeschlossen und die regionale Interessenvertretung OT REGIO MÜNSTER gegründet. Damit bieten sie ihren Kunden in den angeschlossenen und nun vor allem auch markenfreien Werkstätten eine markenübergreifende Plattform für Bestellabwicklung und Lieferung. Das allein reduziert die Logistikkosten erheblich.

Doch wie organisiert man die Auslieferung kostensparend und effizient? Wie erreicht eine Bestellung noch am gleichen Tag den Kunden? Welcher Auslieferungstour werden welche Kunden zugeordnet und welches Zeitfenster steht wo zur Verfügung?

Mit dem Tourenplanungs- & Tracking-Portal »TrackPilot« der PLT GmbH aus Berlin hat OT REGIO MÜNSTER die Lösung gefunden. Bestellungen von Werkstätten und Autohäusern werden im System als Aufträge erfasst. Im Anschluss werden die Lieferungen mit Unterstützung der Software den einzelnen Touren zugeordnet. Über das TrackPilot-Portal können die Standorte der Lieferfahrzeuge auf einer digitalen Karte in Echtzeit verfolgt werden. Zeitraubende Anrufe beim Fahrer zur Klärung der aktuellen Position sind nicht mehr notwendig. Sowohl die reine Fahrzeit als auch die Standzeiten bei Auslieferung werden exakt dokumentiert, um im Anschluss weiter optimieren

und in Zukunft noch schneller beim Kunden sein zu können. Wird von der ursprünglich geplanten Route abgewichen oder ein Kunde zu spät beliefert, wird die Disposition automatisch vom System benachrichtigt und kann direkt eingreifen. Durch den Tourenmonitor, die detaillierten Fahrtenbücher und die ausführlichen Analysen der einzelnen Touren werden die Abläufe in der Logistik transparent und nachvollziehbar. Martin Witzel (Beresa) ist überzeugt: »Mit dem Online-Portal haben wir einen tollen Überblick über die aktuellen Positionen unserer Fahrer. Noch dazu sind Tourenplanung und GPS-Tracking mit TrackPilot nun in einem System vereint!« Neben den Erleichterungen in der Logistik bietet TrackPilot zahlreiche weitere Funktionen rund um die Steuerung einer Fahrzeugflotte wie zum Beispiel elektronische Zäune, die Suche nächstgelegener Fahrzeuge oder Zündungsalarme.



TrackPilot – intuitive Drag&Drop-Disposition und automatische Routenoptimierung lassen in kürzester Zeit strategische Tourenpläne optimieren und Service- oder Lieferaufträge verplanen. Ein Live Soll-Ist-Vergleich sowie die Anbindung an die Navigation vereinfachen die Arbeit in der Disposition und verbessern die Servicequalität.

Die über OT REGIO MÜNSTER zusammengeschlossenen Gesellschafter haben dank TrackPilot ihre Zusammenarbeit hinsichtlich Tourenplanung und Auslieferung noch einmal erheblich verbessert. Luft nach oben ist aber immer vorhanden: Sollten sich weitere Autohäuser dem Projekt anschließen, ließen sich die Kosten weiter senken. Denn im Gegensatz zum PKW-Verkauf sind Autohäuser bei der Originalteile-Vermarktung keine Konkurrenten, sondern können von einer gemeinsamen Logistik erheblich profitieren.

» plt-software.de

T»EXPO[™] SPEZIAL

RÄDER/REIFEN/TEILE/ZUBEHÖR

POWERED BY TECHNO



REIFEN, RÄDER, RIESEN-GRILL.

BAD WINDSHEIM MACHT LUST
AUF MEHR

Bei der dritten und letzten Station der T»EXPO SPEZIAL 2015 sind die Besucher bereits auf den Geschmack gekommen, was sie am 11.11. in Hamburg erwartet: Innovative Produkte, neue Kontakte und geselliges Beisammensein mit gutem Essen.

Ausgeruht wurde sich im Kur- und Kongresszentrum in Bad Windsheim am 24. Juni nicht: Die Aussteller und Besucher der dritten T»EXPO SPEZIAL hatten schließlich alle Hände voll zu tun, sich zu den Themen »Reifen/Räder/Teile/Zubehör« auszutauschen und neue Kontakte zu knüpfen. Besucher wie Aussteller zeigten sich von der Veranstaltung durchweg begeistert, wie das abermals positive Feedback beweist: »Mir gefallen die »Regio-börsen«, jetzt T»EXPO SPEZIAL, immer sehr gut und sind toll organisiert.«, so einer der Besucher. Und auch die Aussteller sind begeistert: »Die T»EXPO SPEZIAL ist für uns als Aussteller zur Zeit die modernste Art sich zu präsentieren was Zeit, Kosten und Effizienz betrifft«. Besonders gelobt wurde auch in diesem Jahr wieder die persönliche Atmosphäre, die durch den fast schon traditionellen Bad Windsheimer Grillabend noch den nötigen Biss bekam: »Wir hatten sehr gute Neukontakte, die wir dann beim abendlichen Grillen noch verstärken konnten.« Wem das noch nicht genug Input war, der konnte am nächsten Morgen noch einen der Workshops besuchen und weitere Erfahrungen zu verschiedenen branchenrelevanten Themen austauschen.

Sie konnten 2015 an keiner unserer T»EXPO SPEZIAL teilnehmen oder freuen sich schon auf die nächste? Unsere Termine für das nächste Jahr werden zeitnah bekannt gegeben.



TERMINE 2015/2016

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

11

Nov.
Hamburg

» REIFENGESPRÄCHE

20 21

Jan. & Jan.
Norderstedt

» T»EXPO SPEZIAL
REIFEN/RÄDER/TEILE/ZUBEHÖR

27 28

Jan. & Jan.
Kassel

» T»EXPO SPEZIAL VERBRAUCHSMATERIAL & DIENSTLEISTUNGEN
Mitte April 2016 | Raum Heidelberg

» OFFIZIELLE TERMINE 2015

AUFSICHTSRATS-SITZUNG:

10.11. | Hamburg

TVD VERWALTUNGSRATS-SITZUNG:

10.11. | Hamburg

GESELLSCHAFTER-VERSAMMLUNG:

11.11. | Hamburg

TECAR SUPERVISORY BOARD MEETING:

25.11. | Hamburg

BERATER-AUSSCHUSS-SITZUNG:

01.12.–02.12. | Norderstedt

» IMPRESSUM

HERAUSGEBER:

TECHNO-EINKAUF Marketing und Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Georg Wallus (v.l.S.d.P.) | Aspelohe 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 | ymnky.de

EINE STARKE PARTNERSCHAFT FÜR DIE ZUKUNFT

SHELL UND TECHNO ZIEHEN BILANZ



Seit Jahren vertrauen TECHNO Gesellschafter auf Produkte von Shell – eine Partnerschaft, die für beide Parteien vor allem auf Vertrauen, Transparenz und innovativen Absatzmöglichkeiten basiert.

Dass Shell als einer der bestvernetzten Vermarkter bei den Automobilherstellern und im Motorsport gilt, ist allgemein bekannt. Wie wichtig dem Unternehmen jedoch auch die Kooperationen im Aftermarket sind, betont **Shell-Verkaufsleiter Matthias Klintzsch** am Beispiel der Zusammenarbeit mit **TECHNO**: »Der regelmäßige Austausch und die gemeinsamen Besuche bei den **TECHNO** Gesellschaftern stellt für beide Parteien einen Mehrwert dar und sind einer der wichtigsten Faktoren bei der erfolgreichen Vermarktung der Schmierstoff Kategorie.«

Die starke Verbindung zwischen **TECHNO** und Shell zeige sich laut Klintzsch in vielen Bereichen – aber vor allem im Vertrauensverhältnis zu den Gesellschaftern: »Nachdem wir im letzten Jahr unser neues Produkt für Fahrzeuge des Volkswagen Konzerns in den Markt gebracht haben, mussten wir viele Partner gar nicht erst von der Qualität unseres neuen Produktes überzeugen. Die Ertragschancen für den **TECHNO**-Partner sind nie besser gewesen.« Und die Vorteile der Shell Helix Produkte liegen auf der Hand: Sie basieren auf der Shell PurePlus Technology, die natürlich vorkommendes Erdgas in kristallklares Grundöl verwandelt und für mehr Kraftstoffeffizienz, Sauberkeit und Schutz sorgt. Neben den Produkten für Fahrzeuge des Volkswagen Konzerns stehen die innovativen Produkte auch für andere Automobilhersteller zur Verfügung.

Als weiteren Meilenstein der langjährigen Synergie steht für SHELL in diesem Jahr die **TECHNO EXPO 2015** auf der Agenda: »Wir bereiten gerade unseren Auftritt und unser Engagement zusammen mit **TECHNO** vor, um diese Veranstaltung zu einem vollen Erfolg für uns und die Gesellschafter zu machen.«

Aber auch für das nächste Jahr habe der Konzern für **TECHNO** Gesellschafter bereits ein paar Highlights in der »Pipeline«: »Unsere Partner werden zum Beispiel die Möglichkeit haben, hinter die Kulissen eines der modernsten Forschungslabore der Shell zu blicken« verrät Klintzsch. Diese Transparenz über neue Innovationen sei schließlich für eine vertrauensvolle Partnerschaft in Zukunft genauso wichtig wie die persönliche Betreuung vor Ort.

» shell.de

BESUCHEN SIE UNS AUF DER
T>EXPO™ 2015



Matthias Klintzsch
Verkaufsleiter Shell Deutschland

BMW Motorsport
Premium Technology Partner



MADE FOR EACH OTHER



TECHNOLOGIETRANSFER VON DER RENNSTRECKE AUF DIE STRASSE.

BMW Motorsport vertraut auf Shell Helix Motorenöle. Setzen auch Sie auf die bewährte Shell Helix Motorenöltechnologie.

Shell
HELIX ULTRA
with **PUREPLUS** Technology



So schnell haben Sie noch nie verkauft!

Ihr Auktionspartner für's Remarketing



Kaum drin, schon weg ...

Bei Autobid.de warten europaweit mehr als 25.000 registrierte Kfz-Händler in 40 Ländern auf Ihre Fahrzeuge. Weit über 100.000 verkaufte Fahrzeuge pro Jahr sprechen da für sich.

Wann gehen Sie auf Nummer sicher und vermarkten Ihre Gebrauchtbestände und Flotten in einer der täglichen Live- und Online-Auktionen?

Unser Kundenberater besucht Sie gerne und plant mit Ihnen den schnellstmöglichen Geschäftserfolg.

Jetzt informieren: +49(0)611 44796-55 oder www.autobid.de



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

